

ANÁLISIS DEL DISCURSO DE SOBRE LA NOTICIA DE LA LLEGADA DE
AFGANOS A COLOMBIA
(MONOGRAFÍA)

Presentado por

DIANA MARLEY LÓPEZ VERGARA
HILLARY DAYANA PUENTES TORRES
LEIDY MARTÍNEZ CAÑÓN

Opción de grado Comunicación Social

Docente

Ángela Patricia Otálvaro O.

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Comunicación Social - Distancia

Decimo (X) Semestre

Madrid (Cund), 23 de noviembre del 2021

ANÁLISIS DEL DISCURSO DE SOBRE LA NOTICIA DE LA LLEGADA DE AFGANOS A COLOMBIA (MONOGRAFÍA)

Presentado por

DIANA MARLEY LÓPEZ VERGARA
HILLARY DAYANA PUENTES TORRES
LEIDY MARTÍNEZ CAÑÓN

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Comunicación Social - Distancia
Decimo (X) Semestre
Madrid (Cund), 23 de noviembre del 2021

RESUMEN

En esta investigación se pretende analizar el discurso que utilizan los medios de comunicación digitales, principales en Colombia y el método como expusieron la llegada de los refugiados afganos al país; estos fueron, Noticias RCN, Noticias Caracol, Noticias 1, Blu Radio, La W radio, Portafolio, El tiempo, El espectador y la revista Semana.

Es importante mencionar que la identidad de los migrantes se construye desde el discurso de autoridad, conformado y emitido desde las élites de poder de cada país, imponiendo estereotipos y prejuicios, generando sentimientos despectivos y arbitrarios hacia la población migratoria, constituyéndose el discurso de las noticias como una práctica discriminatoria que sobrellevan a la producción y legitimación de la desigualdad y exclusión para las personas que deben desplazarse de un lugar a otro por diferentes circunstancias.

Por otro lado, en esta investigación, proponemos analizar los movimientos migratorios basándonos en los conceptos del populismo, haciendo referencia a la movilización social que han enmarcado la historia de Colombia en los últimos años; La teoría del *framing*, o también conocida como la teoría del encuadre; como proyecta una perspectiva cognitiva hacia la lingüística a través de cómo los principales medios de comunicación presentan la información sobre esta realidad, identificando la relación que existe entre los medios de comunicación y la sociedad ya que involucra una constante interacción entre el emisor y el receptor. Esta interacción dinámica y permanente, es descrita y explicada por esta teoría; y, por último. cómo la metáfora visual juega un papel importante en el análisis semiótico de cada fotografía que fue publicada con cada noticia por los medios de comunicación anteriormente mencionados y como implementan elementos retóricos a la hora de comunicar.

Palabras Clave

Populismo, Framing, Análisis del discurso, medios de comunicación, migración, Colombia, Afganistán.

Abstract

The purpose of this research is to analyze the discourse used by the main digital media in Colombia and the method used to expose the arrival of Afghan refugees in the country; these were Noticias RCN, Noticias Caracol, Noticias 1, Blu Radio, La W radio, Portafolio, El tiempo, El espectador and Semana magazine.

It is important to mention that the identity of migrants is constructed from the discourse of authority, shaped and issued from the power elites of each country, imposing stereotypes and prejudices, generating derogatory and arbitrary feelings towards the migrant population, constituting the news discourse as a discriminatory practice that leads to the production and legitimization of inequality and exclusion for people who must move from one place to another for different circumstances.

On the other hand, in this research, we propose to analyze the migratory movements based on the concepts of populism, referring to the social mobilization that have framed the history of Colombia in recent years; The framing theory, or also known as the framing theory; how it projects a cognitive perspective towards linguistics through how the main media present the information about this reality, identifying the relationship that exists between the media and society as it involves a constant interaction between the sender and the receiver. This dynamic and permanent interaction is described and explained by this theory; and, finally, how the visual metaphor plays an important role in the semiotic analysis of each photograph that was published with each news item by the above mentioned media and how they implement rhetorical elements when communicating.

Key Words

Populism, Framing, Discourse Analysis, Media, Migration, Colombia, Afghanistan.

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

INTRODUCCIÓN	6
PROBLEMA – PREGUNTA	8
OBJETIVOS	9
JUSTIFICACIÓN	10
ESTADO DEL ARTE	11
MARCO TEÓRICO.....	14
METODOLOGÍA.....	17
RESULTADOS	20
Análisis de la veracidad de la noticia y fuentes.....	20
Análisis de la imagen o metáfora visual	25
Análisis de líneas o corrientes periodísticas.....	27
Búsqueda de conceptos generalizadores o etiquetadores	28
Evidenciar si hay sesgo en las noticias	29
Sesgo	29
Enfoque	29
Contextualización	30
Simplificación	30
Fragmentación	31
Análisis.....	31
Toma de datos y referencias verídicas.....	31
CONCLUSIONES	33
BIBLIOGRAFÍA.....	35
.....	35

INTRODUCCIÓN

A continuación, mostraremos los resultados de nuestra investigación, que ha tenido como objetivo principal analizar el discurso que tienen los medios de comunicación en Colombia, al dar la noticia el pasado 20 de agosto 2021 sobre la llegada indefinida de alrededor de 4.000 afganos al país de manera temporal.

En este análisis en profundidad de la comunicación de estos 9 medios nacionales identificados como El Tiempo, Noticias Canal 1, Portafolio, Semana, La W, Blu Radio, El Espectador, RCN y Caracol. Siendo estos fenómenos mediáticos que se expresan a través del discurso, reflejando los comportamientos socioculturales sobre el contexto informativo actual. Asimismo, se explicará cómo estos caen en el populismo y framing; donde analizamos los movimientos migratorios basándonos así en estos conceptos, sobre una perspectiva cognitiva hacia el manejo de su lenguaje y cómo presentan la información sobre esta realidad.

Por otro lado, observamos también la metáfora visual o la imagen utilizada por estos, convirtiéndose en aquella que juega un papel muy importante, usando elementos persuasivos o retóricos a la hora de comunicar, otorgando coherencia al mensaje que se está entregando al receptor, siendo estos medios y su noticia el centro en la imagen fotográfica y periodística.

Para nuestra investigación hizo parte fundamental, con el propósito de determinar la coherencia, las similitudes, las emociones que generan; ya que los procedimientos indispensables para el análisis visual se caracterizan sobre la imagen fotográfica y se analiza a través de códigos de composición, iluminación, color, transmisión, interpretación, entre otros.

Determinamos las características básicas del análisis, también especificamos los aspectos relacionados en el discurso de dichos medios, con el lenguaje visual y los diferentes códigos y propósitos que pudimos interpretar sobre el valor de la estructura de este, cómo método de análisis.

Por último, para este trabajo consideramos ciertas falencias, basándonos por fuentes y diferentes antecedentes que aportan valor para el análisis de estos medios en particular, que se reflejan en el transcurso de nuestra investigación y en los siguientes ítems del mismo.

Cuando analizamos textos periodísticos o discursivos, estos se ven realmente respaldados por el alcance de sus fuentes de poder para mayor peso en su mensaje; que cumplen una importante función en la interpretación de los datos. Para ello, se realiza una intervención teórica y metodológica que aporta al desarrollo de dichos modelos y aplicar métodos interdisciplinarios, que tienen en cuenta las características propias, de cada contexto en estos medios.

PROBLEMA – PREGUNTA

En diferentes medios de comunicación colombianos, se presentó la noticia de la llegada de 4.000 inmigrantes afganos para refugiarse en Colombia. Esto a raíz de la crítica situación que viven; ya que más de 18.000 personas han sido evacuadas de Kabul desde que los talibanes tomaron la capital de Afganistán. El machismo volvió a estar fuertemente marcado como lo fue en 1996, cuando por primera vez los Talibanes tomaron posesión del país y el rol de la mujer se tornó nulo e invisible. Entre las 29 prohibiciones que establece el régimen talibán a la mujer, está la restricción de salir solas, ya que deben hacerlo en compañía de un familiar masculino o su pareja. Sumado a esto, deben vestir un burka que las cubrirá desde su cabeza hasta los tobillos.

Esta noticia dio un gran impacto al mundo, por ese motivo Colombia y países aliados se ofrecieron voluntariamente a ayudar al pueblo afgano. Según los medios de comunicación, el pasado 20 de agosto del 2021, el presidente Iván Duque confirmó que Colombia recibirá temporalmente a 4.000 afganos que trabajaban para EE. UU. de forma temporal, con esto reiteró su amistad y alianza con Estados Unidos; y su colaboración y ayuda para aquellos afganos que tuvieron que huir de su país. También aseguró el mandatario que Estados Unidos es el encargado de realizar un análisis detallado de los perfiles de cada una de las personas con el fin de garantizar que no haya ningún tipo de riesgo (EL TIEMPO, 20 de agosto 2021).

A partir de lo anterior, el presente proyecto de investigación indaga sobre ¿Cómo los medios de comunicación expusieron la llegada de los refugiados afganos a Colombia?

OBJETIVOS

Explicar cómo los principales medios de comunicación digitales (El Tiempo, Noticias Canal 1, Portafolio, Semana, La W, Blu Radio, El Espectador, RCN y Caracol) exponen la noticia sobre la llegada de los refugiados afganos a Colombia.

Objetivos específicos

1. Examinar el discurso que se presenta en las noticias
2. Identificar la relación entre el contexto y la noticia
3. Analizar las claves visuales (semióticamente)
4. Contraponer la forma en la que se presentan las noticias en los diferentes medios

JUSTIFICACIÓN

Esta investigación busca analizar y detallar la manera en la que los principales medios de comunicación digitales en Colombia están mostrando el discurso sobre la posible migración de los afganos al país, en donde expondremos y explicaremos cuál es la posición de cada medio sobre la noticia del arribo de inmigrantes afganos a Colombia.

Partiremos realizando el análisis del discurso de cada noticia seleccionada inicialmente, con esto determinaremos el campo de estudio y la metodología que se implementará, para evidenciar posibles hallazgos mediáticos o sociales, que se localizan principalmente en los *framings*, en el populismo y hasta en el uso del lenguaje.

Al generar este tipo de investigaciones, aportamos relevancia a los estudios sobre medios de comunicación y a la comunidad en general, ya que esto brinda conocimiento acerca del modo en el que se elabora el discurso con respecto al fenómeno de la migración, que se ha vuelto trascendental en los últimos años y que cada vez crece por cuenta de gobiernos dictadores, el desplazamiento forzado y los conflictos bélicos.

ESTADO DEL ARTE

De acuerdo con los antecedentes encontrados, se puede inferir que los medios de comunicación logran generar una percepción de lo que ha sucedido según su manera de informar, ya que todas estas referencias logran evidenciar las estrategias y tácticas que se llevan a cabo a la hora de proyectar una noticia.

Un ejemplo clave es lo que informan los Autores Mércia Alves, Roberto Gondo Macedo del libro *"La migración venezolana vista desde los medios y las audiencias"*. Allí, se encontró el análisis crítico sobre el discurso multimodal noticioso sobre los inmigrantes venezolanos, y su relación con el racionamiento social. Estos escritores toman como base para tal estudio comparativo, la teoría acerca de los planteamientos de Gunther Kress y Theo van Leeuwen (2001) sobre la multimodalidad, y los postulados de Michael Billig (1947). Todo esto para estudiar la cognición social, relacionándola con nuestra monografía a tratar, juzgando de manera constructiva, los diferentes medios noticiosos y su mensaje; observando detalladamente los comportamientos de la sociedad colombiana sobre la migración venezolana, problemática que persiste hoy día. Sin embargo, en este libro podemos asimilarlo con el análisis de los colombianos Rodríguez, J y Colmenares, L (2020) en su trabajo investigativo *"Comunicación y migración"*, allí manifiestan y realizan un análisis de las representaciones mediáticas de los migrantes venezolanos en los medios impresos *"Nuevo Siglo"* y *"Q'hubo"*, donde lograron identificar y concluir, que el análisis evidencia el uso de prácticas narrativas sutiles en las noticias analizadas, que crean imaginarios negativos sobre los inmigrantes venezolanos. Por lo tanto, se podría decir que los diarios Nuevo Siglo y Q'hubo, muestran a los inmigrantes como personas peligrosas, relacionándolos con actividades delictivas, representando una amenaza o riesgo para los colombianos.

La identidad de los migrantes se construye desde el discurso de autoridad, configurado y emitido desde las élites de poder, imponiendo estereotipos y prejuicios, constituyéndose el discurso de las noticias como una práctica discriminatoria que conllevan a la producción y legitimación de la desigualdad y exclusión". Cárdenas identificó un desbalance muy fuerte en la construcción mediática del conflicto, una fuerte participación de fuentes ciudadanas y una tendencia al predominio de los enfoques dramáticos en los *frames* informativos, sin

abandonar el componente político de la crisis (Cárdenas, 2015). Con esto observamos cómo las personas, a través de la información que están recepcionando, logran seguir dicha línea o tendencia que el medio le hace ver. Esto también fue hallado en el estudio que realizaron Dammert, L y Erlandsen, M (2017) *“Migración, miedos y medios en la elección presidencial en Chile (2017)”*, en donde lograron realizar un estudio muy similar al que se piensa ejecutar en el presente proyecto, analizando piezas informativas de dos principales medios de comunicación en Chile, identificando que, para las elecciones presidenciales del 2017, los inmigrantes se convirtieron en tema de debate nacional y los medios lo enfocaron hacia un discurso político centrado en el populismo punitivo, la estigmatización, la generalización y la degradación de los inmigrantes (2017).

En efecto, el autor Colombiano Thomas Florence (1943) cataloga los medios de comunicación como “Los estragos del amor”, pues analiza la manera en que estos romantizan la información al público. Florence, en su análisis, formula una pregunta para dar continuidad a su libro basándose en ¿Qué mensaje psico sociocultural comunican los discursos amorosos presentes en la cultura y, específicamente, difundidos hoy por los medios?

El concepto de amor y los diferentes comportamientos que genera el mensaje de estos medios, impacta psico-culturalmente al humano; asemejándose así a nuestro análisis de investigación a tratar, ya que los medios de comunicación nacionales, más allá de dar un mensaje de manera concreta, veraz y directa, muchas veces son dramatizados o romantizados, desatando así diferentes comportamiento o conductas en la sociedad.

Por otro lado, en el escrito del autor Thomas Florence (2017), él se refiere a su libro cómo *“Libertad de expresión y seguridad”* en tema migratorio. En éste, se basa en la relación entre la libertad de prensa y las amenazas a la seguridad que la sociedad occidental, americana y europea afrontó en aquellos tiempos. Los autores analizan la influencia de los medios en la construcción social de la realidad, demostrando la influencia tan exorbitante que tiene los medios de comunicación en la sociedad, y la responsabilidad que tienen al generar un mensaje, ya que estos han aumentado la sensibilidad social sobre el fenómeno de

la inmigración en ambos sentidos, ya sea positivo y negativo; convirtiéndola en un desafío para la sociedad hoy en día en el país.

Podríamos deducir que, en diferentes etapas de la historia, los gobiernos han intentado actuar sobre los flujos migratorios en función de objetivos de distinta índole y el contexto en los que se han llevado a cabo. Sin embargo, es un tema que ha viajado a lo largo de la historia; bien sea por los conflictos sociales, las guerras políticas o religiosas y/o los crisis sociales. No puede pensarse que hablar de migración es hablar necesariamente de aspectos negativos tales como la exclusión, la pobreza, la delincuencia o la discriminación, debido a que se puede constatar que las migraciones han sido, en algunos contextos, un elemento fundamental para el desarrollo de las sociedades receptoras, y han posibilitado el fortalecimiento de la economía. Lo que se pretende mostrar, es a partir de qué momento en la historia, las migraciones pasaron de ser vistas como algo necesario, a ser vistas como un problema macroeconómico-político y social.

Por último, podemos inferir dos cosas: la primera es, como los medios de comunicación crean una imagen que victimiza a los migrantes como personas indefensas que viven sufriendo día a día intentando salir adelante, resaltando aspectos que pueden generar una imagen de exclusión frente a la sociedad. Sin embargo, no se niega la necesidad por la que deben pasar los migrantes al enfrentarse a una nueva cultura, a un nuevo país y a una nueva sociedad. Camila Calles lo define de esta forma: “Desde la perspectiva del desarrollo humano, los movimientos migratorios voluntarios son indicativos del grado de libertad del que gozan las personas, sin embargo, los movimientos migratorios cambian la geografía del desarrollo humano” (Calles, 2009, p.26). Por otro lado, son los temas a los que le dan mayor importancia las noticias sobre los migrantes, ya sea temas de leyes migratorias, muertos o deportados, siendo este tipo de contenido en los titulares los que ocupan el primer lugar en los medios de comunicación.

MARCO TEÓRICO

La palabra migrantes es un concepto que ha tenido un mayor impacto en la sociedad colombiana desde hace unos años con la llegada de miles de ciudadanos venezolanos al país. En esta investigación, proponemos analizar los movimientos migratorios basándonos en los conceptos del populismo, haciendo referencia a la movilización social; la teoría del *framing*, como una perspectiva cognitiva hacia la lingüística a través de cómo es presentada la información sobre esta realidad; y cómo la metáfora visual juega un papel importante usando elementos retóricos a la hora de comunicar.

En primer lugar, el *populismo*, según el diccionario de la Real Academia Española, significa RAE “Tendencia política que pretende atraerse a las clases populares, haciendo referencia a una ideología política”, que en nuestro país se ve enmarcada por los principales medios de comunicación. El populismo descarado del periodismo centra la atención en diferentes temas, ya sean políticos, económicos, sociales o culturales, jerarquizándolos y sobredimensionándolos de forma amarillista, mostrando la noticia en repetidas ocasiones, creando así una mayor audiencia, y generando sentimientos despectivos y discriminatorios hacia la población migratoria, tales como indignación, lástima, xenofobia, entre otros. Así lo describe James Velarde:

“Los medios de comunicación están en todo momento informando sobre hechos y acontecimientos delictivos al tiempo que poseen cierta capacidad para influir sobre la percepción de la realidad criminal. (...) El populismo punitivo del periodismo dirige la atención en ciertos delitos y los jerarquiza a su libre albedrío y los sobredimensionan directamente destacándolos de forma amarillista y alarmista su gravedad, frecuencia y repetición constante para crear una indignación engañosa.” (Velarde, 2020) P. 3

Por otro lado, proponemos utilizar la teoría del *framing*, haciendo referencia a la teoría del encuadre, podríamos decir que se ha convertido en paradigma multidisciplinar en la comunicación, permitiéndole estudiar la opinión de las personas con relación a la información que recibimos de los medios de comunicación. En el artículo de Amadeo, B. se afirma que: “En efecto, los medios de comunicación transmiten y redefinen el discurso social a la vez que influye en la perspectiva desde la cual los medios presentan y definen los temas de debate público.” (2013, p.2). Los medios de comunicación buscan conectarse con la audiencia mostrando un suceso como noticia de interés público, la teoría del framing ofrece una explicación a esta metodología desde la investigación en comunicación. El sociólogo Ervin Manuel Goffman, dice que el *framing* se asocia a la psicología cognitiva, en conjunto con la lingüística. Nos permite comprender cómo es que accedemos a una versión de la realidad a través de cómo es presentada la información sobre la misma.

La teoría del encuadre, o también conocida como la teoría de los marcos (*framing theory*), utiliza la metáfora del "marco" para analizar cómo se estructuran los procesos mentales como por ejemplo (creencias, percepciones, sentido común) en relación con el lenguaje y la sociología de las redacciones. Esto relacionado con el entorno en el que se da la noticia y, a su vez, cómo es que estos pueden ser manipulados.

Por último, la metáfora visual como elemento retórico que lo veremos reflejado directamente en análisis visual de las imágenes que usan los medios de comunicación en la publicación de sus noticias. En la publicidad actual, esto se define de la siguiente manera:

La metáfora visual es ese elemento retórico que permite comunicar ideas y contenidos utilizando elementos visuales distintos al producto o servicio anunciado, lo que ofrece grandes posibilidades creativas para transmitir con una sola imagen un amplio contenido. Esto es especialmente importante en el medio exterior, en donde el receptor emplea muy escaso tiempo para decodificar el mensaje creativo que ve en una valla o una marquesina (Marugán Solís. F, 2016, p.118).

Los elementos de la comunicación que se tendrán en cuenta para el análisis serán:

- El **emisor** que, en este caso, es el medio que publica a noticia.

- El **receptor** o destinatario que es el público que recibe la noticia transmitida por el medio.
- El **entorno** que se entiende como el medio y el concepto que el receptor pueda tener sobre la metáfora visual.
- La **intención** que es el sentido que le quiere dar el medio de comunicación; que, en este caso, es el emisor de la metáfora visual.

METODOLOGÍA

Se recurrirá al paradigma hermenéutico interpretativa, en la cual se pretende hacer una investigación a través de la metodología del análisis del discurso y así lograr evidenciar el posible uso de lenguaje, los *framings*, las metáforas visuales o las prácticas narrativas que intenten distorsionar la realidad o crear imaginarios en la población.

Para esta investigación tenemos como corpus, nueve noticias de los principales medios de comunicación digitales colombianos, los cuales realizaron el cubrimiento de la posible llegada de 4.000 Afganos al territorio nacional. Entre estos medios se encuentran: El Tiempo, Noticias Caracol, Noticias RCN, El Espectador, Noticias canal 1, Portafolio, Semana, La W y Blu Radio, en formato de texto e imagen desde el 20 hasta el 27 de agosto de 2021.

-

A partir de la metodología del análisis del discurso, realizado por Neyla Pardo (2008), se llevarán a cabo los siguientes instrumentos de investigación.

- Análisis de la veracidad de la noticia y fuentes.
- Análisis de la imagen o metáfora visual.
- Análisis de líneas o corrientes periodísticas.
- Búsqueda de conceptos generalizadores o etiquetadores.
- Evidenciar si hay sesgo en las noticias entendiendo por este término.
- Toma de datos y referencias de otros medios verídicos.

De acuerdo con el texto “Estrategias discursivas. La prensa colombiana y la pobreza” y al análisis que su autora Neyla Pardo (2008) realizó, se pueden extraer la manera en la que ejecutó el análisis del discurso para su escrito.

En primer lugar, la autora afirma haber realizado un estudio del recurso lingüístico de la cuantificación, recurso al que la prensa colombiana recurre de manera reiterativa en sus

ejercicios periodísticos. Este recurso apela a cifras y estadísticas cuyas fuentes son gubernamentales o a análisis de grupos expertos, los cuales en sus informes obvian contextos y metodologías, fragmentando y descontextualizando, cumpliendo estrictamente con la representación que quieren proyectar.

Como segunda medida, Neyla Pardo (2008) recurre a la exploración que los medios hacen del uso de la metáfora visual, como su utilización discursiva consolida representaciones que adquieren significado cultural, además de fomentar y fortalecer estereotipos alrededor de los sujetos, comunidades o grupos sociales.

Como siguiente paso, toma como referencia lo que sería el material a estudiar, las noticias o reportes periodísticos que serán la base del estudio, para hacer hallazgos y reflexiones acerca de las posibles corrientes o líneas que se presentan en el contenido periodístico, de acuerdo al discurso que se esté proyectando.

Infiere que, dentro de su investigación, se marcan conceptos elaborados por el discurso, que derivan generalizaciones, es decir, que no hacen una redefinición adecuada de los significados, pues para cada procedimiento se debe realizar una aplicación de conceptos. Según Neyla Pardo (2008), estos suelen ser imprecisos y no siempre se articulan coherentemente en el tejido de los significados propios de la disciplina. Pese a esto, con frecuencia son usados para derivar generalizaciones, sin una redefinición adecuada de dichos significados. Además, aun cuando se otorgue cierta precisión al significado de un término, ésta se alcanza por la aplicación de un procedimiento estadístico, de modo que las cosas o fenómenos que caen bajo su dominio pueden referirse a diferentes características de la propiedad indicada por el término.

También logra evidenciar la introducción de un sesgo, en donde se da la pretensión de la objetividad propias del ejercicio periodístico y además se presenta la noción de la verdad y la objetividad científica ligada a la cuantificación y a la estadística. De esta manera, al presentar la información, se vuelve incuestionable, pues el discurso periodístico está apelando a la información gubernamental y procesos “científicos”.

Finalmente, después de exponer sus hallazgos y haber argumentado, Pardo toma datos y referencias de otros estudios que develan y confirman lo evidenciado en su investigación.

Desde otro punto de referencia “Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso”¹, se encuentran dos consideraciones que explican la importancia del análisis del discurso que están dentro de nuestra sociedad. Santander, Pedro. (2011) Por un lado, son una práctica social (Fairclough 1992, 1995), es decir, nos permiten realizar acciones sociales, por lo mismo, resulta importante analizar los discursos y así tratar de leer la realidad social; por otro, dada la opacidad que acompaña naturalmente a los procesos discursivos, el análisis no sólo es útil, sino que se hace necesario.

RESULTADOS

A partir del marco teórico y la metodología propuesta, realizamos minuciosamente cada análisis basado en el análisis de discurso de Neyla Pardo (2008) en el cual evidenciamos como primera medida que prestando 100% de atención a la información brindada, la veracidad de algunas noticias y fuentes quedan en entredicho, así como su medio, pues se encontró un hallazgo importante en donde un medio usó como fuente a otro y realmente no se localizó.

En el segundo análisis de resultados se hizo un profundo escudriñamiento de cada una de las imágenes que los medios colocaban de portada en su noticia, con esto se logra demostrar el enfoque o la intensión semiótica que quieren proyectar. Luego se realizó una observación en las corrientes que estos medios representaban para el sector, hallando una fuerte conexión con el poder público o influencia política.

También se logró establecer los rótulos o los conceptos con lo que hoy en día son tratados los inmigrantes venezolanos en el territorio nacional, haciendo que su situación legal no sea comparada o confundida con un delito. Posteriormente se llevó a cabo una descomposición de cada una de las noticias con el fin de evidenciar un posible sesgo en la información transmitida y finalmente, se hizo una toma de datos y referencias a los que acudían los medios, luego de leerlos y escudriñarlos, también se encontró un hallazgo importante en donde dichos datos los inflaron, haciendo una exageración del panorama real.

Análisis de la veracidad de la noticia y fuentes

A continuación, en nuestro análisis realizamos los siguientes mapas alusivos a la veracidad de las fuentes de poder que refieren, y análisis de imagen de los medios nacionales anteriormente mencionados. Esto con el fin de determinar la coherencia, la similitud, las emociones que generan, este procedimiento fue de vital importancia para el análisis visual que se analiza a través de códigos de composición, iluminación y color, transmisión, interpretación, entre otros.

El objetivo de este es mostrar lo que consideramos ciertas falencias del Análisis de Discurso cuando se analizan textos periodísticos y los niveles intermedios de análisis y las teorías de medio alcance que cumplen una importante función en la interpretación de los datos.

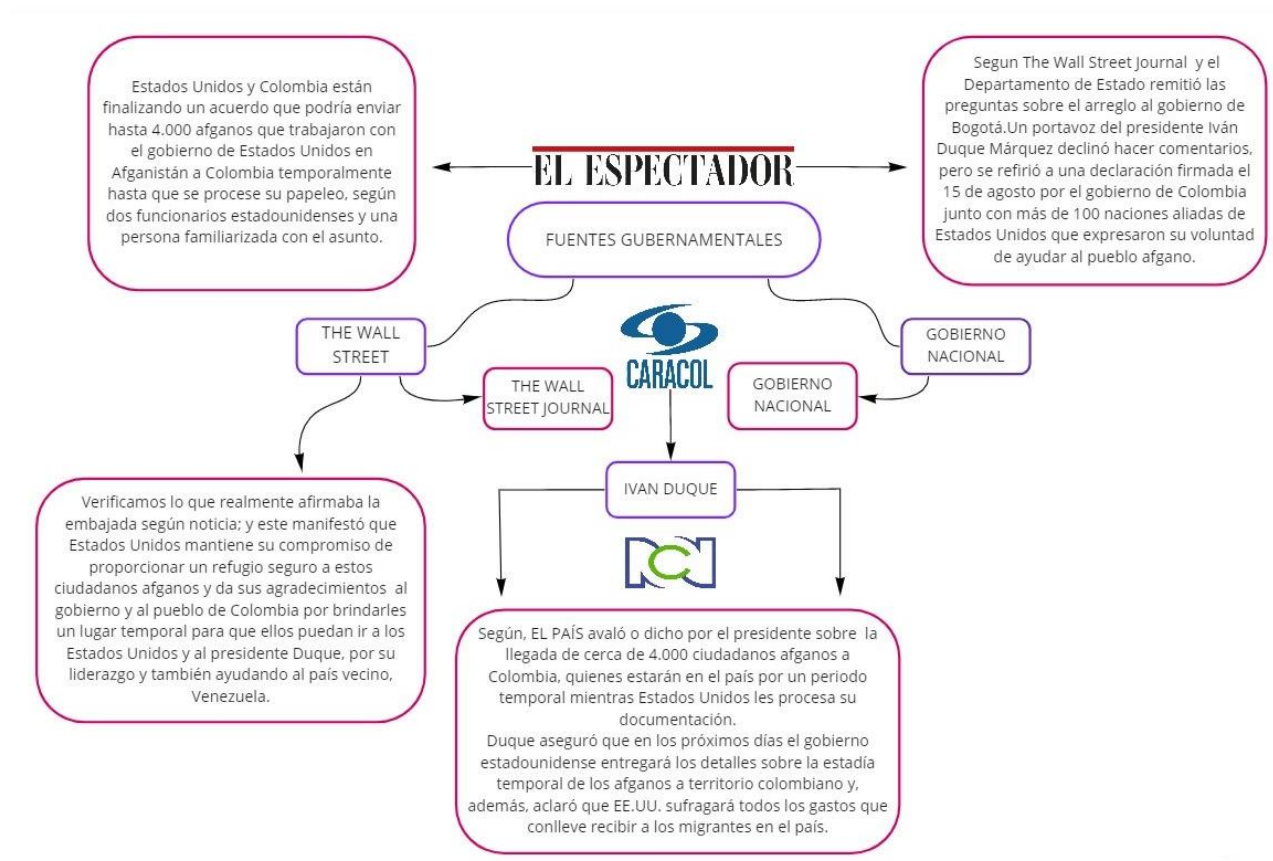


Figura 1 análisis de medios: elaboración propia.

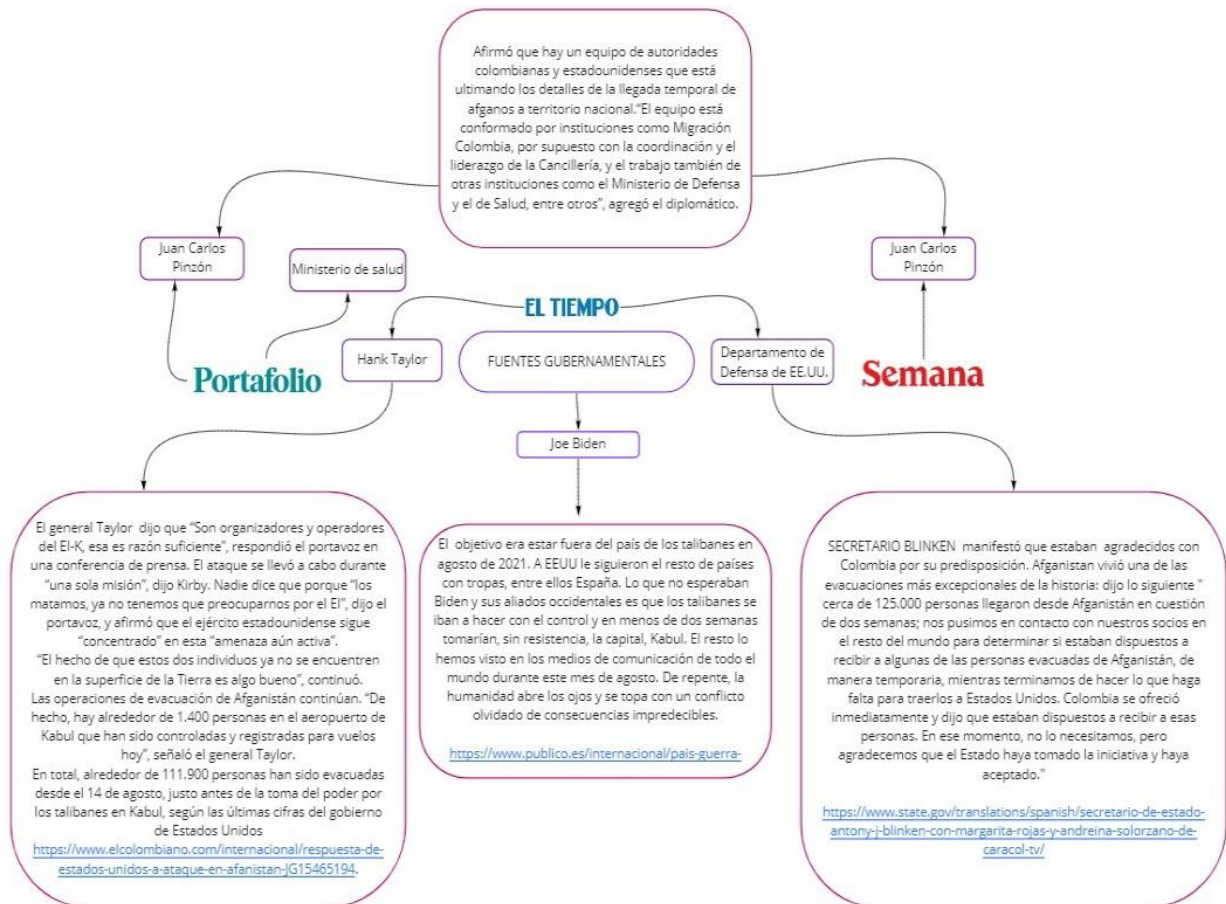


Figura 2 análisis de medios: elaboración propia

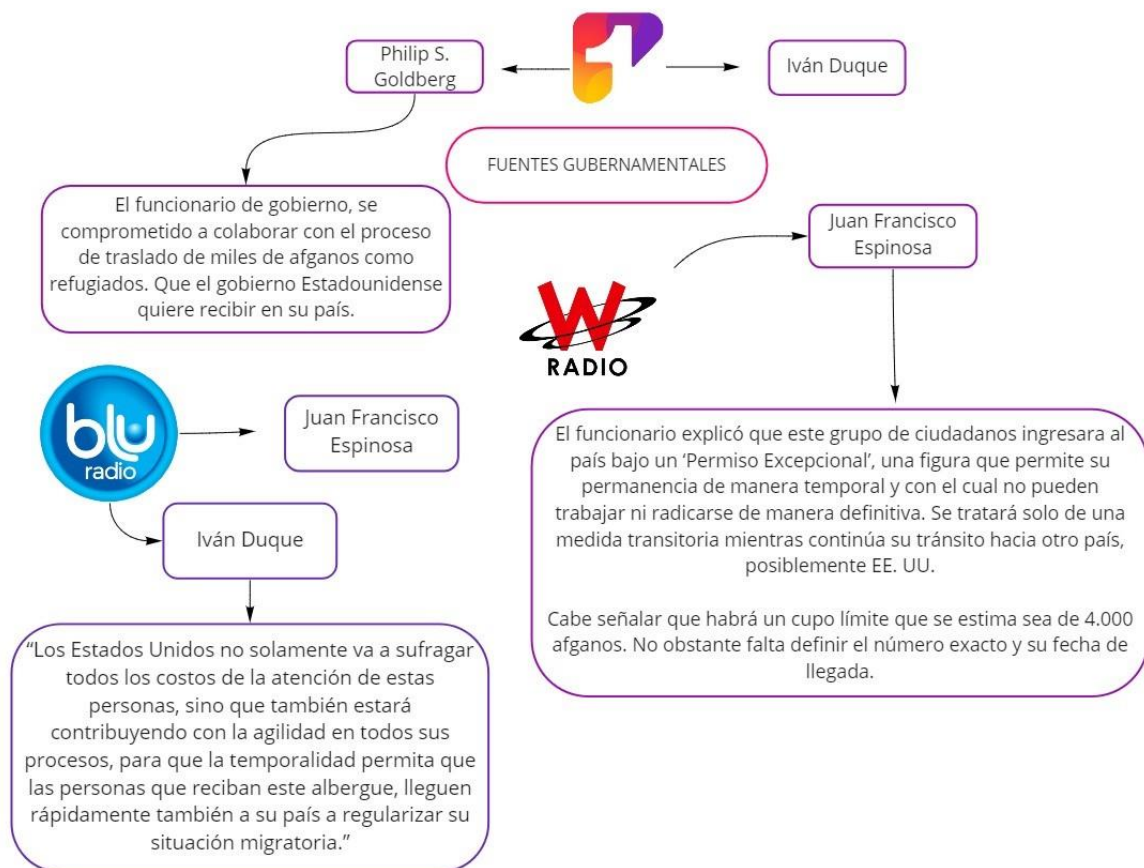


Figura 3 análisis de medios: elaboración propia

En este análisis realizamos los siguientes mapas conceptuales de estos 9 medios nacionales y su mensaje. Esto con el propósito de determinar la coherencia, de la noticia. Analizando cada una de sus fuentes de poder, anteviniendo de manera crítica y detallada a la investigación, dirigiéndonos a cada una de las mismas y realizar una crítica o destacar cualquier tipo de información falsa enriqueciendo cada vez más esta investigación.

Cabe aclarar que estos medios se basaron en repetidas ocasiones la misma información como CARACOL que usa como fuente de poder al presidente Iván Duque al igual que EL ESPECTADOR y RCN, coincidiendo también sobre las mismas fuentes, que fueron “The Wall Street Journal, Juan Francisco Espinosa, al presidente Joe Biden y a Iván Duque.

Estos medios lo informaron de manera más concreta; y es el caso de noticias Caracol, mencionando en su primer párrafo y como cuerpo de la noticia; comunicando que tal referencia fue afirmada por el gobierno nacional; el debido análisis de la fuente anterior mencionada, confirmamos con una respectiva búsqueda a la plataforma correspondiente de su fuente de poder a cerca de tal acontecimiento, y no se encontró tal noticia en nuestra investigación, generando desconfianza y deficiencia en la veracidad de la noticia de este medio.

Por otro lado, Giannina Torres periodista en el periódico EL TIEMPO, se pudo evidenciar según fuente “**Público**” y con mayor importancia era la siguiente pregunta que realizaba este medio. *¿Si EE. UU falla y los afganos tienen que quedarse en Colombia?* A lo que ella contestó y explica que, en ese caso, el Gobierno tendría que tomar medidas adicionales para garantizar la integración socioeconómica real de las familias afganas: ofrecer cursos de español, oportunidades de acceso a ofertas laborales, subsidios o ayudas temporales y acceso a la educación. Pero insiste en que, en principio, la protección es temporal, según el compromiso de Estados Unidos, que sería el receptor final de esta población.

En este contexto, hay muchas incógnitas por despejar: el número exacto de refugiados afganos que llegaría a Colombia. Tampoco se conoce la fecha de arribo, ni los procesos de asilo con Estados Unidos, ni la duración de la estadía en el país sudamericano. Eso sí, el Gobierno ha confirmado que se aceptarán las reglas del juego que imponga Estados Unidos y que se ubicarían en ciudades como Bogotá, Cali y Barranquilla.

Análisis de la imagen o metáfora visual



Collage recopilación fotográfica de medios: elaboración propia

En el mundo de la comunicación en general, del periodismo en particular y concretamente en la prensa escrita, para conocer el contenido de una noticia escrita, es necesario leerla y asimilarla, en la fotografía basta con mirarla. La fotografía tiene pues, un alto valor comunicativo en estos medios mencionados ya que se usa como elemento para atraer al lector y permitir una mejor comprensión de la información.

Los medios de comunicación y principalmente la prensa lo usan como vehículo fundamental para la transmisión de la información visual y gráfica sobre el acontecer histórico, teniendo en cuenta sus características particulares y con las funciones propias del lenguaje que utiliza.

Para esto, se realizó un análisis semiótico de cada fotografía y se observó de manera detallada, junto con opiniones externas, para así inferir y deducir, cómo estos quieren representar la situación que se está presentando en su mensaje noticioso.

Los nueve medios de comunicación muestran de manera visual, abundantes personas en aeropuertos y así demostrado su huida del país; según refiere a nacionalidad árabe para dar coherencia a su tipo de mensaje, reflejando multitud, intranquilidad, refugio, soledad. Además, el fenómeno de los medios hace posible que la información llegue a casi toda la sociedad. Hay mucha información de imagen o multimedia; actualmente nuestro mundo está marcado por la imagen, sobre todo debido al auge de los medios de comunicación.

1. La W, SEMANA, ESPECTADOR. Se observa en la imagen, personas que parte de su entorno, en un avión el cual no es el adecuado para pasajeros pero que no importa debido a la situación. Se pueden evidenciar tanto hombres como mujeres y niños los cuales hacen fila para poder ingresar al mismo.
2. RCN, CARACOL. Se muestra la población afgana en su contexto de vida, evidenciando como puede ser su día a día e indicando que llegara una cantidad estimada, es decir, a Colombia. Allí se puede observar la diversidad de su población, así como su manera de vivir vestir e interactuar. De aquí se podría inferir que esperan a que les definan una situación. Se percibe el espacio de manera desolada y a plena luz del día.
3. EL TIEMPO, PORTAFOLIO. Se evidencia en un espacio abierto la presencia de afganos que están bajo vigilancia militar a plena luz del día, donde se observa que hay gran multitud a la espera de una respuesta frente a la situación actual, así mismo se ve la presencia tanto de hombres como de mujeres y

niños. A pesar de presentarse la crisis sanitaria por el covid 19, ninguna de las personas cuenta el elemento mínimo de protección que es el tapabocas.

4. NOTICIAS 1: Se encuentra el presidente y la vicepresidenta de Colombia y el embajador de EEUU, allí ni el presidente ni el embajador cuentan con el tapabocas, hay una distancia entre ellos.
5. PORTAFOLIO: En la imagen, se observa únicamente a hombres de la población afgana y niños, como si estuviesen a la espera de algo. No se evidencia allí alguna cara de preocupación.
6. SEMANA: Se observan las personas afganas haciendo una fila para poder acceder a algo, allí se logra observar familiar y niños en brazos, así como personas que van solas.
7. W RADIO La familia con todas sus pertenencias indicando que puede llegar a ser un viaje permanente. Algunos de las personas que hacen fila utilizan su elemento de protección que es el tapabocas.
8. EL TIEMPO : Personas afganas en el aeropuerto, denotando que han llegado a el país que los acogerá de manera temporal, allí hombre como mujeres.

Análisis de líneas o corrientes periodísticas

Como parte del resultado de esta investigación revisamos las líneas periodísticas de los diferentes medios de comunicación colombianos como fueron: RCN, Caracol TV, Noticias 1, Blu Radio, La W, Portafolio, El tiempo, El espectador y la revista semana. Pudimos identificar que estos medios siguen corrientes políticas que son fuertes y predominan en nuestro país, a lo largo de la historia se ha evidenciado por diferentes investigadores que

hablan de la percepción generalizada sobre la posición política de los diferentes canales y medios de comunicación como la radio y los periódicos. afirmando que esto representa un gran problema porque son estos medios los que más alcance tienen en la audiencia colombiana y generan una influencia significativa a partir de la forma como transmiten la información.

La influencia del poder político sobre los medios de comunicación y la manera en cómo deben transmitir la noticia se ve representando el siguiente esquema.



Fuente: Esquema elaborado por autoría de los expositores de esta investigación.

Búsqueda de conceptos generalizadores o etiquetadores

Durante muchos años en la historia de Colombia veíamos como miles de personales buscaban salir a otros países como España, EEUU, Canadá, entre otros, con el ideal de nuevas oportunidades y un mejor futuro. En estos últimos años nuestro país pasó de ser uno de los cuales generaba un alto flujo de salida de migrantes a uno que los recibe. Según Botero, I.

y Carvajar, A. (Nov-2021) Esta transición no ha sido fácil de asumir para los gobiernos y entidades gubernamentales, especialmente porque nuestra legislación migratoria no contaba con procedimientos para tramitar permisos especiales como los que se les asignaron a los venezolanos o solicitudes de refugio a gran escala.

El cambio que estos temas han generado en los últimos años, demarcaron la historia del país, al igual que las modificaciones legislativas y la introducción de nuevas figuras, como los permisos especiales, representan la evolución que lentamente ha tenido el país frente a la cultura de recibir migrantes y acogerlos en nuestra sociedad.

Debido a este cambio tan brusco en la cultura y legislación del país frente a la situación de las personas que deben migrar de otros países hacia Colombia se identificó debido a esta investigación que genera conceptos que marcan la nacionalidad de los individuos; como por ejemplo las personas provenientes de Venezuela les llaman, “Venecos”, “Venezolanos Ilegales”. Los que vienen de Afganistán, se refieren como “refugiados afganos”, “terroristas”. De esa manera podríamos mencionar muchos más ejemplos de las etiquetas que usan las personas influenciadas por los medios de comunicación nacional.

Evidenciar si hay sesgo en las noticias

Sesgo

En este caso nos remitiremos a utilizar el término “sesgo” de acuerdo con la manera en la que cada medio orienta o direcciona la información publicada en sus titulares, dividiéndolo en un profundo análisis realizado a cada noticia con los siguientes términos.

Enfoque

Según el análisis realizado a cada una de las noticias tomadas como objeto de estudio de esta investigación, se tomaron dos puntos de referencia para evidenciar el enfoque.

1. Los medios apelaron a la información gubernamental como punto de referencia, todos citaban la misma fuente y replicaron lo expresado; evidenciándose la falta de discurso de parte del ejercicio periodístico.
2. Los medios Caracol y RCN enfatizaron que los 4.000 ciudadanos afganos, eran personas con perfiles previamente estudiados por el gobierno americano, los cuales son elegibles para la obtención de la visa especial, pues durante varios años sirvieron al país norteamericano siendo traductores o haciendo colaboraciones para su gobierno y militantes en territorio afgano. También se refirieron a que estas personas serían acogidas por Colombia de manera transitoria y temporal, mientras se les realiza el proceso de registro y traslado a Estados Unidos.

Contextualización

El Tiempo en su publicación fue extensa e investigativa, pues hizo énfasis y reflexiones sobre los números, costos, regularidad, sociabilidad y conductas de parte de la actual situación migratoria que enfrenta el país a causa de los inmigrantes venezolanos y haitianos; a pesar de que su titular y entradilla apuntaban a brindar información sobre la llegada de los ciudadanos afganos al territorio nacional, se acentuaron en la contextualización de la actual crisis que vive el país.

Simplificación

Los medios Noticias Canal 1 y Portafolio lanzaron al aire su titular de manera informativa, sólo se remitieron a replicar la información y los datos expresados por las fuentes gubernamentales, haciendo poco uso de la crítica y el análisis, simplificando la información de tal manera que el espectador solo encuentra en la proyección de estas noticias, vacíos informativos. Por otro lado los medios Semana y Blu Radio lograron establecer que a pesar de que la permanencia de los refugiados será corta, se les debe garantizar la gestión y los recursos de su estancia en la capital del país y serían atendidos con pruebas PCR y posteriormente vacunados, pues los recursos serán asignados por parte del gobierno americano; sumado a esto el medio La W indicó que según la canciller y vicepresidenta Martha Lucia Ramírez en Bogotá “hay una gran cantidad de habitaciones hoteleras y sitios

de hospedaje donde van a tener todas las comodidades”, limitándose únicamente a informar acerca de la estadía de los migrantes, sin tener en cuenta las condiciones y situaciones actuales del país.

Fragmentación

El portal La W hizo referencia y se enfatizó en relación a la vía política, pues señala que la decisión del presidente al brindar asilo a las 4.000 personas provenientes de Afganistán, generó una controversia por la falta de información que hay acerca del tema, fragmentando totalmente la información, llevándolo al ámbito político.

Análisis

Finalmente El Espectador hizo un análisis y trató de evidenciar, cómo el país norteamericano intentaba persuadir de manera desesperada a los países aliados, para solicitar ayuda en cuanto al asilo de ciertas cantidades de ciudadanos afganos a sus territorios, pues a partir de la toma de los talibanes, las solicitudes de visas en Estados Unidos desbordaron, a pesar de que varias organizaciones humanitarias denunciaron que esa situación se venía presentando desde julio del año pasado; mostrando de manera indirecta la otra cara de la crisis que se estaba viviendo en Afganistán.

<https://floridaglobal.university/las-5w-del-periodismo-2/?lang=es>

Toma de datos y referencias verídicas

Tomando como referencia los datos proporcionados por cada medio, se realizó una investigación con las fuentes que citaban o haciendo una búsqueda específica, en donde encontramos que, el medio El Tiempo de inicio y resaltando que “Hay más de **siete millones de migrantes venezolanos** en el mundo”, citando a la Comisión de la Naciones Unidas para los Refugiados como autora de dicho dato, nos remitimos a la fuente y evidenciamos una variación en la información, pues, según la ACNUR la cifra real es 5,4 millones, de manera

que desde cualquier punto de vista, el medio está inflando la cifra y no obstante le hace de manera indiscriminada un enfoque resaltado hacia dicha cantidad. También informaron que la cifra de migrantes venezolanos en Colombia es de 1,7 millones equivalente al 87% de los extranjeros residentes en el país; cuando realizamos la comprobación de este dato nos encontramos con que según el Grupo Internacional sobre Flujos Migratorios Mixtos (GIFMM) hay 1.742.927 de los cuales el 56.4% se encuentran en situación irregular y el 43.6% restante se encuentra de manera regular en el país.



<https://reliefweb.int/report/colombia/gifmm-colombia-refugiados-y-migrantes-venezolanos-junio-2021>

Por su parte los medios Caracol, Noticias Canal 1, Portafolio, Semana, La W y Blu Radio, no ofrecieron una investigación ni datos relevantes, más allá de mencionar la cifra de las personas que Colombia recibiría como refugiados, dejando vacíos y haciendo poco uso del recurso periodístico investigativo.

CONCLUSIONES

Llevando a cabo el análisis y estudio minucioso de un suceso que fue tan importante en dicho lapso para el país, evidenciamos que, al transcurrir del tiempo este recurso periodístico se ha vuelto un mar de populismo en donde predomina la primicia, la euforia y una guerra de intereses por informar lo que se quiere y no lo que realmente es en sí la noticia. Pues si nos remitimos a la teoría y nos enfocamos en la estructura de una noticia, nos lleva a revisar la pirámide invertida, la cual consta de un título llamativo, noticioso y coherente con la información que se va a brindar, una entradilla equivalente a un breve resumen respondiendo a la fórmula de las 5 “W” “qué, quién, dónde, cuándo y por qué”, la cual es una guía para que el periodista organice su información y así mismo la proyecte, esto siendo recalcado y expresado por Colmenares, M. en la página oficial de la *Florida Global University USA* “son indispensables para organizar cualquier información en una síntesis que recoja los datos más importantes para entender el contexto de la noticia”; Y finalmente un cuerpo en donde se debe expresar ideas claras y concretas brindando detalles importantes, antecedentes y detalles adicionales del hecho.

Por otro lado, poniendo en práctica la teoría del encuadre y la metáfora visual, se identificó que los principales medios de comunicación que se analizaron en esta investigación como, RCN, Caracol, Noticias 1, Blu Radio, La W, Portafolio, El tiempo, El espectador y la revista semana, implementan elementos retóricos dentro de sus noticias permitiéndoles comunicar ideas concretas, utilizando distintos elementos visuales dentro del producto, esto les asegura llegar de forma directa a través de una sola imagen a la audiencia.

Los elementos de la comunicación que se utilizaron dentro del análisis fueron, el emisor, en este caso los medios de comunicación anteriormente mencionados, el receptor, que fue directamente la audiencia a la que fue dirigida la noticia por parte de los medios, también se analizó el entorno, que se entiende como el medio y el concepto que el receptor pueda tener sobre la metáfora visual y por último la intención, que es el sentido que le quiere dar el medio de comunicación; que, en este caso, a la metáfora visual.

Por último, en este trabajo se pudo evidenciar y en lo que pretende constatar es: cómo este en el uso de las noticias es cada vez mayor en la expresión visual, manifestando como consecuencia que el texto tenga una presencia cada vez menor. También se propone demostrar el uso cada vez más generalizado de la metáfora visual como representación del “producto noticioso” de la misma, es dar diferentes perspectivas al receptor y de algún u otra manera conectar o vincular la intención del mensaje entregado. Para este fin se ha realizado el análisis de los contenidos creativos de estos medios digitales anteriormente expuestos.

BIBLIOGRAFÍA

- Abril, N. G. P. (2008). Estrategias discursivas. la prensa colombiana y la pobreza. *Cuadernos De Información y Comunicación*, 13, 169-182. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/estrategias-discursivas-la-prensa-colombiana-y/docview/209601430/se-2>
- Andrade Peralta, M. (2020). Tratamiento de Noticias acerca de Migrantes Venezolanos en Medios Ecuatorianos desde sus Sitios Web y Cuentas de Facebook, caso El Universo. Proyecto de Investigación. Maestría en Comunicación con Mención en Comunicación Digital. Universidad Casa Grande. Departamento de Posgrado, Guayaquil. 103 p.
- Botero, I. y Carvajar, A. (2021). Legis ambito juridico, noticias, opinion, analisis. <https://www.ambitojuridico.com/noticias/analisis/la-llegada-de-los-refugiados-afganos-colombia-comentarios-y-lecciones-desde>
- Bueno Romero, G. (2013). El populismo como concepto en América Latina y en Colombia. *Estudios Políticos*, 42, Instituto de Estudios Políticos, Universidad de Antioquia, pp. 112-137.
- Cano, R. M., & Ther, F. (2020). El tratamiento del refugiado en la prensa española a través de la imagen fotográfica. Un análisis cuantitativo1. *Tonos Digital*, (38), 1-25. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/el-tratamiento-del-refugiado-en-la-prensa/docview/2356797868/se-2>
- Cárdenas Ruiz, J. D. (2017). La crisis fronteriza colombo-venezolana en las pantallas: Análisis desde la comunicación política. *Historia y Comunicación Social*, 22(2), 447-463. doi:<http://dx.doi.org/10.5209/HICS.57854>
- Cogo, D., & Brignol, L. D. (2009). Latinoamericanos en el sur de Brasil: recepción mediática y ciudadanía de las migraciones transnacionales. *Comunicación y Sociedad (0188- 252X)*, 11, 135–162. <https://web-p-ebscohost-com.ezproxy.uniminuto.edu/ehost/detail/detail?vid=3&sid=10c4029f-392f-43aba14cc5ba0d6764b3%40redis&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZlJnNjb3BlPXNpdGU%3d#AN=40074813&db=a9h>
- Colmenares, L. (2020). Comunicación y Migración: Análisis de las representaciones mediáticas de los migrantes venezolanos en los medios impresos Nuevo Siglo y Q'hubo. (Trabajo de grado). Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá – Colombia.

- Colmenares, M. (27 de noviembre de 2018). Las 5 W del periodismo. Florida global university usa. <https://floridaglobal.university/las-5w-del-periodismo/?lang=es>
- Cynthia, P. S., & Virginia, V. R. (2017). Aprendizajes entre fronteras. ¿Cómo enfocar la comunicación, mediación y migración en un contexto de intervención social y la acción política? formas de hacer e investigar desde la universidad transnacional junto a la ciudadanía intercultural. entrevista a amparo huertas bailén. *Andamios*, 14(34), 167-188. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/aprendizajes-entre-fronteras-cómo-enfocar-la/docview/2084316461/se-2>
- Dammert, L., & Erlandsen, M. (2020). Migración, miedos y medios en la elección presidencial en Chile (2017) *. *CS Ciencias Sociales*, (31), 43-45, 47-76. doi:<http://dx.doi.org/10.18046/recs.i31.3730>
- García Flórez, J. (2013). Patrones de migración en Colombia desde la perspectiva de la teoría de redes. *Cuadernos de Economía*, 32 (59), 337-362. Obtenido el 28 de noviembre de 2021 de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47722013000100014&lng=en&tlng=.
- Londoño Rojas, O. (2016). El papel de los medios de comunicación en la definición de las políticas públicas en Colombia Estudio de caso – Ley 1607 de 2012. <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/58139/79696755.2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Marugán Solís, F. (2016). La metáfora visual, elemento comunicador de las marcas en la publicidad exterior. *Revista Prisma Social*, (17), 116–139. Recuperado a partir de <https://revistaprismasocial.es/article/view/1279>
- Martínez Ferro, V. (2017). Libertad de expresión y seguridad: un análisis del discurso periodístico sobre inmigración. *Barataria. Revista Castellano-Manchega De Ciencias Sociales*, (23), 87-102. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i23.349>
- Mesa Reina, S. M. . (2020). La Migración Venezolana vista desde los medios y las audiencias. *Agenda Política*, 8(2), 56–73. <https://doi.org/10.31990/agenda.2020.2.4>
- Ospina Raigosa, L. (2019). Críticas y protestas en contra del discurso de los medios en Colombia. El Movimiento de Víctimas en contra del canal de televisión RCN. file:///Users/macbook/Downloads/Dialnet-CriticasYProtestasEnContraDelDiscursoDeLosMediosEn-7316687.pdf
- Oroza Busutil, R, & Puente Márquez, Y. (2017). Migración y comunicación: su relación en el actual mundo globalizado. *Revista Novedades en Población*, 13(25), 10-16.

Recuperado en 28 de noviembre de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S181740782017000100002&lng=es&tlng=es.

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

Tigau, C. (2015). La imagen de la migración calificada en América del Norte. *Migraciones Internacionales*, 8(2), 195–229. <https://web-p-ebSCOhost-com.ezproxy.uniminuto.edu/ehost/detail/detail?vid=3&sid=0f358b0c-7e10-4ea0-ab4a077c31d32228%40redis&bdata=JmxhbmNmc2l0ZT1laG9zdC1saXZlJnNjb3BlPXNpdGU%3d#A=N=114832986&db=a9h>

Thomas, F. (1994). Los estragos del amor: el discurso amoroso en los medios de comunicación. Editorial Universidad Nacional.

Vásquez Aguado, O. (1999). Negro sobre blanco: inmigrantes, estereotipos y medios de comunicación. <https://www.redalyc.org/pdf/158/15801209.pdf>

Velarde, J. (2020) El populismo punitivo de los medios de comunicación en Colombia. <https://alponente.com/el-populismo-punitivo-de-los-medios-de-comunicacion-en-colombia/>

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Amat. Y. (22 de agosto de 2021). ‘Permanencia de afganos en Colombia será temporal’. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/politica/gobierno/migracion-colombia-permanencia-de-afganos-en-colombia-sera-temporal-612318>

Aruj, S. (2008). Causas, consecuencias, efectos e impacto de las migraciones en Latinoamérica. *Papeles de población*, 14(55), 95-116. Recuperado en 28 de noviembre de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-74252008000100005&lng=es&tlng=es.

Calles Minero, C. (2009). Migrantes como noticia - recopilación investigativa - Edición N°43 <file:///C:/Users/dialo/Downloads/6736.pdf>

Castro, M. (27 de agosto de 2021). Director de Migración Colombia está en Washington ultimando detalles para llegada de afganos. Bluradio. <https://www.bluradio.com/nacion/director-de-migracion-colombia-esta-en-washington-ultimando-detalles-para-llegada-de-afganos>

Cuatro mil afganos llegarían a Colombia temporalmente en calidad de refugiados. (2021, 20 de agosto). Caracol. <https://noticias.caracoltv.com/colombia/cuatro-mil-afganos-llegarian-a-colombia>

EE. UU. estaría ultimando acuerdo con Colombia para enviar 4.000 afganos. (2021, 20 de agosto). El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/mundo/eeuu-y-canada/colombia-recibiria-migrantes-afganos-tras-acuerdo-con-estados-unidos-612013>

Gutierrez, S. (2010). Discurso periodístico: una propuesta analítica. <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n14/n14a7.pdf>

Palacio, C. (16 de mayo de 2010). La Teoría del Framing o Encuadre. The framing theory. <http://theframingtheory.blogspot.com/2010/05/la-teoria-del-framing-es-muy-efectiva.html>

Ruiz, C. (20 de agosto de 2021). Gobierno confirma que acogerá temporalmente a miles de refugiados afganos. Noticentro1. <https://noticias.canal1.com.co/nacional/colombia-acogera-temporalmente-miles-refugiados-afganos/>

Se ultiman detalles para recibir a ciudadanos afganos en Colombia. (2021, 22 de agosto). Portafolio. <https://www.portafolio.co/economia/gobierno/afganistan-ultiman-detalles-para-recibir-en-colombia-a-ciudadanos-afganos-555397>

Tras acuerdo con EE.UU., a Colombia llegarían cerca de 4.000 afganos. (2021, 20 de agosto). RCN. <https://www.noticiarscn.com/colombia/a-colombia-llegarian-cerca-de-4000-afganos-en-condicion-de-refugiados-386105>

Vargas, S. (27 de agosto de 2021). Migración Colombia ultima detalles para la llegada de afganos al país. Wradio. <https://www.wradio.com.co/noticias/actualidad/migracion-colombia-ultima-detalles-para-la-llegada-de-afganos-al-pais/20210827/nota/4161526.aspx>

¿Cómo será la llegada de los 4.000 afganos que vienen a Colombia?. (2021, 26 de agosto). Semana. <https://www.semana.com/mundo/articulo/como-sera-la-llegada-de-los-4000-afganos-que-vienen-a-colombia/202127/>

¿Podría Colombia recibir a 4.000 refugiados de Afganistán?. (2021, 20 de agosto). El Espectador. <https://www.elespectador.com/mundo/america/podria-colombia-recibir-a-4000-refugiados-de-afganistan/>