

**VISIBILIZACIÓN DE LA VIOLENCIA ARMADA A PARTIR DE LA  
CONSTRUCCIÓN NOTICIOSA EN EL PERIÓDICO *EL PROPIO* DE LA CIUDAD  
DE MONTERÍA: UN ANÁLISIS DE CONTENIDO**

**CARLOS MARIO SOTO CARRASCAL**

**UNIVERSIDAD DEL NORTE  
DIVISIÓN DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO  
BARRANQUILLA-COLOMBIA**

**2013**

**VISIBILIZACIÓN DE LA VIOLENCIA ARMADA A PARTIR DE LA  
CONSTRUCCIÓN NOTICIOSA EN EL PERIÓDICO *EL PROPIO* DE LA CIUDAD  
DE MONTERÍA: UN ANÁLISIS DE CONTENIDO**

**CARLOS MARIO SOTO CARRASCAL**

**Trabajo de grado como requisito para optar al título de Magíster en  
Comunicación**

**Ph.D. JESÚS ARROYAVE CABRERA**

**ASESOR**

**UNIVERSIDAD DEL NORTE**

**DIVISIÓN DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES**

**PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**

**BARRANQUILLA-COLOMBIA**

**2013**

## NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

**Firma**

**Nombre:**

**Jurado**

---

**Firma**

**Nombre:**

**Jurado**

**Barranquilla, Noviembre de 2013**

## **DEDICATORIA**

*Dedico este logro, esencialmente, a mis padres: Pedro Manuel Soto Tirado y Gloria Del Carmen Carrascal Contreras; a mis hermanos Javier Alberto, José Alfredo y Paola.*

*De igual manera a mi esposa María Angélica, quien me acompañó en este bello recorrido y siempre estuvo a mi lado.*

**Carlos Mario**

## **AGRADECIMIENTOS**

Con todo el amor y la honestidad en cada palabra, quiero agradecerle a Dios por ser fuente de sabiduría y luz espiritual que me llenó de esperanza y tranquilidad para afrontar cada reto.

A la Universidad del Norte, por brindarme su educación de alta calidad y todo el apoyo para ser un profesional integral.

A mi director de Tesis, Dr. Jesús Arroyave Cabrera, por su paciencia y dedicación, gracias a su enorme experiencia y conocimiento supo orientarme para que alcanzara con éxito un peldaño más en mi formación académica.

A la Dra. Pamela Flores, por sus oportunas y pertinentes recomendaciones.

A mis docentes, quienes de manera rigurosa y didáctica supieron compartir, en cada clase, su alto bagaje investigativo y compromiso con la comunicación en todas sus esferas.

A mis compañeros y amigos, quienes aportaban, en sugerencias y orientaciones ideas constructivas para afianzar mi tesis y siempre estuvieron dispuesto a acompañarme en momentos difíciles.

A todas aquellas personas que de alguna u otra manera hicieron parte de un proceso que hoy se concreta para satisfacción personal y profesional.

Muchas gracias.

## **EL AUTOR**

## RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación ha tenido el propósito de analizar la manera cómo se visibiliza la violencia armada en la prensa sensacionalista, con la finalidad de entender cómo se construye noticiosamente este tipo de violencia en el Periódico *El Propio*, diario popular de circulación vespertina en el contexto de la ciudad de Montería (Córdoba), desde las concepciones de la teoría de la construcción noticiosa formulada por Rodrigo Alsina (1989). Metodológicamente el trabajo es de tipo descriptivo-inferencial, con un método de análisis cuantitativo, un diseño longitudinal seleccionado entre junio y diciembre de 2011 bajo el muestreo de semana compuesta; y la técnica empleada ha sido el análisis de contenido, con propósitos de describir sistemáticamente el contenido noticioso de este diario popular.

Para el logro de sus fines investigativos, el estudio se ha propuesto establecer los principales rasgos caracterizadores de la agenda noticiosa del periódico *El Propio* mediante categorías e indicadores específicos adoptados para análisis; la determinación de las categorías macroestructurales y microestructurales que constituyen la composición textual y discursiva de las noticias judiciales de la muestra seleccionada; y la identificación de los rasgos del contenido en las imágenes fotográficas que referencian dichas noticias.

Los resultados dan cuenta de una construcción noticiosa proyectiva de la violencia armada como un fenómeno estatuido socialmente en el contexto monteriano y cordobés, con actores, roles, modus operandi, espacios y clases sociales mayormente expuestos que otros de aquéllos en sus páginas; lo que pudiera incidir en la estigmatización de determinados espacios y grupos sociales, proyectando una cierta imagen estereotipada de la criminalidad.

**Palabras clave:** prensa sensacionalista, medios masivos, violencia armada, construcción noticiosa, análisis de contenido.

## ABSTRACT

This research has been intended to analyze how armed violence made visible in the tabloids, in order to understand how to build newsly such violence in the Journal's own, popular daily evening service in the context of Montería, Córdoba, from the conceptions of news construction theory formulated by Rodrigo Alsina (1989). Methodologically the work is descriptive- inferential, with a quantitative analysis, longitudinal design selected between June and December 2011 under the composite week sampling, and the technique used was content analysis, which Martin Martin (2001) defines as "a research technique whose purpose is the objective, systematic and quantitative manifest content of communication or any other manifestation of behavior".

To achieve its research purposes, the study has been proposed to establish the main characteristic features of the news agenda of the newspaper owned by categories and indicators adopted for analysis, the determination of categories macrostructural and microstructural composition constituting textual and discursive judicial news of the sample, and the establishment of the features of the content of the photographs that reference such news.

The results show a construction of projective news of armed violence as a social phenomenon in the context of Montería and Córdoba, with actors, roles, modus operandi, spaces and social classes most exposed than others in its pages, which might affect the stigmatization of certain social groups and spaces, projecting a certain stereotype of criminality.

**Keywords:** tabloids, media, armed violence, construction news, content analysis.

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO	6
I. INTRODUCCIÓN	13
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	20
2. OBJETIVOS	21
2.1. OBJETIVO GENERAL	21
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
3. JUSTIFICACIÓN	22
4. MARCO REFERENCIAL	26
4.1. ANTECEDENTES	26
4.1.1. La prensa amarillista en sus inicios	27
4.1.2. Definiendo el sensacionalismo	28
4.1.3. Desarrollo de este tipo de prensa popular	29
4.1.4. América Latina se viste de amarillismo	30
4.1.5. Colombia y la prensa amarillista	32
4.1.6. La prensa sensacionalista en Montería	32
5.2. MARCO TEÓRICO	33



4.2.1.	¿Desde dónde se elabora la realidad social en los diarios populares sensacionalistas?	33
4.2.2.	Agenda Setting y el eco del mensaje en los consumidores. Un punto de convergencia desde la teoría de la comunicación	34
4.2.3.	El encuadre y la fotografía en las piezas noticiosas	36
4.2.4.	El mensaje, su consumo cotidiano, abordaje de lo popular y lo culto	42
4.2.5.	El fenómeno de la violencia armada como mensaje noticioso	45
4.2.6.	Dualidad entre la prensa popular sensacionalista y la violencia armada	50
4.2.7.	La construcción de la noticia	66
4.2.8.	La violencia armada: entre la sensación y la comunicación	71
5.	DISEÑO METODOLÓGICO	74
6.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	83
7.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	84
7.1.	Análisis del texto en la noticia	88
7.1.1.	Análisis de la Macroestructura textual	89
7.2.	Análisis de la fotografía en la noticia	101
7.2.1.	Análisis del Factor Icónico	107

7.2.2.	Análisis del Factor de Función Dominante	109
7.2.3.	Análisis del Factor de Determinación	111
7.3.	Discusión: La construcción noticiosa asumida desde el periódico <i>El Propio</i>	115
8.	CONCLUSIONES	130
9.	RECOMENDACIONES	136
10.	REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS	140
11.	ANEXOS	149

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
1. Tabla n° 1: Variables, dimensiones, categorías e indicadores de análisis	82
2. Tabla n°2 : Cronograma de actividades	83
3. Tabla n°3 : Ediciones seleccionadas mediante muestreo de semana compuesta	88
4. Tabla n°4: Género periodístico empleado en las noticias	89
5. Tabla n°5: Tipo de violencia aludido en las noticias	90
6. Tabla n°6: Víctimas de violencia armada en las noticias	91
7. Tabla n°7: Apelación a mecanismos para causar efectos en los lectores	92
8. Tabla n°8: Escenarios del hecho noticioso	93
9. Tabla n°9: Frecuencia y hora de los acontecimientos noticiados	94
10. Tabla n°10: Fuentes noticiosas y adjetivos empleados en el suministro informativo	95
11. Tabla n°11: Actores protagonistas, clase social, antecedentes y adjetivos en las noticias	97
12. Tabla n°12: Indicadores de violencia explícita en la estructura noticiosa	98
13. Tabla n°13: Indicadores de la adjetivación consignada en las noticias	100
14. Tabla n°14: Actores noticiosos y frecuencia de aparición en las imágenes	102
15. Tabla n°15: Lugares de registro de las imágenes noticiosas	103
16. Tabla n°16: Nivel socioeconómico de los actores en las imágenes	104

17.	Tabla nº17: Medios y niveles de agresión mostrados en las imágenes noticiosas	105
18.	Tabla nº18: Frecuencia de aparición de las imágenes según su hora de registro	106
19.	Tabla nº19: Variables del factor icónico presentes en las imágenes noticiosas	107
20.	Tabla nº20: Variables del factor de función dominante manifiestas en las imágenes	108
21.	Tabla nº21: Variables del factor determinante presentes en las fotografías noticiosas	110
22.	Tabla nº22: Variables	112

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
1. Anexo A: Foto n°1: Muestras seleccionadas de ejemplares del periódico <i>El Propio</i>	150
2. Anexo B: Instrumento de investigación adaptado para análisis de contenido	151
3. Anexo C: Matriz de variables para análisis de contenido en SPSS (v. 2.0)	161
4. Anexo D: Formato de entrevista a medios de comunicación	162

## INTRODUCCIÓN

La prensa sensacionalista gradualmente ha ganado terreno en términos de presencia en la ciudad de Montería, lo que se debe, a la incorporación de nuevas ofertas noticiosas fundamentadas en su estilo característico. Esto se evidencia en la reciente incorporación de diarios como *El Propio* y *Al Día*, tabloides que han modificando las formas y métodos para estar al tanto de los diferentes hechos o fenómenos sociales, judiciales y políticos registrados en Montería y demás municipios cordobeses. En este contexto, surge el periódico *El Propio*, de formato tabloide y producido por la misma casa editorial del diario *El Meridiano de Córdoba*.

El crimen, la violencia del narcotráfico, los accidentes de tránsito, las muertes por venganza y celos, entre otros, suelen ser motivo atractivo de lectura para muchas personas, quienes ven en estos periódicos una distracción cotidiana. Pues, en palabras de Nívea Pedroso (1994) este modo de comunicación llama la atención del lector mediante la “vedetización” de acontecimientos y personajes, y lo hace a través de señuelos gráficos, visuales y lingüísticos que generan placer, espectacularidad, curiosidad y morbo en las clases populares, ante la cruda exposición de la sangre y el sexo.

Ante tales circunstancias, bien vale la pena reflexionar respecto a la oferta mediática del sensacionalismo para atraer a estos públicos, considerando que el estudio de sus contenidos puede llegar a aportar elementos de juicio para el entendimiento de esta dinámica comunicacional.

Se ha propuesto identificar entonces, los principales elementos noticiosos que caracterizan la agenda sobre la violencia armada en el estilo sensacionalista del diario *El Propio*, en función de poder acercarse a sus criterios de construcción noticiosa, y dilucidando que este estudio cuantitativo se circunscribe a la parte periodística de este tabloide. Para lo cual ha sido dado determinar las categorías macroestructurales y microestructurales que constituyen la composición textual y discursiva de las noticias judiciales del periódico, como también el establecimiento

de los rasgos característicos del contenido de las imágenes fotográficas, los cuales se cifran en la tipificación de sus funciones icónica, de factor dominante y función determinante.

Se desarrolla teóricamente la perspectiva de construcción de la noticia, desde las propuestas formuladas por Alsina (1989), que asumen la noticia como una representación de la realidad construida por el ser humano. Así mismo y en aras de una mayor rigurosidad en el estudio, se han contrastado los abordajes teóricos de diversos autores desde perspectivas concernientes a la asunción de la realidad social desde la construcción simbólica del periodismo; la Agenda Setting y el efecto del mensaje mediático; el encuadre del texto y la fotografía; el consumo del mensaje, lo popular y lo culto; el periodismo sensacionalista, el concepto de lo popular y la violencia armada como fenómeno social y mediático.

la construcción de la noticia emerge como un tipo especial de realidad: la realidad pública, entendida como el proceso de construcción, circulación y el consumo noticioso ejercidos desde este campo de la comunicación pública. Así, los lectores del sensacionalismo reciben la información, construyen imágenes y generan visiones de lo identitario-alterno, además de que sus perspectivas hacia su propia cultura y las demás varían de acuerdo con lo que ven, de lo que se desprende la asunción de las prácticas periodísticas como proceso de construcción de la realidad social.

Respecto al objeto de estudio, éste se fundamenta en las noticias y la fotografía del periódico *El Propio* de la ciudad de Montería. El corte de tiempo es de junio a diciembre de 2011, con un diseño muestral de carácter longitudinal que comporta 57 noticias judiciales y 20 fotografías acompañantes, seleccionadas mediante la técnica de semana compuesta, donde toda la información acopiada y sistematizada se obtuvo a través de metodología del análisis de contenido, con un instrumento cuantitativo, en el cual el análisis de resultados comprende la variable principal “Violencia armada” en las noticias e imágenes, con sus respectivas categorías, indicadores y variables auxiliares de categorización. Precizando un

poco el objeto de estudio, y para discernir sus alcances de la violencia que se desprende del llamado “conflicto armado” –con sus connotaciones políticas inherentes-, la categoría de violencia armada se concibe la ocurrencia de agresiones físicas o crímenes perpetrados con armas de fuego, cortopunzantes o contundentes, y que arrojan saldos mortales o heridas en sus víctimas, los que para el caso, ocurren en el contexto urbano monteriano por diversidad de motivos.

La metodología comprende así un análisis de contenido cuantitativo de tipo descriptivo, así como una aproximación interpretativa concerniente a los hallazgos establecidos, en el tópico de Discusión. Para la determinación de las unidades de análisis de contenido se han seguido las formulaciones de Krippendorff (1990), donde se distinguen unas unidades de muestreo, unidades de registro y unidades de contexto. Al respecto, la comunicación objeto de análisis corresponde a la prensa sensacionalista de la ciudad de Montería materializada en el periódico *El Propio*, tabloide sensacionalista de circulación regional que posee unas particulares características de diseño, discurso, infografía y temáticas tratadas, cuyo contenido general está constituido por las secciones *Tal Cual*, *Mi Gente*, *PropioCruci*, *En la Jugada*, *Clasificados*, *Relájate*, y *La Nena*.

El Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS; versión 2.0) ha sido una herramienta de ayuda en el alcance de las metas de investigación propuestas, donde el análisis del texto en la noticia incluye estructuralmente la selección de la comunicación a estudiar, que es el periódico *El Propio* de Montería, modalidad prensa escrita, con una categorización de las noticias correspondientes a la sección judicial y las imágenes fotográficas acompañantes de tales noticias, una unidad de registro correspondiente a veinte ejemplares de *El Propio* comprendidos en el periodo junio-diciembre de 2011, y sus unidades contextuales se cifran en las páginas completas de la sección judicial de este tabloide (*Tal Cual*).



## **1. DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

Esta propuesta de investigación busca interpretar los procesos socioculturales que tienen lugar al interior de la relación dialógica de construcción, producción y recepción de una forma particular de ejercer y asumir la actividad periodística, como lo es el fenómeno de la prensa amarillista. No representa novedad alguna el reproducir la opinión respecto a que éste es un hecho agotadamente cuestionado y discutible desde el ámbito de la academia y desde los preceptos de la ética periodística en los sectores más conservadores; pero en cambio resulta muy interesante reflexionar acerca de la prensa amarillista en función del gran impacto que suscita, de la eficacia en el cabal cumplimiento de sus fines comerciales, políticos e ideológicos, logros que le dan unas dimensiones insospechadas y sociológicamente muy seductoras, como fenómeno de primer orden en el ámbito de la comunicación de masas y en la comprensión de las dinámicas de interacción y construcción de las sociedades contemporáneas.

Es justamente en esta perspectiva epistémica de lo comunicativo y lo sociocultural en la que se sitúa este estudio, y en forma concreta se pretende indagar por los elementos que derivan de la construcción noticiosa ejercida desde la prensa amarillista, a través de las técnicas e instrumentos del análisis de contenido. Es de señalar que el fenómeno del amarillismo es un hecho de creciente e inusitada producción, demanda e influencia sociocultural en el mundo, donde cabe profundizar un poco en lo particular del objeto de estudio.

#### **1.1.1. El periódico *El Propio***

El periódico *El Propio* de Montería, ha sido el órgano que se ha tomado para este estudio, habida cuenta de sus características particulares de diseño, discurso, infografía y temáticas tratadas. Este tabloide de carácter sensacionalista inició sus labores el 1° de octubre de 2007, y su contenido general está constituido por las

secciones *Tal Cual*, *Mi Gente*, *PropioCruci*, *En la Jugada*, *Clasificados*, *Relájate*, y *La Nena*, bajo la coordinación de la periodista Erly Rojas Salguero, editora general del periódico.

El diario es propiedad del conglomerado mediático Grupo Editado S.A.S., que es dueño del periódico *El Meridiano de Córdoba*, y según la editora general de *El Propio*, el motivo primordial de fundación de un rotativo informativo de estas características, fue el hecho de que sus fundadores se dieron cuenta que un sector importante de los lectores habituales y ocasionales de *El Meridiano de Córdoba* compraba, compartía y comentaba el diario con el ánimo primordial de hojear más que nada las páginas de la Sección Judicial, dedicada a informar sobre los delitos, crímenes brutales, violaciones, accidentes de tráfico, delincuencia común y situaciones de orden público en la ciudad y el departamento.

De tal suerte que en la perspectiva de la visión corporativa y comercial de los directivos, se consolidó la idea de satisfacer ese mercado a través de la creación de un producto periodístico con particulares características de diseño, tamaño, precio, impacto visual en la titulación, lenguaje, diagramación, infografía, focalización noticiosa específica y modalidad de entrega ágil, rápida y personalizada. Así como la gran novedad en la introducción del tiempo de circulación vespertina (los ejemplares correspondientes a cualquier día de la semana son puestos en la calle desde las 4 de la tarde del día anterior). Es decir, un producto a todas luces pensado en los propósitos de la denominada prensa amarillista, esa que se nutre del escándalo parroquiano, que se solaza en las trifulcas más pedestres, que se centra en las calamidades domésticas de las gentes del común, de los seres anónimos que constituyen el paisaje cotidiano del barrio, de la cuadra, del coloquio social de las tiendas de esquina en el Caribe colombiano.

Así tuvo lugar el nacimiento del periódico *El Propio*, y tal parece que sus fines sociopolíticos, ideológicos y económicos han sido tan exitosos, que en palabras de la editora general del periódico, actualmente se produce un tiraje diario promedio

de casi 20 mil ejemplares, con un porcentaje de ventas de entre el 80% y 90% del tiraje total puesto en circulación.

Es de señalar que, como órgano noticioso institucional, *El Propio* está afiliado a la Asociación Andina de Diarios Andinarios, y sus reporteros están adscritos a la Federación Colombiana de Periodistas FECOLPER, que agrupa a 1300 periodistas en 21 departamentos del país, así como a la Federación Internacional de Periodistas FIP, entidad que reúne a 600 mil comunicadores sociales y periodistas en 126 países de todo el mundo.

Conviene también acotar que el sustento de esta investigación estuvo definido por la perspectiva teórica de la “Construcción de la Noticia” de Rodrigo Alsina (1989), y se apoya en la necesidad de comprender las circunstancias en las que se dio la construcción noticiosa de la violencia, que se expone en las noticias y las fotografías, que se publican a diario en las páginas de la prensa popular o sensacionalista. Esto se considera pertinente desde la perspectiva mediática, con propósito de comprender y asumir la violencia como un elemento que destruye el orden social e influye en la manera cómo nos relacionamos y afrontamos la dinámica del entorno social. Pero no la violencia rotulada como una generalidad. La que puntualmente interesó para los fines de esta investigación ha sido la violencia armada que se expone en las páginas de los tabloides, esa que desde la reflexión sociológica de algunas teorías puede denominarse como violencia mediática en la ciudad, una estructura complejamente construida, donde se entretejen las diversas prácticas, imaginarios e ideologías de las sociedades desarrolladas en los espacios urbanos.

Por ello este estudio tuvo la pretensión de conectar dos temáticas que son: la prensa popular y el fenómeno de la violencia armada; buscando dar cuenta de la forma como ésta se visibiliza en sus páginas. Esa violencia mediática que hasta ahora no ha sido estudiada lo suficiente en nuestra ciudad, pero sigue apareciendo en los medios, construida a través del lenguaje, que no existe fuera

de él y por lo tanto es objeto de investigación en el campo de conocimiento de la comunicación.

Ante ese problema fue necesario caracterizar los aspectos que la describían y que hasta ahora no se había llevado a cabo en un medio local escrito como es el caso del periódico *El Propio*, que cumple las condiciones para ser identificado como popular por sus temáticas, lenguaje y estructura, y porque circula en los sectores populares de la población, que en esta ciudad se constituyen en la mayoría.

Con base en cada uno de los argumentos expuestos en este ítem, y teniendo en cuenta la naturaleza y características del objeto de estudio y los propósitos subyacentes del mismo, surge entonces la siguiente pregunta de investigación:

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

A través de un análisis de contenido, ¿Cómo se visibiliza y caracteriza el fenómeno de la violencia armada en el contexto de la ciudad de Montería, desde la construcción noticiosa de la prensa popular, a partir del estudio de las noticias e imágenes fotográficas judiciales del periódico *El Propio*?

### 1.2.1. Subpreguntas de investigación

- ¿Cuáles son los elementos caracterizadores de la agenda noticiosa del periódico *El Propio*, en relación con la forma de construcción noticiosa de la violencia armada?
- ¿Cuáles son las categorías macroestructurales y microestructurales que constituyen la composición textual y discursiva de las noticias judiciales del periódico *El Propio*?
- ¿Cuáles son rasgos característicos del contenido de las imágenes fotográficas de la sección judicial en el periódico *El Propio*, determinados en sus funciones icónica, de factor dominante y función determinante?
- A partir de su construcción noticiosa asumida, ¿Se constituye el periódico *El Propio* en un medio visibilizador de la realidad social en materia de orden público, o en una exposición conmocionante y desmedida de hechos violentos aislados?

## 2. OBJETIVOS

### 2.1. Objetivo General

Analizar la forma cómo se expone la violencia armada en la prensa popular de la ciudad de Montería, desde la teoría de la Construcción Noticiosa y mediante un análisis de contenido, a partir del estudio de las noticias e imágenes fotográficas de la sección judicial del periódico sensacionalista *El Propio*.

### 2.2. Objetivos Específicos

- Identificar los principales elementos que caracterizan la agenda noticiosa del periódico *El Propio*, en relación con la manera en que se construyen las noticias acerca de la violencia armada en la prensa popular sensacionalista de Montería, mediante categorías e indicadores específicos adoptados para el análisis.
- Determinar las categorías macroestructurales y microestructurales que constituyen la composición textual y discursiva de las noticias judiciales del periódico *El Propio*.
- Establecer los rasgos característicos del contenido de las imágenes fotográficas de la sección judicial en el periódico *El Propio*, a través de la identificación de sus funciones icónica, de factor dominante y función determinante.

### 3. JUSTIFICACIÓN

La prensa popular o sensacionalista ha ganado una gran aceptación en el medio local, desde que se creó el Periódico *El Propio* las personas han estado leyéndolo de forma creciente, con gran interés.

Sin embargo, este tipo de formato también es criticado por muchos quienes lo ven como algo grotesco y mal intencionado, con el único objetivo de vender el producto por encima de una noticia de interés general. A nivel mundial se ha estudiado este fenómeno, y en América Latina se han emprendido algunas investigaciones (Macassi, 2001 y 2002, Sartorini, 1999 y 2001, Nivea Pedroso, 1989 y 1994), con aportes significativos aunque incipientes hacia el entendimiento del fenómeno comunicativo, no obstante en Colombia aún falta más por hacer en esta materia.

En nuestro contexto local hay ausencia de investigaciones al respecto, por tal razón se cree que esta iniciativa de estudio es necesaria, pertinente y genera aportes relevantes. Destacados estudiosos como Macassi (2002) explican que este tipo de prensa popular ha tenido un vasto nivel de investigaciones referentes al nivel periodístico, pero poco en escenarios culturales, de acuerdo a la preferencia del lector en una sociedad dinámica y cambiante.

En Montería, este terreno nunca se ha explorado en este sentido, vale la pena realizar estudios que den cuenta de estos fenómenos.

El diario *El Propio* ha permeado estratos, clase social y niveles de escolaridad, por tal motivo el impacto ha sido sorprendente, por su carga de violencia, imágenes alusivas al sexo, al morbo, a la degradación misma de lo cotidiano. Entender la construcción social de esta prensa entonces, es un tema interesante, y así, esta investigación establece las características de los contenidos que hacen posible, el hecho de ser vistos como sensacionalistas, es importante determinar el grado de

amarillismo registrado en estos periódicos y de aquellas herramientas discursivas e iconográficas con que estos diarios proponen y elaboran las noticias.

Los resultados permitirán una reflexión en torno a este fenómeno en la ciudad de Montería, al interior del colectivo de comunicadores en las universidades regionales y a los investigadores que deseen continuar explorando más sobre el tema. Así mismo, este estudio establecerá una base en la manera de cómo se construye y maneja la noticia sensacionalista en Montería.

Por otra parte, es menester determinar las características de fenómeno de la violencia elaborado en el contenido de la prensa popular sensacionalista y hacia este punto radica fundamentalmente este estudio, entender, comprender, más allá de los rasgos generales, cómo se construye la noticia de la violencia armada que se produce en las páginas del diario *El Propio*, de Montería.

La conceptualización aplicada en este tratado es la propuesta por Alsina (1989), la cual apoya el entendimiento de cómo los mensajes permiten dibujar la realidad de una sociedad a partir de sus formas de construcción. Se enfatizará el estudio en los textos y las fotografías, pues se convierten éstos en elementos determinantes a la hora de hacer un análisis y construir juicios alrededor de este particular hecho.

La revisión de la literatura al respecto, muestra el hecho inocultable de que los medios se constituyen en la principal fuente de conocimiento de la realidad para muchas personas, lo cual pudiera repercutir peligrosamente en sus relaciones y formas de desarrollo social. Pues como asevera Martini (1999), el fundamento de estas propuestas se circunscribe a mostrar y conmover, antes que a demostrar y reflexionar, dado que el cruce de los ámbitos público y privado tal vez pueda llevar al establecimiento de las relaciones entre el delito y ciertos aspectos críticos de la sociedad.

También se considera de importancia el que en la construcción noticiosa generada por el sensacionalismo, el debate y la reflexión al parecer estén planteados desde la conmoción, lo que de cierto modo se articula con algunos fines de los discursos



hegemónicos. Pues se desestiman las interacciones que deberían darse desde el espacio de la esfera pública, donde los medios están llamados a auspiciar el diálogo y conocimiento de la sociedad, para tomar decisiones, cuando enfatizan la violencia y magnifican sus atributos.

## **4. MARCO REFERENCIAL**

### **4.1. ANTECEDENTES**

Profundizar sobre la dimensión del discurso periodístico es una tarea compleja, si se tiene en cuenta que cada elemento constituyente del texto se convierte en un activador de sentidos, esto es, de los elementos discursivos o lingüísticos que vierten significados y connotaciones.

No obstante, desde las formulaciones de Martín- Barbero (1978), es posible plantear el trabajo de los medios como un discurso sin confundir éste con el mensaje o sus estructuras de significación. Texto como práctica discursiva, no como algo que está estático y que después hay que ver cómo se relaciona con el modo de producción, sino como parte integrante, constitutiva de él. Esta idea del trabajo discursivo de los medios planteada por el estudioso colombo-español Martín- Barbero se aproxima a la asunción del lenguaje como trabajo, propuesta con otros términos por la teoría socio semiótica del discurso.

Durante mucho tiempo la prensa tradicional constituyó el medio de comunicación masivo más alejado de la masa, de esa inmensa población que era al mismo tiempo popular y urbana. A su calidad institucional y tinglado cultural no se le permitió, desde las cúspides de su lenguaje exquisito y hegemónico, acercarse a las motivaciones, los sueños, las maneras de relatar las cotidianidades y las pequeñas tragedias domésticas de ese pueblo no letrado.

La prensa denominada popular o sensacionalista, es percibida como una manera de expresar desde lo vulgar y lo "grotesco" las dinámicas culturales de las transformaciones que se vivieron en el siglo XX, desde un lenguaje muy particular. Pero por su naturaleza, a ésta las críticas y los comentarios más agrios en materia de calidad discursiva no se han hecho esperar, por el contrario; han sido permanentes.

Desde sus inicios y a partir de diferentes ámbitos se han proferido críticas y rechazos hacía este tipo de periodismo. Se le considera subjetivo, oportunista, falta de ética, racista, machista, carente de veracidad y credibilidad, entre otros apelativos. (Aparicio, 2008).

Sin embargo y antes de profundizar en el discurso sensacionalista manejado en el periódico El Propio en menester realizar un abordaje teórico deductivo del periodismo impreso de masas. Es así como se partirá desde el origen del periodismo de masas y comienzo de su expansión global. De la mismo modo, se tratará la manera cómo este fenómeno se vino dando en otras partes del mundo como Estados Unidos, Europa, Latinoamérica, hasta llegar a los inicios del periodismo de masas en Colombia y por supuesto en Montería.

#### **4.1.1. La prensa amarillista en sus inicios**

Esta iniciativa se remonta al conflicto generado en Estados Unidos por los periodistas William Randolph Hearst y Joseph Pulitzer, dos grandes personajes, propietarios de los diarios Journal y New York World, cada uno con la firme intención de atraer lectores, pues ellos ofrecían una alternativa para vender las noticias caracterizadas por el exceso de crueldad, violencia y sexo.

Según Macassi (2002), el hecho de crear un personaje cómico llamado “Yellow Kid” o niño amarillo llegó graficar en esencia, al periodismo amarillista, razón por la cual le dieron el nombre de amarillismo.

Por otra parte, Torrico (2002) plantea que este concepto surgió a partir de la impresión de noticias en papel amarillo y que incluso sus titulares resaltaban este color, y su referencia se ha extendido al tipo particular de comunicación periodística que trata de sacar el mayor provecho en la publicación de notas sangrientas o escándalos, chismes, leyendas urbanas, cosas que atraigan la atención de la gente por su colorido más que por su información, pues de lo que se trata es de vender.

De otro lado, Gargurevich (1999) expone que “El interés popular por noticias relativo a hechos violentos es tan antiguo como el periodismo mismo, tanto manuscrito como impreso, como ha sido demostrado por muchos historiadores”. En Estados Unidos en donde este tipo de prensa amarillista tiene su mayor auge, y donde además existe una mayor inversión en aparatos tecnológicos, infraestructura, una población altamente consumidora de prensa, una gran maquinaria para producir noticias, y aún más si se trataban de noticias llamativas o espectaculares que atraían a los lectores por su formato.

#### **4.1.2. Definiendo el sensacionalismo**

Son muchas las teorías y abordajes que se le han dado al periodismo amarillo, muchos autores han expuesto su tesis alrededor de su conceptualización. Desde diferentes perspectivas, tal como lo plantea Pedroso (1994), el periodismo sensacionalista es “una actividad de identificación y exacerbación del carácter singular de los acontecimientos a través del énfasis, incremento o sustracción de elementos lingüísticos, visuales (sonoros) e ideológicos, por medio de la repetición de temáticas que contienen conceptos y valores que se refieren a la violencia, la muerte y la desigualdad social”.

Esta definición propone entender el periodismo sensacionalista como un tipo de prensa que apela a lo extraordinario, principalmente sobre hechos violentos y tragedias que manifiestan las diferencias de clases y dinámicas que hay en la sociedad.

Por su parte Torrico (2002) define al sensacionalismo como:

*“La modalidad periodística que busca generar sensaciones –no raciocinios- con la información noticiosa, tomando en consideración que una sensación es una impresión que se produce en el ánimo de las personas al impactar sus sentidos y sistema nervioso con algún estímulo externo. Los fines de tal modalidad son económico-comerciales o económico-políticos” (2002, pp. 38).*

Para José Martínez de Sousa (1992, citado por Torrico, 2002), sensacionalismo es la "Tendencia de cierto tipo de periodismo a publicar noticias sensacionales" y explica que ella puede traducirse en una versión "de fondo", en que las materias presentadas "exploran las bajas pasiones y los intereses menos nobles del público", y otra "formal", que se funda en un manejo llamativo de los elementos exteriores de una publicación .

Entender al amarillismo es de alguna manera pensar que éste nutre al sensacionalismo pero de manera hiperbólica, de una forma fatalista, espectacularizando los espacios y escenarios noticiosos.

No obstante ambos conceptos tienden a jugar y apelar a las sensaciones de los lectores y emociones a partir de la redacción de noticias, con un tono desnudo haciendo énfasis en el sexo y a la violencia extrema. Discerniendo el enfoque desde el que se afronta este análisis de contenido, conviene aclarar que la definición de Pedroso (1994) se considera la más pertinente para los fines de análisis, dada la singularidad y el carácter crítico-social de su propuesta, donde se subraya la exacerbación de los acontecimientos a través del énfasis, incremento o sustracción de lo que la autora denomina "señuelos lingüísticos, visuales, gráficos e ideológicos", mediante la reiteración llevadas al extremo, las que contienen sin duda unas implicaciones axiológicas y políticas inherentes.

#### **4.1.3. Desarrollo de la prensa popular**

Es interesante la manera cómo gran variedad de autores han abordado el fenómeno de la prensa popular. Macassi (2002), sostiene que este tipo de prensa ha evolucionado mucho, desde el Journal de New York de 1895 hasta los diarios sensacionalistas latinoamericanos como *El Chino* y *Ajá* del Perú o los bolivianos *Extra* y *Gente*.

Este fenómeno ha permeado muchas clases sociales y los formatos televisivos y virtuales no han escapado a esta gran tendencia. La prensa popular ha hecho visible muchos sectores de la sociedad, tales son los casos de los trabajadores

informales, conductores de flotas, oficiales de construcción e incluso indigentes , de la misma forma ha pasado con zonas rurales, veredas apartadas del casco urbano, poblaciones indígenas y comunidades en condiciones precarias económicamente.

Este tipo de personajes y condiciones comunitarias no eran visibles en la prensa formal tradicionalista, solo un espacio de ella era puesta a disposición a la realidad que se vivían en muchos pueblos y regiones.

En esta prensa popular se le da mayor importancia a hechos agresivos, a tragedias, al sexo, a la sangre que se genera comúnmente, en sectores populares, sin importar acontecimientos relevantes de tipo político-social.

Según Sunkel (1985), el lenguaje y la estética son dos elementos centrales que caracterizan la prensa sensacionalista. Según este autor, este tipo de prensa está marcada por una vertiente simbólico dramática, que la ha dotado de una estética cuyo fin es impresionar al lector mediante la representación teatral de los sentimientos y pasiones. (Citado en Parra y Domínguez, 2004). Mientras que Imbert, nos dice que "El discurso sobre la violencia coincide así, pues, con el discurso sobre el sexo. Los dos se juntan en la prensa sensacionalista en torno a las tres 'S' (sexo, sangre, sensacionalismo), siendo la muerte el colmo de lo inefable, la tentación suprema de lo indecible" (Citado por Torrico, 2002).

La prensa popular sensacionalista tiene un objetivo preciso, captar lectores, llamar la atención de las personas, de todo tipo de personas, cualquiera que sea su profesión u oficio y clases social. Maccassi (2002), considera que esta prensa se diseña para ser consumida y devorada lo más rápido posible.

En definitiva, las diferencias entre esta prensa popular sensacionalista y la prensa tradicionalista es la manera cómo se aborda a partir de la forma y el contenido de los acontecimientos, así, la primera fundamentalmente en formato tabloide, los titulares de mayor extensión y coloridos, colores fuertes, estrambóticos, el

lenguaje coloquial con el que se expresan, y la relevancia que le dan a temáticas sobre la muerte, la tragedia y el sexo.

#### **4.1.4. América Latina se viste de amarillismo**

La prensa sensacionalista en Latinoamérica se presenta, con características particulares, "es además usada peyorativamente para describir o adjetivar algo de mal gusto, poca calidad o insignificante" Cappellini (2004).

Desde una mirada cultural, Jesús Martín-Barbero habla de una "conciencia melodramática" (citado en Checa Montúfar; 2003) que ha caracterizado el desarrollo histórico-cultural de América Latina, lo que quizá en parte explica la constancia de la prensa sensacionalista en las mayorías populares. Como explica Jesús Martín Barbero, el melodrama es el "género en que se reconoce la América Latina popular, y hasta la culta...cuando se emborracha (...) Como si en él se hallara el modo de expresión más abierto al modo de vivir y sentir de nuestras gentes. (...) el melodrama sigue constituyendo un terreno preciso para estudiar la no contemporaneidad y los mestizajes en que estamos hechos" (Martín- Barbero, 1987, citado por Aparicio, 2008).

La prensa popular sensacionalista penetró hacia la mitad de los años 80 y los 90 en Lima-Perú, una prensa llamada también chicha como se le denomina en este país, este formato expone de manera peculiar, lo grotesco, el sexo femenino, violencia extrema, calificativos ofensivos a personajes públicos, a indigentes y todo aquello que pueda ser espectacularizado.

De la misma forma circulaba fuertemente diarios como *Extra*, *Ajá*, *El Chino* y *El Popular*, como los más importantes del país Inca. En Chile, circula el diario *La Cuarta*, éste es el formato más importante en el país, el cual registra acontecimientos trágicos y degradantes, en especial la figura de la mujer, con un lenguaje grotesco y degradante.

Así mismo, Marcelo Guardia (1999), señala que Bolivia también hace uso de este tipo de prensa con periódicos como *Gente* y *Extra* en Cochabamba, los cuales han

tenido muchos adeptos, pero también fuertes críticas. Sus lectores son jóvenes y eso ha impactado mucho en este país.

Parra y Domínguez, (2004), consideran que en Venezuela la prensa popular sensacionalista crece y maneja desde lo formal características similares a la de otros diarios amarillistas latinoamericanos, diarios *“La Columna”* y *“Panorama”*, penetran en muchos estratos sociales y captan la atención de miles de lectores.

En el caso de México, Jáquez, (2001), anota que debido al crecimiento de la violencia, principalmente en la capital, ha hecho cada vez más presente en los medios de comunicación de manera exagerada, se plantea la posibilidad de que se sigan abriendo espacios a este fenómeno desde la televisión, la web e incluso, el cine.

#### **4.1.5. Prensa amarilla en Colombia**

Existe la percepción de que la prensa amarillista en Colombia ha ganado mucho público, penetrando esferas sociales diversas, siendo objeto de estudio por muchos expertos en el tema.

Entre 1954 y 1976 en la ciudad de Medellín, se produjo y circuló el periódico más influyente de la prensa popular sensacionalista llamado *“Sucesos Sensacionales”*, un periódico de formato tabloide de distribución nacional.

Es importante destacar que este tipo de fenómenos mediáticos populares retoma un lenguaje coloquial, la manera particular de utilizar el idioma de la gente, reviven desde lo lingüístico representaciones identitarias de cada cultura regional del país.



## 4.2. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo de una propuesta metodológica de la naturaleza y características como las de la presente investigación, se hace necesario, en primera instancia, la recopilación de un acervo teórico que le otorgue coherencia metodológica y unidad conceptual, con el propósito de darle precisión y pertinencia al trabajo de análisis. En efecto, un trabajo investigativo que comporta el análisis estructural de un medio de comunicación, para el caso, los textos noticiosos e imágenes fotográficas de una sección de prensa determinada del periódico *El Propio*, así como una labor precedente de análisis de contenido de las unidades, categorías, y subcategorías que se puedan llegar a establecer a partir de lo que los textos e imágenes seleccionadas contengan, tanto al nivel del plano de la expresión semántica y simbólica, como en el plano del contenido, debe estar dotado de una solidez conceptual tal, que a la vez coadyuve en la comprensión del objeto de estudio y dilucide el procedimiento más expedito a seguir.

### 4.2.1. El enfoque desde donde se construye la realidad social en los diarios populares sensacionalistas

La realidad percibida se construye, según Luckmann (1966), como un universo simbólico en el que se confabulan los tiempos cronológicos para crear los significados que el ser humano utiliza para elaborar su realidad, en ella el hombre encuentra sentido a su vida.

De acuerdo con el anterior planteamiento, la comunicación se empezó a mirar, ya no como un proceso operativo y mecánico, sino como una manera humana de interactuar con los semejantes y el mundo, para sobrevivir en él y encontrarle sentido a la existencia. Lo que quiere decir que el ser humano crea su entorno, pero este también lo influye (Berger & Luckmann, 2006).

Realizando un paralelo con estos abordajes teóricos y asumiendo el hecho de que la realidad es elaborada se podría entonces afirmar que ello mismo ocurre con la

noticia misma, puesto que ambas son elaboraciones humanas donde el lenguaje es en esencia, el activador operativo que los constituye tal como se explica en la conceptualización de “La construcción noticiosa” planteada por Rodrigo Alsina (1989).

#### **4.2.2. Agenda Setting y el eco del mensaje en los consumidores. Un punto de convergencia desde la teoría de la comunicación**

Desde la perspectiva de la Agenda Setting (McCombs & Shawn, 1972), originada en los estudios de la prensa durante las elecciones presidenciales de 1968 en Estados Unidos, se plantea otra manera de concebir la comunicación y los medios masivos, enfocándose en los efectos que se desprenden de la llamada agenda mediática. Claro está que no sólo es esa agenda informativa la que utiliza el lector para construir su realidad cotidiana, también influyen elementos culturales, familiares y e intereses sociales.

A partir de las teorías de McCombs & Shawn (1972), se deja clara la idea de que los medios de comunicación favorecen una dinámica interna que selecciona una parte de la realidad social cotidiana. Al momento de seleccionar la información que será la agenda mediática, los periodistas dejan de lado una gran cantidad de opciones informativas y dan prioridad a otras que, por lo general, son las que encuadran en las páginas del periódico. La realidad es mucho más amplia y quizás más interesante; pero en definitiva eso lo decide el medio o el periodista.

Por otro lado, vale la pena resaltar que existen intereses mercantiles y políticos, de esos empresarios influyentes que controlan el proceso de creación de la noticia. La Agenda Setting demostró que los medios de cierta forma imponen los temas a la opinión pública.

En síntesis, esta teoría de la Agenda Setting tal vez pueda aportar a esta investigación en lo concerniente a la veracidad de que los medios adoptan intencionalidades implícitas hacia sus consumidores, y lo hacen mediante la sutil imposición temática. Ese segmento de la realidad social que hacia el que orientan

sus agendas, condiciona apriorísticamente las opiniones, decisiones e ideologías. Y esto se ve reflejado en sus encuadres.

#### **4.2.3. El encuadre y la fotografía en las piezas noticiosas**

Posterior a la teoría de la Agenda Setting empieza a surgir la perspectiva de los encuadres o Frames, que se definen como marcos, parecidos a los de una ventana o un cuadro, que los medios utilizan para enfocarse en una parte de la realidad. Según Sádaba (2001), el concepto es desarrollado por el sociólogo Goffman en 1974, quien a su vez lo tomó prestado del antropólogo Gregory Bateson (1955), quien se interesó por estudiar los marcos o encuadres y explicarlos como pautas de la conducta. Goffman usó la metáfora de los roles sociales, para explicar el comportamiento de los seres humanos en sociedad. En su obra, "Frame analysis. An essay on organization of experience", Goffman entendió el "frame" como un marco, porque este designa el contexto de la realidad, pero a la vez lo esquematiza e incorpora los datos objetivos que vienen de afuera.

Al Framing se le ha vinculado con la construcción de sentido del ser humano, puesto que primero las personas encuadran la realidad en un cierto orden y luego actúan, de acuerdo a unos hechos que consideran relevantes. Es decir, que el encuadre es usado para organizar o darle coherencia al pensamiento, como una manera de enfrentar la experiencia del mundo y decidir cómo se actúa ante la complejidad de la realidad (Fiss & Hirsch, 2005).

Muñiz & Igartua (2004) recogen el planteamiento de Semetko & Valkenburg (2006), y proponen la existencia de cinco encuadres o enfoques, que permiten desarrollar de una manera efectiva el análisis de los contenidos de los medios: 1. Atribución de responsabilidad, donde la responsabilidad y posible solución del asunto es atribuida a un gobierno, individuo o institución. 2. Conflicto entre individuos, grupos o instituciones. 3. El interés humano con el que se "dramatiza" o

“emociona” la información. 4. Moralidad enmarcada en un contexto de principios religiosos o prescripciones morales. 5. Las consecuencias económicas, presentando el asunto en términos de los efectos económicos a los que tendrá que enfrentar.

Sin embargo, Del Moral, J. et al. (2007) definen unas categorías de análisis del enfoque más completas, que lo entienden como la orientación que se le da a la noticia o el marco en que se encuadra, según la teoría del Framing. El enfoque de **enfrentamiento**: resalta el carácter conflictivo de la situación o los participantes; en el **conjetural**: la noticia se enfoca desde una perspectiva especulativa; el **histórico**: enfoca la información desde un punto de vista explicativo del proceso o cómo evoluciona; el enfoque **perspectivista**: indica cómo puede repercutir el hecho en el futuro; el **consensual**: resalta los puntos de acuerdo en torno a un tema o sucedido; el **competitivo**: quién tiene una posición ganadora y quién va perdiendo; en el **denunciador**: la noticia es enfocada desde la denuncia de una injusticia o error; el enfoque **documental**: ofrece una visión muy realista de la noticia mediante declaraciones o información, basándose sobre todo en datos; el **reactivo**: se basa en la respuesta o reacción de los principales protagonistas ante un determinado evento; y el enfoque basado en el **interés humano** que aplica un punto de vista emotivo.

#### **4.2.3.1. Funciones de la fotografía en la comunicación periodística**

Estos encuadres son aplicables más al texto periodístico, aunque en su contexto original fueron usados para analizar el medio televisivo. Tanto la imagen en movimiento como la fotografía cuentan una versión de la realidad, aunque en un formato distinto y ambas tienen la particularidad de no sólo contar una historia, sino de forzar una opinión en los ciudadanos del entorno donde viven, ya que lo que lleva a cabo el fotógrafo cuando obtura su cámara es capturar una porción de la realidad, y posteriormente en la página se integra tanto la fotografía como el texto periodístico, en un solo elemento: la noticia (Wilches; 1990).

Ambos, fotografía y texto le ayudan a comprender lo que lee y por lo tanto están compartiendo el mismo marco o enfoque. Uno refuerza al otro, en el proceso de construcción noticiosa. Y en cuanto a la codificación es más fácil el proceso con imágenes, tal como se usa con los niños en el aprendizaje de la lectura. Primero se les muestran imágenes de objetos, animales o personas y después textos, cuyos signos son más arbitrarios. Así mismo, el efecto de la fotografía se mantiene a lo largo del tiempo en la memoria y por ello la construcción de la noticia es más efectiva si utiliza ambas:

Los efectos cognitivos de las imágenes fotográficas se mantienen a lo largo del tiempo, especialmente facilitando el recuerdo y la recuperación de la información para aplicarla a futuras situaciones (Muñiz, Igartua & Otero, 2006).

La fotografía cumple también, al igual que el texto, la función de reducir la complejidad del mundo y presentar una versión, que tiene una intención. Jamás es objetiva y tal como le sucede al texto, sea que depende de lo que se omita o lo que se muestre en cada uno de los planos que aborda. Influyen la posición que se adopta, es decir, la pose, los objetos o los lugares que aparecen descritos y la frecuencia con que aparecen quienes están retratados allí. En la fotografía el cuerpo se expone como espectáculo y este elemento es difícil encontrarlo en un texto, por muy bien descrito que este (Castillo, 2000).

Además, la fotografía también es una construcción y tal como ocurre con la noticia es fabricada por los periodistas, es decir, que está influida por el proceso de producción, circulación y distribución que se da en el medio de comunicación (Rodrigo, 1989). Uno de los posibles instrumentos de análisis de la construcción fotográfica, que permiten medir el contenido de sus mensajes es el propuesto por Colle R. (1999), quien diseñó un instrumento de análisis descriptivo, según él aplicable a la fotografía de prensa, que agrupa cerca de 20 variables bipolares (con dos opciones opuestas) en cuatro grandes factores: icónico, verbal, de función dominante y de determinación. A continuación las agrupamos de acuerdo

a cada factor a que pertenecen, tal como aparecen en su contexto original, y las definimos:

**Factor Icónico:** El icono es una unidad discursiva, espacialmente delimitada, por un marco real o virtual (Colle, 1999).

**Presentación:** simple exposición del producto; el mensaje lo muestra real o simbólicamente, de forma inequívoca. **Asociación:** Ligazón o enlace entre el producto y alguna referencia que aclare o motive al receptor. **Simplicidad:** sencillez expresiva de imagen (y texto) que se refleja en una fácil interpretación. **Complejidad:** dificultad de interpretación como consecuencia de una expresión no excesivamente directa. **Naturalidad:** presentación objetiva y fidedigna del objeto, patente en rasgos como espontaneidad, fidelidad y credibilidad. **Artificialidad:** presentación mediante una cuidada elaboración que adultera, sofisticada y deforma al objeto. **Originalidad:** sentido creativo, de sorpresa y novedad. **Trivialidad:** presentación habitual de los elementos básicos del mensaje y/o su estructura. **Implicación participativa:** búsqueda de colaboración o participación formal del receptor (como identificarse, completar mentalmente el mensaje, etc. **Pasividad:** ausencia de tal intento de obtener "colaboración", evitando toda invitación a una actividad complementaria a la decodificación.

El conjunto: "presentación-simplicidad-naturalidad-trivialidad-pasividad" se define como "facilitación icónica" y constituye uno de los polos del factor.

**Plano:** ninguno de los elementos da sensación de profundidad. **Perspectiva:** representación que muestra o incrementa la dimensión de profundidad.

### **Factor de función dominante**

La polaridad de este factor determina tres situaciones diferenciales: predominio informativo (**racional**), predominio motivador (**afectivo**), según el grado de saturación de cada variable. De ahí el nombre que se le ha dado (Colle, 1999). Así mismo, por su naturaleza determina un encuadre o marco desde el cual se

construye la fotografía en la noticia, bien sea racional/afectiva o motivadora/expositiva.

**Afectividad:** predominante invocación de los sentimientos. **Racionalidad:** argumentación intencionalmente lógica en el mensaje. **Motivador:** prima notablemente la búsqueda de recursos que atraigan la atención del receptor. **Expositivo:** cumple una función meramente informativa.

### **Factor de determinación**

El factor de determinación da una indicación de la mayor o menor determinación objetiva y concreta del contenido transmitido (Colle; 1999).

**Claridad:** facilidad de percepción e interpretación del mensaje. **Confusión:** dificultad correspondiente. **Coordinación:** fusión de imagen y texto en una estructura unitaria, en la doble vertiente gráfica y temática (forma y contenido). **Incoordinación:** disgregación gráfica o temática de imagen y texto. **Unívoco:** alta especificidad, que reduce el campo de las interpretaciones posibles. **Equívoco:** inespecificidad que posibilita asociaciones o proyecciones personales del receptor. **Definición de objetivo:** convergencia de la información en una sola finalidad, fácilmente, identificable por el receptor. **Indefinición de objetivo:** falta de tal convergencia o presencia de más de un fin explícito. **Adecuación al objeto:** relación patente entre el objeto y el mensaje que se transmite. **Inadecuación al objeto:** falta de relación. Imposición artificial. **Definición de público:** delimitación clara y restringida del público al cual va dirigido el mensaje. **Indefinición de público:** generalización del posible público destinatario del mensaje.

El factor icónico, el dominante y el de determinación son útiles para analizar la construcción noticiosa de la violencia que expone la prensa popular, en especial de la fotografía que acompaña la noticia y permiten medir el contenido transmitido. Pero además, dan una indicación acerca de la coherencia y precisión del mensaje ideado por el emisor (producción), como también de la mayor o menor facilidad

con que el destinatario puede interpretarlo (circulación y distribución). Por lo cual se integra con facilidad a la teoría de la construcción noticiosa.

#### **4.2.4. El consumo del mensaje, lo popular y lo culto**

En el entorno latinoamericano la investigación en medios masivos, sobre todo en lo que se refiere al consumo de la prensa popular, son célebres los estudios del chileno Guillermo Sunkel, quien en libros como: Razón y pasión en la prensa popular (1985), Conocimiento, sociedad y política (1993) o El consumo cultural en América Latina (1999), relaciona este tipo de periodismo con el consumo, la cultura y su dicotomía entre lo culto y lo popular.

Estos temas fueron abordados por los teóricos latinoamericanos de su generación, que se desarrolla en la década de 1980 y se prolonga hasta 1990. En su texto, Modos de leer en los sectores populares, un caso de recepción, afirma que la prensa sensacionalista es una lógica cultural:

*“Que se expresa a través de los grandes titulares, en la que cobra importancia la parte gráfica y en la que se plasma un discurso que parece fascinado por lo sangriento y lo macabro, por la atención exagerada que se presta a los ídolos de masas tanto en el mundo del deporte como del espectáculo. En definitiva, es un periodismo que tiene sus propios criterios de selección y de presentación de las noticias” (Sunkel, 2001).*

Sin embargo, Sunkel aparte de describir las características de la prensa popular, la diferencia de la de referencia o tradicional y reconoce que ésta adopta otra manera de mostrar la noticia, que va anclada al concepto de cultura, que aparece en los estudios culturales. Aquí el terror de la sangre y el fanatismo de los deportes masivos se convierten en el foco y dejan de lado las otras secciones como: política o economía, relacionadas con el poder.

Es decir, para Sunkel el periodismo popular dirige una mirada que podría ser de rechazo al modelo conservador de informarse con los mensajes, que emanan del



poder y le da paso a las emociones tanto del horror, que causa el peligro, como de la alegría que siempre ha provocado el juego en el ser humano.

Es interesante ver en la prensa popular como la tragedia se convierte en diversión. Ese acontecimiento noticioso que a cualquiera le sacaría por lo menos un suspiro de pesar, queda transformado en un hecho risible más parecido al chiste que a un hecho indignante.

A su vez Néstor García Canclini (1995:44), señala que “consumir es participar en un escenario de diputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo”. Por tanto, los medios exponen los bienes culturales (las películas, los periódicos, los programas televisivos, etc.), a los ojos del lector, porque las noticias, la fotografía y los anuncios van unidos en el mismo soporte impreso.

La popularización de la información se dio por los medios masivos y rompió las diferencias que existían con los objetos considerados como pertenecientes a una cultura, que por supuesto era dominante y hegemónica. Aquello que no encajaba allí fue catalogado como popular, pero esa división hoy día está cada vez más difuminada y lejos de estar separados como dos territorios, lo culto con lo popular se cruza, se hibrida y a través de la matriz del consumo se integra a la cultura.

Por lo anterior, se reconoce la existencia de un periodismo que se consume igual que cualquier otro bien disponible en el mercado. Aquí el medio de comunicación pasa a verse desde otra mirada, que deja de enfocarse en la omnipotencia mediática y se preocupa más por la relación humana que en ella subyace.

Después de las contribuciones que hicieron la semiología y la lingüística se consolidaron los estudios basados en el lenguaje, sus significaciones y su relación con lo que leemos, vemos y oímos en los medios de comunicación, que se integran a la cotidianidad de las personas en la sociedad actual.

Cuando leemos el diario, desentrañamos lo simbólico en el texto, interpretamos los iconos de la actualidad en las imágenes; y la puesta en página y las variaciones tipográficas definen el contacto (Verón, 1998:149).

La cuestión de lo simbólico sale a relucir como característica del mensaje periodístico. Es decir, que el lenguaje de la prensa decodificado por el lector tiene en sí la función interpretativa que Paul Ricoeur extiende a cualquier tipo de texto, en especial a los históricos que son su objeto de estudio.

El sentido se manifiesta siempre materialmente. A su vez, esa materialidad no es jamás homogénea: no descansa, por ejemplo, sólo en actos o expresiones lingüísticas, sino que es siempre «translingüística», operando en la combinatoria de distintos soportes (palabra-gestualidad, sonido-imagen-texto, etc.) (Cingolani; 2002).

El texto periodístico reconstruye el acontecimiento o el hecho, pero también la fotografía cuenta una parte de él, pues le sirve al lector para “ver” lo que la palabra escrita jamás podrá decirle. Sin entrar en la interpretación de su contenido connotativo podría ser analizada de acuerdo a variables cuantitativas como: el tamaño, el número de personajes que muestra o la cantidad de imágenes que acompañan la noticia, entre otras.

Desde la perspectiva de Verón (1998) la fotografía, al igual que el texto también representa la materialidad, que además es otra manera de consumir información, en este caso, gráfica y que se relaciona con las ideas que se forman en la cabeza del lector, a partir de los significados que él le asigna al mensaje; porque sólo percibimos signos o lo que es lo mismo el simulacro de los elementos que existen en la realidad. Sustituimos cada cosa que pasa por nuestros sentidos por una representación, porque es la única manera de humanizar el mundo. Por eso, la página de periódico y la fotografía que incluye nos atrae y nos motiva a leer las noticias construidas por los periodistas de ese medio.

Cabe acotar que al leer la prensa, lo que hacemos es no es comprar el producto, sino decodificar los signos, que se ordenan de tal manera que le damos valor y es entonces cuando se contempla la necesidad de pagar para obtenerlo. Es decir, que las sustituciones que nos proporciona el lenguaje son las que en realidad nos motivan a consumir el mensaje informativo, que nos sugiere el medio de

comunicación. Eso es lo que en verdad compramos, sucede así al pagar tanto por leer una noticia como por una carne con papas y gaseosa (Ibáñez, 2002: 217).

Por ello el consumo es una instancia de socialización, donde se comparte y se genera la cultura y es posible hallar las fuerzas que rigen o dominan al mundo. En esa pugna por los bienes que produce la sociedad es posible hallar las razones o los comportamientos de cada grupo social, porque a través de él se manifiesta la materialidad de lo simbólico, que existe en nuestro pensamiento. Allí es donde se concreta el universo de signos que hemos creado para sobrevivir y para humanizar cada elemento de la realidad (Ortiz; 1998).

#### **4.2.6. El fenómeno de la violencia armada como mensaje noticioso**

Castells (2000), confirma la importancia de las significaciones en las prácticas que el ser humano desarrolla a diario y señala que estas, por el hecho de darse en un entorno social, necesitan un soporte o una base concreta, a la que van adheridos los significados que provienen del lenguaje. Esta es la manera como el ser humano aprehende y asimila la realidad, es decir, la humaniza. Por eso, el espacio siempre lleva integrado tanto un mensaje como un significado.

Se entenderá entonces que el individuo construye la sociedad en que vive y esta es representada a diario en el contenido de los medios de comunicación, como por ejemplo la prensa popular. Basado en esto esta investigación trata de inferir, a través de un análisis de contenido como es su relación con la violencia urbana y la construcción noticiosa, que aparece en cada número del diario.

Entonces la urbe sirve de anclaje a las significaciones, donde el texto y la fotografía actúan como elementos de fijación del lenguaje. En otras palabras se podría argumentar que la relación entre el fenómeno urbano y los medios, supera la fijación del lenguaje en una página ilustrada (texto y fotografía) y la desborda, en una entidad llamada ciudad.

Así mismo, la construcción de la realidad está vinculada a la formación de la opinión pública, porque lo que cada ciudadano se forma en su cabeza es lo que

cuenta al fin y al cabo, para que él decida sobre su entorno y los hechos que ocurren en él. Por esta razón, es que la investigación en comunicación continúa en la tarea de comprender como funciona este fenómeno.

Lo anterior quiere decir que cada individuo se forma un modelo, que lo que pretende es reducir el mundo, para darle sentido a la complejidad que lo caracteriza. Un modelo subjetivo e individual que incluye las experiencias previas de lectura y de participación. Cada vez que el cerebro recibe información nueva, lo asocia con lo que ya existía en su memoria y lo reconstruye como una versión más actualizada, que cambiará con la próxima información, que le proporcionen los sentidos (Neumann, 1995: 189; Van Dijk, 2003: 31).

Por otro lado, la simplificación de la realidad, que tiende a ser la perspectiva con la que lo abordamos todo tiene la desventaja de dejar elementos por fuera de sus límites. Pero también la ventaja de que sin ella no sabríamos qué camino tomar, porque la mayoría de las veces la dirección se bifurca y se vuelve infinita, debido a la inmensidad de variables y categorías que la componen.

Sin embargo, lo que hace esto posible es la imaginación basada en la evocación, pues no requiere la presencia física y, por lo tanto, es una sustitución, ya que toma el lugar del objeto, lo representa, a través del lenguaje y lo trae a la memoria cuando se lo requiere. No es necesario que este allí y que se lo pueda tocar, porque por medio de la imaginación aquello que está ausente se recrea para motivar la acción. Por ello las historias son la manera como el hombre intenta comprender, y a la vez controlar el universo que lo rodea (Ricoeur, 2002).

Esos relatos siguen estando presentes en las páginas de los periódicos, ya no hablados por un personaje religioso y con el suficiente poder de convocatoria como sucedía en las culturas premodernas, sino contruidos en un texto llamado noticia, que a su vez se vale de la imagen fotográfica, para darle mayor credibilidad a la representación.

Así mismo, en la imaginación se da la mediación de los deseos y los sueños con la reconstrucción de una realidad evocada. Pero esta depende de cómo la audiencia interpreta el mensaje escrito por el periodista. Basado en esto se entiende que existan tres elementos en juego: texto, audiencias y autor. La ciudad existe integrada a ello y tiene un paralelo con la noticia que se construye en la prensa, ya que tanto la urbe como el hecho noticioso pueden ser explicados o leídos, cuentan una historia y están cargados de significación, porque son productos culturales. El texto y la ciudad tienen una interpretación distinta, que depende del lector y por eso es inagotable. Ambos comparten entre sí la multiplicidad del lugar, los patrones de uso del espacio y la memoria (Niño, 2003: 105-106).

Por tanto, la ciudad es posible comprenderla a través de la metáfora de la lectura. Esto es complejo, porque es un proceso colectivo, de generaciones que han dejado su huella en la configuración física y mental que sus habitantes reconocen. Quienes van naciendo van aprendiendo cómo hay que actuar en sus límites y cómo se sobrevive dentro de sus espacios públicos y privados.

La ciudad es también una recreación constante, que identifica y liga al territorio. Que integra capas históricas sobre las nuevas. Es el soporte material de cada significación y por eso se añora, se sueña y se recuerda con cariño o pesar; humanizado, a través del lenguaje, que lo señala, que lo identifica como propio, construido para vivir, pero también para sobrevivir a través de la interacción social y capaz de ser modificado por la voluntad humana, que se proyecta, se planifica y se materializa en el futuro (Giraldo & Viviescas, 1998:11).

En cuanto a la violencia y su relación con los medios, a lo largo de la historia el público ha tenido una fascinación por el crimen y la manifestación violenta. El interés del lector está motivado por el sufrimiento de las víctimas, pero esa construcción noticiosa muchas veces se aleja de la realidad. Este hecho se demuestra cuando en las páginas se ve la efectividad de las autoridades

encargadas de controlar la violencia, pero su imagen no concuerda con las estadísticas reales.

Esto último es interesante, porque son las autoridades las que suministran la información de la que se nutren las noticias y aunque no son la única fuente si son las más fiables, ya que ellas son las que tienen un contacto cotidiano con los atracos, los accidentes, las violaciones, en fin los hechos violentos que implican agresión física. Por ello, lo que se proyecta de ellas siempre es positivo. Además, existe una relación simbiótica entre el reportero especializado en una fuente policial, quien necesita a diario las historias de la delincuencia y las autoridades policiales, que le proporcionan la materia prima para escribir la noticia e ilustrarlo con una fotografía llamativa.

Así mismo, los lectores aspiran que el medio este de su parte, por lo que este se ve obligado a criticar la eficacia del gobierno a la hora de actuar y esto contribuye a que haya un contrapeso. Y por otra parte, el medio necesita en cada publicación mostrar las historias dramáticas que lo conmuevan y por eso el horror o el miedo que provoca la violencia urbana es una necesidad mediática (Altheide, 1997). Así la violencia configura la construcción de la noticia, porque al contar la historia de la víctima el medio gana una cercanía con el lector, por ello no es un elemento que pasa desapercibido, al contrario, determina el tipo de construcción mental que se forma el individuo en su cabeza y la manera en que lo experimenta.

Las consecuencias que genera esto pueden ser positivas o negativas, aunque esta intención, a su vez refuerza estereotipos, falsas creencias o puntos de vista erróneos, que podrían considerarse como un efecto colateral. Otro aspecto es que el miedo a correr la misma suerte que el personaje que aparece en la página impresa motiva al lector a exigir soluciones y esto le interesa al medio, porque no sólo aprovecha el suceso para vender, sino para ejercer presión ante el poder, que a su vez se aprovecha de las historias mediáticas para ofrecer seguridad, a través de medidas estatales y así responder a quienes los eligieron (Peelo, 2006; Johnson, 2007; Altheide, 1997).

El poder, los medios y la gente que consume la información violenta, aprovechan la historia de ese personaje anónimo que el periodista evoca en la página, para su propio beneficio. El primero como una manera de legitimarse, los segundos como parte del negocio de vender información y el tercero como defensa ante la adversidad de la sociedad. A su vez ese texto unido a la fotografía sustituye la realidad, por ello la construcción de la noticia, que se une o se fija a los recuerdos de cada lector, que habita la ciudad, afectan la relación que este tiene con el entorno urbano.

#### **4.2.7. El periodismo, la prensa popular sensacionalista y la violencia**

El texto escrito intenta preservar lo que el ser humano considera importante, esto se dio en el mundo en la medida que las ciudades crecieron y se necesitaron registros de transacciones, de tierras, de testamentos, leyes, etc. La gente se reunía en la plaza no sólo para intercambiar bienes de consumo, sino también para obtener información y no pagaba por adquirirla, porque las mayorías no sabían leer (Meek, 2004).

Con la llegada de la imprenta nace un lector, que pasó de ser un personaje político o religioso a pertenecer a cualquier clase social. Claro está que este paso abarca un período de tiempo considerable en la historia desde la edad media a la modernidad. En todo caso, lo importante es que el lector de libros era quien sabía y disponía de tiempo para leer. Esas dos condiciones lo reducían a las élites. Sin embargo, debido a la masificación del conocimiento que produjo la imprenta y los procesos educativos que los Estados llevaron a cabo, a través de la escolarización es que aparece el lector moderno y con la industrialización de los periódicos también surge el lector de medios masivos, quien consume no sólo libros, sino también periódicos y revistas. Este debido a la aceleración de la vida no dedica el mismo tiempo a leer que su predecesor, sino que cuenta los minutos exactos para llevar a cabo esta actividad, lo hace con rapidez y no se detiene a darle demasiada trascendencia a los temas que el medio le propone, porque al día

siguiente vendrá otro y así tratará de calmar su ansia o su búsqueda de respuestas. A menos que el suceso tenga tal magnitud que lo obligue a ello.

El oficio llamado periodismo que se encarga de recolectar información para luego darla a conocer se podría explicar a través de tres fases: el periodismo antiguo o artesano (1609-1789), el moderno o liberal (1789- último cuarto del siglo XIX) y el contemporáneo o industrial (entre el último cuarto del siglo XIX y el último cuarto del siglo XX), estas fases aunque excluyen el periodismo digital, etapa que se vive hoy en día, son válidas como un intento de compilar la realidad histórica del periodismo y su evolución. Cada uno incluye unas características:

*“En el periodismo antiguo o artesano la aparición de las primeras gacetas semanales– y de 1789 –impulso de la libertad de imprenta con la Revolución Francesa y la declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano. En el periodismo moderno o liberal (1789–último cuarto del siglo XIX) (...) hubo un predominio de los factores políticos que favorecen la libre circulación de las noticias, la creación, orientación y significación de los periódicos y la aparición de la figura individual del periodista como actor social. En el periodismo contemporáneo o industrial (...). Lo que prima son los factores económicos en la creación, orientación y significación de los periódicos, la figura profesional del periodista y la integración de la prensa en la industria de los medios de comunicación”* (Guillamet, 2002).

Lo anterior implica pasar por alto las distintas épocas y los desarrollos particulares, que tuvo el periodismo en cada país. Sin embargo, de acuerdo a esta línea de trabajo, el recorrido histórico que traza va ligado a los avances tecnológicos de cada época, que sumados originaron lo que hoy conocemos como medios de comunicación impresos. El periódico es el soporte de una actividad laboral, que a la vez es un fenómeno comunicativo: el periodismo, que se ha venido adaptando a todas las épocas y sobrevive hoy tanto en el papel como en Internet. Así mismo,



sus distintos géneros: noticias, crónicas, reportajes, etc., recurren cada vez más a las ventajas que les brindan las tecnologías informáticas y el diseño gráfico.

Por ello, aunque la compilación que Guillamet (2002) llevó a cabo permite comprender mejor cómo funciona la prensa escrita, desde el punto de vista de sus avances, pasa por alto los detalles, pero la ventaja que proporciona es que funciona como un mapa, que guía y posibilita la comprensión de los medios escritos. Según él estaríamos en la fase del periodismo contemporáneo, donde se da la integración del entorno económico y la prensa actúa dentro de una industria organizada, donde el periodista cumple un rol. Sin embargo, no tiene en cuenta al periodismo digital, que está creando nuevas fuentes de empleo basado en las nuevas tecnologías, lo que implica una nueva reconfiguración de esta área del conocimiento.

Hablamos entonces de que se están dando cambios en el periodismo, sin embargo, las rutinas periodísticas, siguen existiendo y son importantes dentro de la construcción noticiosa, porque es el periodista quien se encarga de seleccionar la información y confeccionarla.

Yelo (2001), quien investiga acerca de la función que cumplen las rutinas periodísticas en la construcción de la realidad, plantea que estas condicionan la transmisión del mensaje. Aquí el periodista aparece como un hacedor que construye la noticia día a día y en su investigación afirma que los medios escritos se han convertido en señas de identidad en nuestra cotidianeidad, que transforman no sólo nuestra visión de la realidad, sino la realidad misma; esto sucede, porque los hechos noticiosos deben reducirse, a través del lenguaje para que el lector o consumidor capte el mensaje de una mejor manera y por medio de un procedimiento de redacción se convierten en noticias (Gomis, 1997).

El acontecimiento periodístico no es ajeno a la construcción social de la realidad, porque el sujeto lo usa como uno de los elementos que le dan sentido a las circunstancias que vive. Sin embargo, este no es el único elemento que usa, sino una más de las opciones que su cerebro procesa y mediante la cual aprehende el

entorno para construirse una imagen o representación de él. La noticia está basada en el acontecimiento y también hace parte de esa construcción, al igual que la violencia que se expone en las páginas de la prensa. (Rodrigo, 1989). Además, como está fundada en un sistema simbólico que la elabora y reelabora cada vez que el lector accede al texto noticioso, logra el efecto de que la realidad sea como ella la presenta (Ricoeur, 1989).

Entonces, en la narración noticiosa y mediante el uso que se le da en la práctica social se construye tanto la subjetividad como la objetividad, pero también la realidad y la ficción. No obstante aunque la naturaleza del ser humano es subjetiva, la objetividad es uno de los criterios que aún pretenden usar los periodistas al momento de elaborar la noticia, por medio del equilibrio de las fuentes y la no inclusión de opiniones. Cuando la realidad muestra que cada texto que escriben no es más que una construcción simbólica.

Ocurre lo mismo tanto con la construcción de la realidad que hace cada receptor, que con la construcción noticiosa que lleva a cabo el emisor o periodista cada vez que elabora una noticia (Cabruja, Íñiguez & Vázquez, 2000). Podría decirse que existen dos estilos en el periodismo: el periodismo tradicional, considerado como “prensa seria”, y esa forma de periodismo alternativo que es el sensacionalismo; el tradicional o de referencia, sin contar el digital que se ha venido consolidando en los últimos años y el cual no se tocará aquí.

El primero es el tradicional también llamado como periodismo serio, que está asociado a los grandes temas político-económicos que dominan la agenda informativa de cada país. Y el sensacionalista conocido como prensa popular, que prefiere los hechos delictivos, el sexo y el deporte. Este último que es el que interesa aquí y se ubica en la historia a partir del periodismo iniciado en la Nueva York de 1880, con Joseph Pulitzer, a quien se le atribuye la paternidad del sensacionalismo en Norteamérica y Randolph Hearst, su competidor, quien introdujo en el mundo una versión más extrema del sensacionalismo: el amarillismo. Esta perspectiva o versión es entendida como:

*“Una radicalización de las cualidades de la sensacionalista. Básicamente, adhiere a sus características, pero el uso que hace de ellas es llevado al extremo, al punto de quedar al margen de toda ética. En consecuencia, su fórmula generaba rechazos en un público más exigente que pretendía informarse más allá de toda polémica” (Alonso, 2007).*

Aparte de los periodistas, quienes sin dudar lo son una parte clave en la construcción de la noticia y de los valores o criterios que usan en el proceso de sus rutinas laborales, la prensa popular o sensacionalista lo que busca es atrapar al lector con la sorpresa, lo curioso y casi increíble, llegando a veces a los extremos del amarillismo, concepto que supone un nivel dentro de esta tipología. De ahí, que también haya una diferenciación entre los contenidos dramáticos que la prensa popular propone y la información “neutra” que pretende encontrar el ciudadano que consume la prensa tradicional.

Grijelmo (1998) diferencia entre periodismo sensacionalista y el serio o de referencia, ya que: el primero pretende la sorpresa, el susto, la apelación constante al lector, y concibe el periódico como un espectáculo cuyo fin principal consiste en divertir o entretener. El segundo, un tanto altivo, invita a la reflexión, informa con distancia, no se apasiona, se propone que el lector disponga de información suficiente para participar con conocimiento de causa en la vida social, política y económica:

*“Los editores de un periódico popular recurren a la presentación gráfica en color, utilización masiva de elementos iconográficos (fotografía e infográficos), uso y abuso, a veces, de grandes titulares y un equitativo reparto entre las superficies impresas y las que no lo son. Su lenguaje es coloquial, evitando los vocabularios técnicos. La extensión de sus noticias, reportajes y crónicas no suele sobrepasar las 120 líneas a 36 espacios [...] y la información central se apoya en informaciones secundarias”.* (López, 1995: 24-26).

Esto es en esencia una descripción sucinta de las características de la prensa popular, donde las noticias económicas o políticas quedan relegadas a un segundo plano, reemplazadas por las historias de interés humano de corte judicial o de denuncia, los espectáculos y el deporte. Pero también incluyen cualquier noticia que cause curiosidad o asombro.

Por otro lado, el lenguaje usado en el titular de los periódicos de referencia pretende ser afirmativo, claro y objetivo para no condicionar al lector que interpreta la noticia. Por el contrario, la prensa popular lo que quiere es sorprenderlo, aun pagando el precio de tergiversar la información y dramatizar la realidad para interesar al lector. El efecto es la banalización de la vida social y las formas de la violencia (Rojas, 2006).

Por ello, el empleo del término de periodismo sensacionalista o popular, se le adjudica al periodismo que sólo sirve de entretenimiento a los lectores, porque estos desconfían de la credibilidad que posee. Caso contrario a lo que ocurre con la prensa tradicional o de referencia, cuyo contenido adquiere el grado de información seria, por no estar contaminada de los dramas que buscan causar la sensación del lector.

Así mismo, a la prensa popular o sensacionalista se le atribuye una posición y ubicación geográfica, que corresponde a los estratos bajos de la población, a quienes se supone que no se les interesan los temas serios del periodismo tradicional como los actos de gobierno o los movimientos económicos, que siempre han estado ligados a las élites de poder de los países, pero si los hechos o acontecimientos de los barrios narrados en el lenguaje que les pertenece.

Resulta claro que el estilo lingüístico usado por los habitantes de los barrios y que la prensa popular reproduce es una estrategia para llegarle al lector, porque no sólo tiene como fin identificarse con la manera cómo hablan, sino con la representación que tienen de su mundo afectivo y cognitivo. Además, de mostrar los lugares que ellos transitan y usan a diario, el periódico popular los visibiliza ante la sociedad (Maccassi & Ampuero, 2001).

La prensa sensacionalista muestra a los sectores populares en fotografías y cuenta en las noticias su violencia cotidiana, sus problemas domésticos, su ubicación espacial y les otorga un protagonismo simbólico, que los demás medios nunca les dan. Este hecho es importante en América latina, si se tiene en cuenta que el modelo político y económico de esta región ha generado ciudades caóticas, donde más del 50% vive en condiciones de pobreza y en estratos bajos, por obvias razones (Crawford & Flores, 2006). Desde el punto de vista comercial, este es el público objetivo al que se dirige la prensa popular.

Maccassi & Ampuero (2001), estudiaron las percepciones de los consumidores de los periódicos amarillos y populares de Perú, conocidos como diarios “Chicha”, término que hace relación a su bajo costo, y dentro de sus conclusiones hallaron que la principal motivación del lector es el entretenimiento, representado por las noticias de la farándula o del espectáculo, donde lo político tiene una participación secundaria, luego en orden de importancia vienen la crónica roja y el deporte. En los hallazgos plantean unas modalidades de consumo vinculadas a una parte fundamental del periódico como son los titulares; a la lectura casual o incidental del diario; a la compra y lectura habitual del diario así como a su segmentación.

En esta misma línea vinculada a la política aparece un trabajo llamado “La ideología dominante y los tabloides brasileños”, que se interesa en entender cómo el poder o la élite hegemónica se aprovecha de la prensa popular en Brasil, para reforzar su ideología y usarla en su beneficio (Schiff, 1996). Aquí se reporta una revisión de cuatro teorías relacionadas que son: la ideología dominante, el sesgo partidista, el valor de la noticia y la Agenda Setting. Su importancia radica en el avance que ofrecen a la comprensión del fenómeno de la prensa sensacionalista en Latinoamérica, que complementan los estudios llevados a cabo en esta área del conocimiento por investigadores latinoamericanos como: Macassi (2001) en Perú y Sunkel (2001) en Chile.

La ideología dominante se refiere al hecho de que la sociedad comparte un consenso ideológico; el sesgo partidista da cuenta de si la cobertura de las

noticias favorecen o no a un partido político; el valor de la noticia, que depende tanto de quienes la elaboran como de los criterios de imparcialidad, objetividad y veracidad que ellos comparten y, por último, la Agenda Setting, que aborda la selección de los temas de la agenda diaria de las noticias, que la gente usa para construir su opinión y las percepciones de lo que ellos consideran importante. Al final Schiff (1996) evidencia que la prensa popular prefiere o valora más las historias de gran impacto y la relevancia de estas la determinan los periodistas, porque ellos son quienes deciden qué le interesa más al lector. Este hecho influye más que los factores ideológicos o el sesgo partidista que tenga el medio.

Barbero (2003) propone el tema de las mediaciones de la cultura en el estudio de los medios de comunicación y sostiene que la prensa popular es una manera de acercarse al individuo que construye a diario su ciudad, lejos del enfoque que dicta el poder y que aparece reflejada en los periódicos de referencia, carentes del drama que satura a los populares, por lo tanto:

*“El sensacionalismo plantea entonces la cuestión de las huellas, de las marcas en el discurso de prensa de otra matriz cultural, simbólico-dramática, sobre la que se modelan no pocas de las prácticas y las formas de la cultura popular. Una matriz que no opera por conceptos y generalizaciones, sino por imágenes y situaciones y que, rechazada del mundo de la educación oficial y la política seria, sobrevive en el mundo de la industria cultural desde el que sigue siendo un poderoso dispositivo de interpelación de lo popular”* (Barbero, 2003: 243).

La prensa popular acude entonces a la violencia para atraer a sus consumidores, pero también establece mecanismos de acercamiento con ellos, a través del empleo de sus lenguajes orales y narrando su cotidianidad. Usándolos, pero también acercándoles el mundo desde las ópticas que ellos prefieren, que no son las de los periódicos “serios” orientados por la política y la economía, sino las del entretenimiento, el deporte y las del hecho judicial violento convertido en dramatización por parte de los periodistas.

Sin embargo, la narración de la violencia apela también al miedo, un poderoso dispositivo de interés y a la manera en que se corporiza en grupos o colectivos humanos. Esto funciona así, porque es así como el ser humano controla la violencia, aislándola y representándola en el otro, etiquetándola para que sea fácil de reconocer y manejar. Tal como lo explica Sue Aran Ramspott (2003), cuando dice que:

“En la narración de la violencia ocurre a menudo que la fragilidad social, en un sentido amplio, representa el peligro con la forma del “otro”. El miedo se encarna en la alteridad: el extranjero, el drogadicto, el delincuente juvenil...” (Ramspott. S.A., 2003).

Por tanto, la violencia se tiende a narrar ubicándola en un grupo de individuos, a quienes se les teme y que está localizado en un punto de la ciudad. Esto hace que la responsabilidad recaiga sobre agentes ajenos a la comunidad donde esta se manifiesta. (Upton, 1985) y es por ello, que vale la pena caracterizar o describir a través de la investigación académica la construcción noticiosa de la violencia urbana, que lleva a cabo la prensa popular.

No obstante, la violencia es una categoría que posee múltiples enfoques, abarca un género amplio de conductas y está compuesta por diversas clases de acciones perjudiciales. Además, en ella se da la participación de una variedad de comportamientos, lesiones, motivaciones, agentes, víctimas y observadores. De acuerdo a esto, el único hilo de conexión entre ellos es la amenaza o el resultado de lesiones. Jackman (2002) la define de manera general como: las acciones que infligen, amenazan o causan lesiones. **Las acciones pueden ser:** corporales, escritas o verbales y **las lesiones pueden ser:** corporales, psicológicas, materiales o sociales. Las acciones verbales o escritas pueden lograr directamente una variedad de lesiones que no son físicas, pero que exceden, difaman y humillan a un individuo o grupo y pueden infligir importantes lesiones psicológicas, sociales o materiales, sin ser tan conspicuas o flagrantes como la violencia física (corporal). Las lesiones podrían definirse así: **corporales:** dolor,

lesiones, desfiguramientos, alteración física, deterioro funcional o la muerte. Así como la restricción física o el confinamiento, que tienen una resonancia, porque violan nuestro deseo básico para la supervivencia física, evitar el dolor, la preservación corporal y la integridad. **Psicológicos:** miedo, ansiedad, angustia, vergüenza y disminución de la autoestima. **Materiales:** destrucción o confiscación de la propiedad y pérdida de ingresos. **Sociales:** humillación pública, estigmatización, exclusión, encarcelamiento, destierro o la expulsión. (Jackman, 2002).

Por otro lado, cuando se trata el tema de la violencia se advierte que podría existir una relación similar con el término agresión. Por ello es pertinente reportar el trabajo "In the Global Study on Children's Media Behavior", de Groebel (2001), quien señaló que:

"En una amplia cantidad de investigaciones que incluyen metodologías como: análisis de contenido, investigación de comportamiento y estudios culturales, los términos "agresión" y "violencia" en los medios de comunicación, en general, se definen como: El comportamiento que conduce a daño a otra persona" (Jipguep & Sanders-Phillips, 2003).

Para algunos autores la investigación empírica no tiene evidencias suficientes para concluir que existe una relación entre la cantidad de violencia que ve la gente en los medios y el efecto que esta produce en el comportamiento humano (Nelson, 1996). Por el contrario otros afirman que existe un riesgo latente, para quienes están expuestos ella, el cual no atiende a: género, sexo, estrato social o educación, entre otros aspectos (Anderson, Berkowitz, Donnerstein, Huesmann, Johnson, Linz, Malamuth & Wartella, 2003).

Otros van a allá y miran la violencia desde otra perspectiva, ya no de los efectos mediáticos, sino de lo que se consideran como un problema de salud pública, por la complejidad de sus dimensiones (Winett, 1998), que afectan a la sociedad, debido al número de vidas que se desperdician y por las secuelas que dejan en sectores vulnerables como los niños. En fin, aunque el periodismo sensacionalista



complace al lector con violencia y espectáculo existe una tendencia a responsabilizarlo de todas las desgracias de la sociedad, cuando lo que en realidad ocurre es un fenómeno complejo, pues unos (los medios) se alimentan de los otros (el público) en una relación de beneficio mutuo (Marocco, 2005). Dicho de otra forma a la violencia se le mira de manera superficial, cuando el fondo es más profundo y no sólo influye el temido efecto que producen los medios.

Germán Rey (2005), quien analizó el contenido de la prensa en Latinoamérica (14 periódicos) explica que la violencia no sólo se manifiesta en un grupo de la población, sino que esta posee una ubicación espacial y muchas veces conforma un colectivo excluido de la sociedad. Esto es precisamente lo que revelan a diario las páginas de la prensa:

*“Al recorrer los textos mediáticos es posible percibir desde la estereotipia del crimen y del criminal, hasta las formas de discriminación con las que se miran determinados sectores de la sociedad, grupos excluidos, poblaciones que se denominan como “vulnerables” (Rey, 2005).*

Por ello, no es raro que el miedo por la violencia que ronda nuestras ciudades sea capitalizado por las esferas del poder para legitimarse, ya que la lucha contra la inseguridad es vista como una respuesta del buen gobierno. Pero también existe una visibilización sobre a quienes están excluyendo o estereotipando los medios escritos. También hay una distorsión entre la construcción noticiosa que hacen los medios de la realidad social y lo que muestran las estadísticas (Sacco, 1995). En las noticias la policía suele aparecer de forma más eficaz, hecho que no corresponde muchas veces con las cifras del crimen urbano. La disparidad se da, porque los medios sólo difunden las primeras etapas del proceso judicial, cuando la actividad policial es visible y más atrayente como material informativo, debido a su inmediatez.

La construcción noticiosa de temas como la violencia, deja muchas veces de identificar a otros actores, quienes están relacionados con el crimen como: las organizaciones de derechos humanos, líderes comunales o cada uno de los

funcionarios judiciales, quienes no tienen contacto con el periodista en el proceso de la reportería, que es donde se obtiene la información con la cual se confeccionará la noticia. Por eso las imágenes del crimen y la violencia que proporcionan las fuentes policiales son aquellas donde se muestra la captura del delincuente o el cuerpo de la víctima, pero no su posterior y, en muchos casos, demorado proceso jurídico. Además, la institución policial se convierte en una fuente creíble, porque su función la convierte en expertos tema y su autoridad es incuestionable (Sacco, 1995).

En el área de la investigación en comunicación vale la pena destacar a Chiricos, Eschholz & Gertz (1997), quienes a pesar de que realizaron un estudio de recepción y no del mensaje como en el caso nuestro establecen en sus hallazgos que el efecto de una noticia violenta y el miedo que produce en la audiencia está mediado por distintas situaciones sociales como: la edad, el género y la experiencia que se haya tenido antes con este tipo de informaciones. Lo cual subraya la necesidad de caracterizar la construcción noticiosa de la violencia. Pero además, muestra que cuando la gente está acostumbrada a un entorno violento como el que se da en los barrios de las ciudades de Latinoamérica y convive con el temor de la violencia el efecto mediático es nulo.

Esto podría aplicarse en el caso de la prensa popular, pues llega a sectores urbanos donde la violencia impera, es decir, que el temido efecto queda inutilizado por la realidad y aquí la violencia no la construye el medio, sino el día a día, como podría pasar en el caso de un sector de la ciudad, donde los niveles de criminalidad no saturan al individuo. Por ello es de utilidad conocer en qué sectores específicos ocurre o se da esta.

Humanes (2001) define la variable **personaje principal**, que nosotros llamaremos como actores o personas (aparecen tanto en el texto de la noticia principal) según el **tipo a que pertenecen**: si es individual o grupal. El **tipo de aparición**: si es sólo en el relato (texto), sólo en las imágenes (fotografía) o en ambos; **si aparece su voz**: en una cita; **los atributos**: sexo, edad, rasgos psicológicos;

características sociales, la profesión, el contexto profesional y familiar; la esfera pública y la esfera privada, en la que desarrolla sus acciones. Y **la fuente de la atribución:** el periodista del medio o una fuente externa al medio.

Por otra parte, la construcción de la noticia violenta que lleva a cabo el medio impreso además de ser conveniente para atraer al lector, posee un efecto relacionado con su entorno geográfico y la experiencia personal de sentir el miedo a la agresión. Esta es imposible de desligar de la noticia, ya que el acto de agresión es signo y valor a la vez por eso violencia y medios encajan como las piezas de un rompecabezas (Delgado; 1999,164). Así el código del lenguaje funciona con significados que pueden ir impresos, en imágenes fijas o en un discurso audiovisual y el individuo los intercambia para su supervivencia.

Pero no sólo trata de bienes físicos que se perciben con los sentidos, también intangibles para pagar o cobrar por ello. Por esa razón, la violencia sirve para cobrar deudas o pagarlas, cuando el valor es tan alto que no existen objetos para dar o recibir como sucede con la vida o el honor. Es ni más ni menos que una mercancía con significado, debido a eso es posible trasmitirla como mensaje. Sin embargo, en ese proceso el periodista, cuya función consiste en conectar al lector, con el mundo real, a través del lenguaje tropieza con la dificultad de la complejidad humana. El mensaje se sustituirá o se mezclará en la mente de cada individuo de distintas maneras, debido a factores como la familia, las instituciones o la cultura e irá influenciada por la rutina periodística, que comienza por la obtención de la información y terminará con la circulación de la construcción noticiosa.

En el caso de las noticias judiciales que son la materia prima de la prensa popular no sólo las autoridades policiales cuentan su historia desde la perspectiva más conveniente, sino que también encubren hechos o culpables; presentan “chivos expiatorios” o alguien que se sacrifique cuando el público pide resultados. Lo problemático en este punto es que entrevistar a las víctimas implica conversar con gente que sufre un trauma psicológico reciente como pérdida de un ser querido o la violación del cuerpo. Por ello los datos podrían ser errados, para no alertar a un

sospechoso, proteger o favorecer a un imputado, perjudicar a una persona o a una institución (Camps & Pazos; 1996,167).Sin embargo, se parte de la buena fe de quien proporciona la información.

Finalmente, se utilizarán las categorías del análisis macro estructural y microestructural propuesto por Del Moral, et al. (2007), quienes dentro del análisis macro estructural incluyen: la agenda y el pluralismo informativo. Dentro de la agenda mediática como primer parámetro incluyen el contenido del titular, con el que fundamentalmente se percibe la selección de la agenda informativa y los escenarios. Así mismo, dentro del pluralismo informativo las categorías de análisis que nos interesan son: las fuentes, los criterios de selección de las noticias, la violencia explícita y la basada en hechos o conjetura.

Por otro lado, otra de las categorías de análisis del nivel macro estructural son **los escenarios**, que se definen como las frecuencias de aparición de noticias generadas en determinados lugares. Esto con el objetivo de percibir si hay lugares que polarizan más la información Del Moral, et al. (2007). Dentro del pluralismo informativo incluyen: las fuentes y los criterios de selección de las noticias. Con respecto a las fuentes informativas Manuel López (1995) las se define como: un canal- persona o institución-, que nos proporciona datos sustanciales o complementarios- al ser testigo directo o indirecto- para poder confeccionar noticias, reportajes, crónicas e informes. Pero además proporciona una tipología que las subdivide en: institucionales confidenciales y anónimas y espontáneas.

Por **Institucionales**: aquellas procedentes del poder económico o financiero, político y religioso. Generalmente, están organizadas y tienen un periodista que convoca a los periodistas a ruedas de prensa para difundir información.

**Espontáneas**: que proceden de aquellos sectores de la sociedad que generalmente entran en conflicto con las grandes corporaciones que constituyen el poder. Se trata de asociaciones y colectivos de ciudadanos afectados por la construcción de una autopista, la falta de escuelas, la contaminación de una fábrica o la adulteración alimenticia. No suelen tener oficinas de prensa, ignoran

cómo acceder a los periodistas y cuando lo hacen lo expresan confusamente. **Las fuentes confidenciales y anónimas:** suelen ser personas que informan de algún hecho de interés periodístico, pero que lo hacen sin darse a conocer (López, 1995).

Otra tipología de las fuentes informativas las divide en: **implícitas:** cuando se nombra una fuente genérica (fuentes consultadas por nuestra cadena...); **explícitas:** cuando la fuente es nombrada de forma directa o indirecta (cita con indicación de quién es o según Fulanito de tal), **originaria:** es fuente que da origen a la información, que generalmente busca o convoca a los medios; **implicada/interesada:** cuando la fuente tiene parte en la información y puede ser sesgada, porque no es imparcial (declaraciones de un criminal o su familia, defensa de una ley por el propio Gobierno...); **consultada:** es la fuente buscada expresamente por el medio de comunicación para buscar contraste o profundidad a la información; **equilibradas:** si se buscan fuentes de todos los implicados en la información; **experta:** si la fuente a la que se acude es experta en la materia; **encuestados:** se señala cuando se usa como fuentes a viandantes o personas corrientes para dar cuenta de una opinión generalizada. Una misma fuente puede ser a la vez consultada y experta y equilibrada, por lo que el número de selecciones no se corresponde con el número de fuentes (Del Moral, et al., 2007).

Por otro lado, en la categoría de criterios de selección de noticias están: **la actualidad:** si se hace referencia a algo ocurrido en el tiempo actual (alusiones del tipo “esta tarde, esta mañana, hoy, recientemente”, etc.); **rareza:** cuando es algo poco corriente o inusual; **conflicto:** cuando el motivo de interés es la controversia, polémica o disputa; la **notoriedad pública:** cuando el interés se centra en un personaje con relevancia social; **alusión a lo personal:** cuando se alude a situaciones de personas concretas desde un punto de vista emotivo (como “el trágico itinerario del inmigrante”) y **concienciación social:** si se hace referencia a la educación del ciudadano o a la implicación social (Del Moral, et. al.,2007).

La violencia explícita se define como: la expresión de la violencia, ya sea en imágenes o por el contenido de la noticia, es uno de los parámetros que miden el sensacionalismo de la información, aunque debe interpretarse en el conjunto y con otros factores, como la inclusión de noticias sobre famosos, sucesos, curiosidades...

**La basada en hechos o conjeturas:** diferenciamos entre las noticias basadas en hechos concretos y las que se basan en conjeturas o especulaciones. Las basadas en la especulación son las construidas sobre hipótesis no comprobadas o rumores no confirmados (Fontcuberta, 1993) y lo contrario se referiría a las basadas en hechos.

En lo que respecta al análisis microestructural se incluyen elementos como: **texto:** transcripción de la noticia. **Imágenes:** imágenes que acompañan a la información, las más significativas. **Palabras con carga semántica añadida:** palabras o expresiones cuyo significado denotativo se ve distorsionado por las implicaciones emocionales. **No de palabras connotativas:** número de palabras o expresiones con carga semántica añadida. **No de palabras:** número total de palabras del texto y **No de frase:** número de frases (puntos) del texto.

En la categoría de **análisis de la adjetivación:** primero, al sujeto, al cual se le aplica el adjetivo cualitativo (positivo, negativo y neutro) y segundo, quién lo aplica: el redactor o si es el actor de la noticia. **Positiva:** por oposición a negativo, se aplica a lo consistente en la existencia y no en su falta. **Negativa:** que incluye o contiene negación o contradicción. **Neutral:** que no participa de ninguna de las opciones en conflicto.

Y en la categoría de intervenciones (o actores). Si están **contextualizadas:** la cita se presenta dentro del contexto en que se generó y de forma suficientemente extensa; **convicción:** expresa si el personaje da la sensación de convicción en sus declaraciones o no. **Apelación:** si se hace algún llamamiento a la actuación de jueces, ciudadanos, otros partidos...); y **el sentimentalismo:** uso de argumentos basados en la emotividad más que en la razón.

Después de este recorrido teórico por el pensamiento comunicativo de muchos autores, de distintas nacionalidades queda claro que es apremiante la necesidad de comprender cómo desde la construcción noticiosa la prensa popular expone la violencia urbana, que es reconocida por la crudeza de sus páginas. Lo anterior es necesario para documentarla en el entorno local y su análisis sólo es posible a través de una investigación sistemática que descifre sus puntos de convergencia. La mirada desde la perspectiva teórica de la “Construcción de la noticia”, desarrollada por Rodrigo Alsina (1989), se explicará en el siguiente capítulo y será útil para consolidar aún más las diversas líneas de pensamiento hasta ahora en este marco teórico.

#### **4.2.8. La construcción de la noticia**

Al igual que la realidad, el mensaje de los textos periodísticos es fabricado a diario por los periodistas en un ciclo de producción, circulación y reconocimiento (Alsina, 1989). Así, si la noticia es fabricada como un producto mediático la violencia urbana, que aparece reflejada en sus páginas también lo es y obedece a las necesidades económicas del medio de comunicación, en este caso de la prensa popular, que le exige venderla como producto, apelando a la violencia, la agresividad, el miedo, la curiosidad e incluso la morbosidad, que son parte de los comportamientos humanos. La sociedad no sólo se adapta a ello, sino que adopta las múltiples formas en las que se expresan en la vida diaria: accidentes, atentados y acciones criminales en todo nivel y lo peor es que muchas veces estos hechos violentos son expuestos ante el público sin ninguna justificación (Quesada M., 2000).

Sin embargo, para comprender la construcción noticiosa de la violencia urbana existen tres elementos clave que son: el acontecimiento, la fuente y la noticia. El acontecimiento periodístico es tomado por el medio y a través de su actividad discursiva usado para construir la noticia. Es decir, que en ese proceso de creación social participa en la práctica del periodismo (Rodrigo; 1989). Aunque

también de la naturaleza de aspectos económicos y sociales que enfrenta el medio como una organización empresarial.

La producción de la noticia comienza con el acontecimiento, que es una ruptura con la cotidianidad y es el resultado de un hecho trascendente, el cual depende tanto del protagonista y de las circunstancias como de su desarrollo posterior. Es la materia prima de la noticia, que una vez publicada se convierte en otro acontecimiento nuevo y genera el comentario de las demás personas. Esto se ve cuando la noticia es tan impactante que los periodistas le siguen el rastro durante varios días y la amplían, a través de una crónica o un reportaje.

Existen unas reglas de atención de los acontecimientos, que determinan su valor, en los medios de comunicación y dentro de los límites de la sociedad; entre las que vale la pena rescatar (Bockelmann citado por Rodrigo, 1989): 1. La referencia a lo personal (lo familiar). 2. Los síntomas del éxito (prestigio). 3. La novedad. 4. Los síntomas del ejercicio del poder (realización y desarrollo de su representación). 5. La distinción entre normalidad y anormalidad (conducta). 6. las formas de competición. 7. Referencia al incremento de la propiedad (enriquecimiento). 8. Las crisis y los síntomas (estabilidad del sistema) 9. Lo extraordinario (alternativas ficticias a la vida cotidiana) y por último, aunque no sea este el orden original de la referencia. 10. La violencia, la agresividad, el dolor y sus sucedáneos (amenaza, fatalidad del destino y proyección en los autores y en las víctimas de haber escapado con vida de un peligro). (Rodrigo; 1989, 109). Este último punto será de nuestro interés, porque es valorado por la prensa y sobre todo por la popular, objeto de esta investigación, puesto que la violencia se convierte en uno de sus atractivos más usados.

Otro de los elementos fundamentales en la construcción de la noticia es la fuente, que es relevante, porque le da credibilidad al mensaje y así este crea la ilusión de ser la realidad, aunque no sea más que un sustituto lingüístico llamado noticia, un producto simbólico, que se define como la comunicación a un público interesado



de un hecho que acababa de producirse o de anunciarse a través de unos medios de comunicación masivos. (Fontcuberta, 1993).

Así, la construcción de la noticia es un proceso, donde intervienen los productores de la comunicación, las fuerzas políticas y los grupos económicos tanto en su producción como en su circulación y reconocimiento. (Rodrigo; 1989, 37). Este último es la fase del ciclo, que el medio usa para ser tenido en cuenta como referente y visto en línea generales quiere decir que el periodista ejerce un rol en cada etapa de la cadena de montaje de la noticia, que está institucionalizada en el medio de comunicación y que se legitima todos los días con cada edición de periódico como mencionamos antes. En este proceso la producción informativa de la noticia mantiene unos parámetros de objetividad, que son el resultado de las rutinas periodísticas y que se tropiezan con la teoría de la construcción de la realidad, puesto que si esta es una ficción simbólica, creada por los individuos desde su subjetividad, está resultará teniendo la misma naturaleza (Santana & Correia; 2005). Es decir, hay una oposición, que sustenta las dos versiones o enfoques de la noticia.

El primer enfoque de la noticia es que ella es vista como un espejo de la realidad y el segundo, que construye la realidad. El primero se origina sobre la base de la metáfora del espejo, que se describía los hechos a los lectores, bajo el parámetro de la objetividad, para que pudiera formarse la opinión pública. Y la segunda que reconocía que las noticias no estaban al margen de los medios, sino que estos eran quienes no sólo deciden qué hechos son noticias, sino que intervienen al decidir cuáles si y cuáles no, por lo tanto son quienes administran la información que el público consume. (Fontcuberta, 1993).

Lo anterior expuesto es la razón, por la cual los estudios iniciales en medios masivos le dieron mucha importancia al emisor y desde luego al mensaje, que se transmitía, porque se creía que tenía un efecto en el individuo llamado la aguja hipodérmica. Luego, la balanza se inclinó hacia la teoría de la Agenda Setting (McCombs & Shaw, 1972) que hizo evidente que no sólo había que mirar los

mensajes del emisor o la recepción, sino también las rutinas periodísticas, que resultan básicas para entender el mensaje mediático.

Para Rodrigo (1989) la Agenda Setting o Teoría del Temario como él la llama tiene la virtud de ser integradora de otras teorías como el efecto en las audiencias, la de los usos y gratificaciones y la teoría clásica de los dos pasos, pero sobre todo de la construcción de la realidad social. Según él, el dominio de los medios masivos está fundamentado en el poder que le otorgue el individuo, a partir del uso que haga de ellos.

Tuchmann citado por Gadini (2005) afirma que el carácter público de la noticia hace que sea una institución social. En primer término es un método institucional, para que los consumidores dispongan de información. Segundo, es una aliada de las instituciones legitimadas y tercero, es localizada, recogida y diseminada por profesionales que trabajan en organizaciones. Por esta razón es un producto de los informadores, que actúan dentro de procesos y prácticas institucionales. (Gadini; 2005, 144).

Además, existen unas esferas que mediatizan la producción de contenidos en los medios en cinco niveles: personal, rutinas, organizacional, influencias e ideología. El primero explica por qué los valores, creencias y actitudes de los profesionales no son totalmente anulados por las organizaciones donde trabajan; el segundo dice cómo se establecen unos procedimientos de trabajo estandarizados y no otros; el tercero donde las estructuras y los objetivos de las empresas imponen unas limitaciones a la producción; el cuarto las influencias ejercidas por las instituciones oficiales, la competencia, las audiencias, las fuentes, los anunciantes y la tecnología; y el quinto, como mecanismo simbólico que sirve como fuerza integradora y cohesiva en la sociedad. (Shoemaker y Reese citado por Gallego, J., Altés, E., Melús, M. Soriano, J & Cantón M, 2002).

Por tanto, la noticia es una construcción que lleva a cabo un recorrido que comienza por el acontecimiento periodístico, pasa por ser el producto elaborado por los periodistas, teniendo en cuenta sus rutinas de trabajo y unos valores como

la objetividad, la veracidad y la imparcialidad. Al final de esto se da la circulación de dichas piezas, que toman contacto con los lectores. Esta condición de mercancía que se ofrece, pero que también se demanda exige que la información transmitida no esté contaminada de intereses personales, que involucren la credibilidad.

Por ello las fuentes son fundamentales en el juego de darle veracidad a ese sustituto de los hechos reales, que es la noticia desde la perspectiva del transmisor y productor del mensaje. Sin embargo, el lector o receptor tiene un interés por ciertos temas como lo dijo Bockelmann y la violencia es uno de ellos, por la amenaza que representa, la obligación que tiene de defenderse de ella y del dolor que causa.

Los lectores quieren consumir información y cada vez que lo hacen resultan afectados o transformados por esta, pero los estudios de efectos en las audiencias han comprobado que las consecuencias son mínimas y no es tan simple la manera cómo influyen en ellos, para fortuna del hombre común que busca las noticias con la esperanza de entender la realidad de todos los días. (Chiricos, Eschholz & Gertz, 1997).

#### **4.2.9. Comunicación y violencia urbana**

Este capítulo aspira a integrar cada uno de los aspectos relevantes de las perspectivas teóricas desde la construcción de la realidad planteada por Berger & Luckmann, pasando por la Agenda Setting y sus sucesivos desarrollos entre ellos el Framing, el fenómeno del consumo y lo urbano. Para luego sintetizar la historia del periodismo, el surgimiento de la prensa popular y cómo la violencia urbana entra a ser la materia prima de las noticias de este tipo de periodismo, objeto de esta investigación y resultado de una construcción e intervenido en el proceso de fabricación, circulación y reconocimiento como lo afirma la Teoría de la Construcción de la noticia de Miquel Rodrigo Alsina.

La Teoría de la Construcción de la Realidad parte de la sociología y fue desarrollada por Berger & Luckmann (1966) y constituye el arranque inicial de este trabajo, ya que en la medida que el ser humano construye en su cabeza su entorno, con el objetivo de darle sentido al mundo, es posible pensar que la noticia es un sustituto de la realidad. Así mismo que es una elaboración simbólica del individuo, quien le da sentido.

El sentido no es más que el significado que Ernst Cassirer le reconoce como productor de símbolos en su libro *La Antropología Filosófica* (1968), y se integra en esta revisión teórica, debido a la importancia que empieza a dársele al lenguaje en la existencia del ser humano, en especial, el escrito que fue el punto de quiebre de la civilización occidental, porque permitió fijar en un soporte duradero la palabra.

La prensa masifica el lenguaje escrito y ante la pregunta de si es posible que las noticias afecten al ser humano, la investigación racional empezó a dar respuestas con múltiples modelos y uno de los más relevantes fue la *Agenda Setting* de McCombs & Shaw (1972). Esta teoría marcó las primeras aproximaciones al efecto de los medios en la gente o a la exposición de los mensajes. Aunque mantuvo un enfoque político, presente desde los inicios de la investigación en comunicación, con el paso del tiempo se descubrió que los medios no son efectivos para que la gente piense de tal o cual manera, pero si les dicen en qué pensar.

Posteriormente, surge la metáfora del marco o *frame* usada por Goffman (1974), que tal como lo hacen los artistas cuando enmarcan el lienzo, configura un pedazo de la realidad o la reducen, que es lo mismo que el ser humano hace para evitar enredarse en la maraña del mundo físico. Así que paralela al desarrollo de la teoría de la *Agenda Setting* se da el *Framing*, la teoría del encuadre o enfoque, que logró descubrir como en las noticias los periodistas reducen el mensaje, para que sea más comprensible y fácil elaborar por el lector.

Semetko & Valkenburg (2006) plantean que existen cinco encuadres o enfoques que posibilitan el estudio de las noticias y las fotografías que aparecen en los

periódicos. 1. La atribución de responsabilidad individual o institucional. 2. El conflicto individual, grupal o institucional. 3. El interés humano, que dramatiza la información. 4. La moralidad. 5. Las consecuencias o efectos económicos. Sin embargo, lo que se tomarán en cuenta los más recientes planteados por Del Moral, et al. (2007), que son: enfrentamiento, conjetural, histórico, perspectivista, consensual, competitivo, denunciador, documental, el reactivo y el de interés humano.

En lo que respecta a las variables para estudiar el contenido de la fotografía se utilizarán las que Colle R. (1999) diseñó en su instrumento de análisis descriptivo, porque son aplicables a la fotografía de prensa. Se usarán en su totalidad las 20 variables bipolares (con dos opciones opuestas) agrupadas en cuatro grandes factores: icónico, verbal (no se usará en este estudio) de función dominante y de determinación, definidas en el punto “El encuadre y la fotografía en las piezas noticiosas”.

Pero también la noticia tiene la característica no sólo de ser un producto fabricado, sino que está hecho para ser consumido como cualquier bien que produce la economía. Por ello comenzó a ser estudiado en su relación con el proceso de su construcción, donde las de las rutinas periodísticas, entre otros factores, le imponen una relación que influye en ambos.

Para alcanzar el objetivo general de esta investigación son relevantes los estudios de Guillermo Sunkel, quien estudio la prensa popular chilena, y a pesar de pensar este fenómeno desde el punto de vista del receptor, le agrega la perspectiva cultural. La prensa popular es un producto que es reconocido con una etiqueta “Popular”, esto lo distancia de lo culto, categoría usada en los estudios culturales para definir cada concepto, a partir de la diferencia, es decir, con su opuesto. Sunkel, en su libro Razón y pasión en la prensa popular, (1985) plantea esto y lo ve como un producto cultural hecho con palabras, que tienen sentido, donde la tragedia se convierte en diversión, a través de un titular. En la línea del consumo otro de los intelectuales latinoamericanos que lo abordan es García Canclini, quien

en su libro *Consumidores ciudadanos* (1995) plantea que consumir es participar de los bienes que son escasos en la sociedad. Así mismo, para Ortiz (1998) el consumo es una instancia de socialización, que por supuesto se da en la ciudad, donde se lleva a cabo la interacción simbólica.

El individuo construye la sociedad urbana en que vive y esta es representada a diario en el contenido de los medios de comunicación. Por ello, la urbe existe integrada a la actividad mediática y tiene un paralelo con el texto escrito, porque ambos pueden ser explicados o leídos como afirma Niño (2003). Es el soporte material de cada significación como explican Giraldo y Viviescas (1998). Autores colombianos, quienes han estudiado el fenómeno urbano.

El poder se aprovecha de las historias mediáticas para ofrecer seguridad, ante la violencia, que expone la prensa popular, a través de medidas estatales para responderle a quienes los eligieron y legitimarse. (Peelo, 2006; Johnson, 2007 y Altheide, 1997). Los mismos que leen sus periódicos para enterarse de los sucesos que informan las noticias y habitan la ciudad.

Para entender el fenómeno urbano se han usado unos modelos metafóricos de ciudad, que permiten entenderla: la ciudad étnica, dividida, desindustrializada, sacra y global. (M. Low; 1996). Sin embargo, para comprender cómo se vincula o relaciona con la violencia que se construye en las noticias, que a parecen en la prensa popular es útil enfocar primero el fenómeno de la prensa popular desde su raíz: el periodismo escrito. Para ello hay que iniciar un diálogo histórico que parte del periodismo antiguo o artesano (1609-1789), continua con el periodismo moderno o liberal (1789- último cuarto del siglo XIX), sigue con el periodismo contemporáneo o industrial (entre el último cuarto del siglo XIX y finaliza con el del último cuarto del siglo XX).(Guillamet; 2002). Esta compilación deja de lado al periodismo digital surgido con el advenimiento de las nuevas tecnologías, pero es útil como parámetro de ubicación.

En nuestro contexto latinoamericano existen estudios que plantean que el periódico popular, aparte de informar de manera singular a sus lectores, también

los visibiliza ante la sociedad. Maccassi & Ampuero (2001), quienes estudiaron este tipo de periódicos en Perú conocidos allá como prensa “Chicha”, por lo barato que resulta su adquisición cuentan entre sus hallazgos, que la prensa popular acude a la violencia para atraer a sus consumidores, pero también los encanta hablando sus lenguajes y narrando su cotidianidad. Esta narración de la violencia apela también al miedo, que es capitalizado tanto por el poder como por las empresas periodísticas.

Dicho de otra manera, los medios explotan el mensaje sobrecogedor que causan las noticias violentas y el poder acude a ellas, para legitimarse y mantenerse como aliado de los ciudadanos en la lucha contra el crimen. Tal como lo afirma Germán Rey (2005) en su análisis de contenido de 14 periódicos latinoamericanos, cuando escribe que la seguridad es vista como una respuesta del buen gobierno. Pero también en las páginas existe una visibilización a quienes están excluyendo o estereotipando los medios.

Por otro lado, los hallazgos de Chiricos, Eschholz & Gertz (1997) establecen que el efecto de una noticia violenta y el miedo que produce en la audiencia esta mediado por factores como: la edad, el género y la experiencia que se haya tenido antes con este tipo de informaciones. Pero además, muestra que cuando la gente ya está acostumbrada a un entorno violento el efecto mediático es nulo.

La definición de noticia que se usará será la que Fontcuberta (1993) define como la comunicación a un público interesado de un hecho que acababa de producirse o de anunciarse a través de unos medios de comunicación masivos. Y con respecto a la violencia se utilizará la de Jackman (2002), quien la define de manera general como: las acciones que infligen, amenazan o causan lesiones. Las acciones pueden ser corporales, escritas o verbales. Las lesiones pueden ser: corporales, psicológicas, materiales o sociales. El hecho o acontecimiento violento se entenderá derivado de esta definición, es decir, las acciones violentas con las que se construye la noticia y la fotografía, que se expone en la prensa popular.

Finalmente, para operacionalizar categorías como la agenda, los enfoques y la violencia explícita, entre otros se usará el análisis macro estructural y microestructural propuesto por Del Moral, et Al. (2007).

Dentro del análisis macro estructural incluyen: la agenda y el pluralismo informativo. En la agenda mediática como primer parámetro ubican el contenido del titular, con el que fundamentalmente se percibe la selección de la agenda informativa y los escenarios. Así mismo, dentro del pluralismo informativo las categorías de análisis que nos interesan son: las fuentes, los criterios de selección de las noticias, el enfoque, la violencia explícita y la basada en hechos o conjeturas.

Con respecto a la microestructura elementos como: número de palabras o expresiones con carga semántica añadida, análisis de la adjetivación y la de intervenciones o actores explicadas en el punto de “El periodismo, la prensa popular y la violencia”. Este último se complementará con unas variables definidas por Humanes (2001) que servirán para estudiar al actor o personaje principal como son: el tipo a que pertenece (grupala o individual), el tipo de aparición; si aparece su voz; los atributos y la fuente de la atribución.



## 5. METODOLOGÍA

El tipo de investigación seleccionado para este estudio ha sido la investigación cuantitativa, en virtud su propósito de analizar el contenido de los textos noticiosos y las imágenes fotográficas del periódico popular *El Propio* que los acompañan, con variables y categorías de tipo cuantitativo y mensurable en cifras o porcentajes, como por ejemplo: género, edad y el número de actores que aparecen en la noticia (víctimas), encuadres, el tipo y las causas de violencia, que aparecen con un mayor porcentaje estadístico. Aunque también se apoya en informaciones e indicadores cualitativos tales como los lugares de la violencia o fuentes, entre otras.

Siguiendo a Hernández Sampieri et Al. (2006), el enfoque cuantitativo es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos y se dedica a recoger, procesar y analizar datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente determinadas, a la vez que estudia la asociación o relación entre las variables que han sido cuantificadas, lo que ayuda aún más en la interpretación de los resultados.

Consecuentemente, el análisis de contenido se cifra en un cruce de las categorías, indicadores y variables auxiliares que se han registrado, clasificado y contabilizado, en función de establecer las agendas y los encuadres que aparecen en las noticias y fotografías judiciales. Esto mediante la identificación de los principales rasgos de las víctimas como: edad, sexo y ocupación, lugares en donde ocurren las noticias violentas, horas de acontecimiento; y demás detalles de sus actores y contextos, además del desarrollo del contenido de los mensajes en las imágenes que prevalecen en este medio.

En cuanto a operacionalización de este estudio cuantitativo, estadísticamente se hizo un arreglo sistemático de recuento y medida consistente en tablas de recuento de datos constituidas por presencia, frecuencia, frecuencia ponderada,

descripción de la forma y estructura de cada una de las categorías, indicadores y variables auxiliares, donde se analizan entre otros los adjetivos descriptivos de los hechos judiciales y su grado de aparición, intensidad, direccionalidad, amenidad de lectura y sujetos discursivos inmiscuidos en las informaciones periodísticas.

También en términos metodológicos se ha empleado el Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS; versión 2.0) para la elaboración de una matriz de datos con número de aparición de las noticias, eventos específicos atinentes a las mismas de acuerdo al muestreo de semana compuesta establecido, con lo que ha podido determinarse descripciones cuantitativas del número de adjetivos registrados por noticia en sus diferentes categorías e indicadores dados, superficie de la noticia, intensidad percibida e intensidad sugerida por la noticia. De este modo el Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS; v. 2.0) ha servido a los fines de la investigación para realizar asociaciones entre dos o más variables, con propósito de describir el grado de relación entre las mismas, y hacer inferencias al respecto. De esta forma en la matriz SPSS se han introducido los datos relevantes de las noticias judiciales seleccionadas del diario *El Propio* (donde n=57 noticias) con las variables columna correspondientes a víctimas, adjetivos, escenarios y métodos de agresión.

También este tipo de enfoque puede responder a distintas preguntas de investigación de un planteamiento del problema, y se fundamenta en la triangulación de métodos, donde debe visualizarse su aplicación desde el planteamiento del problema, la recolección y análisis de datos y por supuesto en el informe del estudio (Hernández Sampieri et Al.; 2006).

En el fenómeno social que este estudio se propone abordar, también se abordan las actitudes que se manifiestan en los textos noticiosos y las imágenes fotográficas de la sección judicial (titulada *Tal cual*), del periódico *El Propio*.

Respecto al diseño de la investigación, éste posee un método de carácter descriptivo-interpretativo, con un diseño longitudinal. Su caracterización se formula

como descriptiva-interpretativa, en razón a que uno de los propósitos fundamentales de este estudio del contenido e imágenes noticiosas de *El Propio* es la descripción del fenómeno de la producción de las noticias judiciales y sus imágenes fotográficas acompañantes, teniendo en cuenta sus actores, detalles, contexto de acontecimiento y otras categorías que den luces acerca de la caracterización de la violencia armada que se referencia en sus páginas y que se encaminan desde las perspectivas de la construcción noticiosa a imprimir determinados efectos. Así mismo, en el estudio se adopta un proceso metodológico deductivo, que es el modo de razonamiento científico que va de lo general a lo particular, que tales son las intenciones procedimentales últimas de esta propuesta.

El diseño de investigación pertinente para el estudio es el diseño longitudinal, habida cuenta de que se han recolectado una serie de datos concernientes a los textos noticiosos y las imágenes fotográficas de un periódico sensacionalista como lo es *El Propio* de Montería, en un cohorte correspondiente a al tipo “semana compuesta”, el cual comporta el análisis del material producido por este diario en un periodo de tiempo considerable (6 meses específicamente), con propósito de describir sus variables o categorías determinadas y llevar a cabo un análisis fundamentado en una muestra determinada de 18 ejemplares publicados en este lapso temporal.

Según Jaume Arnau Gras (1995), el propósito de los estudios longitudinales es estimar la medida de cambio entre dos o más ocasiones de observación aplicadas de forma secuencial a las unidades (o sujetos muestrales). A la vez que Roberto Hernández Sampieri et. Al (2007), formula que con la investigación longitudinal en ocasiones se busca analizar cambios a través del tiempo en determinadas categorías, conceptos, sucesos, eventos, variables, contextos o comunidades [...] para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias.

Para el caso específico de este proyecto, lo que busca es caracterizar la violencia armada desde la construcción noticiosa de la prensa popular (textos y fotografías).

Así mismo, podría llegar a ser una base metodológica para ir consolidando un trabajo que permita en estudios posteriores correlacionar variables y ofrecer explicaciones más profundas de la relación entre la prensa popular y la violencia armada en el contexto regional.

A su vez, la técnica de investigación que se ha seleccionado ha sido el análisis de contenido desde el enfoque cuantitativo, la cual es una técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, filmados etc., donde puedan existir toda clase de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, videos entre otros. Para Berelson (2000), el denominador común de todos estos materiales es su capacidad para albergar un contenido que leído e interpretado adecuadamente nos abre las puertas al conocimientos de diversos aspectos y fenómenos de la vida social.

Dado que el análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, su lectura debe realizarse siguiendo los protocolos del método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida. Aunque lo característico del análisis de contenido y que lo distingue de otras técnicas de investigación sociológica, es que se trata de una técnica que combina intrínsecamente, y de ahí su complejidad, la observación y producción de los datos, y la interpretación o análisis de los datos.

Respecto a la “cuantificación” dentro de la técnica de análisis de contenido, hace referencia a la capacidad y posibilidad de cifrar numéricamente la información – codificación – para obtener el recuento de las unidades e indicadores de los fenómenos que queremos evidenciar. No obstante, aunque la cuantificación ha sido y es importante en la aplicación de técnicas de análisis de contenido, hoy la mayor parte de los investigadores sociales, reconocen que además de mostrarse los hechos se han de interpretar. Por último, Berelson (2000) formula en su definición de esta técnica, el atributo de que el contenido sea “manifiesto”

simplemente para asegurar que la codificación de los datos en el análisis de contenido sea intersubjetivamente verificable y fiable.

Se tiene además que el universo de la investigación corresponde a la estructura y contenido de la prensa producida en la ciudad de Montería (departamento de Córdoba, Colombia), su población objeto de estudio está determinada en la estructura noticiosa e infográfica del periódico *El Propio* de Montería, cuyo contenido general está constituido por las secciones *Tal Cual*, *Mi Gente*, *PropioCruci*, *En la Jugada*, *Clasificados*, *Relájate*, y *La Nena*. Y la muestra específica en la que se centra esta propuesta metodológica corresponde a los textos noticiosos e imágenes fotográficas que ilustran la sección judicial de ese diario popular de circulación vespertina, muestra cuyo tamaño y ediciones específicas han sido seleccionadas mediante el método por conveniencia de la semana compuesta.

Las etapas de investigación para llevar a cabo el análisis de contenido planteado, se han planificado de la siguiente manera: Etapa de recolección de la información; Etapa de caracterización del corpus; y Etapa de análisis. En lo concerniente a la *Etapa de recolección de información*, en esta fase inicial se han trazado los criterios para la escogencia de los componentes de la muestra teniendo en cuenta que sus rasgos y características sean representativos, suficientes y necesarios respecto de los aspectos relevantes que abordará esta investigación, con el objeto de otorgarle confiabilidad y validez al proceso de análisis, y se procede a llevar a cabo una selección y recolección de la muestra a estudiar.

Para el caso, se ha hecho una recolección de los textos noticiosos e imágenes fotográficas correspondientes a la sección *Tal Cual* del periódico *El Propio*, seleccionadas por muestra de semana compuesta entre las ediciones completas de este rotativo de diaria publicación. Los instrumentos expeditos para el cumplimiento de los propósitos de esta etapa de la investigación, corresponden a un formato de entrevista a las directivas del periódico *El Propio*, buscando recabar información pertinente a los objetivos de investigación, además de la hoja de

cálculo del programa informático de Excel para clasificación, agrupamiento y presentación de los datos estadísticos.

A la *Etapa de caracterización del corpus* le ha correspondido la labor investigativa de realizar una lectura descriptiva de los textos noticiosos e imágenes fotográficas que complementan e ilustran el contenido de la sección *Tal Cual* del periódico *El Propio*, para de este modo establecer las unidades, categorías y subcategorías de análisis. Esta lectura descriptiva de las noticias judiciales e imágenes se llevará a efecto en base a los criterios del teórico de la construcción noticiosa Miquel Rodrigo Alsina (1989), como también se soportará en términos metodológicos en las formulaciones de Krippendorff (1990), acerca de la clasificación de unidades muestrales de análisis, de registro y de contexto. Y el instrumento necesario para cumplir a cabalidad con los objetivos de esta fase investigativa es el formato estándar adaptado para análisis de categorías macroestructural y microestructural de textos noticiosos y lectura de imágenes fotográficas.

Finalmente se ha contemplado una *Etapa de análisis*, fase en la que se hace procedente desarrollar una codificación de los aspectos y rasgos contenidos en las unidades, categorías, subcategorías e indicadores establecidos y caracterizados previamente en el corpus, a través del formato estándar propio del Análisis de Contenido para los estudios de la Comunicación.

Esto también comporta el análisis de los aspectos, elementos y características técnicas, composicionales, expresivas e informativas que constituyen la estructura significativa de los textos noticiosos e imágenes fotográficas que constituyen el contenido informativo de la sección *Tal Cual* del periódico *El Propio*, y que están estructuralmente diseñadas para un hábitus de recepción e interpretación más o menos homogéneamente identificado. Esto es, para un sujeto transindividual o colectivo social poseedor de cierto tipo de afinidades sociales y culturales. La técnica escogida ha sido el Análisis de Contenido para los estudios de la Comunicación, a través de tres instancias de codificación: Unidades de análisis; Categorías de análisis; Subcategorías de análisis. En esta etapa también se ha

desarrollado una interpretación de los aspectos más relevantes establecidos en el análisis de contenido, interpretación afrontada como un análisis cualitativo fundamentado en la teoría de la construcción noticiosa (Rodrigo Alsina; 1989).

Para el análisis de la información se procedió de la siguiente forma: El eje de análisis o variable de estudio ha sido la manifestación o visibilización de la violencia armada en las noticias e imágenes fotográficas constituyentes de la sección judicial del periódico *El Propio* de Montería. En tanto que las dimensiones de estudio, subcategorías e indicadores se determinan en la tabla n° 7.

### Variables, dimensiones, categorías e indicadores de análisis:

VARIABLE DE ESTUDIO	DIMENSIONES DE ESTUDIO	CATEGORÍAS DE ANÁLISIS	INDICADORES DE ANÁLISIS
LA VIOLENCIA ARMADA EN LOS TEXTOS NOTICIOSOS E IMÁGENES FOTOGRÁFICAS DE EL PROPIO	Dimensiones Macroestructural y Microestructural	Géneros periodísticos	Crónica, reportaje, noticia judicial, reseña, entrevista
		Tipos de violencia aludidos	violencia doméstica, política, venganzas, común, violencia sexual, por intolerancia, brutalidad policial, violencia sin móviles
		Blancos de violencia armada	Hombres, Mujeres, Ancianos y niños, Minorías étnicas, Fuerza pública, Actores armados, Delincuencia común, Indigentes y drogadictos
		Mecanismos para causar efectos	Dramatismo, Sentimentalismo, Conflicto de interés, Enfoque moralizante
		Escenarios del hecho noticioso	En la casa, En la calle, Sitios sociales, Escenarios urbanos, Escenarios rurales
		Escenarios por categorización socio-espacial	Hechos violentos en el centro de la ciudad, en el norte, en el sur, en el oriente, en el occidente
		Fuentes noticiosas	Policía Nacional, Fiscalía, Medicina Legal, Testigos, Especulaciones, Archivos noticiosos, Familiares de víctimas
		Actores, antecedentes, clase social	Víctimas, Victimarios, Familiares, allegados o testigos
		Indicadores de violencia explícita (medios)	Armas de fuego, Apuñalamiento, Ahorcamiento, Arma contundente, Envenenamiento, Quemaduras, Mutilación
		Indicadores de adjetivación noticiosa	Adjetivos estándar, Neologismos populares, Adjetivos vulgares, Adjetivos direccionados positivamente, Adjetivos direccionados negativamente, Neutralidad
	Dimensión Infográfica (fotografías)	Factor Icónico	Presentación, Asociación, Simplicidad, Complejidad, Naturalidad, Artificialidad, Originalidad, Trivialidad, Implicación, Pasividad, Plano, Perspectiva
		Factor Determinante	Afectividad, Racionalidad, Motivador, Expositivo
		Factor de Función Dominante	Claridad, Confusión, Coordinación, Unívoco, Equívoco, Definición de objetivo, Indefinición, Adecuación, Inadecuación

**Tabla n° 1:** Variables, dimensiones, categorías e indicadores de análisis



## 6. CRONOGRAMA

A continuación se detalla cada una de las actividades programadas para el cumplimiento de los objetivos de esta propuesta académica, especificando la fecha de inicio y la fecha de finalización, ejecución, redacción y sistematización del informe final:

<b>CRONOGRAMA</b> <b>(Años lectivos 2012 y 2013)</b>													
	<b>2012</b>										<b>2013</b>		
<b>Tiempo/actividades</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>
Recolección de la información	■	■	■										
Encuestas y entrevistas			■	■									
Caracterización del objeto de estudio			■	■	■	■	■						
Análisis e interpretación de Resultados						■	■	■	■	■			
Informe escrito y correcciones			■			■					■	■	■
Sustentación													■

**Tabla n° 2:** Cronograma

## 7. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Este capítulo está constituido por el análisis de contenido realizado a la sección judicial del periódico *El Propio* de la ciudad de Montería, estudio realizado en las dimensiones macro, microestructural y de las imágenes fotográficas a partir de la variable de estudio, la manifestación de la violencia armada en los textos noticiosos e imágenes fotográficas de *el propio*. De este modo, en el análisis de contenido concerniente a la dimensión macroestructural de los textos noticiosos propuestos se han seleccionado una serie de ocho (8) categorías de análisis a saber: Encuadre de la noticia (frame); Escenarios del hecho noticioso; Fuentes noticiosas; Actores protagonistas; Citas de testigos o actores; Violencia explícita en la noticia; y Adjetivación cualitativa que poseen los textos analizados. Categorías que a su vez contienen unos indicadores formulados según los criterios de la unidad investigativa, y que están encaminados a establecer la presencia de violencia en las noticias, su frecuencia, aspectos formales y estructurales, categorización semántica y direccionalidad en las que se manifiestan y declaran los hechos noticiosos de carácter judicial en *El Propio*.

Un segundo tópico de análisis dentro de este capítulo será el análisis de contenido de la fotografía en la noticia, que incluye aspectos estructurales y significativos de las imágenes acompañantes de las noticias judiciales del tabloide estudiado, emprendido desde la construcción noticiosa formulada por Rodrigo Alsina (1989), el cual recoge los factores icónico, determinante y de función dominante con sus indicadores respectivos, para un corpus de 20 infografías noticiosas seleccionadas.

Dado el enfoque cuantitativo de la investigación, y dada también su metodología descriptivo- inferencial, la presentación de este apartado se implementa en términos metodológicos haciendo un conteo detallado de los indicadores manifiestos para cada categoría de análisis, para la consecuente inferencia de

aquéllas y de sus indicadores mediada en el cruce de datos y sus relaciones explícitas e implícitas, en apoyo, como se ha anotado, de las formulaciones teóricas sobre construcción noticiosa y violencia armada. Con base en la metodología adoptada, la operación principal en el análisis de contenido consiste en la clasificación de las categorías de análisis, en tanto signos que aparecen en una comunicación dada.

De modo que las muestras seleccionadas del periódico *El Propio* para el análisis de contenido de prensa han registrado y clasificado veinte (20) unidades de registro del periodo señalado. Hay que recordar, con Piñuel Raigada (2001), que el análisis de contenido con diseño longitudinal consiste en analizar corpus en diferentes momentos de su trayectoria, ya sea aplicando medidas repetidas o sirviéndose de muestras independientes. Donde el contenido, el cuerpo noticioso y las imágenes fotográficas acompañantes de la sección judicial del diario *El Propio* comprenden las unidades de registro en el análisis de contenido aquí formulado, y es mediante los indicadores de los mensajes de esa sección de donde ha procedido a extraerse la información sobre los acontecimientos judiciales de Montería y Córdoba que se pretenden analizar para hallar las inferencias más relevantes.

Así se entiende que las unidades de registro determinadas en el marco de este análisis se centran en las noticias judiciales del periódico *El Propio* de Montería, comprendidas entre el periodo junio- diciembre de 2011, compendiadas bajo el rótulo o sección Tal Cual, las que se toman metodológicamente como fuentes primarias de investigación, toda vez que según la definición de Hernández Sampieri et Al. (2007), contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada, y que se dan como producto de una investigación o actividad eminentemente creativa.

Con respecto a la **unidad de contexto**, hace referencia a la porción de la unidad de muestreo que tiene que ser examinada para poder caracterizar una unidad de

registro. Así, si se trata de una comunicación escrita, es el pasaje donde se encuentra la unidad de registro, que para el caso específico de este análisis de contenido la unidad de contexto corresponde a las páginas completas del periódico *El Propio* nominadas o rotuladas como *Tal Cual*.

### 7.1. Análisis del texto en la noticia

Este análisis de contenido incluye estructuralmente lo siguiente:

I. *Selección de la comunicación a estudiar*: Periódico *El Propio* de Montería, modalidad prensa escrita.

II. Selección de las categorías: noticias correspondientes a la sección judicial y las imágenes fotográficas acompañantes de tales noticias.

III. *Selección de las unidades de análisis*:

- *Unidad de muestreo*: la prensa sensacionalista monteriana;
- *Unidad de registro*: veinte ejemplares de *El Propio* comprendidos en el periodo junio-diciembre de 2011, bajo el muestreo de semana compuesta;
- *Unidad de contexto*: páginas completas de la sección judicial de este tabloide (*Tal Cual*);

IV. *Selección del sistema de recuento y de medida*: tablas de recuento de datos, constituidas por presencia, frecuencia, frecuencia ponderada, descripción de la forma y estructura, jerarquización otorgada a las unidades de registro, adjetivos descriptivos de los hechos judiciales y su grado de aparición, intensidad, direccionalidad, amenidad de lectura y sujetos discursivos.

Ediciones seleccionadas mediante el muestreo de semana compuesta	
Ejemplares seleccionados	N° de noticias judiciales seleccionadas
Junio 7 de 2011	3 noticias
Junio 15 de 2011	6 noticias
Junio 23 de 2011	4 noticias
Julio 1 de 2011	3 noticias

Julio 9 de 2011	5 noticias
Julio 17 de 2011	3 noticias
Julio 25 de 2011	4 noticias
Agosto 2 de 2011	2 noticias
Agosto 10 de 2011	1 noticia
Agosto 18 de 2011	3 noticias
Agosto 26 de 2011	1 noticia
Octubre 1 de 2011	2 noticias
Octubre 9 de 2011	2 noticias
Octubre 17 de 2011	2 noticias
Octubre 25 de 2011	2 noticias
Noviembre 2 de 2011	1 noticia
Noviembre 10 de 2011	3 noticias
Noviembre 18 de 2011	4 noticias
Noviembre 26 de 2011	5 noticias
Diciembre 4 de 2011	1 noticia
20 ediciones	57 noticias judiciales

**Tabla n° 3:** Ediciones seleccionadas mediante muestreo de semana compuesta

### 7.1.1. Análisis de la Macroestructura textual

Conviene iniciar este apartado con la definición que desde la teoría de la construcción noticiosa, se tiene precisamente de la sustancia concerniente a esta temática: La noticia. Para Rodrigo Alsina (1999) la noticia es una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible. También se hace necesario en función de la dilucidación metodológica atinente a este acápite, recordar que el muestreo utilizado en la investigación cuantitativa exige al investigador que se coloque en la situación que mejor le permita recoger la información relevante para el concepto o teoría buscada, de modo que se orienta a la selección de aquellas unidades y dimensiones que le garanticen mejor la cantidad (saturación) y calidad (riqueza) de la información (Hernández Sampieri et Al.; 2006).

Hecha esta precisión se entenderá en mejor medida el orden dado a este análisis de contenido, y se entra en materia con respecto al género periodístico en que aparecen redactadas las noticias judiciales seleccionadas de este periódico,

donde se han encontrado noticias pertenecientes a los géneros de crónica, con una frecuencia de 12 registros del corpus muestral de 57 noticias judiciales estudiadas; 5 ocasiones para el género de reportaje; 28 anotaciones de frecuencia para la variable de noticia judicial ampliada; 4 entrevistas; y 8 reseñas noticiosas establecidas.

<b>Género periodístico empleado</b>	
Crónica	12
Reportaje	5
Noticia judicial	28
Entrevista	4
Reseña	8
TOTAL Géneros periodísticos	57

**Tabla n° 4:** Género periodístico empleado en las noticias

En lo concerniente a los tipos de violencia ejercidas en las noticias de *El Propio*, se han establecido tipologías correspondientes a violencia doméstica o familiar, violencia política, violencia generada por venganzas o vendettas, violencia común derivada de situaciones de robos, atracos y estafas, noticias con el componente o agravante de violencia sexual implicada, violencia por intolerancia manifestada en trifulcas, asonadas y choques entre varios individuos o grupos, situaciones de violencia generadas desde el establecimiento por brutalidad policial o exceso de fuerza de los órganos judiciales, y hechos de violencia sin móviles o causas establecidas, con un alto índice de incidencia en la muestra seleccionada.

<b>Tipo de violencia aludida</b>	
Violencia doméstica o familiar	3
Violencia política	5
Violencia generada por venganzas	8
Violencia común (robos, atracos)	8

Violencia sexual implicada	2
Violencia por intolerancia	3
Violencia institucional (brutalidad policial)	2
Violencia sin causas establecidas	26

**Tabla n° 5:** Tipo de violencia aludido en las noticias

Los blancos de violencia armada más frecuentes que se han tenido en cuenta para este análisis de contenido dan cuenta de los siguientes actores victimizados con diversos grados de frecuencia, como lo muestra la tabla: hombres, con 54 frecuencias; mujeres con 10 repeticiones; niños y ancianos (1); minoría étnicas con 2 frecuencias de aparición; Fuerza pública (militares y policías) con 3 registros; actores armados 5 veces (paramilitares, guerrilleros, desmovilizados); delincuentes y pandilleros en 6 repeticiones; y la variable drogadictos, indigentes y prostitutas con 2 registros encontrados, como se detalla en la tabla 6:

<b>Blancos de la violencia armada</b>	
Hombres	54
Mujeres	10
Ancianos y niños	1
Minorías étnicas (afros e indígenas)	2
Fuerza pública (militares y policías)	3
Actores armados (paramilitares, guerrilleros, desmovilizados)	5
Delincuentes comunes (pandilleros, expendedores de drogas, ex convictos)	6
Indigentes, drogadictos, prostitutas	2
TOTAL individuos blancos de violencia armada	83

**Tabla n° 6:** Víctimas de violencia armada en las noticias

Sobre los mecanismos hacia los que apelan las noticias para causar determinados efectos en sus lectores, en esta categoría se han encuadrado los indicadores de dramatismo –entendida como la capacidad de emocionar, conmover o causar dolor en el ánimo de las personas mediante la adopción de determinadas actitudes-; sentimentalismo referido al esfuerzo consciente para inducir emociones al lector o espectador para que las disfrute, en este caso mostrando el lado de vulnerabilidad de las víctimas; el conflicto de interés, manifestado éste como la sensación de inseguridad general en la comunidad; y el enfoque moralizante o aleccionante, en noticias donde se evidencia el ánimo de mostrar situaciones de violencia hacia ciertos individuos acarreadas por sus estilos de vida y antecedentes delincuenciales, como los drogadictos, prostitutas e indigentes.

<b>Mecanismos hacia los que apelan las noticias para causar determinados efectos en los lectores</b>	
Dramatismo	17
Sentimentalismo (por vulnerabilidad de las víctimas)	15
Conflicto de interés (inseguridad general)	24
Enfoque moralizante o aleccionante	5

**Tabla n° 7:** Apelación a mecanismos para causar efectos en los lectores

Se observa cómo a través de las noticias judiciales de *El Propio* se enfoca o encuadra la información a la hora de elaborar sus contenidos noticiosos, lo que según Rodrigo Alsina (1989) comporta el que los medios de comunicación también seleccionan y dan determinados niveles de importancia a ciertos atributos que tienen los temas tratados en sus páginas, que se catalogaría en algo así como una agenda de los atributos noticiosos mediáticos. Es así como las noticias evidencian cierto enfoque inducido acerca de la realidad aludida, que se materializa en una manera de seleccionar los hechos, los personajes, las imágenes o las palabras en



las que enfatiza la noticia, y donde la descripción de la realidad social mostrada por los medios está condicionada por el proceso de reconstrucción subjetiva de la realidad que aquéllos ejercen.

En el análisis también se recoge la categoría de escenarios del hecho noticioso, donde se hace un recuento de los casos de violencia armada efectuados en casas o domicilios privados, en las calles o sitios abiertos, en sitios sociales como clubes, bares, escuelas etc.; clasificándose a su vez dichos escenarios según su acontecimiento en zonas urbanas o rurales.

<b>Lugares o escenarios de violencia</b>	<b>Frecuencia de aparición (número de veces)</b>	<b>Frecuencia ponderada</b>
En la casa o domicilio privado	12	12 x 2= 24
En la calle o sitio público abierto	23	23 x 2= 46
En sitios de afluencia social (clubes, bares, canchas, parques, escuelas)	12	12 x 2= 24
Escenarios urbanos	17	17 x 2= 34
Escenarios rurales	19	19 x 2= 38
TOTAL escenarios de violencia registrados	83	166

**Tabla n° 8:** Escenarios del hecho noticioso

Es necesario señalar que a su vez, se ha considerado pertinente una clasificación de los escenarios de hechos noticiosos de violencia armada en sectores urbanos de Montería, de acuerdo a una categorización socio-espacial, según los acontecimientos se hayan registrado en el norte, centro, sur, oriente u occidente del casco urbano, conteo que no aplica para otros centros urbanos departamentales. Al respecto las cifras son concluyentes en el registro de mayor número de hechos de violencia armada acaecidos en el sur de Montería, con una frecuencia de 7 casos, seguido de 8 casos en el centro de la ciudad, 4 casos en el norte y el oriente respectivamente, y un solo caso registrado en el occidente de Montería para la muestra seleccionada. Además se evidencia que las horas de mayor frecuencia de hechos violentos perpetrados se dan entre las 7.30 y las 9 de la noche, y entre el periodo de las 12 y 1 de la tarde, en ese orden.

<b>Escenarios del hecho noticioso por categorización socio-espacial</b>	<b>Frecuencia de los acontecimientos</b>	<b>Hora promedio de los acontecimientos</b>
Hechos violentos ocurridos en el centro de la ciudad	7	Entre 11 y 2 de la tarde; y entre 7 y 9 p.m.
Hechos registrados en el norte de la ciudad	4	Entre 8:30 y 10 a.m.; y entre 5 y 7 p.m.
Hechos registrados en el sur de la ciudad	8	Entre 12:30 y 2 p.m.; y entre 7:30 y 9 p.m.
Hechos registrados en el oriente de la ciudad	4	Entre 11 y 1 p.m.; y entre 7:30 y 9 p.m.
Hechos registrados en el occidente de la ciudad	1	Entre 1 y 2:30 p.m.; y entre 7 y 10 p.m.

**Tabla n° 9:** Frecuencia y hora de los acontecimientos noticiados

De otro lado se pudo establecer mediante la técnica de análisis de contenido, que las principales fuentes noticiosas acerca de la violencia armada registrada en Montería y Córdoba por parte del periódico *El Propio* son en su orden la Policía Nacional, con una frecuencia de 23 ocasiones y una frecuencia ponderada de 46, lo que consolida a esta fuente informativa como la de mayor incidencia en lo concerniente a la temática, las informaciones de testigos presenciales con una frecuencia simple de 11 ocasiones y una ponderada de 22;

las especulaciones o rumores callejeros en frecuencia de 9 y 18 en la ponderada; la información suministrada por familiares y allegados de las víctimas con 8 ocasiones registradas y frecuencia ponderada de 16; la recurrencia a los propios archivos noticiosos del periódico en 4 oportunidades y frecuencia ponderada de 8 registros; y sólo 2 ocasiones de registro de hechos de violencia armada por parte del CTI de la Fiscalía, que representan una media ponderada de 4 registros.

Se constató mediante la técnica de análisis de contenido para el corpus estudiado de 57 noticias judiciales de *El Propio* que la recurrencia del Instituto de Medicina Legal y Ciencias Forenses, pese a ser el órgano estatal encargado de las diligencias técnicas concernientes al manejo de casos violentos que involucran

lesiones y muerte de individuos, no reportó para la muestra ningún tipo de información para el periódico en el lapso de tiempo escogido.

Fuentes de la noticia	Frecuencia	Frecuencia ponderada	Tipos de adjetivos empleados por las fuentes
Policía Nacional	23	$23 \times 2 = 46$	Adjetivos estándar o normativizados, adjetivos especificativos
CTI (Fiscalía)	2	$2 \times 2 = 4$	Adjetivos estándar o normativizados, adjetivos especificativos
Medicina Legal	0	---	---
Testigos presenciales	11	$11 \times 2 = 22$	Adjetivos estándar, adjetivos incultos y neologismos populares
Especulaciones o rumores callejeros	9	$9 \times 2 = 18$	Neologismos populares, adjetivos atributivos y adjetivos incultos
Archivos noticiosos anteriores	4	$4 \times 2 = 8$	Adjetivos estándar y neologismos populares
Familiares de las víctimas	8	$8 \times 2 = 16$	Adjetivos estándar y adjetivos atributivos en grado positivo
TOTAL frecuencia de las distintas fuentes noticiosas	56	112	---

**Tabla n° 10:** Fuentes de la noticia y adjetivos empleados en el suministro informativo

Dados los resultados sobre estas fuentes noticiosas, Alsina (1989), subraya el complejo proceso que es la construcción noticiosa, donde intervienen los productores de la comunicación, las fuerzas políticas y los grupos económicos tanto en su producción como en su circulación y reconocimiento.

En la categorización de los actores protagonistas de los hechos noticiosos de carácter judicial reseñados en este diario sensacionalista y de acuerdo a su nivel socioeconómico, se tiene que en su gran mayoría tanto las víctimas de violencia armada como sus familiares, allegados y testigos, así como en algunos casos los propios perpetradores o victimarios de tales acciones, cuando ha sido del caso establecer su identificación e individualización, estos pertenecen en unas cifras

muy significativas a la clase baja, con una frecuencia de 57 casos, categorización efectuada con base en el lugar o sector de procedencia a partir de la escala socioeconómica establecida por algunos autores para Colombia (Negrete Barrera; 1999), donde se tiene que estos individuos identificados habitan en barrios de los estratos 1 y 2; seguido de individuos de clase media (estratos 3 y 4) en una frecuencia de 19 registros; y un nivel socioeconómico estratificado en la clase alta que evidencia 7 casos concretos.

Es de señalar que el análisis ha arrojado también que de las víctimas contabilizadas en el sistema de registros, se tiene que 14 de estos individuos presentaban según las fuentes policiales antecedentes judiciales por diversas infracciones, revelando así mismo el conteo que el promedio de adjetivos (entre calificativos, atributivos, especificativos y asertivos) empleados para hacer referencia a tales sujetos es de tres (3) adjetivos.

Como también que de los victimarios o perpetradores con identificación e individualización determinadas 8 de ellos presentan algún tipo de antecedentes judiciales con entradas a prisión, y un promedio de dos (2) adjetivos de diversa índole para referirse a los mismos. A la vez que el promedio de calificativos concerniente a los familiares, allegados o testigos de casos violentos registrados en *El Propio* es de (0.3) términos, sin que para el caso se hayan verificado indicadores de antecedentes judiciales para este segmento muestral.

Actores protagonistas del hecho noticioso	Nivel socioeconómico de los actores			Actores con antecedentes judiciales	Promedio de adjetivos empleados para referirse a los actores involucrados
	Clase alta	Clase media	Clase baja		
Víctimas	7	19	57	14	3
Victimarios	---	---	16	8	2
Familiares, allegados o testigos	0	11	27	0	0,3 adjetivos

**Tabla n° 11:** Actores protagonistas, clase social, antecedentes y adjetivos para referirlos

Una categorización importante que se ha contemplado en la estructura de este análisis de contenido de la prensa amarillista de Montería se relaciona con la violencia explícita manifiesta en las noticias, donde se tiene que la gran mayoría de hechos registrados se perpetraron con armas de fuego como medio empleado en la agresión, con una frecuencia de 52 ocasiones, un nivel de agresión catalogado mortal de 46 (donde hubo pérdida de vidas humanas), y 6 registros con nivel de agresión no mortal, en hechos violentos que reportaron heridos graves, leves y víctimas ilesas, como lo muestra la tabla anidada respectiva. En esta categorización el segundo medio de agresión más frecuente fue el apuñalamiento, tenido como la agresión física infringida con arma blanca o cortopunzante, con una frecuencia de 4 ocasiones, un nivel de mortalidad de 2 de las víctimas de este tipo de violencia, y 2 casos de apuñalamiento con niveles de agresión considerados no mortales.

Sobre el medio de armas contundentes (referentes a las lesiones violentas perpetradas con garrotes o herramientas usadas para infringir golpes y laceraciones), se ha establecido una frecuencia de 3 registros por este medio, con un índice de mortalidad de 1 caso y 2 más con niveles considerados como no mortales. La mutilación también registró 2 casos, uno con desenlace mortal y otro con nivel de agresión exento de mortalidad. Y un hecho de violencia explícita en las noticias judiciales de *El Propio* que se cataloga como de ahorcamiento de acuerdo al medio de agresión empleado para tal fin, habiéndose registrado como mortal en cuanto a su nivel de agresión infringido.

Otros medios de violencia que se contemplaron en esta investigación fueron la agresión por envenenamiento y por quemaduras, los cuales para el caso del corpus noticioso de semana compuesta que se ha adaptado, no registraron niveles de frecuencia alguna.

Medio empleado en las agresiones	Frecuencia de empleo	Nivel de agresión infringido	
		Mortal	No mortal
Armas de fuego	52	46	6
Apuñalamiento	4	2	2
Ahorcamiento	1	1	0

Arma contundente (garrotazos)	3	1	2
Envenenamiento	0	0	0
Quemaduras	0	0	0
Mutilación	2	1	1
TOTAL índices de violencia según el método	62	51	11

**Tabla n° 12:** Indicadores de violencia explícita en la estructura noticiosa

Una categoría que se ha tenido en cuenta habida cuenta de su importancia para un análisis del contenido de la prensa amarillista es la relacionada con la adjetivación cualitativa que se emplea en este tipo de órganos noticiosos, la cual comprende indicadores tales como la categorización semántica empleada para su redacción, donde se contempla el uso de adjetivos estándar o convencionales, neologismos populares (adjetivos constituidos sociolingüísticamente mediante el uso popular recurrente, y de acuerdo a los preceptos socioculturales acordados por los usuarios de la lengua en la cotidianidad), y el empleo de adjetivos grotescos o vulgares (anclados en el nivel escatológico de ciertas capas poblacionales). El conteo de tales indicadores ha revelado el uso de 116 adjetivos estándar o términos del habla convencional en la muestra seleccionada del periódico *El Propio*, 74 neologismos de origen popular, caracterizadores además de los rasgos sociolingüísticos del caribeño sabanero –incluidos los usuarios de la lengua de origen cordobés y monteriano según las formulaciones de Cury Lambraño (2000), y 19 frecuencias de registro de adjetivos grotescos o vulgares.

La matriz recomendada mediante el empleo del SPSS produjo así mismo el cruce de variables de otros indicadores como el grado de amenidad del discurso periodístico generado por los adjetivos empleados en las noticias judiciales seleccionadas, donde a criterio de la unidad investigativa y con base en la propia lectura crítica de las distintas unidades de registro, se encontró que 35 de las unidades noticiosas presentan un tipo de redacción calificado como “Muy ameno”(1), de acuerdo las características de lecturabilidad de que habla Macassi (2002), refiriéndose al discurso con fines de entretenimiento, que mantiene un hilo de alta tensión, y que se nutre de hechos impactantes, diferenciándose de los discursos científicos y objetivos, y acercándose más a la ficción narrativa; 23

noticias se han considerado como poseedoras de un “Discurso ameno” (II), mientras que para la variable de discurso “Poco Ameno” (III) no se evidenciaron registros. Lo que muestra un estilo escritural ejercido por la redacción judicial del periódico *El Propio* destinado a cautivar a sus lectores mediante la oferta de noticias con información muy específica sobre los lugares, actores, circunstancias y detalles de los acontecimientos de violencia armada, pero sobre todo cifrándose en una estilística encaminada a satisfacer las demandas del morbo popular, empleando en ello la explotación de aspectos emotivos y sentimentales, así como la visibilización de las clase populares, como argumenta Sandro Macassi en sus estudios sobre las claves cifradas de este fenómeno (2000).

La direccionalidad otorgada a los adjetivos que refieren hechos de violencia armada en las páginas de *El Propio* hace referencia a los efectos psicológicos que intentan reflejarse en la redacción de los acontecimientos noticiosos, donde la direccionalidad positiva tiene que ver con los propósitos de mostrar mediante los adjetivos utilizados buenas actitudes por parte de los actores noticiosos, esto es, que muestran formas de actuar cualitativamente tenidas como loables, alentadoras, moralizantes, correctas. La matriz construida en SPSS recomendó cruzar este indicador con las variables Adjetivos direccionados positivamente, Adjetivos direccionados negativamente y Adjetivos direccionados neutralmente.

Para el caso de la muestra de investigación, 4 noticias evidenciaron este tipo de intenciones comunicativas en las páginas analizadas; se hallaron 17 empleos de adjetivos direccionados con neutralidad estilística y 41 casos en los que se manifiesta un direccionamiento negativo de los adjetivos usados en las noticias, de donde se colige que por su carácter de noticias judiciales, los adjetivos empleados por la redacción del diario intentan reflejar un estado de cosas donde los factores de violencia generan desestabilización y una caótica realidad como habitantes de un espacio social donde la violencia y la intolerancia son cosa del día a día.

<b>Adjetivación cualitativa en las noticias</b>	<b>Categorización semántica</b>	<b>Amenidad del discurso periodístico generada por los adjetivos</b>	<b>Direccionalidad otorgada al adjetivo (positiva, negativa o neutral)</b>
Adjetivos estándar o términos convencionales	116		
Neologismos populares	74		
Adjetivos grotescos o vulgares	19		
Discurso muy ameno (I)		34	
Discurso ameno (II)		23	
Discurso poco ameno (III)		0	
Adjetivos direccionados positivamente			4
Adjetivos direccionados negativamente			41
Adjetivos direccionados con neutralidad			17
TOTAL de adjetivos empleados por categoría	209	57	62

**Tabla n° 13:** Indicadores de la adjetivación consignada en las noticias

En el análisis de contenido hay que tener siempre de presente que la lectura, sea esta textual o visual, busca la mayor objetividad posible mediante instrumentos y técnicas de recolección de información que lleguen a producir descripciones e inferencias válidas. Para propiciar esta búsqueda de científicidad, los datos y su tratamiento deben ser sistemáticos, objetivos y replicables. De allí se deriva el que este método investigativo se caracteriza por ser una técnica que combina intrínsecamente, y en ello estriba su complejidad operacional, la observación y producción de los datos, y la interpretación o análisis de los datos.

## **7.2. Análisis de la fotografía en la noticia**

Este apartado se orienta al análisis de contenido de las imágenes fotográficas manifiestas en las páginas del periódico *El Propio*, y que acompañan como



refuerzos semánticos y significativos el contenido noticioso de la sección judicial de este diario. Se ha seleccionado para efectos del análisis un corpus de 20 imágenes fotográficas en muestreo por conveniencia, procurando tener en consideración algunos factores como el grado de violencia manifiesta en las imágenes, los actores involucrados, los niveles de agresión mostrados en las imágenes y los lugares de acontecimiento de estos hechos. Todo esto teniendo en cuenta las formulaciones de Bardin (1996), en el sentido de que el análisis de contenido como conjunto de técnicas tendentes a obtener ciertos indicadores mediados en procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción, nos permite extraer inferencias válidas de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de los mensajes mediáticos.

La importancia de las imágenes fotográficas que acompañan las noticias periodísticas radica en que, como formula Lorenzo Wilches (1994), los lectores en últimas ven la página integra tanto la fotografía como el texto periodístico, en un solo elemento: la noticia. Donde ambos, fotografía y texto noticioso le ayudan a comprender lo que lee y por lo tanto están compartiendo el mismo marco o enfoque donde uno refuerza al otro en el proceso de construcción noticiosa.

Se tiene entonces en primera instancia que los actores involucrados en los hechos judiciales reseñados en el cuerpo infográfico del periódico *El Propio* se han contabilizado en las variables víctimas, con una frecuencia de registro de 14 ocasiones en las imágenes; los victimarios –para los casos donde los agresores han sido identificados o aprehendidos por las autoridades, en una frecuencia de 2; familiares y allegados de las víctimas, con un registro de 6 imágenes para esta variable; testigos y vecinos de los acontecimientos judiciales en un orden de 12 frecuencias; y funcionarios judiciales –primordialmente los encargados de hacer las diligencias judiciales de demarcación, levantamiento de cadáveres e investigación de la escena del crimen con un total de 7 registros para el corpus de 20 imágenes seleccionadas.

Actores de la noticia mostrados en las imágenes fotográficas	Frecuencia de aparición de los actores en las imágenes
Víctimas	14
Victimarios	2
Familiares y allegados	6
Testigos y vecinos	12
Funcionarios judiciales	7
TOTAL frecuencia de actores mostrados en las imágenes	41 frecuencias

**Tabla n° 14:** Actores noticiosos y frecuencia de aparición en las imágenes

Respecto de los lugares en donde se han registrado las imágenes fotográficas mostradas en este periódico, se determinaron las variables “en la calle”, con un registro de 12 frecuencias de aparición; en la casa, evidenciando una frecuencia total de 3 ocasiones para este lugar en las fotografías estudiadas; y en sitios sociales como bares, tabernas, parques y otras instituciones de afluencia masiva, que ha arrojado unas estadísticas de 5 apariciones en el sistema de registros adoptado. Lo cual evidencia que en términos mayoritarios, los crímenes registrados fotográficamente en las páginas de *El Propio* acontecen –por lo menos para el caso del corpus objeto de análisis- en la vía pública.

Desde la perspectiva sociológica de Clemente Penalva (2001), los métodos periodísticos de mostrar imágenes violentas conllevan implícitas también unas “formas de violencia menos visibles” que la violencia directa, las que el autor cataloga como violencia cultural y violencia estructural. La primera de las cuales hace referencia a los aspectos simbólicos de la cultura mediante los cuales se ejerce cierto tipo de “violencia inmaterial”, como el lenguaje y la comunicación) que inciden en la justificación de situaciones violentas, ya tengan éstas un carácter directo o estructural. En tanto que la violencia estructural se deriva de la “naturalidad” con la que pretenden ocultarse o justificarse las violencias institucionales que perpetúan las desigualdades sociales (Penalva; 2001), es decir

que se miran como hechos naturales de la organización social. En síntesis, el hecho mismo de mostrar imágenes violentas como las aquí analizadas implica en sí mismo un reforzamiento del estatuto de la violencia cultural.

Lugar donde se registró la fotografía	Número de fotografías registradas
En la calle	12
En la casa	3
En sitios sociales (bares, establecimientos públicos)	5

**Tabla n° 15:** Lugares de registro de las imágenes noticiosas

En la categoría referida al nivel socioeconómico de los individuos fotografiados en las páginas judiciales de *El Propio*, se puede verificar que en su mayoría éstos provienen de los estratos bajos en la escala socioeconómica, en grado de frecuencia de 11 registros; seguido de individuos pertenecientes al nivel medio socioeconómico con 5 en su número de frecuencia; 3 casos de actores del nivel medio-alto involucrados en actos de violencia armada; y en menor grado aparecen en las imágenes fotográficas de la muestra sujetos registrados en lo alto de la pirámide social (estratos 5 y 6), con una sola frecuencia de participación.

Nivel socioeconómico de los sujetos fotografiados	Número de fotografías registradas
Nivel bajo	11
Nivel medio	5
Nivel medio-alto	3
Nivel alto	1

**Tabla n° 16:** Nivel socioeconómico de los actores en las imágenes

Estas estadísticas muestran sin duda el que la estructura de la prensa amarillista tiene en las capas-base de la pirámide social su materia prima de construcción noticiosa, en parte quizá porque allí se cifra también su sustrato de consumidores, los que lógicamente se interesan mayoritariamente por los hechos acaecidos en sus límites socio-contextuales. Muy pertinentes al respecto resultan los

señalamientos de Rodrigo Alsina (1989), en cuanto a que el acontecimiento periodístico es tomado por el medio, para ser usado en la construcción noticiosa mediante técnicas discursivas específicas de acuerdo a la imagen de sus consumidores, en un proceso de creación social que concede mucha participación a sus actores inmediatos. Y en este caso las cifras son concluyentes.

Otra categoría en la estructuración del análisis se ha orientado a la clasificación del medio con el que se llevó a cabo el hecho violento referenciado en las imágenes fotográficas de este tabloide, y se señala su importancia en virtud del poder evocativo y reconstructivo que en las gráficas tienen para los lectores estos artefactos infringidores de violencia física o material, lo que trayendo a colación a Macassi (2000), manifiesta una lógica de construcción noticiosa de “a más sangre, mayores ventas”.

Dado que técnicamente se sabe que las armas de fuego son en la historia de la violencia moderna el artefacto que mayores índices de daños y consecuencias mortales acarrea, no es de extrañar el que su grado de frecuencia en las imágenes del corpus seleccionado posea un primer lugar con 16 registros, seguido de la violencia con armas blancas con 2 ocasiones de frecuencia. Aunque también evidencian presencia la violencia ejercida con armas contundentes (ataques con garrotes y objetos afines), y la violencia con mutilación de órganos implicada, también con un registro.

En tal sentido vienen en auxilio las formulaciones de Rodrigo Alsina (1989), respecto a que una de las reglas fundamentales de atención de los acontecimientos en los medios, es precisamente la de la violencia que en ellos se expone, así como la agresividad, el dolor y sus sucedáneos (amenaza, fatalidad del destino, así como las ideas en las víctimas, allegados y por supuesto en los lectores, de haber escapado con vida a un peligro manifiesto). En palabras del autor, esta regla de atención es una de las que determinan el valor otorgado a los

critérios de construcción noticiosa en los medios dentro de los límites de la sociedad que se alude (Rodrigo Alsina; 1989).

Medio de agresión aludido en las fotografías	Frecuencia de agresión en las imágenes fotográficas	Nivel de agresión evidenciado en las imágenes	
		Mortal	No mortal
Armas de fuego	16	14	2
Apuñalamiento	2	1	1
Ahorcamiento	0	0	0
Arma contundente (garrotazos)	1	1	0
Envenenamiento	0	0	0
Quemaduras	0	0	0
Mutilación	1	1	0
TOTAL índices de violencia según el método	20	17	3

**Tabla n° 17:** Medios y niveles de agresión mostrados en las imágenes noticiosas

En la categoría concerniente a la hora del día en que se toman las imágenes aparecidas en el periódico *El Propio*, se incorporaron las variables De día, con una frecuencia de 11 tomas fotográficas; De noche con 7 registros en total; y de Madrugada, con 2 imágenes entre las 20 estudiadas. Sin que ello signifique que los hechos acontecieron necesariamente a esas horas del día, pues durante la etapa de escogencia y conteo se puso de manifiesto por ejemplo que cuerpos de individuos víctimas de ataques de violencia armada fueron encontrados a primeras horas del día, cuando al parecer las horas estimadas de la perpetración pudieron ser de noche o madrugada, es algo que conviene aclarar.

Hora en que se registran las imágenes fotográficas publicadas	Frecuencia de aparición de la imágenes publicadas
De día	11
De noche	7
De madrugada	2
TOTAL imágenes según la hora de registro	20

**Tabla n° 18:** Frecuencia de aparición de las imágenes según su hora de registro

De todos modos, estos elementos constitutivos de las imágenes analizadas en este apartado contienen sin duda valiosa información contextual de los hechos acaecidos en la modalidad de violencia armada en Montería y Córdoba, datos aportados por la estructura fotográfica en el sentido de aportar luces a los lectores acerca quiénes fueron blanco de dichas agresiones físicas, y por parte de qué individuos, cuándo, dónde, cómo, y con qué propósitos se ejecutaron tales acciones.

Esta mencionada información contextual puede además ser interna, original y externa, donde el contexto interno da cuenta de los datos evidentes en la foto, que tal como se ha ensayado en el conteo del corpus seleccionado, contempla la descripción del sujeto principal de la foto, las formas y métodos de agresión, el medio social que rodea los hechos, así como la relación entre todos los indicadores adoptados para cada categoría. Algunos autores (Alonso y Matilla, 2001; citados en Alonso, 2007) sostienen que el mensaje icónico verbal de la fotografía periodística se puede valorar apreciando dos puntos representativos, uno para la imagen y otro para la palabra, en una escala acontecimiento-comentario, y así ha tratado de darse cuenta de esta relación mediante la matriz de variables, categorías e indicadores cruzados.

Dado que las imágenes fotográficas son abordadas desde la teoría de Rodrigo Alsina (1989) como construcciones mediadoras de la realidad, o de una parte de ella, se hallan influidas por el proceso de producción, circulación y distribución que se da en el medio de comunicación. Siguiendo esta lógica de construcción massmediática, una herramienta investigativa útil atinente al establecimiento de los rasgos caracterizadores de la construcción fotográfica a través de la mensuración del contenido de sus mensajes es el formulado por Colle R. (1999), mediante un instrumento de análisis descriptivo aplicable a la fotografía de prensa, que agrupa cerca de 20 variables con arreglo de oposición binaria (por agrupamiento de dos opciones opuestas) en tres factores específicos: icónico, de

función dominante y de determinación, que desde la construcción noticiosa del periódico *El Propio* se han creído pertinentes de detallar en este apartado.

### 7.2.1. Análisis del Factor Icónico

En este análisis de contenido el Factor Icónico hace referencia a determinadas unidades discursivas espacialmente delimitadas por un marco real o virtual (Colle; 1999). Si se tienen en cuenta las formulaciones semióticas de Sanders Pierce (citado en Van Dijk; 1999), en el sentido de considerar las imágenes como íconos en cuanto su capacidad de representación, esto es, en cuanto signos que sustituyen al objeto mediante su significación por analogía o asociación, tendríamos a las imágenes fotográficas de las páginas judiciales de *El Propio* como objetos icónicos en tanto representadoras de hechos concretos de naturaleza violenta acaecidos en el contexto social monteriano y cordobés, los que mediante las técnicas periodísticas de construcción noticiosa brindan elementos interpretativos en la mente de los lectores.

La siguiente tabla muestra el predominio de algunas variables auxiliares de carácter icónico que se hallaron mediante clasificación, las cuales se agrupan por relaciones de oposición binaria, según su grado de predominio y frecuencia de aparición en las 20 imágenes del corpus infográfico que se ha venido manejando.

<b>Relación del Factor Icónico</b>	
<b>Predominio de las variables icónicas en las fotografías registradas</b>	<b>Frecuencia de presentación en cada variable</b>
a) Presentación	16
b) Asociación	4
Subtotal	20
a) Simplicidad	19
b) Complejidad	1
Subtotal	20
a) Naturalidad	20
b) Artificialidad	0
Subtotal	20
a) Originalidad	3
b) Trivialidad	17

Subtotal	20
a) Implicación participativa	7
b) Pasividad	13
Subtotal	20
a) Plano	11
b) Perspectiva	9
Subtotal	20
TOTAL conteo Factor Icónico	120 frecuencias de registro

**Tabla n° 19:** Variables del factor icónico presentes en las imágenes noticiosas

En términos explicativos, cabe acotar que de estas variables icónicas estudiadas la de Presentación se refiere a la simple exposición del contenido fotográfico cuyo mensaje se presenta inequívocamente en forma real o simbólica, pero sin dar pie a ambigüedades interpretativas al respecto. La variable de Asociación acarrea cierta mediación o enlace entre el contenido icónico algún tipo de referencia que aclare o motive al receptor de la misma. La Simplicidad da cuenta de la sencillez expresiva contenida en las imágenes noticiosas de *El Propio*, cuya presencia se percibe en la facilidad de interpretación que puedan tener aquéllas; su oposición binaria, la Complejidad, está dada en algún tipo de dificultad de interpretación debido a que las imágenes publicadas adolecen de una expresión más directa.

También se tiene que la variable auxiliar Naturalidad da cuenta de la presentación objetiva y fidedigna de los sujetos, lugares y contextos latentes en el plano fotográfico, cuyos rasgos de espontaneidad, fidelidad y credibilidad están puestos de relieve; por el contrario, la Artificialidad de las imágenes está dada en su presentación adulterada o deformada de los actores y elementos sujetos a exposición en el ícono fotográfico.

Otra oposición contiene la variable Originalidad, la que muestra el sentido creativo, sorpresivo y novedoso que algunas fotografías dejan entrever; de donde se colige contrapuestamente que la Trivialidad es la presentación usual de los elementos



básicos del mensaje infográfico. La Implicación participativa, como su nombre lo indica, es la intención periodística de hacer que los lectores participen activamente en la búsqueda interpretativa de ciertas piezas pictóricas, en una complementación mental del mensaje que pretende proyectarse desde la construcción noticiosa. En cambio la Pasividad es su polo opuesto, algo así como darle al lector todos los elementos del mensaje explicitados para una llana y sencilla decodificación.

El agrupamiento de estas variables en registro y descripción de sus rasgos presentes en el corpus fotográfico que se ha venido analizando, nos conduce a aseverar que la intencionalidad inserta en el armazón texto-imagen del diario *El Propio* es en efecto evidente, para nada gratuita o incidental, toda vez que presenta y “representa” los hechos violentos con determinada organización, con unos datos latentes e indiciales que para los fines de la construcción noticiosa de este tabloide, auspician en sus públicos consumidores (habituales u ocasionales) la necesidad implacable de la adquisición. En refuerzo de esta idea, para Muñiz et Al. (2006), los efectos cognitivos de las imágenes fotográficas poseen un poder de evocación y representación de las situaciones sociales tales, que se mantienen a lo largo del tiempo, especialmente facilitando el recuerdo y la recuperación de la información para aplicarla a futuras situaciones. Y he aquí por supuesto un factor motivacional que emerge precisamente de esa peculiar construcción noticiosa estatuida por el sensacionalismo.

### **7.2.2. Análisis del Factor de Función Dominante**

Desde una perspectiva estructural, el factor de función dominante se establece por arreglo de binomios contrapuestos que analizan la construcción noticiosa a través de un encuadre o marco desde el cual se construyen las imágenes fotográficas en los acontecimientos noticiados, en la forma racional /afectiva o motivadora/ expositiva (Colle; 1999). En todo caso este factor se cifra en la preponderancia ejercida por cada variable destacada en el arreglo, y que en la práctica nos

comunica determinado estado de cosas en la comunicación fotográfica, las que se pretenden destacar en la construcción noticiosa del órgano informativo.

Así se tiene que la bipolaridad de este factor determina tres situaciones diferenciales, donde según el grado de saturación de cada variable, se destaca bien sea el predominio del contenido informativo (racional), o el predominio de los aspectos motivacionales implícitos en el estilo discursivo de las noticias (afectivo). Y según el direccionamiento dado al estilo de escritura que se imprime a la información noticiosa presentada, se pueden hallar la escala de Motivación, en la que prima notablemente la búsqueda de recursos que atraigan la atención del receptor, y su consecuente oposición binaria, la variable Expositiva, que cumple una función informativa con exclusividad. La tabla n°21 muestra el grado de frecuencia en que aparecen las relaciones binomiales inscritas en el factor de función dominante:

<b>Relación Factor de Función Dominante</b>	
<b>Predominio de las variables dominantes en las fotografías registradas</b>	<b>Frecuencia de presentación en cada variable</b>
a) Afectividad	13
b) Racionalidad	7
Subtotal	20
a) Motivador	12
b) Expositivo	8
c) Equilibrado	0
Subtotal	20
TOTAL conteo Factor de Función Dominante	40

**Tabla n° 21:** Variables del factor de función dominante manifiestas en las imágenes

El análisis ha arrojado que una de las funciones principales de las imágenes fotográficas estudiadas se orienta hacia la reducción de la complejidad del contexto en que se dan los acontecimientos, ofreciendo su propia versión de la realidad, o una parte de ella. Siguiendo a Castillo (2000), las imágenes fotográficas de la prensa no son plenamente objetivas, muestran cierta porción de la realidad de acuerdo a unas intenciones en su construcción noticiosa, por ello sus planos muestran algunos actores, escenarios y contexto a la vez que

invisibilizan otros, e influyen la posición que adoptan los lectores acerca de aquéllos.

Es evidente que el texto periodístico reconstruye el acontecimiento o el hecho, pero también la fotografía cuenta una parte de él, pues le sirve al lector para “ver” lo que la palabra escrita jamás podrá decirle. Sin entrar en la interpretación de su contenido connotativo podría ser analizada de acuerdo a variables cuantitativas como: el tamaño, el número de personajes que muestra o la cantidad de imágenes que acompañan la noticia, entre otras.

### **7.2.3. Análisis del Factor de Determinación**

Dado que esta propuesta investigativa se ha constituido a partir de la necesidad de comprender las circunstancias en las que se evidencia la construcción noticiosa de la violencia expuesta en las noticias y fotografías publicadas en la prensa popular o sensacionalista, se inscribe en este análisis el factor de determinación en el corpus de imágenes seleccionado, el cual da cuenta de la mayor o menor determinación objetiva y concreta del contenido transmitido en el texto visual. (Colle, 1999). La importancia de este ítem se soporta en que la incorporación de fotografías en la estructura noticiosa las hace más accesibles para el público, llevando a las personas que leen estas noticias a dedicar más tiempo para procesar toda esa información (Muñiz et Al.; 2006).

Como en los otros factores vistos, también en el factor de determinación se hace manifiesto el método de agrupamiento descriptivo por oposición binaria, donde se incluyen las siguientes parejas excluyentes: Claridad, que se relaciona con la facilidad de percepción e interpretación del mensaje; Confusión que da cuenta del grado de dificultad interpretativa. La Coordinación o fusión de imagen y texto en una estructura unitaria, en la doble vertiente gráfica y temática (forma y contenido); e Incoordinación o disgregación gráfica o temática de imagen y texto. La Univocidad, cuando se muestran imágenes con alta especificidad de sus elementos, rasgos e intenciones comunicativas; y la Equivocidad o baja especificidad, que permite activas asociaciones o proyecciones de parte de los

lectores. La variable Definición de objetivo, donde converge la información en una sola finalidad, fácilmente identificable en la lectura; e Indefinición de objetivo, cuando hay falta de tal convergencia, o presencia de más de un fin explícito. Adecuación al objeto, dada la relación patente entre el objeto y el mensaje que se transmite; e Inadecuación al objeto, que es su polo opuesto, la falta de relación. La Definición de público, cuando aparece claramente delimitado el público al cual va dirigido el mensaje; y su consecuente variable contrapuesta, la Indefinición de público, materializada en la generalización del posible público destinatario del mensaje dado en las imágenes noticiosas.

<b>Relación Factor de Determinación</b>	
<b>Predominio de las variables determinantes en las fotografías registradas</b>	<b>Frecuencia de presentación en cada variable</b>
a) Claridad	17
b) Confusión	3
Subtotal	20
a) Coordinación	16
b) Incoordinación	4
Subtotal	20
a) Unívoco	17
b) Equívoco	3
Subtotal	20
a) Definición de objetivo	20
b) Indefinición	0
Subtotal	20
a) Adecuación al actor	18
b) Inadecuación al actor	2
Subtotal	20
TOTAL conteo Factor Determinante	100

**Tabla n° 22:** Variables del factor determinante presentes en las fotografías noticiosas

De acuerdo con Muñiz et Al. (2006), el efecto sobre la percepción del asunto informado puede venir dado por el hecho de reforzar el punto de vista ofrecido en la información textual, o bien, por hacer que el público piense en el tema desde un punto de vista diferente al ofrecido por el texto, el cual es el presentado en la

fotografía. Esto hace manifiesto el que en ocasiones a través de una fotografía se puede transmitir al público cierta información que de otra manera sería difícil de plasmar (Muñiz et Al.; 2006), con lo cual se colige que los efectos cognitivos de las imágenes fotográficas se mantienen a lo largo del tiempo, coadyuvando a facilitar el recuerdo y la recuperación de la información para aplicarla a futuras situaciones.

Según los planteamientos teóricos psicosociales de Verón (1999; citado en Penalva, 2001), la fotografía representa la materialidad como otra manera de consumir información gráfica, la cual se relaciona con las ideas que se forman en la cabeza del lector, a partir de los significados que él le asigna al mensaje. En nuestros esquemas mentales de adaptación y asimilación percibimos signos o simulacros de los elementos existentes en la realidad. Sustituimos cada cosa que pasa por nuestros sentidos por una representación, porque es la única manera de humanizar el mundo. Por eso, la página de periódico y la fotografía que incluye nos atrae y nos motiva a leer las noticias construidas por los periodistas de ese medio.

Desde el entendimiento mediático de la violencia como un elemento o factor que destruye el orden social e influye en la manera cómo humanizamos el entorno, debemos acotar en este punto que las imágenes fotográficas inscritas en la sección judicial del diario *El Propio* poseen en su estructura y contenido, una representación social de sus objetos, sujetos y situaciones contextuales. Dicha representación social tiene en cuenta las características de sus públicos consumidores, la cultura en la que se inscribe, sus preceptos ideológicos y políticos, así como sus demás fines en tanto órgano dotado de una institucionalidad y de un prestigio. En relación a esta idea, Rodrigo Alsina (1989) asume –en función de la construcción noticiosa-, una definición que podríamos catalogar como lógico- semántica acerca de la representación social, al designarla como modalidad de conocimiento que implica en principio, una actividad de reproducción de las propiedades de un objeto, efectuándose a un nivel concreto, frecuentemente metafórico y organizado alrededor de una significación central.

Y es que teniendo en cuenta las formulaciones sociológicas de Guillermo Sunkel (2001), la parte gráfica de la prensa sensacionalista cobra una importancia que no admite discusiones, ya que en ella se forja un discurso que parece fascinado por lo sangriento y lo macabro con exagerada atención. Es por ello que el autor lo considera como un periodismo que tiene sus propios criterios de selección y de presentación de las noticias (Sunkel; 2001).

Con la clasificación, registros y descripción del corpus de imágenes fotográficas del periódico *El Propio* que se ha realizado en este acápite, queda de relieve el que mediante el establecimiento de los factores icónico, dominante y de determinación es dable de analizar e identificar ciertos patrones, rasgos y estilos en la construcción noticiosa de la violencia expuesta en la prensa sensacionalista, además que coadyuvan en la mensuración del contenido transmitido tanto en ellas como en sus textos periodísticos. Así como el que aquéllos factores son indicativos de la coherencia y precisión del mensaje ideado por la prensa (producción), y también de la mayor o menor facilidad con que los lectores puedan interpretarlo (circulación y distribución). Valga recordar la idea de Rodrigo Alsina (1989), según la cual el dominio de los medios masivos está fundamentado en el poder que le otorguen los individuos, a partir del uso que hagan de ellos.

### 7.3. Discusión

#### **La construcción noticiosa asumida desde el periódico *El Propio***

A partir del análisis de contenido verificado en los textos y fotografías judiciales de *El Propio* con base en las formulaciones teóricas de Miguel Rodrigo Alsina (1989), en este apartado se recogen los resultados más destacados del análisis cuantitativo, intentando un acercamiento hacia la construcción noticiosa de este tabloide sensacionalista, con enfoque interpretativo. Para este propósito se recogen así mismo apartes de una entrevista realizada a la editora general del diario, la periodista Erly Rojas Salguero, que puede verse en forma completa en el capítulo de *Anexos* (pág. 163).

En primer término puede apreciarse que la primera plana de la muestra seleccionada en el periódico *El Propio* se refiere con estricta exclusividad a noticias relacionadas con sucesos judiciales acaecidos en la ciudad de Montería y el departamento de Córdoba, lo cual da cuenta de su enfoque marcadamente inscrito en la violencia armada que se genera en la diversidad de actores, escenarios, móviles y circunstancias sociales que se circunscriben al ámbito local y regional. Rodrigo Alsina (1989) nos recuerda al respecto cómo la violencia transgrede los criterios de selección normales en la prensa, de suerte que los actos violentos y el terrorismo, se imponen a sus sistemas de selección, lo que también explicaría que la violencia esté omnipresente en aquéllos. Los medios prefieren dar cuenta de la violencia social más que revisar sus criterios de selección y de mejorar la comunicación, porque la violencia es condenada por el cuerpo social y el sistema no está directamente amenazado. El uso de la violencia traduce, de hecho, una doble insuficiencia: la insuficiencia de la sociedad, incapaz de permitir a cada uno realizarse, y la insuficiencia de la información, que no lleva a cabo su función de adaptación al sistema social.

También se les da un despliegue informativo de alta ponderación a las noticias sobre homicidios, asaltos y conflictos violentos en las páginas interiores del diario,

con una aproximación al 32% de su paginado total (5 de las 16 páginas habituales), las que se resaltan usualmente con todo tipo de marcadores sígnicos y lingüísticos como el color rojo en los titulares, un tamaño de letra considerablemente grande, unos leads o entradillas muy precisos, detalladores y cautivantes, el cuerpo noticioso desplegado con entre 2 y 4 columnas, siempre acompañadas con fotografías de las víctimas en los lugares de los hechos. Todo ello acompañado de un lenguaje y una adjetivación sonora, populachera y no pocas veces estridente, lo que desde la visión de su editora general se relaciona con unas metas comunicacionales de entendimiento en sus públicos, puesto que éstos “sienten un mayor entendimiento de la noticia. Se busca impactar en el lector porque muchos títulos con lenguaje formal no causan ese efecto”.

En el periódico *El Propio* las informaciones judiciales se extienden en el relato detallado de todos los hechos a los que pueden acceder sus periodistas, con un estilo discursivo que en cierta medida y desde lo estrictamente informativo, apunta a señalar los datos “objetivos” de los sucesos, como los lugares de ocurrencia, los nombres, edades, ocupaciones de los implicados, y otros datos contextuales inherentes a los hechos y a las acciones de las fuerzas policivas para su esclarecimiento. Recuérdese, en refuerzo de esta idea, que la tipología denominada “noticia judicial”, la que contiene en su cuerpo el recuento pormenorizado de todos los detalles concernientes a los hechos noticiados, ha sido la más predominante en la muestra de investigación seleccionada.

Debe tenerse de presente además que la producción informativa de los medios, en el pensamiento constructorista de Rodrigo Alsina (1989), se reduce a dos procesos: el de selección y el de jerarquización. Se trata de seleccionar la información y de determinar la importancia de cada una de las informaciones estableciendo una jerarquización de las mismas. Sin dudas la selección de la información es socialmente una operación más problemática que la jerarquización informativa.



En lo relacionado con la presentación de la noticia, en la mayoría de relatos informativos acerca de homicidios, asaltos y robos, se emplea un estilo inscrito en la descripción con estilo policial, aunque narrada con lenguaje popular para resaltar en forma predominantemente emotiva y dramática, el sustrato de tragedia que comportan los sucesos. En muchas de las noticias analizadas, se estiliza una construcción noticiosa enmarcada en el “relato”, donde se evidencian narraciones cronológicas de los hechos acontecidos, con un orden secuencial, una aparición jerarquizada de los sujetos implicados y unos desenlaces noticiosos siempre rodeados de un aura de creciente tensión, no obstante estar escritas con estilo ameno. También se explican estos procedimientos en las propias palabras de la editora general de *El Propio*, al aseverar que “desde el principio se utiliza un término coloquial, pues buscamos un acercamiento con nuestros lectores. Hacer que las personas se sientan identificadas, se llame la atención y de alguna manera ayudamos, sin que sea nuestro trabajo propiamente, a aumentar la circulación”.

A propósito de este mencionado acercamiento con los públicos populares, el filósofo francés Jean-Baudrillard (1978; citado en Alsina, 1989), sostiene que las masas se resisten escandalosamente al imperativo de la comunicación racional que debería estar presente en los medios informativos. Y tal vez este sea el detonante del éxito inusitado de los medios sensacionalistas en las masas: “Se les da sentido, quieren espectáculo”, afirma el pensador galo.

De ello se colige entonces que en últimas, la narración del acontecimiento con dramatismo y espectacularidad, la retransmisión en directo de los principales acontecimientos, les arranca a éstos su específico carácter histórico para proyectarlos a las vivencias cotidianas de las masas (Alsina; 1989). Paralela a esta democratización del acontecimiento se produce una espectacularización del mismo. Se impone a los acontecimientos la totalitaria ley del espectáculo.

También se considera un indicador relevante la gran presencia de noticias de delitos en formato breve, que para el caso de esta investigación se han rotulado

en el análisis cuantitativo como “reseñas judiciales” (aquellas desplegadas en forma sucinta en 1/8 de página o menos). El análisis arrojó el que estas informaciones sobre acontecimientos derivados de la violencia armada en Montería y Córdoba, no obstante en su mayoría son informadas en forma escueta y sin mayores detalles, poseen una importancia sociológica invaluable, en virtud de que, desde la construcción noticiosa de la sala de redacción de *El Propio* tal vez se pretenda inducir a los lectores la idea sobredimensionada de la violencia, de la ocurrencia de múltiples y no resueltos hechos de naturaleza delictiva en nuestro medio local y regional. Naturalmente, esto no deja bien paradas ante la opinión pública a las autoridades políticas y policivas, pues en últimas daría cuenta de su inoperancia e incapacidad más que de su participación en la instauración de la seguridad pública.

Pero adicionalmente, consideramos que la abundancia de reseñas sobre hechos judiciales va en detrimento de la función de análisis social que debe cumplir el periodismo, en el sentido en que al publicar gran cantidad de acontecimientos de violencia armada reseñados en forma lacónica y sin mayor profundización y seguimiento, se corre el riesgo de privar a los lectores de la información analítica suficiente y necesaria para la cabal y objetiva comprensión y el impacto asociados al problema social de la violencia armada en nuestro contexto. Es a esto a lo que se refiere Rodrigo Alsina (1989) al aseverar que la sociedad de los media se podría definir como una sociedad “acontecedora”, donde ha habido una multiplicación de los acontecimientos tanto en la cantidad como en el tipo. Como enseñanza podríamos sintetizarlo en que es necesario estar informados hoy en día de cuanto acontece, pero no lo es menos el que los medios deben proporcionar a los lectores de los suficientes criterios y elementos de juicio para evitar parcialidades interpretativas, máxime si se tiene en cuenta que en la sociedad contemporánea, los medios se constituyen en un aparato ideológico y formativo tan trascendente como en tiempos de Althusser lo eran la escuela, la iglesia y la familia.

Otro aspecto no menos peculiar en la tematización trazada desde la sala de redacción del diario que se ha venido analizando, tiene que ver con los sucesos específicos de violencia armada que se exponen en sus páginas, donde sin duda los homicidios encabezan la lista tal vez por ser los hechos más abismantes, repudiables y generadores de curiosidad y morbo colectivos. Sin dudas se dedica un alto porcentaje de las noticias de delitos contra las personas a los homicidios en la vía pública y en establecimientos sociales, como bares, discotecas y burdeles, donde la mayor cantidad de sucesos judiciales se perpetran con armas de fuego en hombres entre los 18 y 36 años, en el contexto del sur de la ciudad en horas nocturnas, y en su gran mayoría se cita un desconocimiento general de las causas o móviles criminales.

Esto pone de manifiesto el gran impacto que tienen las noticias de homicidios, debido al drama humano que conllevan, además de marcar las agendas mediáticas de la prensa amarillista en el problema de la sobre-representación de espectacularidad que imprimen hacia hechos de esta naturaleza; sobre todo si recordamos que en *El Propio* se apela a determinados mecanismos sentimentalistas y dramáticos para causar ciertos efectos emotivos en sus lectores, mostrando el lado de vulnerabilidad de las víctimas. La investigadora Montserrat Quesada (2000), se explica este fenómeno en el hecho de que formamos parte de una civilización en la que la violencia y la muerte han tenido un componente importante de espectáculo ejemplar. Es por esto que la pena de muerte se ejecutaba antiguamente en público para que sirviese de ejemplo, pero también porque era un gran espectáculo para el pueblo.

Pero en estas noticias judiciales que se exponen en las páginas del periódico, cualquiera que sea su naturaleza (homicidios, atentados fallidos, atracos, trifulcas callejeras, conflictos comunitarios que desembocan en violencia de facto) la mayor concentración de noticias está puesta en la cobertura de los hechos en sí, y muy poco se le dedica espacio en la construcción noticiosa, a indagar por la evolución o seguimiento periodístico de los mismos.

Esta metodología o cobertura editorial pudiera acarrear entre los lectores la sensación pública de que Montería y Córdoba se han convertido en espacios de gran ocurrencia de delitos contra la seguridad ciudadana, por lo que ya se ha dicho acerca de la violencia, tanto en términos de su posicionamiento en el armado del paginado periodístico y en los espacios privilegiados que ocupan, como en la gran cantidad de reseñas judiciales lacónicas que no son objetos de seguimiento posterior; además de la consecuente sensación de que pocos de estos actos criminales pueden ser esclarecidos en última instancia. Clemente Penalva (2001), considera que es así como los medios representan la violencia real en lo relativo a la información, ese recurso básico de las democracias que da conocimiento de lo “importante” para una sociedad, son en cierta medida una colección de desastres, puesto que sirven la dieta diaria de violencia bajo la forma preferida de imagen gráfica.

Esta marcada orientación en la construcción noticiosa de rotativos como *El Propio* podría conllevar el riesgo de difundir entre los lectores una serie de creencias, actitudes y comportamientos que en vez de aportar hacia la concientización y la movilización social en torno al rescate de la seguridad ciudadanas, estarían orientándose posiblemente a inocular en sus lectores las peligrosas ideas de la incredulidad, la impotencia y la inmovilidad. Esto es, estarían encaminándose hacia el reinado de la anarquía rampante, lo que no es un factor de interés público de poca monta. Alsina (1989), reflexiona en tal sentido al constatar que de esta forma es como se establece en el público la sensación de participación en los acontecimientos narrados en los medios, al producir, per se, una participación afectiva. No obstante ser en realidad una participación alienada, ajena al acontecimiento en sí.

El estudio cuantitativo ha sido importante también para mostrar la magnitud de la violencia armada en ciertos espacios de la ciudad y el departamento en relación a otros. Así, ha quedado de manifiesto el que en la dinámica de su construcción noticiosa, *El Propio* refleja un alto predominio violento y delictivo en las comunas y

barrios del sur de la ciudad de Montería, así como en los municipios del sur de Córdoba, sobre todo en los pertenecientes a las subregiones del alto Sinú y alto San Jorge (Tierralta, Valencia, Montelíbano y Puerto Libertador, que históricamente se reconocen como lugares de asentamiento de grupos armados irregulares como las Farc, las Autodefensas y ejércitos privados al servicio del narcotráfico). En este sentido, son importantes las formulaciones sociológicas de Fuentes Gómez & Rosado Lugo (2006), en el sentido en que, desde la agenda de algunos medios, pareciera que existe una clara tendencia por informar al lector sobre este tipo de datos, los que conducen a la “construcción social” de espacios urbanos caracterizados por el fantasma de la inseguridad.

Para ubicar a los lectores de esta investigación en términos sociodemográficos, es de anotar que la Montería de los barrios y comunas del sur presenta una alta densidad poblacional situada en la base de la pirámide social (estratos 1 y 2), con muchos sectores que se han formado a partir del desplazamiento forzado desde el Urabá antioqueño, chocoano y cordobés, los que se reconocen como asentamientos de vivienda popular y de alta marginalidad, con deficiencias en la cobertura de servicios públicos, educativos y de salud. Amén de un desempleo creciente, donde el trabajo informal se constituye en la base económica primordial (mototaxismo, comercio ambulante, servicio doméstico). Además, allí se localizan los soportes altamente contaminantes y generadores de riesgos como los cementerios, penitencierías, bases militares y policiales, centros de resocialización juvenil, y zonas de tolerancia que se materializan en prostíbulos, billares y expendios de droga.

Es entonces un hecho inocultable el que estos lugares y las dinámicas y relaciones que en ellos se desarrollan, subrayan simbólicamente y fácticamente al sur de Montería como epicentros reproductores de la pobreza y la exclusión social. Recordemos con Fuentes Gómez & Rosado Lugo (2006), que aunque la violencia como fenómeno recurrente de la sociedad actual está presente en forma potencial en cualquier espacio urbano, la prensa en su tematización ubica los lugares donde ocurren las noticias sobre todo las relativas a la violencia. Y al hacerlo en forma

reiterada, contribuye a conformar imágenes de la ciudad, estigmatizando a espacios y personas que habitan en ellos. En auxilio de esta idea, el mediólogo colombo-español Jesús Martín-Barbero (2004), formula que los medios locales presentan diariamente elementos objetivos de la inseguridad en las ciudades, pero al mismo tiempo proyectan imágenes negativas de zonas con mayor índice delictivo, determinando con ello las formas de relacionarse con la ciudad.

En relación con las fuentes noticiosas empleadas desde este diario sensacionalista, éstas han estado establecidas en frecuencia e importancia en instituciones como la Policía Nacional, las informaciones de testigos presenciales, la información suministrada por familiares y allegados de las víctimas, y las especulaciones o rumores callejeros, lo que pone de manifiesto las formulaciones de Rodrigo Alsina (1989), en torno a que en su construcción noticiosa, los medios establecen todo un aparato de redes informativas, donde sus periodistas se sitúan en una serie de instituciones legitimadas como fuentes, a la vez que la situación de los periodistas en estas instituciones refuerza la legitimación pública de las mismas. A partir de esta idea, queda de manifiesto la complejidad de la construcción noticiosa en virtud de tal aparataje de redes informativas, de forma que en los procesos de producción, circulación y reconocimiento intervienen diversos agentes o productores comunicativos en relación simbiótica.

En el análisis de las unidades de estudio, se evidencia que para argumentar sus noticias judiciales, la redacción de *El Propio* depende en gran medida de ciertas fuentes específicas, recurrentes y denominadas “fidedignas”, para lograr una descripción temporal, contextual y detallada de los hechos, la que se pone de relieve en forma constante mientras se invoca una secuencia cronológica desde el inicio de las noticias. Quizá con el objeto de recordarle a sus lectores que lo que están leyendo es real e incontrovertible, porque proviene de tal o cual fuente instituida.

Lo que demuestra sin duda la llamada relación simbiótica entre el periodismo y las fuentes institucionales encargadas de asuntos judiciales, en el sentido de que aquél se nutre de las historias delincuenciales y las autoridades policiales, proveedoras de facto de esa “materia prima” que a su vez se ven institucionalmente recompensados con una proyección positiva de parte de los medios, que va en refuerzo simbólico y material de su imagen y su autoridad. Es de recordar que aunque no son la única fuente noticiosa en materia judicial, sí son las más fiables, ya que ellas son las que tienen un contacto cotidiano con este tipo de casos judiciales que implican agresión física.

De otro lado, la categorización de los actores protagonistas de los hechos noticiosos de carácter judicial reseñados en *El Propio* de acuerdo a su nivel socioeconómico, ha arrojado que en su gran mayoría tanto las víctimas de violencia armada como sus familiares, allegados y testigos, así como en algunos casos los propios perpetradores o victimarios de tales acciones, pertenecen en un porcentaje muy significativo (59%) a la clase baja. Y este detallamiento narrativo de los actores se subraya muchas veces -como quedó demostrado en el análisis cuantitativo de la muestra seleccionada-, desde un enfoque moralizante o aleccionante, con propósitos de mostrar la exposición a situaciones de violencia hacia ciertos grupos o individuos, acarreadas por sus estilos de vida y antecedentes delincuenciales, como actores armados (paramilitares, guerrilleros, desmovilizados); delincuentes comunes (pandilleros, jíbaros, ex convictos); e individuos vulnerables como indigentes, toxicómanos y prostitutas. Lo que evidencia a las claras una intencionalidad comunicativa de proyectar cierta imagen estereotipada de la criminalidad y de los individuos que actúan bajo estas conductas socialmente desviadas.

Desde las aportaciones teóricas de Delgado (1998), Alba (2002), Saintout (2002) y Vasilachis (2004), citados en Bonilla y Tamayo (2007), los medios construyen el estereotipo del sujeto criminal mediante procesos de selección noticiosa y estrategias discursivas que operan como mecanismos de control social. De esta

manera el interés mediático por el crimen y el delito reafirma un tipo de consenso social basado en alentar el pánico moral contra la inseguridad, encarnada en la figura “desviada” del criminal, y es así como a la exhibición mediática del crimen, el horror y el sufrimiento, le siguen los llamados a gestionar policialmente los conflictos sociales mediante el disciplinamiento de la sociedad. Larraín & Valenzuela (2004) citados por Bonilla & Tamayo (2007), complementan también esta percepción sociológica sobre el peculiar tratamiento mediático de la criminalidad, al exponer que la violencia es manejada como mercancía, dando como resultado que, dentro de la dinámica social, la violencia real sea distinta de la sensación subjetiva de la misma.

Se evidencia hasta aquí, que estas categorías analizadas, en tanto signos de la comunicación, poseen desde la construcción noticiosa unas determinadas características en cuanto a su estructura y contenido. Las que siguiendo a Aigeneren (2001), buscan revelar estrategias mediáticas para captar en forma efectiva la atención de los lectores, medir la legibilidad (interés, amenidad, facilidad de comprensión) del material impreso y descubrir rasgos estilísticos en lenguajes, en tipos de discurso, tratamiento y profundización de los temas, así como la manifestación de ciertas técnicas propagandísticas y persuasivas con respecto al tema estudiado.

De otro lado, y buscando un intento interpretativo de las fotografías pertenecientes a la sección judicial de *El Propio*, es de señalar que todas las noticias seleccionadas en la muestra de investigación poseen imágenes fotográficas acompañantes y pies de foto explicativos de las situaciones de violencia armada dadas. Aunque un aspecto muy llamativo de estas imágenes es la variante tendencia en cuanto a la calidad de las mismas, dado que en muchas de las muestras seleccionadas se apreciaron detalles de desplazamiento o desencuadre del foco central de las imágenes, lo que se aprecia en la falta de aplicación de la ley de tercios en muchas de ellas. Esta regla del arte fotográfico es una forma de composición que divide la escena en tres partes iguales, tanto horizontal como



verticalmente. Las líneas que determinan estos tercios se cortan en puntos estéticamente adecuados para situar el centro de interés, con lo que se evita que éste, al estar situado en el centro de la imagen, resulte estático. Esto ocasiona un arreglo asimétrico de la imagen, con el polo de máximo interés visual encontrándose relativamente cerca de alguna de las cuatro esquinas del recuadro, y el área central de la gráfica ocupada por elementos secundarios.

Pues bien, algunas de las imágenes fotográficas de *El Propio* enfocan el centro de interés de forma tal –en este caso digamos un cadáver tan acercado a la cámara para captar detalles de orificios de bala o heridas de puñal-, que desconoce y desecha el contexto o panorámica general de la escena del crimen con sus demás actores. Gibson & Zillman, (2000; citados en Muñiz et Al., 2006), acotan que si bien tradicionalmente se ha considerado que las imágenes fotográficas sólo acompañan y complementan la información del texto, éstas también pueden influir en la percepción social de los temas que encuadran visualmente.

También se encontraron imágenes en las que el manejo de la luz evidencia bastante opacidad, donde el objeto central adolece de nitidez o sólo logran captarse parcialmente sus detalles y rasgos, y claro, los consumidores de prensa amarillista prefieren esta oferta precisamente para satisfacer su curiosidad en la explícita exposición de las gesticulaciones y las sorpresas repentinas ante el asalto tremebundo de la muerte. En todo parece indicar que algunas imágenes aparecidas en portada y páginas interiores de la sección judicial, quizá no fueron tomadas en las condiciones técnicas ideales, o lo fueron con cámaras aficionadas y de celulares, debido a la baja resolución de pixeles, claroscuros y falta de nitidez que en ocasiones se aprecia.

Las imágenes fotográficas judiciales estudiadas coadyuvan también a hacerse una idea visual del tipo de violencia armada que intenta proyectarse desde los preceptos ideológicos de *El Propio*, donde las víctimas poseen una marcada frecuencia de registro en dichas imágenes, así como los familiares y allegados de

las víctimas, testigos y vecinos de los acontecimientos, además de los funcionarios públicos encargados de hacer las diligencias judiciales respectivas.

De lo que puede apreciarse un afán constructorista de proyectar pictóricamente a todos los actores implicados en el fenómeno de la violencia armada, de tal forma que ésta –la violencia-, aparece como toda una institución socialmente establecida en el contexto monteriano y cordobés, con unos actores específicos que cumplen diversidad de roles, con unos espacios sociodemográficos más proclives que otros a escenificarla, con una clase social más dada que otras a verse envuelta en situaciones de violencia armada. En su clásico contemporáneo acerca de los secretos de las técnicas periodísticas, el comunicador argentino Raúl Clauso (2007), asevera que el propósito comunicacional de las fotografías de prensa no sólo se encamina al registro de un hecho o un personaje, sino a congelar un instante de la noticia, decir algo más sobre ese hecho o el personaje, y por añadidura, al tipo de sociedad que se recrea en las imágenes.

A esto quizá obedezca el que los lugares en donde se han registrado la mayoría de imágenes fotográficas mostradas en este periódico, son la vía pública de los sectores del sur de la ciudad y el departamento, como también lo son los sitios sociales como bares, tabernas, parques y otros escenarios de afluencia masiva. Como también el que el nivel socioeconómico de los individuos fotografiados en las páginas judiciales de *El Propio*, refleja una predilección por individuos provenientes de estratos bajos, seguido de individuos pertenecientes al nivel medio socioeconómico, y en mucho menor grado se muestra a sujetos pertenecientes a lo alto de la pirámide social. Coleman & Messaris (1996; citados en Muñiz et Al., 2006) formulan así que las fotografías periodísticas pueden también ser utilizadas de manera tendenciosa, pues de hecho, en ocasiones las imágenes pueden dañar o perjudicar simbólicamente a ciertos grupos sociales mediante su asociación con aspectos negativos. Ddo que gran parte del público no cuestiona la información recibida cuando ésta viene presentada mediante imágenes, dado que se acepta que las fotografías son en sí fieles

representaciones de la realidad. Además de que el hecho mismo de mostrar imágenes violentas, implica en sí un reforzamiento del estatuto de la violencia cultural de la que habla Clemente Penalva (2001).

Conviene a esta altura acotar un fenómeno social relacionado con las fotografías constituyentes de la sección judicial del diario *El Propio*. En algunos sectores sociales de Montería corre el rumor de que este periódico maneja una política de fuentes informativas consistente en auspiciar el envío de imágenes fotográficas de crímenes y otros hechos violentos, mediante el pago de entre 5 y 10 mil pesos por imagen (dependiendo según el consabido rumor, del impacto, calidad y explicites de las mismas). Es así como muchos habitantes de la ciudad y el departamento corren a presenciar esta clase de actos violentos en pos del incentivo económico que pudiera generarles una buena toma del cadáver, del almacén atracado o de la casa incendiada; y se comenta también, que en este fenómeno de “carroñería” judicial se ven envueltos policías, mototaxistas y diversos actores sociales. Independiente de la veracidad de esta práctica, no deja de ser un elemento interesante derivado de los lazos emocionales entre la prensa sensacionalista y sus consumidores, donde éstos últimos alcanzan un estatus más activo en la construcción noticiosa, al instituirse también en reporteros, en parte importante de los acontecimientos. Y aunque sólo fueran rumores, creemos que estas imagerías populares son parte misma del sustrato construido por el sensacionalismo, es decir, que los habitantes terminamos por “sensacionalizar” nuestra vida misma al ser modelizados de tal forma por la parafernalia estilada en estos medios.

En síntesis, los resultados de este análisis también refuerzan la demostración de que las llamadas “narrativas rojas” o “amarillistas” (Arriaga, 2002; Lara, 2004; Macassi, 2002; citados en Bonilla & Tamayo, 2007), son efectivamente manifestaciones mediáticas de las transformaciones contemporáneas de la violencia, que afectan las lógicas periodísticas y relacionan los hechos comunicativos con los sociales.

En relación a esta idea, y desde la teoría de la construcción noticiosa formulada por Alsina (1989), la profesionalidad periodística da cuenta de “aquella actividad especializada en la construcción de la realidad social que se presenta como una objetivización de segundo grado (de rutinas cognitivas, de esquemas interpretativos y de significados); es decir, como una ulterior construcción de la realidad que se suma a otras construcciones sociales de la misma, integrándola y generalizándola en razón de una referencialidad pública y colectiva”. De hecho, desde sus preceptos administrativos y periodísticos, el diario *El Propio* posee una percepción de sí mismo que da cuenta de esa construcción de la realidad social evidenciada en el contexto monteriano, para a partir de dicha mediación servir a determinadas formas de relación entre los ciudadanos, las autoridades e instituciones públicas, y el periodismo en sí.

La forma que tiene este rotativo de ejercer su construcción noticiosa, parece develar su forma coadyuvar en la construcción de sociedad; y se entiende al menos parcialmente el gusto de los lectores de la base popular por ciertos tipos de acontecimientos informativos materializados en determinadas formas y estilos de asunción periodística, cuyas necesidades son satisfechas por la compleja máquina sensacionalista, que sobradamente sabe hacer su trabajo. Como bien remata Alsina en su invaluable corpus teórico todo hecho social es potencialmente acontecimiento para los medios, y toda noticia es potencialmente un acontecimiento para la sociedad (1989). Con lo que podemos comprender mucho mejor la interacción entre medios, y sociedad, interacción comunicativa, sociocultural y simbólica en la que aquéllos emplean como materia prima unos acontecimientos sociales y, a su vez, construyen –transmiten- un producto que puede llegar a convertirse en acontecimiento social cifrado en los intereses de determinados colectivos sociales.

## 8. CONCLUSIONES

A partir del estudio emprendido en el periódico *El Propio* de Montería desde los presupuestos teóricos de la construcción noticiosa, pueden extraerse importantes conclusiones derivadas del análisis de contenido cuantitativo que se ha establecido.

Se concluye en primer término, que los géneros periodísticos en que aparecen redactadas las noticias judiciales seleccionadas, pertenecen mayoritariamente a los géneros de noticia judicial ampliada, con una frecuencia de 28 registros en el corpus muestral estudiado; crónicas, con 12 registros; reportajes (5 frecuencias de registro); 4 noticias inscritas en la tipología de entrevistas; y 8 reseñas noticiosas breves. Los tipos de violencia ejercidos en las noticias de *El Propio*, aluden a tipologías tales como violencia doméstica o familiar, violencia política, violencia generada por venganzas o vendettas, violencia común, noticias con violencia sexual implicada, violencia por intolerancia (peleas, asonadas), violencia por brutalidad policial; y violencia sin móviles o causas establecidas, la que presenta el más alto índice de frecuencia en la muestra seleccionada.

Se concluye también que el nivel socioeconómico de la gran mayoría de los individuos involucrados en acontecimientos de violencia armada, presenta un porcentaje mayoritario de la clase baja (57 casos); seguido de individuos de clase media (19 registros); y un nivel socioeconómico estratificado en la clase alta que evidencia 7 casos concretos.

Otra conclusión destacable del análisis se relaciona con los escenarios de los hechos de violencia armada, donde se encontró que los escenarios de violencia armada en sectores urbanos de Montería, de acuerdo a una categorización socio-espacial, mostraron cifras con mayor número de hechos registrados en el sur de Montería, con una frecuencia de 7 casos, seguido de 8 casos en el centro de la

ciudad, 4 casos en el norte y el oriente respectivamente, y un solo caso registrado en el occidente de Montería para la muestra seleccionada.

Se concluye que los mecanismos de apelación a que acuden las noticias buscando causar determinados efectos en sus lectores, evidenciaron los indicadores “conflicto de interés”, dramatismo, sentimentalismo y el enfoque moralizante o aleccionante. Estos efectos se manifiestan en los altos porcentajes de noticias de homicidios en la vía pública y en establecimientos sociales (burdeles y tabernas), donde la mayor cantidad de casos se perpetraron con armas de fuego en hombres entre los 18 y 36 años, pertenecientes mayoritariamente a los estratos bajos, en el sur de la ciudad en horas nocturnas. Se evidencia por esta vía, una tendencia particular a exponer a ciertos grupos o individuos más que a otros a situaciones de violencia, proyectando una cierta imagen estereotipada de la criminalidad.

La primera plana y la mayor parte del paginado de la muestra seleccionada en *El Propio* permiten concluir una alta ponderación en su despliegue informativo hacia noticias judiciales acontecidas en los ámbitos local y regional, mostrando un enfoque circunscrito en la violencia, que le es muy propia al estilo sensacionalista. Esto se manifiesta en los marcadores sígnicos y lingüísticos con que se diagraman sus contenidos -titulares en rojo y a gran tamaño, leads precisos e impactantes, noticias a varias columnas, escritas en lenguaje sonoro y callejero, con profundización en detalles y fotografías referenciadoras cargadas de explícites-. Todas estas informaciones judiciales estudiadas se extienden, con estilo policial y con resalto marcadamente emotivo y dramático, en el relato detallado de los acontecimientos noticiados, apuntando a señalar los lugares de ocurrencia, los nombres, edades, ocupaciones de los implicados, y otros datos contextuales inherentes.

Se concluye que el estilo imprimido al componente fotográfico en el periódico, permite concluir que las imágenes inscritas en su sección judicial comportan en su estructura y contenido una representación social de los sujetos, objetos,

escenarios y situaciones contextuales derivadas de la violencia armada. Representación que tiene en cuenta las características de sus públicos consumidores, así como sus preceptos ideológicos y socioculturales. Las imágenes fotográficas sometidas a análisis de contenido, muestran factores como el grado de violencia manifiesta en las imágenes, actores involucrados, niveles de agresión mostrados, y los lugares de acontecimiento.

Desde las premisas con que se construyen las noticias en *El Propio*, se destaca una gran concentración en la cobertura periodística de los hechos mismos, y muy poco en la indagación acerca de su seguimiento ulterior. Con el riesgo de inducir la sensación pública de imaginar a Montería y Córdoba como escenarios sociales en extremo violentos e inseguros, como de la poca posibilidad de esclarecimiento judicial de los actos criminales noticiados.

Este tipo de construcción noticiosa estilada permite sacar conclusiones acerca de la sobrerrepresentación de la violencia por vías del sensacionalismo, donde los acontecimientos, más que fenómenos de interés para el desarrollo y cohesión social, son tomados por mercancía, en pos de saciar el morbo colectivo y la emocionalidad populachera.

Recogiendo todo esto, es dable de concluir la existencia indudable de un tipo de construcción noticiosa en *El Propio* tendiente a proyectar la violencia armada como un fenómeno dotado de su propio estatuto, el estatuto de la violencia socialmente establecida en el contexto monteriano y cordobés, con actores, roles, modus operandi, espacios y clases sociales más proclives que otros a escenificarla. Esa construcción noticiosa da cuenta de una oferta periodística con particulares características de diseño, tamaño, precio, focalización noticiosa específica, impacto visual en la titulación, lenguaje e infografía. Esa construcción noticiosa se encauza, en últimas, a subrayar la magnitud de la violencia armada en ciertos espacios de la ciudad y el departamento en relación a otros, lo que pudiera desembocar en la estigmatización de determinados espacios y grupos sociales.

## 9. RECOMENDACIONES

A guisa de recomendaciones, a continuación se ponen sobre el tapate algunas reflexiones derivadas de este estudio sobre el abordaje de la violencia en los medios de comunicación –en este caso la prensa sensacionalista-, y las implicaciones que este tipo de tratamiento noticioso acarrea sobre las dinámicas sociales y los actores involucrados en este fenómeno. A riesgo de parecer ingenuos, formulamos algunas observaciones atientes a las políticas y métodos ejercidos desde los medios, la clase dirigente, las autoridades judiciales, la academia y la propia ciudadanía, que en cierto modo se interrelacionan con el statu quo de violencia que padecemos, donde se debe reflexionar acerca de las prácticas periodísticas ejercidas en pos de determinados fines no siempre saludables para las sociedades que dicen representar.

Consideramos que sin necesidad de abandonar sus fines publicitarios, económicos e ideológicos, los medios de prensa pueden explorar nuevos mecanismos de construcción noticiosa, en función de ampliar el espectro de representación de los ciudadanos monterianos y cordobeses en relación a los hechos de violencia armada y otros tipos de agresión que los involucran. Definitivamente puede superarse esa imagen estereotipada que recae sobre ciertos grupos y escenarios sociales.

También es cierto que la violencia es un fenómeno estructural de la sociedad actual, con lo cual se considera que las noticias sobre violencia armada deben incluirse más objetivamente en la agenda mediática, abandonando el criterio constructorista de presentarlas como hechos aislados y reiterativos en ciertos escenarios sociales, focalizados en el ámbito de lo privado. No se puede seguir disfrazando el morbo y la explotación de la imagen de determinadas clases, con el interés social en la visibilización de sus problemas. Además, la sobreexposición de imágenes mediante el detallamiento crudo, así como la estereotipación de



determinados colectivos, puede convertirse en un detonante de la propia violencia que pretenden denunciar.

Esto se apoya en las observaciones de Albert Bandura (1982), en el sentido en que los medios de comunicación dan pasto a la violencia con ráfagas continuas de estímulos que incitan a la agresión. Desde el Aprendizaje Social planteado por el reputado científico canadiense, se tiene que la agresión es una respuesta aprendida en la estimulación, donde los sujetos que observan escenas de violencia presentan un incremento en la posibilidad de cometer actos agresivos en la vida real, lo que representa que la violencia se manifiesta y se aprende por imitación.

También creemos firmemente que los medios, en su rol de creadores no sólo de opinión sino de formación social y ciudadana, deberían incluir en sus agendas la implementación de campañas pedagógicas de concienciación encaminadas al cambio de las actitudes sociales y las pautas de conducta que constituyen la base de la violencia armada. Esto debe servir de algo en la disminución de la intolerancia, el racismo, la violencia de género, los choques de índole política, deportiva, religiosa o ideológica. Porque la violencia no sólo proviene del crimen llámese común u organizado, sino que a veces es empleada erradamente por instituciones sociales y/o miembros respetados de éstas, en el afán por buscar acuerdos mediante estrategias impositivas y excluyentes.

En cuanto a las reflexiones proyectadas sobre los líderes sociales de Córdoba y Montería en torno a la necesidad de construir colectivamente escenarios encauzados a la pacificación, formulamos algunas observaciones que podrían ayudar a recoger frutos en torno a la disminución de este fenómeno. Es evidente que en el contexto regional necesitamos unas políticas públicas coherentes, racionales e incluyentes para disminuir la violencia armada en nuestros campos y ciudades.

Hay que instar a las autoridades públicas a redoblar esfuerzos en investigar más a fondo sobre las causas estructurales de la violencia armada y otros tipos de agresión en nuestro contexto regional. Y en parte esto se puede lograr proporcionando a las autoridades judiciales de los recursos técnicos, humanos y financieros necesarios para desempeñar cabalmente sus funciones, pero también concientizándose que la presencia del Estado colombiano para dar fin a la violencia armada no es sólo aumentando el pie de fuerza, armas e inteligencia, sino también con inversión social en cobertura educativa mayor y mejor, en servicios y saneamiento básico, vías y ofertas recreativas y culturales más abundantes y diversificadas para que la juventud ocupe el tiempo libre en actividades constructivas y productivas.

Otros aspectos importantes inherentes a estas observaciones hacia los líderes y representantes del poder público, tienen que ver con la necesidad de robustecer - cuando no reevaluar-, las políticas de juventud, en términos de inclusión educativa hacia el mundo productivo, para lo que existen convenios con las instancias del orden nacional en la materia, así como con organismos internacionales de cooperación, que como es sabido se promocionan bastante desde Japón y la Unión Europea. Y promocionar también políticas de juventud que propicien la inserción laboral a jóvenes en situación de riesgo, para lo que las leyes colombianas establecen estímulos y paquetes de ayuda para empresarios y entidades territoriales.

En lo concerniente a las políticas de seguridad, el autoritarismo y la concepción del Estado-policía instaurados en regímenes anteriores, han evidenciado poca eficacia en nuestro medio, y antes por el contrario han aumentado la brecha en las relaciones entre el gobierno y los gobernados. Desde nuestra perspectiva, estas políticas parecieran verse más como contención y exclusión de las clases populares que como verdadera política de “seguridad democrática”.

Un Estado planeador, solucionador y evaluador desde la participación, creemos que no se afirma con base en su aparato militar, sino que lo afirman y ungen sus propios ciudadanos. La seguridad y los derechos individuales no deberían ser, como ocurre en ciertas culturas políticas latinoamericanas, variables dicotómicas, sino estrategias integradas y mutuamente garantes para erradicar la violencia armada o de cualquier especie. Como acotara el psiquiatra alemán Friedrich Hacker, la violencia, prohibida como delito, es preceptuada, rebautizada y justificada como sanción, y es el secreto mensaje de los medios, que en sus modelos para resolver conflictos estimulan el uso justificado, anticipado y preventivo de la violencia.

También desde los sectores académicos se puede coadyuvar en la comprensión del fenómeno de la violencia armada, en el entendido de que el conocimiento a fondo de los fenómenos es el camino más seguro para afrontarlos con éxito. Como ha quedado demostrado, los medios de comunicación y sus métodos de información y representación social poseen enorme incidencia en la formación de los sistemas axiológicos de las sociedades y en el comportamiento de sus miembros. En tal sentido, se recomienda a la Fundación Universidad del Norte, de Barranquilla - y por extensión a todos los sectores académicos y científicos concernientes en la región y el país-, seguir auspiciando la investigación de los fenómenos sociales, culturales y políticos que nos afectan. Para el caso, se debe seguir reflexionando desde la academia acerca de los tratamientos mediáticos sobre el fenómeno de la violencia, y ayudar a pensar mecanismos de prevención y educación de la ciudadanía en la comprensión que a todos toca en diversos grados de responsabilidad, conciencia y compromiso.

Sería en sí un logro el que la ciudadanía en todas sus esferas aprendiera a cuestionar lo que le ofertan, a abordar críticamente los productos culturales que consume, buscando que desde todas las partes, gobiernos, poder judicial, medios, academia y ciudadanía, comenzáramos a construir sociedad dentro de los valores de la responsabilidad comunicativa compartida.

## 10. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

ALZATE, Juan Carlos (1997). *Colombia: encrucijada de violencia sin color*. En Revista Chasqui, No. 60, Quito, CIESPAL.

ANDRÉU ABELA, Jaime. *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Granada: Fundación Centro Estudios Andaluces, Departamento Sociología Universidad de Granada, 2001.

ARNAU GRAS, Jaume. *Diseños longitudinales aplicados a las ciencias sociales y del comportamiento* (1º edición). México: Editorial Limusa S.A. 1995.

BONILLA, Jorge Iván & TAMAYO GÓMEZ, Camilo. *Las violencias en los medios, los medios en las violencias*. Bogotá. Centro de Investigación y Educación Popular-CINEP, Ediciones Antropos Ltda. 2007.

CAMACHO, L. (1997). *La libertad le ha cumplido a su pueblo: Julio C. Turbay*. La Libertad.

CHECA MONTÚFAR, Fernando. *El Extra: las marcas de la infamia; aproximaciones de la prensa sensacionalista*. Universidad Andina Simón Bolívar; Corporación Editora Nacional; Abya-Yala: Ecuador.

CHARAUDEAU, P. Y MAINGUENAU, D. (coordinadores) (2005). *Diccionario de análisis del discurso*, Buenos Aires, Amorrortu.

CITLALLI SÁNCHEZ. Et Al. (2006). *Violencia, estereotipos y terrorismo: Análisis de contenido de la serie "24"*.

CLAUSO, Raúl. *Cómo se construyen las noticias. Los secretos de las técnicas periodísticas*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía, primera edición: 2007.

CORTÉS RODRÍGUEZ, L. Y CAMACHO ADARVE, M. M. (2003). *¿Qué es el Análisis del Discurso?*, Barcelona, Octaedro.

FORMATO de presentación para tesis de grado (2010). Fundación Universidad del Norte: Maestrías de la División de Humanidades y Ciencias Sociales.

FUENTES GÓMEZ, José H., & ROSADO LUGO, Magnolia (2006). *Segregación urbana, violencia e inseguridad: prensa y construcción de imaginarios sociales en Mérida, Yucatán, México*. Universidad Autónoma de Yucatán.

GARCÍA CANCLINI, N. (1992). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Editorial Suramérica.

GÓMEZ MENDOZA, Miguel A. (2000). *Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: Definición, clasificación y metodología*.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R et. Al. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Ediciones Mc Graw Hill, edición revisada.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C., & BAPTISTA LUCIO, P. (2007). *Fundamentos de metodología de la investigación* (1°ed.). Madrid: Mc Graw-Hill/Interamericana Editores S.A.

MARTÍN-BARBERO, J. (1997). *De los medios a las culturas*. Bogotá: Tercer Mundo.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; Silva, Armando (comps.) (1997). *Proyectar la comunicación*, Bogotá, Tercer Mundo Editores.

MARTÍN MARTÍN, Raúl (2002). *Estadística y Metodología de la Investigación*. Castilla: Universidad Castilla- La Mancha.

MARZAL GARCÍA-QUISMONDO, Miguel Et Al. (2005). *Instrumentos de utilidad en el análisis del contenido para la organización de documentos digitales educativos*. Getafe: Universidad Carlos III de Madrid, Departamento de Biblioteconomía y Documentación.

MUÑIZ, Carlos et Al. (2006). *Imágenes de la inmigración a través de la fotografía de prensa. Un análisis de contenido*. Revista Comunicación & Sociedad, Vol. XIX, Núm. 1.

PENALVA, Clemente (2001). *El tratamiento de la violencia en los medios de comunicación*. Alicante: Facultad de Sociología Universidad de Alicante.

PIÑUEL RAIGADA, José Luis (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. Madrid: Departamento de Sociología IV, Facultad de CC. de la Información Universidad Complutense de Madrid.

QUESADA, Montserrat (2000). *Violencia mediática y reacción social*. En: Revista Latina de Comunicación Social, N° 26, año 3.

RODRIGO ALSINA, Miquel (1989). *La Construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.

VAN DIJK, Teun (1980). *Texto y contexto*, Madrid, Cátedra.

VAN DIJK, Teun (1983), *La ciencia del texto*, Barcelona, Paidós.

VAN DIJK, Teun (1990), *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós.

VAN DIJK, Teun (1995). *Las estructuras y funciones del discurso*, México, Siglo XXI, 9ª Edición.

VAN DIJK, Teun (1999) (Ed.) *Estudios del discurso*, 2 vols., Barcelona / Buenos Aires, Editorial Gedisa.

VAN DIJK, Teun (2003), *Ideología y discurso. Una introducción multidisciplinaria*, Barcelona, Ariel.

ZABALA TRÍAS, Sylvia (2012). *Guía a la redacción en el estilo APA*. San Juan de Puerto Rico: Fondo Editorial UMET.

## Información digital:

- Abreu, C. (2000). La imagen periodística no fotográfica. La imagen en el periodismo. Revista Latina de Comunicación Social. Consultado en (11, 12,2008) en:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000sab/114abreu.html>.

- Acuña, F., Clinton, Diana (1999). ¿Dónde se metieron los periódicos serios?. Revista Latina de Comunicación Social. Consultado en (09, 11, 2008) en:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina>.

- Adrián, O., Arango y Giraldo (1998). Crónica roja: hacia un periodismo del abrazo. Consultado en (12, 14, 2008) en:

[www.cisalva.univalle.edu.co/publicaciones/documentos/cronica\\_roja.pdf](http://www.cisalva.univalle.edu.co/publicaciones/documentos/cronica_roja.pdf).

- Aigeneren, Miguel. Análisis de contenido: Una introducción. Universidad de Antioquia, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Centro de Estudios de Opinión (CEO), 2001. En:

[OPINIÓNceo@catios.udea.edu.co](mailto:OPINIÓNceo@catios.udea.edu.co)

- Aparicio, L. (2007). Sangre, Sudor y Sexo: aproximaciones hacia una identidad de la prensa sensacionalista en Colombia. Consultado en (10, 25, 2008) en:

[www.monografias.com/trabajos57/prensa-sensacionalista/prensa-sensacionalista](http://www.monografias.com/trabajos57/prensa-sensacionalista/prensa-sensacionalista).

- Alonso, B. (2007). Entre lo popular y lo masivo. Aproximaciones a la prensa moderna. Revista Latina de Comunicación Social, 62. Consultado en (11, 15, 2008) en:

[www.ull.es/publicaciones/latina/200707Alonso\\_B.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200707Alonso_B.htm)

- Awad, I. y Soto, G. (2001). Popularidad de la "Cuarta": La clave está en el lenguaje. Consultado en (01, 5,2009) en:

[www.fcom.altavoz.net/prontus\\_fcom/site/artic/cuadernos/14/03.pdf](http://www.fcom.altavoz.net/prontus_fcom/site/artic/cuadernos/14/03.pdf)

- Cáceres, T. (2002). Violencia contra la mujer y prensa escrita: Banalización y silencio. Consultado en (12, 15,2008) en:

[www.isis.cl/temas/cominf/quehay12.htm](http://www.isis.cl/temas/cominf/quehay12.htm) - 53k

- Cámara Estrella, África Ma. Construcción de un instrumento de categorías para analizar valores en documentos escritos. REIFOP, 2009. En:

<http://www.aufop.com>

- Cappellini, M (2004). La prensa "Chicha" en Perú. Chasqui. Consultado en (11,2, 2008) en:

[www.chasqui.comunica.org/88/cappellini88.html](http://www.chasqui.comunica.org/88/cappellini88.html)

- Cohen Jeffrey (1982). Teoría de la Agenda Setting. Consultado en ( 02,01, 2009) en:

[www.wikipedia.org/wiki/Agenda-setting](http://www.wikipedia.org/wiki/Agenda-setting)

- El periodismo: su rol en las sociedades de todas las épocas. Planeta Sedna. Consultado en Enero (01, 10,2009) en:

[www.portalplanetasedna.com.ar/periodismo.htm](http://www.portalplanetasedna.com.ar/periodismo.htm).

- Fierro Alvidrez, Felipe de Jesús (2000): Amarillo en prensa: El Herald de la Tarde. Revista Latina de Comunicación Social, 28. Consultado en (12, 12, 2008) en:

[www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000sab/115fierro.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000sab/115fierro.html)

- Gálvez, J. y Paz, M. (2003). Sensacionalismo, valores y jóvenes. Consultado en (12,6,2008) en:



[www.books.google.com.co/books?isbn=9990568340](http://www.books.google.com.co/books?isbn=9990568340).

- Gargurevich J. (1999). Perú: Cultura Chicha y comunicación masiva. Consultado en (10,9,2008) en:

[www.saladeprensa.org/art70.htm](http://www.saladeprensa.org/art70.htm)

- Gargurevich, J. (2000). La prensa sensacionalista en el Perú? Consultado en (12, 16,2008) en:

[www.books.google.com.co/books?isbn9972423522.htm](http://www.books.google.com.co/books?isbn9972423522.htm)

- Guardia, M. (2000). Preguntas Sangrantes: Periódicos sensacionalistas en Cochabamba. Diálogos de la comunicación. Consultado en (09, 15, 2008) en:

[www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/59-60-33MarceloGuardia.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/59-60-33MarceloGuardia.pdf).

- Guardia, M. (2004). Des - Encuentros Culturales en la Prensa Sensacionalista: del derecho positivo a las culturas “indomables”. Consultado en (12, 13,2008) en:

[www.alaic.net/VII\\_congreso/gt/gt\\_5/GT5-P17.html](http://www.alaic.net/VII_congreso/gt/gt_5/GT5-P17.html) - 119k

- Hernández, S. (2002). Un acercamiento a la nota roja: la inclusión y exclusión de las clases vulnerables. Consultado en (8, 15,2008) en:

[www.saladeprensa.org/art376.htm](http://www.saladeprensa.org/art376.htm) - 117k.

- Jáquez, J. (2001). La prensa amarillista en México. Consultado en (12, 10,2008) en:

[www.saladeprensa.org/art240.htm](http://www.saladeprensa.org/art240.htm).

- López, O. (2005). Amarilla y Roja: Estéticas de la prensa sensacionalista. Consultado en (10, 28,2008) en:

[www.books.google.com.co/books?isbn=9588173884](http://www.books.google.com.co/books?isbn=9588173884)

- Lull, J y Hinerman, S (2000). En Búsqueda del Escándalo. Red AL y C. Consultado en (9, 10,2008) en:

[www.redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/316/31601004.pdf](http://www.redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/316/31601004.pdf)

- Macassi, S. (2001). Prensa Amarilla y Cultura Política en el Proceso Electoral. Consultado en (7, 19,2008) en:

[www.calandria.org.pe/recursos\\_libros\\_tema.php](http://www.calandria.org.pe/recursos_libros_tema.php).

- Macassi, S. (2002). La prensa Amarilla en América Latina. Chasqui. Consultado en (11,9,2008) en:

[www.chasqui.comunica.org/77/macassi77.htm](http://www.chasqui.comunica.org/77/macassi77.htm) - 37k .

- Martini, Stella. (1999). El sensacionalismo y las agendas sociales. Diálogos de la comunicación. Consultado en (10, 21,2008) en:

[www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/55-05](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/55-05)

- Mejía, Héctor. (2006). Los Medios de Comunicación en la Crónica Policial. Consultado en (12, 18,2008) en:

[www.monografias.com/trabajos60/medios-cronica-policial/medios-cronica-policial.shtml](http://www.monografias.com/trabajos60/medios-cronica-policial/medios-cronica-policial.shtml) - 29k - .

- Mendoza Patricia. FORO IBEROAMERICANO DE FOTOGRAFIA. Consultado en Enero 16,17, 2009 en:

<http://www.fotoperiodismo.org/source/html/textos/patricia.htm>.

- Parra, A. y Domínguez, M. (2004). Los medios de comunicación desde la perspectiva del delincuente. Red AL y C. Consultado en (12, 4,2008) en:

[www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1012-15872004000200003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1012-15872004000200003&script=sci_arttext)

- Ramiro, L. (2004). La ética periodística en Bolivia: situación y perspectiva. Consultado en 12, 5,2008 en:

[www.saladeprensa.org/art534.htm](http://www.saladeprensa.org/art534.htm).

- Rodríguez Díaz (2004). Teoría de la Agenda Setting, aplicación a la enseñanza universitaria. Observatorio Europeo de tendencias Sociales. Consultado en (01,10, 2009) en:

[www.obets.ua.es/obets/libros/Agen](http://www.obets.ua.es/obets/libros/Agen)

- Sunkel, G. (1999). La representación del pueblo en los diarios de masas. Consultado en (08, 18,2008) en:

[www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/17-05GuillermoSunkel.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/17-05GuillermoSunkel.pdf)

- Sunkel, G. (2003). La prensa sensacionalista y los sectores populares. Consultado en (12, 6,2008) en:

[www.books.google.com.co/books?isbn=9580465681....](http://www.books.google.com.co/books?isbn=9580465681....)

- Sunkel, G. (2006). El consumo cultural en América Latinal . Consultado en (12, 18,2008) en:

[www.lalibriadelau.com/catalog/product\\_info.php/](http://www.lalibriadelau.com/catalog/product_info.php/).

- Torrico, E. (2002). El sensacionalismo. Consultado en (09, 21,2008) en:

[www.saladeprensa.org/art374.htm](http://www.saladeprensa.org/art374.htm).

- Viscarra, S. (2001). El Periodismo, en su evolución histórica: el predominio del enfoque empresarial. Revista Latina de Comunicación Social. Consultado en (10, 12,2008) en:

[www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina45diciembre](http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina45diciembre).

- Yomaira, G. (2003). "Sensacionalistas" pero "objetivos": la encrucijada entre la información y el entretenimiento". Consultado en (7, 17,2008) en:

[www.saladeprensa.org](http://www.saladeprensa.org)

- [http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev\\_numero\\_04/n4\\_art\\_revuelta\\_sanchez.htm](http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_04/n4_art_revuelta_sanchez.htm)

# 11. ANEXOS

## ANEXO A



Ejemplares correspondientes a la unidad de muestreo seleccionada del periódico sensacionalista *El Propio* de Montería.



## ANEXO B

### INSTRUMENTO ADAPTADO

El siguiente instrumento de investigación ha sido adaptado a partir del trabajo titulado “*Elaboración de un sistema categorial de análisis de contenido para analizar la imagen del profesor y la enseñanza en la prensa*” (En: <http://tecnologiaedu.us.es/revistaslibros/ANALISIS.htm>); estudio emprendido por Julio Cabero Almenara et Al (2002), desde las áreas de comunicación de las Universidades ibéricas de Sevilla y Huelva. No obsta señalar que las categorías, subcategorías e indicadores de estudio han sido depurados en función de los fines, alcances y el contexto específicos de este proyecto, con una batería de 17 ítems constituyentes, para cada uno de los cuales se presenta el tipo de opción múltiple con escogencia excluyente.

#### I. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN DEL ANÁLISIS

**Nombre del periódico:**

**Sección:**

**Día:**

**Mes de publicación del medio impreso:**

**Año de publicación del medio impreso:**

Periodicidad:

A.- Diaria

B.- Semanal

C.- Quincenal

D.- Mensual

E.- Bimensual-Trimestral

Grado de difusión del periódico según el volumen de la tirada:

- A.- Máxima... más de 300.000 ejemplares
- B.- Grande... de 250.000 a 300.000 ejemplares
- C.- Media... de 100.000 a 250.000 ejemplares
- D.- Pequeña... de 50.000 a 100.000 ejemplares
- E.- Menos de 50.000 ejemplares

## **II. ANÁLISIS DEL TEXTO EN LA NOTICIA**

### **CATEGORÍAS MACROESTRUCTURALES**

#### **TABLA 1- ANÁLISIS DEL TEXTO EN LA NOTICIA**

1. Escoja entre el tipo de encuadre determinante en la noticia principal: enfrentamiento, conjetural, histórico, perspectivista, consensual, competitivo, denunciador, documental, reactivo y de interés humano:

- A. Enfrentamiento
- B. Histórico
- C. Perspectivista
- D. Consensual
- E. Competitivo
- F. Denunciador
- G. Documental
- H. Reactivo
- I. De interés humano.

Enfrentamiento: Conflicto de la situación o los participantes. Conjetural: perspectiva especulativa. Histórico: explica cómo evoluciona el proceso. Perspectivista: repercusión del hecho en el futuro. Consensual: puntos de acuerdo en torno a un tema. Competitivo:



quién gana y quién pierde. Denunciador: injusticia o error. Documental: visión realista basándose en datos. Reactivo: reacción de los principales protagonistas. Interés humano: punto de vista emotivo.

2. Si el texto de la noticia principal menciona el punto cardinal dónde sucedió y el nombre del barrio escríbalo, de lo contrario indique no.

3. Escoja el tipo de fuente presente en la noticia principal: implícita, explícita, originaria, implicada/interesada, consultada, equilibrada, experta o encuestados. Tantas como aparezcan en la noticia:

A. Implícita

B. Explícita

C. Originaria

D. Implicada/interesada

E. Consultada

F. Equilibrada

G. Experta

H. Encuestados

**Implícitas:** fuente genérica; explícitas: nombrada de forma directa o indirecta.

**Originaria:** busca o convoca a los medios.

**Implicada/interesada:** cuando la fuente tiene parte en la información y puede ser sesgada.

**Consultada:** contrasta o profundiza la información.

**Equilibradas:** todos los implicados en la información.

**Experta:** experta en la materia.

**Encuestados:** viandantes o personas corrientes que dan su opinión.

4. Tipo de actor:

A. Individual

B. Grupal

**Tipo:** si es individual o grupal.

5. Características físicas:

A. Sexo:

B. Edad.

**Ocupación:** profesión u oficio.

6. Escoja el tipo de cita de testigos o autores de la noticia: contextualizada, convicción, apelación y sentimentalismo:

A. Contextualizadas

B. Convicción

C. Apelación

D. Sentimentalismo

**Contextualizadas:** la cita se presenta dentro del contexto en que se generó y de forma suficientemente extensa. **Convicción:** expresa si el personaje da la sensación de convicción en sus declaraciones o no. **Apelación:** si se hace algún llamamiento a la actuación de jueces, ciudadanos, otros partidos...). **Sentimentalismo:** uso de argumentos basados en la emotividad más que en la razón.

7. Indique el tipo de parámetros usados para valorar el interés que suscita la noticia: actualidad, rareza, conflicto, notoriedad pública, alusión a lo personal y concienciación social:

A. Actualidad

B. Rareza

C. Conflicto

D. Notoriedad pública

E. Alusión a lo personal

## F. Concienciación social.

**Actualidad:** referencia a algo ocurrido en el tiempo. **Rareza:** inusual. **Conflicto:** el motivo de interés es la controversia. **Notoriedad pública:** el interés se centra en un personaje con relevancia social. **Alusión a lo personal:** se alude a situaciones de personas concretas desde un punto de vista emotivo. **Concienciación social:** referencia a la educación del ciudadano o a la implicación social.

8. Indique el tipo de lesiones violentas que aparecen en la noticia principal: corporales, escritas o verbales; a su vez lesiones pueden ser: corporales, psicológicas, materiales o sociales:

A. Corporales

B. Psicológicas

C. Materiales

D. Sociales

**Corporales:** dolor, lesiones, desfiguramientos, alteración física, deterioro funcional o la muerte. Así como la restricción física o el confinamiento, que tienen una resonancia, porque violan nuestro deseo básico para la supervivencia física, evitar el dolor, la preservación corporal y la integridad. **Psicológicos:** miedo, ansiedad, angustia, vergüenza y disminución de la autoestima. **Materiales:** destrucción o confiscación de la propiedad y pérdida de ingresos. **Sociales:** humillación pública, estigmatización, exclusión, encarcelamiento, destierro o la expulsión.

9. Indique el tipo de noticia, es decir, si está basado en hechos concretos o especulaciones:

A. Si

B. No

**Basadas en conjeturas o especulaciones:** las construidas sobre hipótesis no comprobadas o rumores no confirmados. **Hechos concretos:** construidas sobre hipótesis comprobadas o rumores confirmados.

10. Relacione los adjetivos de la noticia principal y diga:

A. A quién lo aplica

B. Quién lo aplica

**Quién lo aplica:** el redactor o si es el actor de la noticia.

11. Valoración del adjetivo:

A. Positiva

B. Negativa

C. Neutra

D. Quién lo aplica

**Positiva:** aquella palabra que expresa una cualidad del sujeto (sustantivo) o acción, quien aparece en la noticia. **Negativa:** aquella palabra que expresa un defecto del sujeto (sustantivo) o acción, quien aparece en la noticia. **Neutral:** alude a cualidades relacionadas con el físico, forma u otro rasgo del sujeto (sustantivo) o acción, quien aparece en la noticia.

12. Relacione las palabras de la noticia principal que sean distorsionadas o no distorsionadas:

**No distorsionada:**

---

---

---

---

**Distorsionada:**

---

---

---

---

**No distorsionada:** aquella palabra, que aparece en la noticia principal y cuyo significado denotativo no es distorsionado por las implicaciones emocionales. **Distorsionada:** aquella

palabra, que aparece en la noticia principal y cuyo significado denotativo es distorsionado por las implicaciones emocionales.

**TABLA 2-**  
**IV. ANÁLISIS DE LA FOTOGRAFÍA EN LA NOTICIA**

**FACTOR ICÓNICO**

15. Indique en la fotografía principal el predominio:

A. Presentación.

B. Asociación.

A. Simplicidad

B. Complejidad.

A. Naturalidad o

B. Artificialidad.

A. Originalidad.

B. Trivialidad.

A. Implicación participativa.

B. Pasividad.

A. Plano.

B. Perspectiva.

**Presentación:** simple exposición de la fotografía principal, donde el mensaje lo muestra real o simbólicamente, de forma inequívoca. **Asociación:** Ligazón o enlace entre el actor de la noticia y alguna referencia que aclare o motive al receptor.

**Simplicidad:** sencillez expresiva de imagen fotográfica, que se refleja en una fácil interpretación. **Complejidad:** dificultad de interpretación fotográfica como consecuencia de una expresión no excesivamente directa. **Naturalidad:** presentación objetiva y fidedigna del actor de la noticia, patente en rasgos como espontaneidad, fidelidad y credibilidad. **Artificialidad:** presentación del actor de noticia, mediante una cuidada elaboración que adultera, sofisticada y lo deforma.

**Originalidad:** sentido creativo, de sorpresa y novedad de la fotografía. **Trivialidad:** presentación habitual de los elementos básicos del mensaje fotográfico y/o su estructura. **Implicación participativa/pasividad:** búsqueda de colaboración o participación formal del receptor (como identificarse, completar mentalmente el mensaje, etc. **Pasividad:** ausencia de tal intento de obtener "colaboración", evitando toda invitación a una actividad complementaria a la decodificación. **Plano:** ninguno de los elementos fotografiados da sensación de profundidad. **Perspectiva:** representación que muestra o incrementa la dimensión de profundidad en la fotografía.

## FACTOR DE FUNCIÓN DOMINANTE

16. Indique en la fotografía principal el predominio de:

A. La afectividad

B. Racionalidad.

A. Si es motivador.

B. Expositivo.

C. Equilibrado.

**Afectividad:** predominante invocación de los sentimientos en la fotografía principal.

**Racionalidad:** argumentación intencionalmente lógica en el mensaje fotográfico.

**Motivador:** prima notablemente la búsqueda de recursos que atraigan la atención del receptor que observa la foto.

**Expositivo:** la foto cumple una función meramente informativa.

**Equilibrio:** balance informativo (racional) o motivador (afectivo) según el grado de saturación en la fotografía.

### FACTOR DE DETERMINACIÓN

17. Indique en la fotografía principal el predominio de:

A. Claridad.

B. Confusión

A. Coordinación

B. Incoordinación.

A. Unívoco.

B. Equívoco.

A. Definición de objetivo

B. Indefinición.

A. Adecuación al actor.

B. Inadecuación al actor.

**Claridad:** facilidad de percepción e interpretación del mensaje fotográfico. **Confusión:** dificultad correspondiente en el mensaje fotográfico.

**Coordinación:** si en la fotografía está la fusión de imagen y texto en una estructura unitaria, en la doble vertiente gráfica y temática (forma y contenido).

**Incoordinación:** disgregación gráfica o temática de imagen y texto.

**Unívoco:** alta especificidad, que reduce el campo de las interpretaciones posibles de la fotografía.

**Equívoco:** inespecificidad que posibilita asociaciones o proyecciones personales del receptor que observa la fotografía.

**Definición de objetivo:** convergencia de la información en una sola finalidad, fácilmente, identificable por el receptor que observa la fotografía.

**Indefinición de objetivo:** falta de tal convergencia o presencia de más de un fin explícito en la fotografía.

**Adecuación al actor:** relación patente entre el actor y el mensaje que se transmite en la fotografía.

**Inadecuación al actor:** falta de relación entre actor y mensaje de la fotografía o imposición artificial.

**Definición de público:** delimitación clara y restringida del público al cual va dirigido el mensaje de la fotografía.

**Indefinición del público:** generalización del posible público destinatario del mensaje de la fotografía.



## ANEXO C

### ARREGLO DE VARIABLES EN SPSS (v. 2.0)

The screenshot shows the 'Variable View' window in IBM SPSS Statistics. The window title is 'Sin título2 - IBM SPSS Statistics Editor de datos'. The main area contains a table with 11 rows of variables. The columns are: Nombre, Tipo, Anchura, Decimales, Etiqueta, Valores, Perdidos, Columnas, Alineación, Medida, and Rol. A dropdown menu is open over the 'Medida' column, showing options: Entrada, Objetivo, Ambos, Ninguna, Partición, and Dividir. At the bottom, there are buttons for 'Vista de datos' and 'Vista de variables', and a status bar indicating 'IBM SPSS Statistics Processor no está disponible'.

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Noticias	Numérico	18	2	n=57	{57.00, noti...	Ninguna	18	Derecha	Nominal	Entrada
2	Género	Científica	5	2	Géneros period.	{5.70E+001...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	Violencia	Numérico	8	2	Violencia	{57.00, tipo...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	Blanco	Numérico	8	2	Blanco	{83.00, blan...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	Mecanismos	Científica	4	2	Mecanismos	{5.10E+001...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	Escenarios	Numérico	5	2	Escenarios	{166.00, es...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	Frecuencia	Numérico	5	3	Frecuencia	{24.000, fre...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	Fuentes	Científica	7	2	Fuentes	{5.60E+001...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	Actores	Científica	3	2	Actores	{1.00E+002...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	Medios	Caldera	7	0	Medios	{52. medios...	Ninguna	8	Izquierda	Nominal	Entrada
11	Adjetivación	Científica	9	2	Adjetivación	{3.28E+002...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
26											

**ANEXO D**  
**FORMATO DE ENCUESTA A MEDIOS**

**Nombre:** Erly Gregoria Rojas

**Cargo o profesión:** Periodista y editora general del periódico popular El Propio

**Fecha de encuestamiento:** Noviembre 20 de 2012

El siguiente cuestionario tiene el propósito de conocer aspectos relacionados con la actividad periodística ejercida desde el diario sensacionalista *El Propio*, de la ciudad de Montería, con fundamento en la construcción noticiosa y las características que presenta este diario popular. Las preguntas serán formuladas y analizadas, en general, con exclusivos fines académicos, y en términos de confidencialidad. Según el sentido amplio o restrictivo que puedan tener algunas de ellas, Ud. tiene, para responder, la opción de *respuesta abierta*:

1. ¿Cuál es el grado actual en el volumen de tiraje del periódico El Propio de la ciudad de Montería?

***La información que llega hasta la sala de redacción es que cuando hay un día “tranquilo”, sin alteración del orden público, el tiraje es de 18.000 y cuando se presenta muchos hechos noticiosos, sobre todo en la capital se llega hasta 21.000 ejemplares. Ya que lo que pasa en la capital normalmente le interesa a todo el departamento.***

2. ¿Cómo nació la idea de fundar un periódico con las características de El Propio para la ciudad de Montería?

***Las directivas del periódico El Meridiano de Córdoba, a partir de observar la experiencia de muchos periódicos populares en otros países y en especial, en Colombia, decidieron crear su propia competencia, estaba en este país La Chiva que asumió posteriormente el nombre de Q’hubo, de la gran alianza de***

**medios. Paralelo a ello está el periódico Al Día, de acuerdo a ese gran auge en Colombia, decidieron crear su propio periódico popular.**

3. ¿Cuáles son las fuentes informativas habituales del periódico El Propio?

**Fundamentalmente las fuentes oficiales son la Policía Nacional, El Ejército Nacional, líderes comunales, ediles.**

4. ¿Con cuáles propósitos se emplea ese lenguaje popular característico de su periódico en la construcción de su agenda noticiosa?

**Desde el principio se utiliza un término coloquial. Buscamos un acercamiento con nuestros lectores. Hacer que las personas se sientan identificadas, llame la atención y de alguna manera ayudamos, sin que sea nuestro trabajo propiamente, a aumentar la circulación.**

5. Siendo así, ¿Existen para su equipo periodístico algunas políticas internas en torno a la utilización del lenguaje a la hora de construir la noticia?

**Cuando se contrata a un periodista se le dice que El Propio utiliza términos coloquiales, se parte de esa base. Se capacita al personal que entra, a partir de la lectura cuidadosa de tirajes anteriores. Muchas veces la comunidad nos propone títulos muy buenos. Las personas se conectan con la noticia y nos ofrecen alternativas de títulos.**

6. Llama poderosamente la atención la adjetivación empleada en El Propio, tanto en sus titulares como en el cuerpo noticioso de su sección judicial –ejemplos: está pelúa, cuatro pepazos, quedó capao, se tumbaron 60 “palos”, el balón sigue bajito-. Desde la visión interna que usted tiene sobre su producto periodístico, el contexto y los consumidores, ¿Qué efectos busca suscitar esa adjetivación tan sonora, exótica y a veces subida de tono en sus públicos habituales?

**Lo primero que buscamos es que a gente lo entienda, generalmente al habitante de esta ciudad utiliza cotidianamente ese lenguaje para comunicarse. Le es más familiar y el lector siente un mayor entendimiento**

***de la noticia. Se busca impactar en el lector porque muchos títulos con lenguaje formal no causan ese efecto.***

7. Las imágenes fotográficas con las que acompañan la sección judicial de *El Propio* también son llamativas en cuanto a la forma de proyectar y tratar la realidad. ¿Este método de presentación infográfica tiene algún fin específico allende la representación estricta de los hechos retratados?

***Sin duda las imágenes refuerzan lo que informamos a la gente, pero también es cierto que la imagen vende. En este sentido, nos apoyamos en fotografías impactantes, y lo hacemos pensando en ofrecer un producto periodístico completo en sus detalles noticiosos, lo que sin duda genera el afán por adquirirlo.***

8. ¿Cómo se perciben a sí mismos?

***Inicialmente fue duro hacer periodismo popular aquí en Córdoba, pues se decía que el periódico *El Propio* era solamente para los pobres, ya después de varios años, se evidencia que el periódico no es solamente para los pobres, es para todo el mundo, ya lo lee toda clase de público, ya hay secciones por ejemplo; en las que sale gente del norte de la ciudad, tal como se hace en la sección el deportista de la cuadra, en festividades las personas quieren salir ahí, anteriormente solo los de estrato alto salían en el periódico *El Meridiano*, según las personas, y por ello, muchas de ellas nos rechazaban. Incluso nos sentíamos rechazados por las mismas autoridades, ahora muchos funcionarios públicos de la administración actual quieren salir en *El Propio*. Ya esa percepción ha cambiado. Nos percibimos como un medio muy posicionado en la ciudad y respetado por muchos sectores de la comunidad.***

9. ¿Cómo creen que los perciben los lectores?

**Nos perciben bien, nos ayudan en la construcción misma del periódico, expresan cosas que no les gustan, cuando hay reportajes fuertes**

relacionados con sexo, nos lo hacen saber, pues expresan que los niños también los leen y que moderemos el lenguaje. Tenemos una gran acogida, ya que nosotros atendemos las llamadas de nuestros lectores y le prestamos mucha atención.

10. El periódico El Propio y El Meridiano de Córdoba pertenecen a la casa Grupo Editado S.A.S., aunque poseen características, enfoques y tratamientos diferentes. Háblenos un poco acerca de la complementariedad manifiesta que se maneja para la circulación de estos dos productos periodísticos.

***Desde la dinámica interna de la sala de redacción, tenemos conocimiento que administrativamente las empresas son independientes, tanto en la práctica periodística, pues tienen su propia planta de redacción como el de circulación y publicidad. Aunque está un gerente general del grupo editado, el manejo es independiente. Incluso los agentes de ventas y que se encarga de la distribución, algunos prefieren vender El Meridiano otros El Propio por características sociales de las zonas. El propio se distribuye casi el 80 % el mismo día en la tarde, caso diferente al meridiano, y el resto se distribuye con El Meridiano al día siguiente en la mañana.***

11. A su lanzamiento, El Propio revolucionó la oferta noticiosa en Montería y Córdoba al retornar al método clásico de la circulación vespertina (por las tardes). Háblenos un poco del porqué de este cambio.

***Es una idea de los directivos, particularmente se cree que ellos querían acaparar todo el mercado no solo el de la mañana sino de la tarde, que estaba solo. El Propio muestra las noticias que suceden en la mañana ese mismo día en la tarde, es decir la inmediatez ha sido un punto a favor impidiendo que muchas otras empresas periodísticas se apoderen de ese mercado. De esa manera las personas que leen el periódico en la tarde ya no lo compran en la mañana, a menos que algo suceda en la noche y se muestre al día siguiente.***

12. ¿Cómo se ven a sí mismos en los próximos cinco años?

***Entre nuestras metas están, son entre otras cosas, vernos como un periódico con más páginas, de 24 exactamente, actualmente tenemos 16, dedicándole un espacio específicamente al medio ambiente, a la cultura. Que no sólo sea noticioso. Nos vemos como un periódico que tenga su separata, cada fin de semana de deportes además de sus páginas habituales, con representación on line, en la web. Ser un medio mucho más fortalecido en la parte comunitaria, para que las personas no solo nos vean como medio sensacionalista o amarillista, sino como una alternativa y apoyo a muchas iniciativas populares que fortalecen la vida en comunidad.***

¡MUCHAS GRACIAS!

Levantó la encuesta,

**Carlos M. Soto Carrascal  
c.c. 10´774.642 de Montería**