



# ANÁLISIS DEL DISCURSO NOTICIOSO EN TORNO AL PLEBISCITO POR LA PAZ EN COLOMBIA (2 de octubre de 2016)

**Diego Fernando Montes Castilla**  
**Cód. 2013140067**

**Luis Alberto Mejía Díaz**  
**Cód. 2014240063**

**Universidad Magdalena**

Facultad de Humanidades  
Programa de Antropología  
Santa Marta, Colombia  
2019



# **ANÁLISIS DEL DISCURSO NOTICIOSO EN TORNO AL PLEBISCITO POR LA PAZ EN COLOMBIA (2 de octubre de 2016)**

**Diego Fernando Montes Castilla  
Cód. 2013140067**

**Luis Alberto Mejía Díaz  
Cód. 2014240063**

Trabajo presentado como requisito parcial para optar al título de Antropólogo

Director (a):  
PhD. (c), Msc. Angélica Hoyos Guzmán

# Nota de aceptación:

Aprobado por el Consejo de Programa  
en cumplimiento de los requisitos  
exigidos por el Acuerdo Superior N° 11  
de 2017 y Acuerdo Académico N° 41 de  
2017 para optar al título de  
Antropólogo.

---

Jurado

---

Jurado

Santa Marta, \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de \_\_\_\_

## **DEDICATORIA**

Este trabajo lo dedicamos inicialmente a Dios, por permitirnos la vida, la resistencia y fuerza en este proceso. A nuestros padres, porque gracias a su esfuerzo y amor pudimos estudiar en una institución de educación superior y llegar hasta este punto. No se imaginan lo agradecidos que estamos con ustedes, han sido un apoyo increíble y fuente de inspiración para cumplir este gran paso anhelado.

## **AGRADECIMIENTOS**

Antes que nada, expresamos nuestra gratitud a Dios, así como a nuestros familiares que nos brindaron el apoyo para llegar hasta este punto. Este trabajo de investigación no hubiese sido posible sin el aporte de distintos docentes, quienes nos brindaron su apoyo y nos orientaron en este proceso para poder obtener los resultados que hoy presentamos. Inicialmente con la docente Natalia Ligia Ramírez con quien se construyó la idea del proyecto y se plantearon los primeros hitos de la investigación, más tarde con la Docente Lorena Aja Eslava quien mostró un enorme interés en este proyecto y nos ayudó a fortalecer las bases del mismo; a la Docente Angélica Hoyos Guzmán quien ha sido nuestra tutora y directora y quien nos ha brindado herramientas metodológicas para abordar y desarrollar este tema, esto nos ayudó a delimitar y orientar el proyecto desde una perspectiva antropológica, y finalmente a la docente Soraya Duarte quien nos brindó su apoyo y nos asesoró en cuanto a la redacción y organización del trabajo, en fin, expresamos nuestra gratitud a todos aquellos que han contribuido de manera directa e indirecta en la realización de este trabajo.

## Resumen

Este proyecto busca responder a la pregunta ¿cuáles son los actores discursivos, lugares de enunciación y estrategias de polarización en las noticias generadas antes, durante y después de las votaciones por el plebiscito por la paz en Colombia el 2 de octubre de 2016, en las plataformas digitales de los periódicos *El tiempo-El Espectador*?, por tanto, este estudio está centrado en el análisis del discurso de los medios de comunicación, la influencia de éste dentro de las opiniones del público y las relaciones de poder tejidas en el marco del proceso de paz en Colombia.

Con el fin de explicar las relaciones lingüísticas y extralingüísticas, como los elementos que se tienen en cuenta al momento de reproducir y transmitir de la noticia y ampliar sistemáticamente una comprensión sobre las categorías discursivas existentes en la noticia sobre el plebiscito por la paz. El estudio estuvo guiado por una previa revisión bibliográfica de los documentos y textos académicos que sirvieron como guía teórica y metodológica en el proceso de clasificar las categorías de análisis y elementos encontrados en el conjunto de noticias digitales tomadas del portal web de los diarios *El Tiempo* y *El Espectador*, siendo un total de cien noticias analizadas, emitidas antes, durante y después de los resultados del plebiscito. Es decir, el análisis de estas categorías en las noticias y conceptualización sobre ellas llevó a la identificación de puntos comunes que permitieron una interpretación antropológica de estos elementos.

**Palabras claves:** medios de comunicación, análisis del discurso, plebiscito por la paz, relaciones de poder.

# ABSTRACT

This project seeks to answer the question: are these discursive actors, place of enunciation and polarization strategies in the news generate before, during and after the votes of the plebiscite for the peace in Colombia on October 2, 2016, in the digital platforms of the newspaper *El Tiempo-El Espectador*? Therefore, this study is focused on the analysis of the discourse of the media, its influence within the opinion of the public and the relation of power woven within the framework of the peace process in Colombia.

In order to explain linguistic and extra-linguistic relations, such as the elements that take into account the moment of reproducing and transmitting the news and systematically broadening an understanding of the discursive categories modified in the news about the plebiscite for peace. The study was guided by a previous bibliographic review of academic documents and text that served as a theoretical and methodological guide in the process of classifying the categories of analysis and elements found in the set of digital news taken from the web portal of the newspapers *El Tiempo* and *El Espectador*, being a total of one hundred news analyzed, broadcast before, during and after the results of the referendum. That is, the analysis of these categories in the news and the conceptualization of them led to the identification of common points that allowed an anthropological interpretation of these elements.

**Key words:** media, discourse analysis, peace plebiscite, power relations.

# TABLA DE CONTENIDO

|   |            |
|---|------------|
| <b>RESUMEN .....</b>  | <b>V</b>   |
| <b>Contenido .....</b>  | <b>VII</b> |
| <b>INTRODUCCIÓN .....</b>   | <b>9</b>   |
| <b>1. CAPÍTULO 1- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ÁMBITO POLÍTICO .....</b>              | <b>11</b>  |
| 1.1 Relevancia del análisis.....  | 14         |
| 1.2 Objetivos .....   | 17         |
| 1.2.1 Objetivo General.....   | 17         |
| 1.2.2 Objetivo Específico.....  | 17         |
| 1.3 Metodología empleada.....   | 18         |
| 1.4 Marco teórico.....  | 21         |
| 1.5 Antecedentes.....   | 26         |
| 1.5.1 Nacionales.....   | 26         |
| 1.5.2 Internacionales.....  | 29         |
| <b>2. CAPÍTULO 2-ANÁLISIS DEL DISCURSO.....</b>   | <b>32</b>  |
| 2.1 Una mirada antropológica del análisis del discurso de los medios de comunicación..... | 33         |
| 2.2 La sociedad de la información.....  | 35         |
| 2.3 La composición de la noticia.....   | 41         |
| 2.4 Categorías de análisis.....   | 43         |
| 2.5 Funcionalidad de las categorías de análisis.....                                      | 44         |
| <b>3. CAPÍTULO 3-ESTRATEGIAS DE POLARIZACIÓN.....</b>                                     | <b>47</b>  |
| 3.1 La polarización en la noticia y el plebiscito por la paz.....                         | 47         |
| 3.2 La importancia de los lugares de enunciación en la noticia.....                       | 60         |
| <b>4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>   | <b>71</b>  |
| <b>LISTADO DE REFERENCIAS.....</b>  | <b>75</b>  |



# Lista de tablas y gráficos

|  | Pág. |
|--|------|
| Ilustración 1 Emocionalidad en el discurso.....  | 39   |
| Ilustración 2. Emocionalidad en el discurso.....   | 40   |
| Ilustración 3 Comentarios sobre el plebiscito.....   | 40   |
| Ilustración 4 Comentario sobre la influencia del sector político en los medios de comunicación.....  | 41   |
| Ilustración 5 Comentario que hace referencia a los medios de comunicación y la clase política.....   | 41   |
| Ilustración 6 Comentario redes sociales como espacios de opinión y medios de influencia.....   | 42   |
| Ilustración 7 Título en la noticia como un enunciado llamativo.....  | 51   |
| Ilustración 8 Título de la Noticia como un enunciado llamativo. El Espectador.....   | 52   |
| Ilustración 9 Noticia sobre la aprobación de los acuerdos después del plebiscito por la paz.....   | 57   |
| Ilustración 10 Noticia sobre la refrendación de los acuerdos por la cámara de representantes después de las votaciones del plebiscito..... | 58   |
| Ilustración 11 Noticia de la aprobación de los acuerdos de paz en el congreso de la república.....   | 59   |
| Ilustración 12 Cuerpo de la noticia de la aprobación de los acuerdos de paz en el congreso de la república.....                            | 60   |
| Ilustración 13 Caja de comentarios. Revista Semana.....  | 69   |
| Ilustración 14 Caja de comentarios. Revista Semana.....  | 70   |
| Ilustración 15 Caja de comentarios. Revista Semana.....  | 71   |
| Ilustración 16 Caja de comentarios. Revista Semana.....  | 72   |
| <b>Tabla 1.</b> Rejilla de análisis.....   | 55   |
| <b>Tabla 2.</b> Rejilla de análisis, lugares de enunciación y contexto socio político de los mismos.....                                   | 63   |
| <b>Tabla 3.</b> Rejilla de análisis, lugares de enunciación y contexto socio-político.....   | 64   |
| <b>Tabla 4.</b> Rejilla de análisis, Lugares de enunciación y contexto socio político (discurso religioso).....                            | 66   |
| <b>Tabla 5.</b> Rejilla de análisis, lugares de enunciación y contexto socio político (discurso religioso).....                            | 67   |

---

# Introducción

El conflicto armado en Colombia es un hecho que ha marcado la historia del país y ha trascendido no solo en el campo político sino en otros escenarios como el social, cultural, económico, entre otros. Es por ello que este tema ha sido analizado desde distintas perspectivas, en este caso, se verá cómo a través de los medios de comunicación se construye la opinión del público con relación al conflicto y a la firma de los acuerdos de paz celebrada el 26 de noviembre del año 2016 en la ciudad de Cartagena, Colombia. Para ello, se tomó el evento del plebiscito que se llevó a cabo el 2 de octubre del mismo año, como un evento coyuntural en la política colombiana en el que el pueblo tomó postura con relación a la finalización del conflicto de distintas índoles con la guerrilla de las FARC-EP (Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia- Ejército del Pueblo).

A partir de este evento se hace un enfoque hacia el cubrimiento que hacen los medios de comunicación y las forma en que se transmitió la noticia en los tiempos de campaña del *sí* y el *no*, el día de las votaciones y posteriormente del resultado de las mismas que dio con mayoría de votos a favor del *no* a los acuerdos, de esta manera, la presente investigación busca determinar qué actores, lugares de enunciación y estrategias de polarización están presentes en las noticias y cómo éstas habrían influido en los resultados del plebiscito.

En relación a la campaña del plebiscito y los resultados posteriores del mismo, pueden surgir las preguntas: ¿cuáles fueron los factores que llevaron al triunfo del NO? ¿Qué fue lo que motivó al público al votar en las urnas? todo ello teniendo en cuenta lo que implica tomar postura sobre un tema cuando hay diversas opiniones al rededor del mismo, unas a favor y otras en contra, de esta manera es factible preguntarse ¿qué papel jugaron los medios de comunicación en este proceso? en ese sentido, se puede pensar en una relación existente entre el poder político y el

poder mediático, siendo el segundo una herramienta de influencia útil, que modela no sólo la información sino que también, los conocimientos y opiniones de las personas.

Los periódicos <sup>1</sup>*El Tiempo* y <sup>2</sup>*El Espectador*, que son diarios de gran trayectoria en el país y que gran parte de los sucesos en torno al evento del plebiscito mencionado anteriormente, han sido registrados por estos. Teniendo en cuenta que los medios de comunicación construyen un discurso que está mediado a su vez por relaciones de poder, que se tejen a través del uso de la información como una herramienta de control, tal como lo plantea Van Dijk (1999) a través del discurso es posible controlar intereses propios, la mente y las acciones de otros grupos. En este sentido, la noticia cobra el mismo significado al transmitir un discurso capaz de crear subjetividades condicionadas por los intereses compartidos de distintas instituciones.

El principal objetivo de este trabajo es analizar cómo dentro de las noticias de distintos diarios como *El Tiempo* y *El Espectador*, en sus plataformas virtuales, logran moldear la opinión de los lectores a través del discurso: su semiótica y la retórica de este. Además de la carga y la importancia que tienen los lugares de enunciación y estrategias de polarización dentro de la noticia. Todo esto para responder a la pregunta, ¿cuáles son los actores discursivos, lugares de enunciación y estrategias de polarización en las noticias generadas antes, durante y después de las votaciones por el plebiscito por la paz en Colombia el 2 de octubre de 2016, en las plataformas digitales de los periódicos *El tiempo-El Espectador*?

---

<sup>1</sup> El Tiempo es un periódico nacional que inició su circulación el 30 de enero de 1911, fundado y dirigido por Alonso Villegas Restrepo, en sus inicios surgió como un diario de tendencia liberal, Actualmente el periódico es la base del grupo mediático “Casa Editorial El Tiempo CEET S.A.”. Desde el 2012 esta casa editorial es propiedad del empresario colombiano Luis Carlos Sarmiento Angulo. (Federación colombiana de periodistas , s.f.)

<sup>2</sup> El Espectador es un periódico nacional que inició su circulación el 22 de marzo de 1887, fundado por Fidel Cano Gutiérrez, en su primera nota editorial el periódico fue presentado como defensor de la doctrina liberal y opositor del movimiento de La Regeneración que lideró el presidente Rafael Núñez. Debido a problemas presupuestales El Espectador circuló como semanario de septiembre del 2001 hasta el 2008. Actualmente El Espectador es propiedad del grupo empresarial Santo Domingo-Valorem, que también controla el canal Caracol, la revista Cromos y la revista Shock. (Federación colombiana de periodistas , s.f.)

---

Para tal fin, fue necesario seleccionar un corpus de cien noticias emitidas antes, durante y después del plebiscito, y hacer un análisis del discurso de la noticia teniendo en cuenta los elementos mencionados anteriormente. En este trabajo, se presenta la *sociedad de la información* como una sociedad influenciada por el contenido mediático, tal como se menciona más adelante, a través de este concepto se puede ver cómo se maneja la emotividad como una estrategia de convencimiento. Dentro de las temáticas tratadas en el análisis realizado en este trabajo, se presenta la sociedad de la información como un consecuente del uso y consumo de los medios.

Desde el punto de vista antropológico, nos interesa profundizar en el análisis del discurso como herramienta de la antropología lingüística para la comprensión crítica de fenómenos sociales. En el marco de la antropología de los medios de comunicación queremos desarrollar la comprensión de un acontecimiento político significativo que fue el plebiscito por la paz celebrado en Colombia.

# 1. CAPÍTULO 1

## LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ÁMBITO POLÍTICO

*Los periódicos, que aceleran al máximo la producción, la multiplicación y la distribución de los hechos y los pensamientos, al igual que la cocina de un hotel proporcionan comida y bebida en una medida conveniente. La prensa es así el instrumento (órgano) real de la opinión pública, arma y herramienta en manos de aquellos que saben cómo usarla y que tienen que usarla.*

(Bouza, 1998, p. 2)

Así como Bouza (1998) expresa la función que cumple la prensa y la analogía de ésta como una herramienta usada por ciertos actores que permite no solo la divulgación de acontecimientos y pensamientos, esta idea del autor español puede ser acertada dentro de su percepción en el contexto de su país, no obstante, no es algo general o que se cumpla en esa medida en todos los países. En Colombia el papel de la prensa se puede evidenciar en el escenario político.

En el contexto de la historia del territorio colombiano se presenta el conflicto armado como una guerra armada e ideológica que se ha extendido por más de seis décadas, conflicto que se desarrolla entre el gobierno, guerrillas, paramilitares, narcotraficantes, entre otros actores sociales, siendo las fuerzas armadas revolucionarias de Colombia, Ejército Popular FARC-EP, una de las guerrillas más importantes e influyentes en este conflicto (Giraldo, 2014).

De acuerdo a lo anterior, este conflicto armado es uno de los fenómenos que más ha impactado a la sociedad colombiana y sobre el cual se centran los discursos políticos en campañas y planes de gobierno, por tanto, en el afán de dar fin a esta problemática durante los últimos 30 años se han realizado distintos diálogos de paz entre el gobierno y la guerrilla de las FARC, que por alguna u otra razón se vieron frustrados.

Haciendo un recorrido histórico desde el año 1982 con el ex presidente Belisario Betancur, tras algunos encuentros secretos con la guerrilla de las FARC-EP se llegó

---

a los Acuerdos de la Uribe en 1984, que dieron pie con la creación de la Unión Patriótica (Gonzáles, 2016.); en 1990 con el ex presidente César Gaviria Trujillo, los diálogos surgieron después de la toma de la embajada de Venezuela por parte de las FARC-EP, de ahí nació el diálogo de caracas (González, 2016.); posteriormente hubo nuevos intentos de dialogar por la paz, esta vez por parte del ex presidente Ernesto Samper Pizano, quien mantenía diálogos secretos con la guerrilla de las FARC en México, conversaciones que sufrieron un traspie y los diálogos quedaron inconclusos (Redacción el Tiempo, 1994), más adelante, en el mandato del ex presidente Andrés Pastrana Arango en el año 1998 se iniciaron las negociaciones del gobierno con la guerrilla conocidas como las negociaciones del Caguán, famoso por la desmilitarización del municipio Caqueteño de San Vicente del Caguán (Gómez, 2016).

A partir del año 2012, bajo el gobierno de Juan Manuel Santos Calderón se da inicio a nuevos diálogos entre el gobierno y la guerrilla de las FARC-EP, proceso en el cual se hablaron los temas del fin del conflicto, la justicia para las víctimas, la solución al problema de drogas ilícitas, mejores oportunidades para el campo, apertura democrática y más participación, etc. Lo que dio con la firma del acuerdo para la terminación definitiva del conflicto en Bogotá el 24 de noviembre de 2016. Sin embargo, previo a la firma del acuerdo, debido a la división existente en el país por sectores políticos que estaban de acuerdo y otros que estaban en contra del proceso, el presidente de la república convoca un plebiscito con el fin de consultar a la ciudadanía la aprobación de los acuerdos pactados con la guerrilla, este plebiscito denominado “el plebiscito por la paz” se celebró el domingo 2 de octubre del año 2016 , ese fue un acontecimiento trascendental en el proceso, donde los colombianos debieron votar por el sí o por el no a la firma de los acuerdos.

Este acontecimiento representa una etapa crucial en la historia del país porque enmarca el inicio de la transición de un periodo de conflicto a un periodo de

<sup>3</sup>posconflicto, logrando así lo que se había intentado por más de treinta años, después de varios intentos el gobierno encontraba a través del diálogo la disolución de la guerrilla más antiguas de América Latina, y por esta misma razón el cubrimiento hecho por los medios de comunicación jugó un papel crucial no solo en el despliegue de la información sino también en la construcción de la opinión pública referente a lo pactado en los acuerdos de la Habana.

Como se puede evidenciar en lo mencionado anteriormente, el conflicto armado ha sido un elemento principal en terreno político del país, y la búsqueda de la paz ha hecho parte del discurso de los distintos gobiernos en las últimas décadas, es por eso que el plebiscito celebrado el 2 de octubre del 2016 se convierte en uno de los eventos más importantes en la historia colombiana, acompañado por fuertes campañas promotoras del *Sí* o el *No* con el objetivo de persuadir y convencer público de votar en las urnas, cabe resaltar que en dicho plebiscito el “No” ganó y aunque más tarde se firmaron los acuerdos de paz entre la guerrilla de las FARC y el gobierno Colombiano, dicha guerra de distintas índoles mencionadas anteriormente, aún no ha acabado.

No obstante, en esas votaciones se medía a la vez el pulso político del país, el resultado de este plebiscito representaba la fuerza y el respaldo hacia el gobierno o la oposición liderada por el partido político “Centro Democrático”; cabe aclarar que en dicha pugna de campañas del “*Sí*” y del “*No*” se crean coaliciones entre los partidos y movimientos políticos, sectores alternativos y movimientos sociales con el fin de impulsar las campañas, todos apoyados bajo el discurso de la paz. Así pues, los medios de comunicación (diarios *El Tiempo* y *El Espectador*) le siguieron el paso a proceso de campañas y participación democrática.

---

<sup>3</sup> El término post-conflicto es definido por Angélica Rerttberg como el estado subsiguiente a la resolución de un conflicto, lo que implica todas las acciones dirigidas a solidificar la paz en prevención a la recaída a un conflicto. (Rerttberg, 2002).

---

Bajo este evento los medios de comunicación jugaron un papel muy importante a la hora de transmitir y dar a conocer el desarrollo de dicho proceso, los periódicos “*El Tiempo*” y “*El Espectador*” son diarios de cobertura nacional, trayectoria histórica y reconocimiento en el país, que hicieron un seguimiento minucioso a todo el proceso de paz y han jugado un papel muy importante como fuentes de información y medios de persuasión a la hora de transmitir estas noticias. Teniendo en cuenta el contexto histórico de los diálogos por la paz, el papel de los medios de comunicación y los resultados en las votaciones del “plebiscito por la paz” surge la pregunta ¿cuáles son los actores discursivos, lugares de enunciación, estrategias de polarización en las noticias generadas antes, durante y después de las votaciones por el plebiscito por la paz en Colombia el 2 de octubre de 2016, en las plataformas digitales de los periódicos El tiempo-El Espectador?

## **1.1 Relevancia del análisis**

La idea de este estudio surge de a partir de la gran cantidad de información que se transmitió al rededor del periodo del plebiscito por la paz celebrado el 2 de octubre del 2016, teniendo en cuenta las implicaciones sociales y culturales que representa la firma de los acuerdos de paz para el país y el papel que jugaron los medios de comunicación como herramienta de manejo de la información.

Este es uno de los momentos históricos de coyuntura más importante para el país durante las últimas décadas, pues contribuye a la aspiración de dejar atrás más de sesenta años de conflicto armado entre el gobierno y las guerrillas de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia. Como caso de análisis que incluye lo social, lo cultural y lo político en relación con los medios de información, de esta manera nos motiva la necesidad de articular la mirada sobre las prácticas discursivas involucradas en la producción noticiosa relacionadas a este evento.

Por tanto, hacer un análisis discursivo de la noticia en torno al plebiscito por la paz tomando como referente el formato digital de los periódicos *El Tiempo* y *El*



*Espectador*, tiene como finalidad comprender cuáles son los actores discursivos, lugares de enunciación, estrategias de polarización en las noticias generadas antes y durante las votaciones por el plebiscito por la paz en Colombia el 2 de octubre de 2016, en las plataformas digitales de los periódicos *El tiempo-El Espectador*. Este análisis desde la antropología lingüística permite la comprensión crítica de los fenómenos sociales de la reflexión discursiva, y de esta manera develar las relaciones de poder establecidas a través de los medios de comunicación, lo que nos compromete a nosotros como investigadores a hacer un análisis minucioso del contenido de las noticias, en la medida de lo posible alejados de los prejuicios que podrían afectar el proceso investigativo.

Así pues, este análisis representa un aporte a la existente discusión sobre la participación de los medios de comunicación en el proceso de paz en Colombia y particularmente cómo el discurso en la noticia funciona como una herramienta a través de la cual se llega a convencer y motivar la acción colectiva de los individuos, por ello, el análisis se centra particularmente en las noticias relacionadas al plebiscito por la paz y cómo ellas influyeron en los resultados de estas votaciones, este proyecto es pertinente en el campo de investigación sobre la cultura y la sociedad porque desde una mirada crítica del funcionamiento de estrategias comunicativas y su influencia en el campo de la política, la interacción de los sujetos en la sociedad de la información y los mecanismos mediáticos para motivar las opiniones y pasiones. Con lo cual se pretende promover un modelo de análisis crítico mediático que impacte a nivel de la educación del consumo de los medios de comunicación masiva y digital.

Además, es importante analizar las dimensiones discursivas porque a partir de ahí se logra una comprensión de las intencionalidades, actores, lugares del discurso y la manera en cómo éste se produce y transmite. Por otra parte, tomar un acontecimiento particular, como es el plebiscito por la paz realizado en Colombia en octubre del 2016, permite comprender una realidad antropológica, es decir, todos los hechos o los acontecimientos a los que se refiere el discurso analizado y a partir

---

de ahí. Desde una mirada antropológica lograr entender el uso de la noticia como una herramienta de manipulación de la opinión, el impacto que ésta genera en la comunidad y los comportamientos que reproduce. Además de ello, este estudio es un aporte a la construcción de la memoria histórica, desde el punto de vista crítico, de uno de los acontecimientos de mayor trascendencia en las últimas décadas del país, relacionado al conflicto armado y la desmovilización del grupo guerrillero FARC-EP.

Hacer este tipo de análisis del discurso de los medios de comunicación en cuanto a este tema es importante porque podremos comprender cómo se ha adquirido y transmitido la información y más que transmitir información es modelar o moldear la opinión pública en cuanto a un asunto. En este sentido, identificar los actores discursivos, los lugares de enunciación y las estrategias de polarización sobre este hecho tan importante, además de la influencia de estos discursos en la sociedad, cómo han logrado obtener la credibilidad y aceptación de cierto grupo de personas con respecto a la información transmitida, permite evidenciar las redes de poder tejidas entre los medios de comunicación y las instituciones políticas, económicas e incluso religiosas. En ese sentido, la antropología sirve como un mediador entre el enunciado, o, en otras palabras, lo que se presenta en las noticias con las realidades del contexto social.

Resulta interesante observar cómo, en torno a este proceso, a través de los medios de comunicación se ha dado un uso variado de la información, creando varias percepciones de lo que es la verdad en cuanto a los sucesos, y varias especulaciones sobre las consecuencias sociales que sobrevendrá tras la firma del acuerdo de paz. De igual manera, este análisis nos ayuda a vislumbrar lo que en términos lingüísticos significa “la paz” dentro de los discursos analizados, como se transmite y entiende desde la opinión pública, esto nos permite comprender que se espera de la consolidación de la paz en el posconflicto, al menos desde el punto de vista de la construcción de sus actores, sujetos y pasiones mediatizadas.

## 1.2 Objetivos

### 1.2.1 Objetivo general

Analizar las relaciones entre actores discursivos, lugares de enunciación y estrategias de polarización en las noticias generadas antes y durante las votaciones por el plebiscito por la paz en Colombia el 2 de octubre de 2016, en las plataformas digitales de los periódicos *El tiempo* -*El Espectador*.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar y clasificar un corpus de noticias relativos al antes, durante y después del plebiscito por la paz.
- Enumerar las diferentes dimensiones discursivas.
- Determinar cómo se usaron y clasificaron los elementos discursivos y retóricos en la composición de la noticia.
- Identificar las formas de enmascaramiento y estrategias de polarización de la noticia sobre el plebiscito por la paz en las plataformas digitales de los periódicos *El Tiempo* y *El Espectador*.

---

### 1.3 Metodología empleada

Para realizar esta investigación nos centramos en el análisis de los elementos discursivos presentes en la noticia, los cuales son la materialidad de los signos, los efectos sobre la realidad social que tienen los discursos constituidos por signos de diferente naturaleza (Santander, 2011, p. 210). En este sentido, fue importante tener en cuenta el contenido del texto en la noticia, “aquello que se percibe a simple vista y la forma cómo el lenguaje cumple una función ideológica” (2011, p. 212), a fin de llegar al cumplimiento de los objetivos planteados al inicio de esta investigación. Teniendo en cuenta que nos interesa el análisis de la noticia en el formato digital de los diarios mencionados con anterioridad y los productos semióticos (los signos presentes en la noticia) a fin de comprender la relación de estos con el contexto social, desde la particularidad de los diarios *El Tiempo* y *El Espectador* y el caso específico del plebiscito por la paz en Colombia, buscamos una comprensión general del uso de los signos y el lenguaje en el discurso mediático, en este sentido, la observación y el análisis fueron las principales técnicas aplicadas durante el proceso.

De la misma manera, no se puede realizar este tipo estudios sin antes procurar obtener las bases teóricas y metodológicas, por tanto, para realizar el análisis del discurso de las noticias fue necesario hacer una revisión bibliográfica, que consistió en hacer un recorrido por los documentos y textos académicos que guiaron este proyecto y lo orientó hacia el desarrollo y el cumplimiento de los objetivos planteados, además, se hizo una selección de un corpus constituido por cien (100) noticias que fueron emitidas antes, durante y después de las votaciones del plebiscito, las cuales fueron tomadas de las plataformas digitales de los diarios *El tiempo* y *El Espectador* y sirvieron para el análisis, teniendo en cuenta que el enunciado y el contenido de la noticia sea pertinente para nuestra investigación.

Por otra parte, se implementó la metodología planteada por Cassiany (2013) en su texto “22 técnicas de lectura crítica” la cual sirvió como referencia para hacer el

ejercicio de análisis del discurso, en el sentido de que varias de las posturas o técnicas planteadas por este autor sirvieron como elementos metodológicos útiles en el desarrollo de este trabajo.

Es decir, se hizo una selección de las técnicas que más iban acorde con lo que planteado en los objetivos, ajustándose al análisis de las noticias de los diarios estudiados, de esta técnicas podemos rescatar las siguientes: identificar el propósito del autor, descubrir las conexiones en el texto, descubrir el idiolecto del autor (el lenguaje implementado, uso de la escritura), rastrear la subjetividad del autor, detectar el posicionamiento, descubrir lo oculto (es decir, ver el contenido más allá de lo explícito), analizar el género discursivo, entre otras que nos permitieron adentrarnos en las noticias e identificar el la composición del discurso.

Luego, se hizo una categorización de los elementos emergentes a lo largo de nuestro análisis, es decir, a medida que nos enfrentamos a los textos emergieron categorías, las cuales analizamos y conceptualizamos. Esto lo hicimos empleando una rejilla de análisis que nos permitió tener presente las partes constitutivas del discurso noticioso, tales como el título de la noticia, el autor y qué posicionamiento éste toma frente al suceso, a quién va dirigido el texto, el listado de las voces de los actores, la jerarquía informativa, los lugares de enunciación y el contexto sociopolítico en el que se presenta la noticia.

Una vez categorizado y conceptualizado los datos presentes en el texto se realizaron los análisis en relación a la pregunta de investigación. Entre los modelos de análisis discursivo tuvimos en cuenta la llamada Lingüística Crítica (Fowler et. al. 1983; Hodge y Kress 1979 y Fowler 1996), por ejemplo, proponen un modelo de análisis llamado transactivo-transformacional que intenta relacionar la organización social de la comunidad con la gramática (en sentido amplio) que ésta emplea y ver cómo las pautas socialmente determinadas del lenguaje influyen en el comportamiento no lingüístico.

Su unidad de análisis es la oración, su concepción del lenguaje es funcionalista y su mirada social responde al paradigma crítico. De hecho, esta corriente británica

---

analiza tempranamente el discurso medial y lo vincula con lo ideológico. (Samper 2011: 216).

Teniendo en cuenta el contexto del análisis realizado, consideramos que este modelo se ajusta al problema de investigación, no obstante, tuvimos también presente el modelo propuesto por Hodge y Kress (1979) quienes amplían su unidad de análisis y optan por una naturaleza del signo distinta para incursionar en la semiótica discursiva de la oración, pasan a unidades más amplias, para lo cual extrapolan las tres meta-funciones del lenguaje que propone la gramática sistémico funcional a los textos icónicos.

De esta manera, no solo vimos la parte textual sino también los sintagmas presentes; los signos audiovisuales como la fotografía pues en ellas se presentan también elementos dignos del análisis. La última fase de la investigación consistió en redactar los hallazgos adquiridos a lo largo del proceso, así como las conclusiones obtenidas y en qué medida se cumplieron los objetivos planteados al inicio del proyecto. Para resumir: se recogió un corpus de noticias de los diarios *El Tiempo* y *El Espectador* en las plataformas digitales de dichos periódicos, 100 noticias, 50 por cada diario, luego se utilizó la metodología planteada por Cassiany (2013) en su texto titulado “22 técnicas de lectura crítica” y lo propuesto por Van Dijk (1999) en su texto “Análisis crítico del discurso” para realizar el análisis del discurso crítico a las noticias escogidas, es importante aclarar que es un análisis estructural, con un método mixto, para este análisis discursivo noticioso se elaboró una rejilla que permitió estructurar la noticia y de esta manera ubicar cada una de las partes constitutivas de ésta. Luego de ello, una vez estructuradas las noticias y analizado el contenido textual explícito e implícito y los elementos discursivos de éstas, a través de las rejillas, surgieron unas categorías, que permitieron ampliar la discusión en relación a lo planteado al inicio de este trabajo.

## 1.4 Marco teórico

Este trabajo está centrado en el análisis del discurso de los medios de comunicación en torno al plebiscito por la paz, la influencia de éste dentro de las opiniones del oyente y las relaciones de poder en el marco del proceso de paz en Colombia, por tanto, es menester definir algunos conceptos que nos ayudarán a comprender la relación existente entre varios elementos que componen el discurso y la forma como estos influyen en el pensar del individuo (Rojas, 2013). Para empezar, entendemos el concepto de discurso como lo expone Van Dijk (1999) refiriéndose a éste como un instrumento de poder a través del cual se puede lograr la manipulación de la mente humana, en esa medida en una estrategia de dominación.

Así mismo, Foucault (1970) lo entiende como una forma de ejercer el poder, no una simple actualización verbal, sino “un conjunto de enunciados que dependen de un mismo sistema de formación” (Díaz, 2005, p. 26). Dicho sistema es un complejo de relaciones que funcionan como reglas. Este autor también nos habla del “Deseo y poder que lo insertan en la voluntad de verdad, la cual controla, selecciona y redistribuye la producción discursiva” (Miramón, s.f, p. 55). En este sentido, el discurso se construye a través de prácticas que crean los objetos y los sujetos, es decir, los grandes procedimientos que han caracterizado los límites de la actividad discursiva.

En ese sentido, para analizar un discurso y dar cuenta de todos los elementos que lo constituyen es necesario “sustituir la creación por el acontecimiento, la unidad por la serie, la originalidad por la regularidad y, por último, la significación por la condición de posibilidad” (Miramón, 2013, p. 57). Así pues, el discurso se construye a partir de una serie de elementos que dan cuenta de un hecho en específico que puede resultar de interés común entre el público y que está condicionado a los deseos y ejercicio de poder de los productos discursivos, de esta manera, Miramón (2103) sostiene que el discurso se forma del entrecruzamiento, la fractura, la oposición, el límite entre prácticas discursivas (p. 57). Por otra parte, “para Foucault

---

los objetos del discurso existen en el marco de un régimen de existencia, en toda realidad existen, señala unos objetos y otros no. Estos son los objetos de los que se habla a todas voces, los que circulan, los que son considerados legítimos. Pero también existen los objetos, que, al contrario de los primeros, son penados, no se puede hablar de ellos, pero no por ello dejan de existir, ellos al igual que el primero forman parte del discurso en el marco de las prácticas discursivas que existen en torno a estas instancias de saber, de poder y de subjetividad, además, pueden ser analizados a partir de las superficies de emergencia, las instancias de limitación y las rejillas de especificación.”

A través de ello se considera los elementos que constituyen el discurso, como un conjunto, donde se deben reconocer o analizar los objetos del discurso. Una serie de categorías que engloba dentro de lo que él llama condiciones de existencia de un objeto de discurso. En relación al concepto de discurso dado por Foucault analizamos el uso de éste dentro de los medios de comunicación y la influencia que estos tienen en la percepción de realidad de los receptores del mensaje transmitido por estos medios. En ese sentido, entendemos los medios de comunicación, como “una potencia de representaciones que conlleva a la construcción de imaginaciones, identidades, y relaciones de poder en nuestra época” (Dickey, 1993, p. 1).

Por otro lado, los estudios antropológicos recientes sobre los medios de comunicación han puesto de relieve principalmente que los públicos son intérpretes activos del material que leen, ven o escuchan. Es decir, que ninguno de nosotros es una tabla rasa en la que se imprime indeleblemente cualquier tipo de texto. Para nosotros, los mensajes de los textos, tanto los superficiales como los subliminales, son interpretados a partir de las perspectivas de las múltiples subjetividades, que han sido influidas por la “multitud de prácticas discursivas”, (Dickey, 1993, p. 6).

De esta manera, se puede entender a los medios de comunicación como una fuerza influyente en la construcción de ideales e incluso de identidades, teniendo así los



medios de comunicación una gran importancia sociocultural y política, por las repercusiones que el significado del discurso, por medio del cual se transmite un mensaje, como un instrumento de hegemonía creador de necesidades y deseos falsos, (Dickey, 1993). En ese sentido los medios de comunicación más que un simple medio informativo puede ser visto como una herramienta de persuasión, como una gran máquina productora de subjetividades, hay que tener en cuenta que los medios de comunicación son una importante categoría de experimentación y estudio de la información transmitida al público.

Asimismo, el discurso de los medios de comunicación se gesta a partir de relaciones de poder, siendo estas el “conjunto de relaciones permanentes entre agentes o instituciones que siguen diversas estrategias para alcanzar sus fines” (Bourdieu, 1990, p. 10). En este sentido, el poder se encuentra fundamentado en un conjunto de conocimientos sobre reglas de operación de un campo. Por lo que el poder también se establece y ejerce a través de relaciones entre diferentes agentes con un objetivo específico.

De acuerdo a lo anterior, se puede establecer una relación entre discurso y poder, Van Dijk (1999) entiende el discurso como una herramienta capaz de influenciar y controlar la mente de las personas, es decir, los grupos dominantes transmiten a través del discurso una visión del mundo, la cual es recibida y reproducida por el público. En este sentido, a través del discurso se puede controlar la mente y la acción de los demás, para este autor el poder está definido en el control de la acción y la mente, en este caso veremos precisamente cómo los discursos de los medios sirvieron como herramientas de control que influenciaron en el resultado final de las votaciones al plebiscito por la paz.

En ese orden de ideas, existe otra relación importante, esta es la del lenguaje y el poder, para Benveniste (1970) Todo parte de la enunciación y en esa medida, el lenguaje se origina de allí, posterior a este se encuentra el discurso que el mismo Van Dijk (1999), como se mencionó anteriormente, lo entiende como una

---

herramienta del poder, es decir, el lenguaje lleva a la construcción del discurso y a través del discurso se busca el control de la mente y de la acción, algo así como que todo parte de la enunciación y finaliza en el ejercicio del poder a través del locutor del discurso.

A través del análisis de las noticias veremos cómo desde el contexto sociopolítico se gestan entre los medios de comunicación este tipo de relaciones, es decir, tal como lo plantea Van Dijk (1999) “el discurso y el lenguaje poseen dimensiones cognitivas, emocionales, sociales, políticas, culturales e históricas” (p.24). Estas dimensiones se ven reflejadas en la presentación de las noticias sobre el plebiscito por la paz, por una parte, en la posibilidad de superar y dar fin a un conflicto histórico y por la otra la inconveniencia de la firma del acuerdo bajo un argumento de inconstitucionalidad, además del discurso de sectores religiosos en defensa de la familia. De esta manera se pueden evidenciar los recursos discursivos desplegados con el fin de persuadir y convencer al público a tomar cierta postura.

Los medios de comunicación, en este caso los periódicos *El Tiempo* y *El Espectador* en sus plataformas digitales, como se ha mencionado anteriormente, se entienden en este trabajo como esa gran máquina reproductora de subjetividades. En relación a lo mencionado sobre el discurso y los medios de comunicación se debe tener presente los lugares, los sitios donde ocurren las cosas y la importancia de ello. Por esta razón, se hace necesario hablar de los lugares de enunciación, por tanto, se tomó como referencia lo planteado por Benveniste (1970) quien establece que la enunciación es poner a utilizar la lengua por un acto individual de utilización, “es el acto mismo de producir un enunciado y no el texto del enunciado” (p. 83). Esta debe ser considerada como hecho del locutor que toma la lengua por instrumento y en los caracteres lingüísticos que marcan esta relación.

En esa medida, la enunciación es un tema importante dentro del discurso del locutor, pero del concepto de este autor se tomó lo que dice: “En la enunciación

consideramos sucesivamente el acto mismo, las situaciones donde se realiza, los instrumentos que la consuman” (Benveniste, 1970 p. 84). De esta manera, se establece la importancia de los “Lugares de Enunciación” como categoría de análisis en el presente trabajo.

Finalmente, se entiende los lugares de enunciación como el escenario donde se produce la noticia, para ello tenemos en cuenta la variabilidad del contexto sociopolítico en relación a ciertos sectores del país, por ejemplo, la diferencia en relación a ciudades del centro del país con ciudades periféricas, así como los departamentos en los cuales la violencia se vivió de manera más intensa; lugares que fueron focos de los eventos relacionados a las campañas del sí y el no. Con ello vemos el uso de la retórica y el lenguaje en las noticias dependiendo a estos distintos escenarios.

Dentro del concepto de polarización, para Van Dijk (1999) “la polarización se expresa y se reproduce en todos los campos del habla” (p. 28). En este sentido, cada persona con un buen manejo de estas herramientas podría polarizar de manera contundente dentro del plano social, pero hay que tener cuenta uno de los temas de los cuales habla este autor, que es “el control de la mente humana” y es que dentro de estos procesos del control de lo mencionado anteriormente la polarización vendría siendo una técnica favorable que se reproduce a menudo dentro de los medios de comunicación.

En este sentido, siguiendo la definición que la real academia de la lengua española da a la palabra polarizar, aunque posee varios significados, se puede entender como la acción de concentrar la atención o el ánimo en algo, de esta manera, parte del análisis está en ver de qué forma los medios de comunicación apelan a ciertas estrategias discursivas que buscan dirigir la atención a cierto tema en concreto. tal como lo establece Bustos (2013) quien dice que “los medios de comunicación tradicionales seleccionan, evalúan y construyen la información según los caracteres jerárquicos de la organización informativa profesional” (p. 6). En este caso serían

---

los diarios *El Tiempo* y *El Espectador*, por tanto, la información es moldeada y modelada según la ideología y la jerarquía de la institución mediática.

Finalmente, dentro de los conceptos manejados en este trabajo tenemos el de plebiscito, el cual la constitución política de Colombia lo define como un mecanismo de participación del pueblo en ejercicio de su soberanía (Constitución política, 1991) Según el artículo 7 de la Ley 134 de 1994, el plebiscito es el pronunciamiento del pueblo convocado por el Presidente de la República, mediante el cual apoya o rechaza una determinada decisión del Ejecutivo.

## **1.5 Antecedentes de la investigación**

En relación a este trabajo de investigación existen varios aportes generados desde las diferentes disciplinas. A través de este estado del arte veremos cómo diferentes autores han tratado el tema del estudio que pretendemos abordar. Estudios realizados desde escenarios nacionales e internacionales nos ha ayudado a establecer una base teórica y a tener un punto de partida en el desarrollo de este proyecto. Los siguientes son escritos que consideramos pertinentes en el estudio que estamos realizando.

### **1.5.1 Nacionales**

Dentro del contexto nacional en el marco de los diálogos de paz y la influencias de los medios el autor Charry (2013), en el texto titulado “*Diálogos de paz en Colombia una mirada desde los medios de comunicación*”, hace un análisis sobre la manera de cómo los medios de comunicación configuran una interpretación acerca del desarrollo de las conversaciones de paz, y permite observar cómo los medios de comunicación han jugado un papel importante en la interpretación del conflicto y de los diálogos de paz, pues en ellos se interpreta los sucesos que relacionan el desarrollo del proceso de paz y las conversaciones del gobierno con la guerrilla de las FARC, teniendo en cuenta los acontecimiento y el significado de cada uno de los puntos a tratar en la mesa de negociaciones.

Asimismo, Charry (2014), en un artículo , titulado “*Opinión pública y proceso de paz en Colombia en 2014*”, define los medios de comunicación como una de las principales herramientas en la construcción de la opinión pública, por tanto, el autor enfatiza en la forma cómo se difunde e interpreta el proceso de paz por parte de los medios de comunicación y lo ve como un actor principal en el proceso de construcción de la opinión pública, influyendo en el pensar, opinar y cómo ver el proceso de paz de las personas. Dando así, las bases de un conocimiento sobre el papel de los medios de comunicación y la influencia de los mismos en el pensar y opinar de la sociedad. Siendo esto pertinente para tener una noción del papel que han jugado los medios de comunicación en el marco del proceso de paz.

Por otra parte, en la tesis de grado escrita por López, M, Restrepo, (2015) titulada “*Descripción de los imaginarios sobre el proceso de paz en la habana creados por los medios de comunicación en niños de Bogotá*” ya que, en relación con nuestro trabajo, busca identificar y describir el imaginario que los niños - entre los 8 y los 13 años, de diferentes estratos socio económico – poseen sobre el proceso de paz a partir de la información que reciben de los medios de comunicación.

Con todo ello se busca también tener una mirada antropológica con relación a este fenómeno político-social que está viviendo el país, es pertinente tener en cuenta los estudios antropológicos que se han adelantado con relación al tema del conflicto armado y por consiguiente al tema del proceso de paz actual, para ello consideramos el texto de Vera, (2015) titulado “*Antropología y “estudios de la violencia” en Colombia: en busca de una perspectiva crítica*” donde se enfoca en la investigación literaria antropológica que se ha producido sobre la violencia en Colombia donde se seleccionan autores representativos y señala sus perspectivas en el contexto de los estudios tradicionales de la violencia en Colombia, en donde se abordan marcos, conceptos, e ideas que han sido generadas y utilizadas por antropólogos colombianos para analizar el conflicto armado y la violencia política en este país.

El artículo escrito por Cortés (2016), titulado “*Representación indígena en el periodismo colombiano: el cómo y el por qué*.” Es un estudio que busca identificar

---

de manera específica cómo a 7 técnicas visuales y de lenguajes en un cubrimiento por parte de los diarios y noticieros nacionales (*El Tiempo*, *El Espectador*, *noticias Caracol* y *noticias RCN*) a una lucha o resistencia social hecha por organizaciones indígenas, se busca criminalizar o invisibilizar las demandas y propuestas políticas de estas organizaciones, a partir de ello el autor menciona tres factores que afectan el periodismo en Colombia, que son: el monopolio de los medios masivos, los problemas en el ejercicio del periodismo y la afinidad ideológica entre el periodismo y el poder. Este artículo aporta a nuestro estudio los elementos discursivos utilizados por parte de *El Tiempo* y *El Espectador* en términos de signos y lenguajes y la importancia de estos en el cubrimiento de la información.

Teniendo en cuenta el contexto local y el evento de los diálogos de paz, Mejía (2018), realiza un análisis y para dar explicación a las relaciones existentes entre el discurso y la sociedad, de la misma manera esta autora plantea que a partir de los diferentes tipos de relaciones existentes, ya sean de poder, sociales o políticas es que se moldea un discurso. En este sentido, el discurso se maneja de diferentes formas según el contexto y el territorio en el que se transmite (Basset, 2017), de esta manera el autor explica que las poblaciones periféricas, los sectores populares urbanos y las ciudades intermedias no aceptaron el discurso por la paz pues no se sintieron interpretados por éste, no obstante, este autor atribuye en gran medida a la victoria del NO al voto cristiano. Por tanto, podemos decir que en esta campaña se crearon diferentes discursos dirigidos a diferentes sectores, por lo cual se puede decir que el discurso se presenta también teniendo en cuenta el contexto y el lugar donde se emiten.

Por otra parte, el espacio cibernético se convirtió en un escenario estratégico de campaña, por ejemplo, las redes sociales se convirtieron en espacios de debate y opinión pública, en este sentido Hurtado (2016), en su tesis de grado titulada “*Mitos utilizados en la campaña del no en el plebiscito por la paz en las redes sociales: Facebook y Twitter*”, explica que es evidente la existencia de distintas formas de llegar al público y de persuadirlo a través de un discurso, en este caso, la autora se

centra en el uso de las redes sociales para la difusión del mensaje y la creación de mitos referentes al plebiscito por la paz.

### **1.5.2 Internacional**

En el campo internacional, se analiza la obra de Foucault (1970), quien define el concepto del discurso y la influencia del mismo en la mente humana y habla de la creación del discurso, el uso debido de la información, los procesos internos que afectan al discurso. Tener claro el concepto de discurso permite llevar una dirección clara del enfoque de los objetivos planteados en la investigación, así mismo, comprendiendo también la influencia del discurso en el pensar del receptor del mensaje. Los aportes hechos por Foucault en su estudio sobre el orden del discurso son importantes porque a partir de ahí se creó una base sobre la cual pudimos entender el concepto para posteriormente aplicarlo en un análisis crítico del discurso.

En ese terreno del análisis crítico del discurso el aporte que hace Van Dijk (1999) en el texto titulado “Análisis crítico del discurso” resulta pertinente para este trabajo porque va más allá del campo del orden, definición, creación, uso debido, entre otras singularidades del discurso. Según este autor el discurso es una herramienta o técnica que puede ser utilizada para llevar a cabo un análisis discursivo, comprendiendo el papel que juegan el emisor y el receptor, y qué particularidades del discurso debemos tener en cuenta. En relación a esta investigación, este aporte permitió tener una base de cómo realizar un análisis discursivo conociendo algunas técnicas que se aplicaron a lo largo de la investigación, asimismo, este autor da una explicación de lo que es un análisis crítico del discurso, como forma de investigación que estudia primariamente la manera en que, a través del texto y el habla en el contexto social y político se reproducen o se combaten el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad. De esta manera, es importante para nosotros, ya que el autor nos aporta desde la teoría, que el discurso es parte inherente de la estructura social, es decir, se presenta de manera continua en la interacción social y propone el estudio de dichas interacciones para la elaboración de la descripción y de la explicación del análisis del discurso.

---

De acuerdo a lo anterior, en relación a la metodología para la elaboración de un análisis crítico del discurso Santander (2011), da un aporte teórico y metodológico para realizar dicho análisis, teniendo presente las preguntas ¿por qué analizar el discurso? y ¿cómo hacer el análisis discursivo? Siendo la primera pregunta de naturaleza explicativa y la otra de carácter metodológico. No obstante, consideramos el aporte realizado por Van Han (2014), quien define y categoriza el análisis del discurso, y explica que este análisis consiste en un vasto estudio del lenguaje en uso que se extiende más allá del nivel de la oración e implica una perspectiva más cognitiva y social sobre el uso del lenguaje y los intercambios de comunicación.

Por tanto, con una amplia gama de fenómenos sobre el lenguaje con la sociedad, la cultura y el pensamiento, el análisis del discurso contiene varios enfoques: "acto de habla", "pragmática", "análisis de conversación", "análisis de variación" y "análisis del discurso crítico" (Van Dijk, 1999). Cada enfoque funciona en sus diferentes dominios para el discurso. Para una dimensión, comparte los mismos supuestos o problemas generales en el análisis del discurso con los otros enfoques: por ejemplo, la explicación sobre cómo organizamos el lenguaje en unidades más allá de los límites de las oraciones, o cómo se usa el lenguaje para transmitir información sobre el mundo, nosotros mismos y las relaciones humanas. Consideramos útil este estudio ya que cada enfoque tiene sus características distintivas que contribuyen a la inmensidad del análisis del discurso y en este documento se discute principalmente dos enfoques para el análisis del discurso - "análisis de conversación" y "teoría del acto de habla" - e intenta señalar algunas similitudes y características contrastantes entre los dos enfoques, seguidas de una breve reflexión sobre sus puntos fuertes y debilidades en la esencia de cada enfoque.

Aplicando esta herramienta del análisis crítico del discurso a los medios de comunicación Califano (2015) hace un trabajo de sistematización de los conceptos que desde la academia han surgido, los cuales permiten estudiar la relación entre



los medios de comunicación y el sistema político, por tanto, en relación a los objetivos planteados en este trabajo, el aporte de este autor nos permite entender que, más allá de su lugar como “intermediarios entre los hechos y las audiencias, los medios masivos son actores empresariales con un papel decisivo sobre el sistema político” (p. 1). De esta manera se establece cual sería el papel que juegan los medios de comunicación en el terreno de lo político, los cuales “en su tarea diaria, construyen noticias en un proceso que supone incluir, excluir y jerarquizar ciertos hechos en las agendas informativas, no sólo en función de criterios de noticiabilidad, sino también a partir del trazado de estrategias orientadas al logro de metas político-económicas particulares” (p 1-2). De esta manera, a lo largo de este trabajo, caracterizamos qué tipos de intereses hay detrás de la noticia y cuáles son las principales estrategias políticas en el cubrimiento mediático del proceso de paz.

El papel que juegan los medios de comunicación y su importancia en el contexto social consiste en que estos están en manos de grandes grupos de comunicación que tienen vinculaciones políticas e ideológicas, (Gutiérrez, B, et al. 2010). Este aporte es relevante para nuestra propuesta de investigación porque nos dio un acercamiento al papel que juegan los medios de comunicación en eventos y acontecimientos políticos mediados por ideologías planteadas.

Por otra parte, se puede ver los medios de comunicación y el discurso mediático desde dos perspectivas, una de ellas es la perspectiva antropológica y la otra es la perspectiva massmediática (es decir, medios de comunicación masiva), (León, 2014) sostiene que un estudio antropológico de los medios de comunicación evocan al estudio de las relaciones, las redes de intercambio intersubjetivos y la comunicación hecha en las comunidades con fines comunitarios, a través de este artículo podremos nosotros, desde una perspectiva antropológica, hacer un estudio de las existentes relaciones establecidas en torno a la producción de la noticia y como se tejen esas redes de intercambios intersubjetivos a partir las relaciones ya existentes.

## 2.CAPÍTULO 2

### ANÁLISIS DEL DISCURSO NOTICIOSO

*El Análisis crítico de noticias sitúa el papel del texto en las mediaciones, al señalar la función que éste cumple en la producción de los discursos mediáticos y la construcción de la realidad que es comunicada a los lectores o audiencias.*

(Pérez, A. 2007, p. 27)

En el Campo de los medios de comunicación, la prensa escrita es uno de los recursos informativos más populares, aún más con el auge de la internet, medio por el cual se amplía la cobertura de la información dando mayor accesibilidad del público hacia la noticia. La globalización de los medios de comunicación y la facilidad de acceder a la información despierta en muchas personas el interés de estar actualizados sobre los acontecimientos del mundo, de esta manera, la noticia se presenta como la información sobre un nuevo suceso, acontecimientos extraordinarios que llaman la atención del público.

Generalmente estos sucesos giran en torno al ámbito político, económico, las relaciones internacionales, los problemas medioambientales, etc. En estos escenarios se construye la sociedad y se condiciona la cotidianidad del ser humano, es por ello que los medios de comunicación como fuente de información juegan un papel importante frente al desarrollo social.

En este capítulo se presenta cuál es la importancia del análisis del discurso en la antropología, de la misma manera el por qué utilizar el discurso noticioso como método de análisis etnográfico dentro de un tema político y la relación entre la antropología y el análisis del discurso, la cual se presenta entre cultura, información

y comunicación, a partir de ahí, se establece el tema de la sociedad de la información, la composición de la noticia (tema político) explicando cómo se organizó el modelo de análisis teniendo en cuenta la relación de la antropología con la lingüística. para ello se tomó como referente las noticias que giraron en torno al tema del plebiscito por la paz en Colombia, siendo este acontecimiento uno de los de mayor relevancia en el país en la última década y uno de los de mayor cobertura mediática, por tanto, el análisis se centra en el discurso de los artículos periodísticos publicados en los diarios *El Tiempo* y *El Espectador* desde antes, durante y después del plebiscito por la paz en sus plataformas virtuales. En este recorrido se evidencia metodológicamente cómo se hizo el análisis del discurso, qué elementos se tuvieron en cuenta, y las descripciones de las categorías emergentes.

## **2.1 Una mirada antropológica del análisis del discurso de los medios de comunicación**

En los estudios de la antropología social y lingüística se han presentado aportes significativos en relación al análisis del discurso y los medios de comunicación, pero ¿de dónde proviene la importancia de hacer este tipo de estudios? ¿qué aportes trae para la antropología el análisis del discurso en los medios de comunicación? Teniendo en cuenta que la sociedad se construye a partir de cierto tipo de relaciones que giran dentro del campo de lo político, económico, cultural, religioso, etc. Este tipo de relaciones se ven enmarcadas en diversas instituciones que procuran, de una u otra manera, el orden de la sociedad, por tanto, el análisis del discurso se convierte en una herramienta útil para entender la mediación existente entre el discurso noticioso y las realidades sociales extra discursivas.

De acuerdo a lo anterior, los medios masivos de comunicación son instituciones establecidas en las que se pone en juego dos características propias del ser humano que son la memoria y la palabra (León, 2014), las cuales hacen parte de los elementos de la sociedad civilizada según la cultura occidental, en ese sentido,

---

estas instituciones informativas se convierten en algo más que una fuente productora de noticia, pues a partir del discurso mediático se transmiten conocimientos, se construyen identidades y se fundamentan ideologías, por lo que la cotidianidad del pensamiento y la opinión pública suelen estar mediadas por este tipo de discursos. En esa medida, Pellegrini (1991) define la información como “la función necesaria de entrega de los elementos que la base social requiere para su acción” (p.3). Lo que quiere decir que la información se convierte en una fuente de conocimiento y un medio de difusión de ideas.

Siguiendo este orden de ideas, los estudios antropológicos sobre los medios de comunicación abarcan principalmente las cuestiones apremiantes sobre las funciones sociales y culturales de estos medios, (Dickey, 1993). De tal manera que, se procura entender el efecto que surten los medios de comunicación y en ese sentido ver de qué manera afecta a la sociedad, pero ¿pueden realmente los medios de comunicación modelar la opinión y el criterio del público?, sostiene que los efectos de la información transmitida a través de los medios de comunicación surgen a partir de las formas de interpretación del mensaje, estas interpretaciones pueden llevar a rechazar o aceptar la ideología presente en el discurso así como crear identidades e imaginar realidades, (Dickey, 1993, p. 4).

No obstante, la interpretación de la información puede variar según su presentación, es decir, los medios audiovisuales poseen otros tipos de recursos y herramientas de difusión muy distintos a los medios escritos como los periódicos, sin embargo, las plataformas virtuales de los diarios actualmente están dotadas de recursos audiovisuales, hago esta salvedad porque es de importancia entender que las imágenes, los sonidos así como el texto escritos pueden crear sugerencias al receptor, por ejemplo, en el caso de las noticias presentadas sobre el plebiscito por la paz en Colombia las banderas y la paloma blanca como símbolo de la paz se convirtieron en un elemento fundamental de la campaña del sí, cualquier noticia sobre esta campaña y sobre el tema de los acuerdos con la guerrilla estaba

acompañado de estos símbolos, lo cual sugería una esperanza para la terminación de un conflicto.

De esta manera, a través de las palabras y de los elementos presentes en las noticias se puede crear un efecto persuasivo, pues estos signos poseen implicaciones poderosas que quedan presentes en el receptor, para Van Dijk (1990) estas implicaciones pueden ser tanto negativas como positivas y están presentes en el léxico, las proposiciones, las imágenes, es decir, en lo anunciado (p. 105). En ese sentido, la noticia puede ser modelada al momento de ser presentada a través del uso de la retórica, el uso de las palabras, los verbos, la semiótica las cuales tienen asociaciones e implicaciones específicas, tales como apelar a la emocionalidad y el sentimiento o crear una noción lógica del acontecimiento.

De esta manera, el análisis del discurso se convierte en una herramienta útil dentro de la antropología ya que el poder también se transmite a través de la comunicación y por medio del análisis discursivo se puede realmente llegar al mensaje presente y comprender no sólo las distintas posturas de los medios sino más bien las relaciones de poder tejidas en torno al campo informativo.

## **2.2 La sociedad de la información**

La globalización es un aspecto que va más allá de lo económico, pues la apertura del mundo significa también una apertura en términos culturales, políticos y sociales, en ese sentido, la conexión del mundo se refleja a la vez en la ampliación de la comunicación.

Como se mencionó anteriormente, ante el desarrollo tecnológico y los efectos del mundo globalizado han permitido la proliferación de información alrededor del mundo, por tanto, la sociedad de la información se entiende en este trabajo como esa sociedad caracterizada por organizarse y expresarse a partir de los medios de comunicación. En el libro verde para la sociedad de la información en Portugal se hace la siguiente definición al término:

---

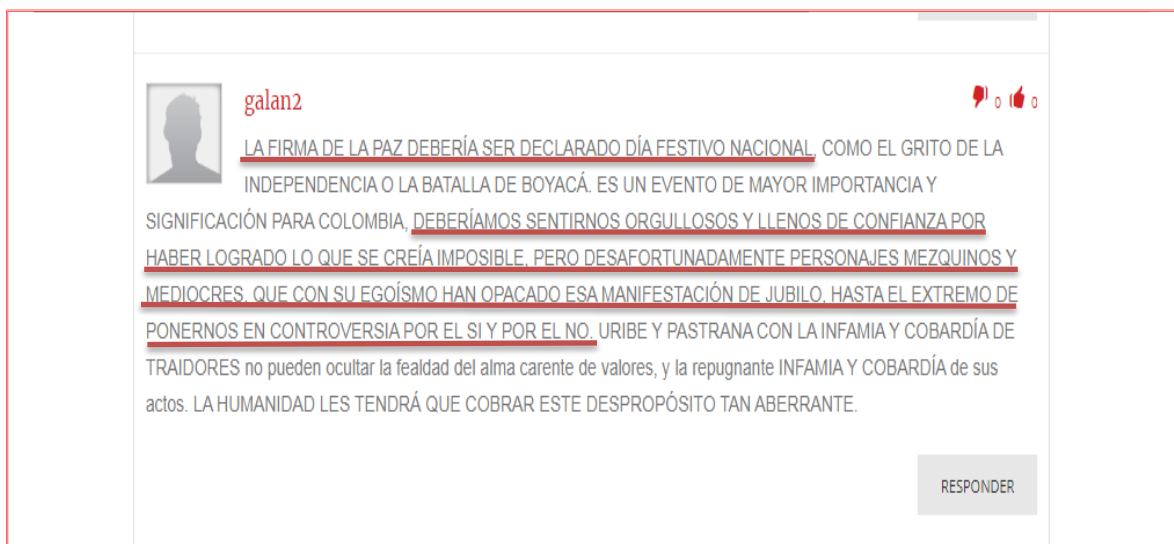
*La sociedad de la información se refiere a una forma de desarrollo económico y social en el que la adquisición, almacenamiento, procesamiento, evaluación, transmisión, distribución y diseminación de la información con vistas a la creación de conocimiento y a la satisfacción de las necesidades de las personas y de las organizaciones juega un papel central en la definición de las prácticas culturales de los ciudadanos. (Ministerio de ciencia e tecnología do Brasil, 2001).*

Tomamos ese concepto de acuerdo a lo presentado anteriormente, sobre la forma como la información afecta e influye en la sociedad, sobretudo en esta etapa en la que los medios masivos de comunicación tienen el alcance de llegar a todas partes, por lo tanto, la sociedad está inmersa en la información, las novedades y lo que se presenta como relevante, es por ello que entendemos a la sociedad de la información como una sociedad que está mediada y condicionada por lo que se presenta a través de la *mass media*.


En ese sentido, la noticia como medio informativo cumple un papel importante dentro de la construcción de criterios e ideologías; en el caso del plebiscito por la paz para muchos puede sonar ilógico que se haya presentado un triunfo de la campaña del “NO” aun cuando en las encuestas realizadas se presentaba una ventaja del “SÍ”, de lo cual podemos preguntarnos ¿qué influyó al triunfo del NO? ¿son esos resultados un producto de la sociedad de la información? ¿tuvo algo que ver la el discurso noticioso de los principales diarios del país?, este tipo de cuestiones fueron las que motivaron el análisis realizado para entender el papel de las noticias como medios influyentes y la sociedad de la información como sociedad consumidora de los productos de la prensa, traemos este concepto de sociedad de la información precisamente como una forma de entender los efectos del discurso noticioso en la sociedad y la relación existente entre cultura, información y comunicación.

De acuerdo a lo anterior, para llegar a entender la forma cómo los medios de comunicación influyen en la sociedad, en el pensar y hablar de los individuos, resulta oportuno indagar en el medio virtual, el cual brinda una amplio campo de opinión ya sea a través de las redes sociales como lo son las plataformas de Facebook, Twitter o WhatsApp, entre otras, o a través de los mismos portales digitales de los medios informativos en la caja de comentarios, estos se convierten en verdaderos escenarios de opinión, discusión y controversias donde el tema político parece ser el principal tema de discusión.




Ante la imposibilidad de hallar comentarios en los portales de los diarios *El Tiempo* y *El Espectador* tomamos los comentarios hechos en la plataforma virtual de la *Revista Semana*, en este caso se presentarán los comentarios donde se habla de manera específica sobre el tema del plebiscito, a partir de ahí se puede notar someramente la forma en que los usuarios consumen la información y de la misma manera como la procesan y la reproducen.



*Ilustración 1 Emocionalidad en el discurso. Revista Semana (2016). Recuperada de <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/redes-sociales-la-clave-del-plebiscito/485102>*



galan2


En los tratados de paz que se han consolidado en el mundo, las partes han tenido que ceder en sus pretensiones, y muchas veces perdonar actos injustificados. Este amplio grado de tolerancia permitió crear una situación de equilibrio entre los contrincantes para poder llevar a feliz término el conflicto. En Wikipedia, revisen "Tratados de Paz" y se darán cuenta la cantidad de ejemplos. ENTONSES, PORQUE EN COLOMBIA NO SOMOS CAPACES DE COMPRENDER QUE HAY QUE PAGAR UN PRECIO PARA LOGRAR LA PAZ; EN UNA NEGOCIACION SE TIENE QUE CEDER, ESE ES EL AMPLIO GRADO DE TOLERACIA QUE SE DEBE TENER, DE LO CONTRARIO NUNCA SE LLEGARIA A UN ACUERDO. ASI DE SIMPLE: LA PAZ EN CUALQUIER CIRCUNSTANCIA ES MEJOR QUE LA BRUTAL GUERRA. NO HAGAN CASO AL LLAMADO DEL FASCISMO TRAMPOSO. EL PUEBLO YA NO ES TAN INGENUO, YA PUEDE DIFERENCIAR QUIÉN LO MANIPULA Y LE MIENTE. CUANDO SE PIERDE LA VERGÜENZA, EL PUDOR, LA DIGNIDAD, SE DEGENERAN EN ACTOS DE VERDADERA VILEZA E INFAMIA. Con un cinismo aberrante UNOS EXPRESIDENTES DE ULTRADERECHA COLOMBIANOS, URIBE Y PASTRANA rechazan y atacan la paz en Colombia AL EXTREMO DE DECLARARSE EN RESISTENCIA CIVIL.

Respuestas: 1




RESPONDER

Ilustración 2. Emocionalidad en el discurso. Revista Semana. (2016). Recuperada de <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/redes-sociales-la-clave-del-plebiscito/485102>


COMENTARIO EN RESPUESTA A GALAN2






Cenicienta336

Uyy si la iultraderecha.. usted no sabe lo que es la ultraderecha. De tenerla, bobos como usted estarían presos. De gracias a la democracia que tenemos que le permite a usted desahogar todos sus resentimientos sociales. Habla como si los demas son los culpables de su incapacidad de triunfar. Pongase a trabajar mas bien,



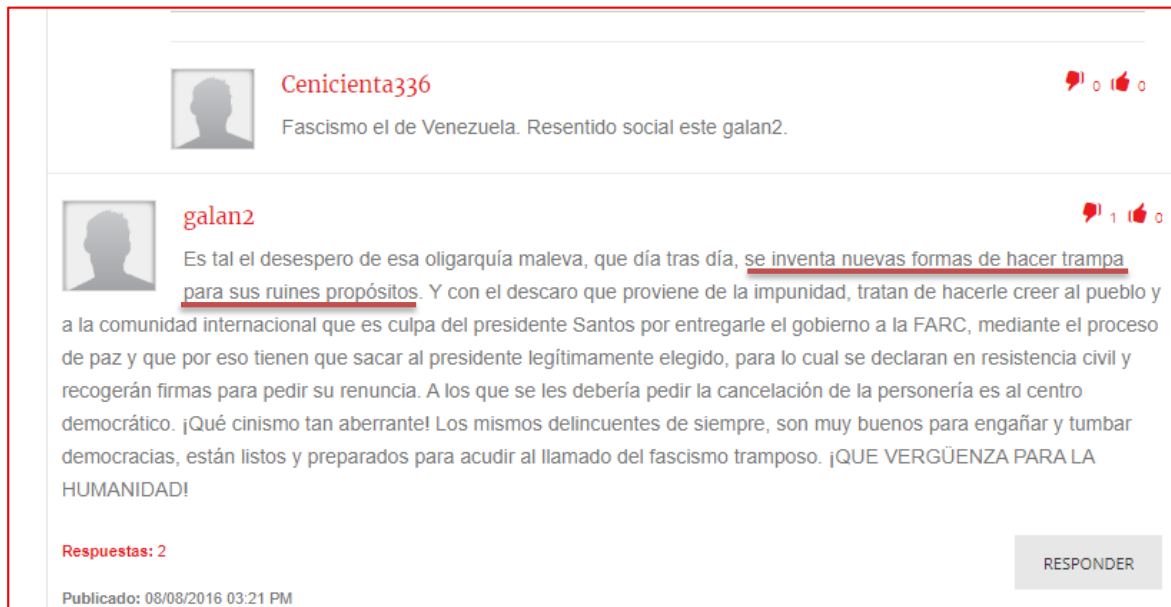
Cenicienta336

Uyy si la oligarquia opreseora del pueblo que ha controlado las maquinarias de produccion y no ha permitido que yo pueda ser rico como ellos. Debemos matar y encarcelar la oligarquia para tomarnos el poder y montar a Gabino de presidente. Ese si sabe gobernar, tal como chavez.... Y de pasadita montamos una nueva clase de ricos.... Jajajaja que resentido es este galan2.

Ilustración 3 Comentarios sobre el plebiscito. (2016). Recuperada de <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/redes-sociales-la-clave-del-plebiscito/485102>





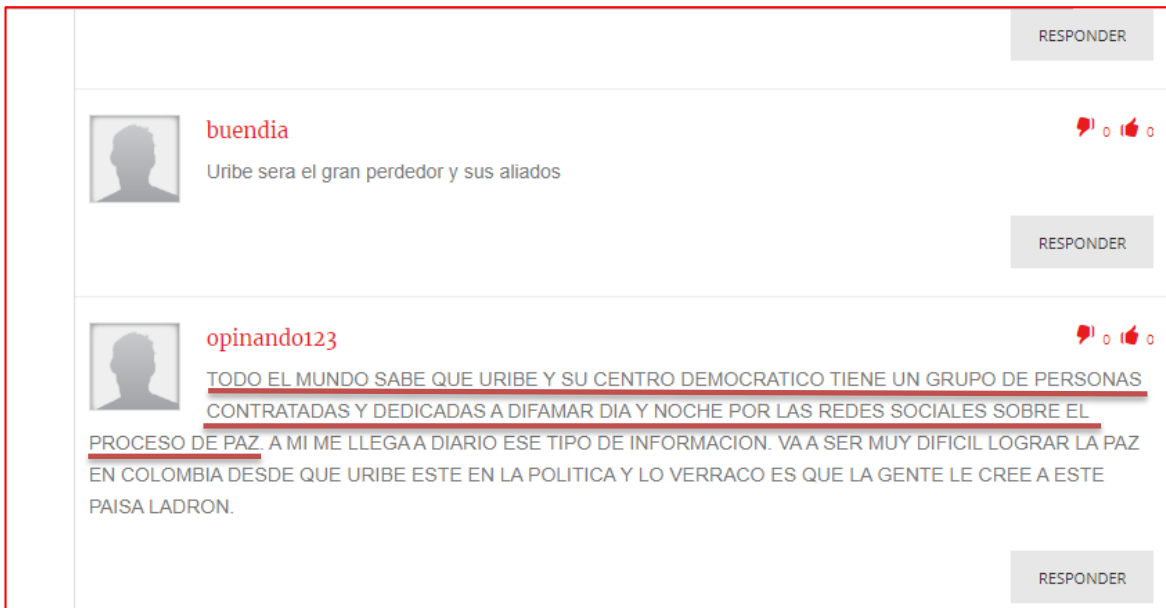
**Cenicienta336**  
Fascismo el de Venezuela. Resentido social este galan2.

**galan2**  
Es tal el desespero de esa oligarquía maleva, que día tras día, se inventa nuevas formas de hacer trampa para sus ruines propósitos. Y con el descaro que proviene de la impunidad, tratan de hacerle creer al pueblo y a la comunidad internacional que es culpa del presidente Santos por entregarle el gobierno a la FARC, mediante el proceso de paz y que por eso tienen que sacar al presidente legítimamente elegido, para lo cual se declaran en resistencia civil y recogerán firmas para pedir su renuncia. A los que se les debería pedir la cancelación de la personería es al centro democrático. ¡Qué cinismo tan aberrante! Los mismos delincuentes de siempre, son muy buenos para engañar y tumbar democracias, están listos y preparados para acudir al llamado del fascismo tramposo. ¡QUE VERGÜENZA PARA LA HUMANIDAD!

Resuestas: 2

Publicado: 08/08/2016 03:21 PM

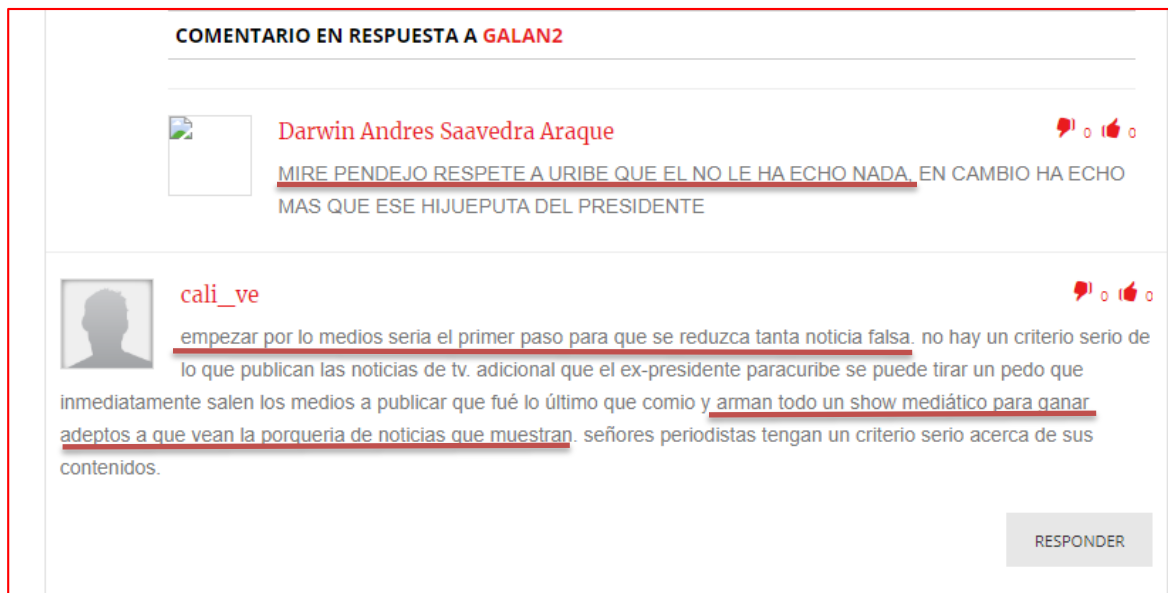
*Ilustración 4 Comentario sobre la influencia del sector político en los medios de comunicación* (2016). Recuperado de <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/redes-sociales-la-clave-del-plebiscito/485102>



**buendia**  
Uribe sera el gran perdedor y sus aliados

**opinando123**  
TODO EL MUNDO SABE QUE URIBE Y SU CENTRO DEMOCRATICO TIENE UN GRUPO DE PERSONAS CONTRATADAS Y DEDICADAS A DIFAMAR DIA Y NOCHE POR LAS REDES SOCIALES SOBRE EL PROCESO DE PAZ. A MI ME LLEGAA DIARIO ESE TIPO DE INFORMACION. VA A SER MUY DIFICIL LOGRAR LA PAZ EN COLOMBIA DESDE QUE URIBE ESTE EN LA POLITICA Y LO VERRACO ES QUE LA GENTE LE CREE A ESTE PAISA LADRON.

*Ilustración 5 Comentario que hace referencia a los medios de comunicación y la clase política.* (2016). Recuperado de <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/redes-sociales-la-clave-del-plebiscito/485102>



*Ilustración 6 Comentario redes sociales como espacios de opinión y medios de influencia. (2016). Recuperado de <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/redes-sociales-la-clave-del-plebiscito/485102>*

En este primer ejemplo, tomando solo algunos comentarios hechos por usuarios de la *Revista Semana* se puede observar, más allá de posturas distintas sobre un tema; los efectos que causa la información y desinformación, por ambas partes, la creación de convicciones y la toma de postura frente a un caso concreto; como se puede ver, en el caso del plebiscito por la paz se manejaron opiniones divididas entre los individuos, pero sobre todo se crearon dos bandos; movidos por la ideología, y por toda la información que circulaba especialmente en el ciberespacio, que, sea cierta o no logró una influencia grande en las personas.

Cabe resaltar el uso de palabras fuertes, ofensivas en medio del debate, como resultado de un fanatismo ideológico que, en ese sentido, logra la reproducción conflictiva de lo que en el ámbito político del país se conoce como la polarización social, que representa la división de la ciudadanía en bandos políticos a la defensa de lo que representa un ideal.

Así como se ha podido observar en este ejemplo, la sociedad está movida y controvertida por la información, en una lucha por establecer la verdad, así, los medios de comunicación se convierten en moldeadores de opinión y constructores de identidades.

## **2.3 La composición de la noticia**

Los medios de comunicación juegan un importante papel, no solo en la transmisión de información sino también como lo explica Gutiérrez (2010), “en la configuración de la cultura moderna, ya que son los mediadores necesarios y omnipresentes entre el acontecer social y los individuos.” (p.169). Esta mediación constituye una poderosa influencia del discurso empleado y el lenguaje persuasivo de las noticias sobre el lector de estos diarios, en este sentido, gran parte del conocimiento que las personas llegan a obtener sobre temas políticos, económicos y sociales se deben a la información obtenida por medio de la prensa.

De manera que la forma cómo se compone la noticia obedece a una lógica informativa que busca captar la atención del lector, por tanto, en el análisis del discurso, empleado como un enfoque teórico y metodológico, vemos los componentes lingüísticos utilizados en los periódicos, estos son: los textos, los mensajes, el habla, el diálogo o la conversación (Van Dijk, 1990, p. 44).

En este sentido, se trata de un análisis estructural de la noticia donde se presenta el modelo dominante en que ésta se transmite; en su forma más básica está compuesta por: un título, cuerpo o contenido, y cierre, tal como lo menciona Van Dijk (1990) “el análisis del contenido de los medios, permite encontrar fácilmente nociones equivalentes para un análisis sistemático del discurso periodístico, tanto en el nivel temático, como en el estilístico y retórico” (p. 27). De esta manera, existe un orden en la noticia que responde a las preguntas ¿qué acontecimientos se presentan?, ¿quiénes son los principales actores de la noticia? ¿cuáles son los

---

lugares de enunciación-lugares donde se desarrolla el suceso? ¿cuándo ocurre el suceso? ¿cuál es el contexto en el que se presenta la noticia?

La respuesta a estas cuestiones les asigna un valor a los sucesos, y la profundización en los detalles, el uso de fotografías o videos - en el caso de las plataformas virtuales - y la voz de los actores relacionados al suceso permiten mayor aceptación y credibilidad por parte del público, todos estos elementos que hacen parte del discurso noticioso no solo reconstruye un acontecimiento, sino que también se crea un realidad social e ideológica. Esa composición de la noticia y elementos presentes en las mismas las pudimos constatar en el corpus seleccionado de 28 noticias entre los dos periódicos - *El Tiempo* y *El Espectador*- en las cuales presenta esa tendencia en la producción y transmisión de la información.

## **2.4 Categorías de análisis**

El uso de categorías permite llevar el análisis hacia la hipótesis planteada al inicio de la investigación, éstas fueron establecidas de acuerdo a los elementos que componen la noticia vistos en el apartado anterior, por tanto, el contenido de estas fue segmentado en título, propósito del autor, a quien va dirigido el texto, el posicionamiento del autor, el listado de voces de los actores, la jerarquía informativa, los lugares de enunciación y el contexto socio político, aplicando esta información a través de una rejilla implementada como herramienta metodológica.

De acuerdo a lo anterior, Santander (2011) sugiere que al hacer un análisis del discurso es importante mantener el enfoque de la pregunta de investigación y los objetivos planteados para evitar la dispersión analítica consecuente de la información emergente, en sus propias palabras el autor dice que “en nuestro proceder analítico y empírico pueden llamarnos la atención muchos datos interesantes, pero sólo aquellas categorías que apuntan a responder nuestra pregunta y que facilitan el logro del objetivo, son los que se incorporan al análisis y

que se consideran como emergentes.” (p. 214). En este caso, algunas de las categorías de este análisis están previamente establecidas de acuerdo al orden del discurso y otras emergen a medida que se lee de manera crítica el contenido de la noticia.

En consecuencia, el uso de categorías de análisis permitió no solo observar la parte lingüística del contenido de la noticia, es decir, el contenido del texto, el uso de la palabra y la retórica, sino también el contenido extralingüístico que corresponde al contexto socio-político y el empleo de contenido audiovisual. Los estudios previos y los aportes hechos sobre análisis del discurso como los de (Santander, 2011), (Van Dijk, 1990), (Van Han, 2014), entre otros, resultaron útiles como referentes teóricos y metodológicos, no obstante, la especificidad del tema escogido orientó el análisis permitiendo establecer qué contenido resulta pertinente y coherente con los objetivos planteados.

## 2.5 Funcionalidad de las categorías de análisis

A lo largo del análisis realizado a distintas noticias de los periódicos “*El Tiempo*” y “*El Espectador*” en sus plataformas digitales fueron emergiendo algunas categorías, las mismas que van dándole un cuerpo a la reflexión discursiva y un camino por el cual seguir. Anteriormente se han mencionado las categorías de análisis que están presentes en la rejilla del análisis discursivo, pero no se ha hablado de su funcionalidad. Las categorías de análisis fueron: 1. Título de la noticia, 2. Autor, 3. A quien va dirigido el texto, 4. Posicionamiento del autor, 5. Listado de voces o actores, 6. Jerarquía informativa, 7. Lugares de enunciación y 8. Contexto Socio-Político. En ese orden de ideas se hablará de dichas categorías. En ese sentido, dichas categorías se definen como se entienden dentro de este trabajo.

1. **Título de la noticia:** en el título de la noticia está presente el nombre de esta, la fecha y en ocasiones la hora en que fue publicada la misma. Esta usualmente se presenta de manera llamativa, en mayúscula y negrilla, en el título se usan

---

palabras que capten la atención del público, tal como se verá en los ejemplos posteriores.

2. **Autor:** en este campo se ubicó el nombre del autor de la noticia o la redacción de alguno de los periódicos *El Tiempo* y *El Espectador*, en este caso no se muestra el nombre de un sujeto en específico, sino más bien el departamento encargado de redactar sobre asuntos específicos, tales como política, economía, etc.
3. **A quién va dirigido el texto:** aquí se hizo alusión al tipo de público que puede ver, comprar o acceder a la noticia. Cabe resaltar que en todos los casos las noticias fueron para el público en general, pero en algunas había cierto interés de dirigirlas hacia una institución concreta o miembros de un grupo específico, como se verá en los ejemplos que se muestran más adelante.
4. **Posicionamiento del autor:** en este campo se escribió la postura que tuvo el autor en las noticias, en algunos casos fue neutral, en otros a favor de unos eventos y en otros en contra. El posicionamiento del autor refleja a su vez la intencionalidad de la noticia.
5. **Listado de voces o actores:** miembros de un grupo, actores sociales, usuarios del lenguaje que se involucran en el texto y en el habla al mismo tiempo como individuos y como miembros de variados grupos sociales, instituciones, gentes, etc. (Van Dijk. 1999).
6. **Jerarquía informativa:** hace referencia a los elementos informativos que resaltan en la noticia, a lo que se da más eco o más alusión.
7. **Lugares de enunciación:** Son los espacios geográficos o sectores en los que se genera la noticia.
8. **Contexto Socio-Político:** Hace referencia a los acontecimientos particulares en la noticia, y las voces de los actores que hacen relevante el suceso. no obstante, dentro del contexto hay que tener en cuenta el vasto entorno de las instituciones, los sistemas y el periódico, lo que hace posible encontrar la relación entre los medios de comunicación y la política, y los medios de comunicación y el público, dentro de este análisis discursivo, el contexto sociopolítico se refiere a el contexto

del periódico en relación a la construcción de una noticia sobre un evento. (Van Dijk, 1999).

Es importante entender que estas categorías dentro del análisis discursivo son muy relevantes, ya que gracias a ellas se puede ver o entender la estructura de la noticia, es decir, en este análisis se hace un proceso de primer nivel que llamamos “Nivel de Fragmentación de la Noticia (NFN)”, a partir de ahí se logra entender los elementos que compone la noticia tales como: el lenguaje, la retórica, la semiótica y los sintagmas. Entender estos elementos permite ir más allá de un análisis discursivo, algo así como un segundo nivel de análisis crítico del discurso (en análisis discursivos a plataformas virtuales) que lo hemos llamado “Dimensiones Discursivas (DD)”.

la particularidad de las noticias en las plataformas virtuales de los diarios es que en ellos podemos encontrar no solo contenido textual, sino contenido audiovisual que de alguna u otra manera cumple una función persuasiva u otra dentro de la noticia, por ejemplo dentro de algunas noticias se puede ver cómo el uso de vídeos con una carga emocional puede tener un impacto persuasivo sobre la mente del receptor; cuando se habla del tema de paz y la finalidad del conflicto, la emocionalidad se convierte en un elemento clave dentro del discurso, es decir, sirve como una estrategia de manipulación, tal como lo plantea Van Dijk (1999) quien dice que “los receptores tienden a aceptar las creencias y las opiniones transmitidas por los medios o fuentes que se consideran autorizadas y fidedignas” (p. 29), en este caso el material audiovisual, como los videos e imágenes presentado en medios tales como los diarios *El Tiempo* y *El Espectador* en sus plataformas virtuales, nacionalmente aceptados como fuentes fidedignas, logran crear esa noción de verdad y aceptación del contenido presentado en la noticia. Entender esto permite avanzar dentro del AD (Análisis del Discurso) y avanzar al siguiente nivel, que es el último y que permite comprender lo que hemos denominado en este trabajo como “Estrategias de Polarización y Formas de Enmascaramiento (EPFE)”.

---

### **3.CAPÍTULO 3**

## **ESTRATEGIAS DE POLARIZACIÓN, FORMAS DE ENMASCARAMIENTO Y LUGARES DE ENUNCIACIÓN EN LA NOTICIA**

El tercer nivel del análisis crítico del discurso de medios de comunicación (periódicos) en plataformas digitales consta de tres (3) niveles dentro de este trabajo. En primer lugar, está la rejilla de análisis donde están presentes algunas de las técnicas mencionadas por Cassany (2009) en las “22 Técnicas de Lectura Crítica” (donde se quitaron y agregaron algunas técnicas), luego se hace la lectura de la noticia. Más tarde, una reflexión de la noticia leída en cada uno de los espacios de la rejilla de análisis de la noticia. Este procedimiento permite comprender los elementos del lenguaje y lo hemos llamado nivel 1 o “Fragmentación”, que es la técnica que se usa en este primer nivel.

En el segundo nivel se hace un análisis de “Las Dimensiones Discursivas”, en el cual es necesario comprender e identificar los elementos del lenguaje: la semiótica la retórica y los sintagmas, ya que en este nivel la identificación de estos elementos es esencial para entender el uso de las palabras, los adjetivos, los artículos, los signos y los símbolos en la construcción del discurso y en la transmisión de una idea o un mensaje a través del mismo. En pocas palabras, el nivel 2 está conformado por la identificación y comprensión de los elementos del lenguaje y el manejo de éste como parte de la estrategia de polarización, que se entiende en este trabajo como la modificación de las características de los acontecimientos, moldeados a los intereses de los medios de comunicación.

De acuerdo a lo anterior, en las “Estrategias de Polarización y Formas de Enmascaramiento” se logran captar los modos por los cuales, en este caso, las



redacciones de los periódicos *El Tiempo* y *El Espectador* en sus plataformas virtuales, tratan de persuadir al público a través de la noticia y del lenguaje impregnado en esta. En ese sentido, los elementos del lenguaje se convierten en el instrumento principal para la manipulación de la noticia, que de una u otra manera es la manipulación misma a la mente humana que es afectada por esta, ya que el objetivo de la información que presentan los medios de comunicación tiene un fin específico y este no es más que hacer creer al lector (en el caso de los periódicos) que lo anunciado es cierto. Un ejemplo de esto es lo que plantea Van Dijk (1990) cuando dice que el público que escucha o tiene contacto con el discurso lo puede legitimar cuando este es producido por medios que ellos puedan considerar confiables. A través de esto ocurre una legitimación por parte de los receptores, que en cierta medida puede ser verdad o mentira.

Hay que tener en cuenta que el concepto “periodista” trae consigo una carga ideológica, política y social que se ve alterada por el concepto “medios de comunicación”. Para avanzar, es necesario entender a ambos conceptos y que, aunque parezcan lo mismo y estén en la rama del campo social, no son lo mismo. Tal como lo plantea el doctor Moncada (2019), el concepto de periodista se refiere a la imparcialidad, a la investigación y a la difusión de la información a través del otro concepto que es instrumento del periodismo para difundir la información; los medios de comunicación. En estos está presente la parcialidad y la dirección a la que el periodismo no quiere estar presente, pero las relaciones de poder que se tejen en una sociedad se inclinan a la dominación de la sociedad a través de estos, por esa razón es tan importante la manipulación de los medios y la polarización de la información.

### **3.1 La polarización en la noticia y el plebiscito por la paz**

Teniendo en cuenta lo planteado anteriormente, asumiendo que entre las instituciones sociales se construyen las relaciones de poder que afectan a la sociedad misma, ya sea positiva o negativamente. Los medios de comunicación

---

presentes en distintas instituciones lideran una dirección de esas relaciones de poder, la cual radica en la reproducción de la subjetividad que emerge desde el enunciado, a través de la lengua y gracias a esta se crean discursos que son esparcidos a través de los medios de comunicación.

En ese sentido, dentro de la noticia hay un locutor, este decide que colocar y que no, en palabras de Foucault esta selección de la información está enmarcada en el deseo de poder, lo que él llama el principio de exclusión, esta selección de la información consiste en una separación y un rechazo de lo que se puede decir o no, en sus propias palabras el autor lo explica de la siguiente manera: “Por más que en apariencia el discurso sea poca cosa, las prohibiciones que recaen sobre él revelan muy pronto, rápidamente, su vinculación con el deseo y con el poder” (Foucault, 1970. p. 11).

En ese orden de ideas, dentro de la presentación de las noticias en relación al plebiscito por la paz podemos notar este principio de exclusión, pues los mismos diálogos o acuerdos de paz tuvieron un vacío dentro de la población Colombiana, es decir, no se expresó su contenido en las noticias de los diarios “*El Tiempo*” y “*El Espectador*”, simplemente se daban noticias entorno a las campañas correspondientes al sí o al no, las fechas en que iniciarán las campañas y si en cierto momento se habló de los acuerdos; fue a través de síntesis de este, creando cierto vacío de lo que pudieron ser las páginas de los acuerdos para quienes no pudiesen acceder a la información, ¿por qué no se habló más acerca de estos acuerdos en estas plataformas virtuales? ¿acaso no era importante? ¿qué implicaciones sociales y políticas tienen en el país no profundizar en ello? De esta manera es que cualquier discurso puede tergiversar la información, en este caso la de los acuerdos de paz, por motivo de las especulaciones sobre lo pactado. Esa tergiversación sería el instrumento de la primera forma de enmascaramiento “Enmascaramiento total de la información (ETI)” que se dio dentro del discurso hacia el Plebiscito por la Paz.

A modo de ejemplo se presentan aquí dos noticias de los periódicos ya mencionados, que cubren el mismo acontecimiento, los resultados de las votaciones al plebiscito, en estas noticias se puede observar las distintas formas de analizar el momento- Aunque se trata de un mismo evento, desde el título de la noticia se puede notar como cambia el sentido de lo que se quiere transmitir.



Ilustración 7 Título en la noticia como un enunciado llamativo. El tiempo (2016). Recuperado de <https://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/resultados-del-plebiscito-2016-44074>

Como se puede observar en esta noticia, la polarización, en un sentido de división política e ideológica es lo que se refleja en el resultado de las votaciones, para quienes redactaron esta noticia el meollo de las votaciones está en la división entre el <sup>4</sup>uribismo y el <sup>5</sup>santismo, la cual se intensificó con los acuerdos de paz con la

<sup>4</sup> Se conoce como Uribismo a la tendencia política de los seguidores y simpatizantes del expresidente y senador Álvaro Uribe Vélez, principal representante del partido Centro Democrático.

<sup>5</sup> Título asignado a los seguidores y simpatizante del expresidente Juan Manuel Santos.

guerrilla, de esta manera, la noticia se centra más en esta división entre los colombianos, lo que se presenta con un panorama de desfavorabilidad para la situación política del país. Las líneas subrayadas en rojo permiten observar, precisamente, el postulado del redactor en relación a los que significó el plebiscito.

Por otra parte, está la noticia del periódico *El Espectador*, la cual cubre el mismo acontecimiento, sin embargo, presenta otra postura en relación a lo ocurrido:



Ilustración 8 Título de la Noticia como un enunciado llamativo. El Espectador. (2016). Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/paz/colombia-dijo-no-al-acuerdo-de-paz-farc-articulo-658143>

En el título de esta noticia se presenta el resultado de las votaciones al plebiscito por la paz, y de manera contundente se anuncia el triunfo del “NO”, respaldado de la misma manera por la fotografía anexa a la noticia, sin embargo, desde el título se presenta una unidad al decir: “Colombia dijo NO” aislando esa idea de polarización tal como se presentó en la noticia anterior.

De esta manera se puede observar cómo se puede tratar una misma noticia de distintas formas, pero, ¿qué es lo que motiva la construcción de los enunciados?, ¿cómo se determina lo que se va a presentar dentro del titular? según la teoría del enunciado de Bajtín, tal como lo expone Grzincich (1992), todo enunciado tiene un doble nivel social: significa y valora, de tal manera que “existe una doble correlación entre las esferas comunicativas en las que tiene lugar el enunciado” (p.129), según esto, las condiciones sociales a través de las cuales se crea el tema o el asunto a tratar definen el género discursivo del enunciado y a partir de ahí se vincula la composición del contenido de la noticia, es decir, la secuencia y las conclusiones. De acuerdo a lo anterior, cada enunciado tiene un público al cual va dirigido, creando de esta manera una relación dialógica entre el medio y la sociedad, en el caso de los periódicos el redactor debe tener en mente al destinatario para así crear un enunciado atractivo o más bien llamativo para éste.

Tal como se mostró anteriormente, dentro de la noticia, las modificaciones que se le hagan a un hecho o evento es lo más grave que puede ocurrir, debido a que como se ha discutido anteriormente, a través del discurso y del lenguaje se crean subjetividades, de esta manera el público establece posturas a través de lo que se presenta en los diarios, ahora bien, como el ejercicio que se hizo de analizar dos noticias del mismo día, sobre el mismo evento, ¿qué es lo que le da la aceptación y credibilidad a lo presentado? ¿acaso deslegitima una noticia del *Tiempo* a una redacción del *Espectador*? ¿alguna de las dos tiene problemas con el gobierno por enmascarar un evento con otra cosa? son cuestiones que nos permiten acercarnos a la construcción del enunciado y de los intereses ideológicos y políticos que pueden mediar esta producción discursiva.

Entonces eso sería una estrategia liderada por la Polarización política, que vendrían siendo los efectos que trae consigo la influencia mediática en la opinión pública, pero si se analiza una noticia tal como se ha explicado hasta ahora, ¿cómo se halla la segunda forma de enmascaramiento “Enmascaramiento del redactor (ER)”? dicha reflexión se encuentra al hacer una reflexión y relación entre “el título y el

---

posicionamiento del autor” dentro de la rejilla de análisis hecha para cada noticia.

Como se puede ver en el siguiente ejemplo:

| Noticia Número   |  |   |   |   |   |   |   |
|--|--|---|---|---|---|---|---|
| 6  |  |   |   |   |   |   |   |
| Título de la noticia   | Autor                                  | Propósito del Autor   | A quien va dirigido el texto  | Posicionamiento del autor   | Listado de voces o actores  | Jerarquía informativa   | Lugares de enunciación  |
| Más del 60% de los colombianos saldría a votar para ratificar acuerdos con las Farc.<br><b>Fecha:</b> 26 de Mayo del 2016.<br>antes del plebiscito | Redacción Paz Periodico El Espectador. | Presentar los resultados de la encuestas realizada por "carcol radio y red + noticias" y hacer un analisis y reflexión entorno a estos. | La noticia va dirigida al público en general. Cabe resaltar que la encuesta realizada por "carcol radio y red + noticias" estuvo realizada por personas entre 18 y 65 años de edad. | El autor no muestra una postura clara en la noticia. No obstante, en la presentación de los distintos resultados de las encuestas "carcol radio y red + noticias" se presenta de un modo persuasivo los resultados negativos, es decir, el autor ubica cierta información de tal manera que sobresale lo negativo o las | Los encuestadores: "carcol radio y red + noticias" los encuestados: 1.608 personas de entre 18 y 65 años de edad en las ciudades de Bogotá, cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga. | En la noticia se resaltaron en "negrilla" los resultados de la encuesta en porcentajes, segun cada concepto. se incluyeron dos enlaces de noticias que se relacionaban con la noticia acá presentada, tituladas "La mayoría de colombianos cree que proceso de paz va por mal camino" (párrafo 2, | Las ciudades donde se realizó la encuesta :Bogotá, cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga. teniendo en cuenta que son las principales capitales del país. |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |
|  |  |   |   |   |   |   |   |

Tabla 1. Rejilla de análisis

---

Así como se muestra en la imagen anterior, los campos del título de la noticia y posicionamiento del autor, guardan consigo una gran carga mediática dentro de la noticia, ya que uno es la presentación y el otro el rumbo de la información presente en esta. En ese sentido, dicho título tendría la atención de las masas que acceda este contenido y actuará de una forma positiva, negativa, o neutra a los receptores de esta. Entonces algo que ocurrió de una manera frecuente fue la presunción de imparcialidad dentro de la noticia, en la que aunque se presenta el enunciado como algo imparcial y despolitizado, dentro del análisis se puede notar la carga ideológica y política de la noticia, debido a que en varias de estas, como las que se muestran anteriormente explicando el título y demás; se ve una favorabilidad o la intencionalidad de enmascarar de manera inmediata la información presentada, a través de la polarización política en la noticia de medios de comunicación como lo son las plataformas virtuales de los periódicos mencionados antes.

De esta manera, se esclarece que al ver una noticia con un título blando y que su contenido sea peyorativo, en el marco de infringir la ética de los periodistas; esta no es otra que una noticia en la que su fin es dar efectos a través de letras y contenido audiovisual para la influencia mediática en la opinión pública como lo fue en muchas noticias con respecto al Plebiscito por la Paz en Colombia. A modo de ejemplo tomamos una noticia presentada después de las elecciones del plebiscito que trata la aprobación de los acuerdos en el congreso de la república a pesar del triunfo del *No* en las urnas, cabe resaltar que es ese uno de los puntos de mayor controversia en relación a las votaciones del plebiscito el 2 de octubre del 2016.



## **Congreso refrendó el nuevo acuerdo de paz, ahora viene la fase de implementación**

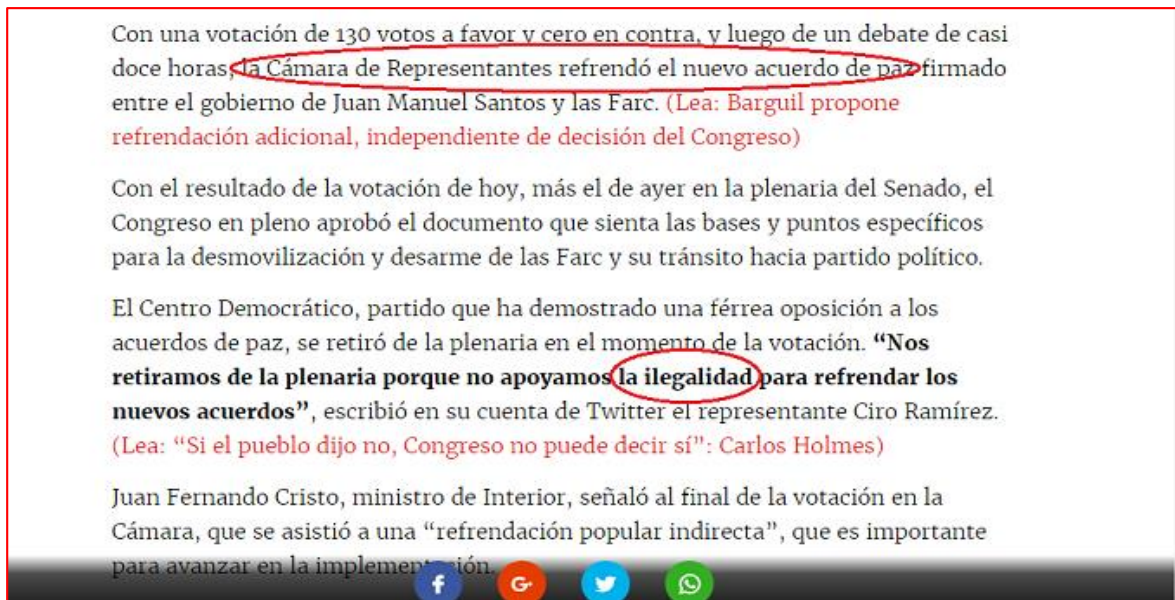
Posconflicto 30 Nov 2016 - 9:20 PM  
Por: Redacción Política

Con 130 votos a favor y cero en contra, la Cámara de Representantes aprobó el nuevo texto acordado entre el Gobierno y las Farc. El Centro Democrático se retiró de la plenaria al momento de la votación.



*Ilustración 9* Noticia sobre la aprobación de los acuerdos después del plebiscito por la paz. *El Espectador* (2016). Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/paz/camara-refrendo-el-nuevo-acuerdo-de-paz-articulo-668311>

Teniendo en cuenta el panorama político y social con respecto al plebiscito por la paz, ha habido inconformidades en muchas regiones del país por la razón de que ganó el *NO*, pero se firmó la paz. Por culpa de esto, muchos colombianos no sienten legitimidad por un evento tal trascendencia en el país como lo fue la firma de la paz. A partir de lo visto en las noticias publicadas sobre este acontecimiento se puede decir que estas reacciones están influenciadas por la forma en cómo los medios de comunicación presentan la noticia, pues todo indica que no hubo claridad en relación a lo que sucedería después de las votaciones del plebiscito, es por eso que muchos seguidores de la oposición al gobiernos y a los acuerdos llegaron a creer que tenían en sus manos el poder de rechazar los acuerdos de paz por medio del plebiscito y la aprobación de los acuerdos fue vista como una estrategia política previamente establecida, tal y como se puede ver en los siguientes enunciados:



*Ilustración 10 Noticia sobre la refrendación de los acuerdos por la cámara de representantes después de las votaciones del plebiscito. El Espectador. (2016). Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/paz/camara-refrendo-el-nuevo-acuerdo-de-paz-articulo-668311>*

En esta noticia del diario *El Espectador* se presenta la refrendación de los acuerdos de paz por parte del congreso de la república, donde se señala que se trata de un nuevo acuerdo pactado después del plebiscito, aquí se menciona que la rama legislativa del estado, a través de votación aprobó lo posteriormente pactado entre el gobierno y la guerrilla, además se resalta en negrilla la postura de la oposición que señala como ilegal la refrendación de los nuevos acuerdos.

## La 'unidad por la paz' en el Congreso funciona como un 'rodillo'

Aplanadora del Gobierno avanza sin obstáculos en la implementación de los acuerdos con las Farc.



*Ilustración 11* Noticia de la aprobación de los acuerdos de paz en el congreso de la república. El Tiempo. (2016). Recuperado de <https://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/congreso-aprueba-acuerdos-con-las-farc-a-favor-del-gobierno-45950>

RELACIONADOS: POLÍTICA | PROCESO DE PAZ | CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Por: Redacción EL TIEMPO | 20 de diciembre 2016, 08:28 p.m.

La palabra 'rodillo', según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, en una de sus acepciones, alude a "una institución cuyas decisiones se adoptan mediante votos, uso resolutorio de la mayoría de la que se dispone, sin atender a las razones de la minoría".

Es lo que ocurre en el Congreso. Se han hecho cuatro votaciones –dos en Senado, dos en Cámara–, con resultados aplastantes a favor de la llamada 'coalición por la paz', conformada por los partidos políticos que respaldan los acuerdos firmados con las Farc.

Primero fue para la refrendación y, en la noche del lunes, para darle luz verde a la ley de amnistía.

Se trata de un escenario que nadie vislumbraba tras la derrota en el plebiscito del 2 de octubre. Esa noche los triunfadores del 'No', que en el Legislativo están representados por el Centro Democrático (CD), se mostraban exultantes.

(También: Santos y 'Timochenko': dos discursos clave que transformaron al país)

El presidente Juan Manuel Santos, por el contrario, sufría su mayor descalabro en seis años de gobierno. Santos reaccionó con rapidez. Convocó a todos los sectores, envió a su equipo negociador a La Habana y firmó un nuevo texto con la insurgencia.

La paz entonces llegó al escenario del Congreso, donde Santos ha vuelto a sonreír. La primera prueba de fuego era la refrendación. El resultado fue de 205 votos a favor y cero en contra (75 en Senado y 130 en la Cámara). Un hito en las decisiones del Legislativo.

El lunes el resultado fue, proporcionalmente, similar: en la Comisión Primera de Senado, la votación del proyecto fue de 15 a 0 y en Cámara, de 30 a 0.

*Ilustración 12* Cuerpo de la noticia de la aprobación de los acuerdos de paz en el congreso de la república. El Tiempo. (2016). Recuperado de <https://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/congreso-aprueba-acuerdos-con-las-farc-a-favor-del-gobierno-45950>

Por otra parte, en esta noticia del diario *El Tiempo*, se hace una analogía entre un rodillo y el congreso de la república o más entre las coaliciones del gobierno en el congreso de la república, a pesar de que se dé una definición de la real academia de la lengua española en la que rodillo significa una institución donde las decisiones se toman mediante el voto de las mayoría, cabe resaltar que en la primera línea después del título dice: "aplanadora del gobierno avanza sin obstáculos" recalcando

la comparación del gobierno con una maquinaria, las palabras empleadas en esta noticia dan a entender que la aprobación de los acuerdos se trató de una jugada del gobierno que pasó por encima de todas las opiniones o contradicciones.

De esto se puede inferir que las inconformidades por parte manifiestan por muchas personas en relación a lo que sucedió después del plebiscito, es decir, la aprobación de los acuerdos aún después del triunfo del no en las urnas, se debe en gran manera por la influencia de los medios de comunicación, por la forma en que se presenta la noticia, por los lenguajes usados dentro del discurso que marcan una evidente postura política e ideológica que de cierta medida queda inmersa en el receptor.

### **3.2 La importancia de los lugares de enunciación en la noticia**

No es el tema central, pero la enunciación y sus lugares tienen un atractivo singular dentro de una noticia. Dentro de este trabajo, su importancia radica en la región, ciudad, pueblo, etc., hacia dónde se dirige la noticia. Aunque la mayoría de la información de las noticias de los periódicos en relación al tema tratado es para el público en general, hay casos en los que resulta muy llamativo para lectores encontrar noticias sobre las regiones en las que se habitan. Un ejemplo claro sería un artículo sobre el índice de asaltos en Santa Marta, tal vez los ciudadanos de Pasto, Bogotá o Medellín no les parezca atractivo el lugar donde se enuncia todos los detalles y pasen desapercibidos. Benveniste (1970) dice que en la enunciación considera sucesivamente el acto mismo, las situaciones donde se realiza, los instrumentos que la consuman, en ese sentido, la acción, lugar e instrumentos de la acción se vuelven el protagonista principal de una noticia llamando así la atención de un público general o específico.

Con respecto a lo anterior, es importante aclarar que no necesariamente puede ser una región concreta de la que se hable dentro de una noticia, también pueden ser instituciones políticas, religiosas, entre otras. Teniendo esto claro, se puede

---

entender y tener más cuidado a la hora de analizar una noticia, ya que cada una tiene una intencionalidad de distintos caracteres, estos pueden ser dependiendo de las relaciones de poder que se tejen alrededor de los medios de comunicación.

Como ya se ha mencionado en párrafos anteriores, la enunciación se crea a partir de las condiciones sociales de un sector o espacio, en el caso del discurso noticiosos en torno al plebiscito por la paz en Colombia, estuvo en cuanto a su gran mayoría de las condiciones sociales de varios lugares dentro de la geografía del territorio nacional así como de sectores que agrupan una comunidad, ya sean sectores religiosos, sociales o políticos, en esta medida, los lugares de enunciación enmarcan a su vez, a quién va dirigido el discurso y de qué manera lo presentado en la noticia compete a la comunidad relacionada a este lugar o sector específico. Tomamos como ejemplo la noticia del 4 de octubre del 2016 del diario el tiempo:

| Título de la noticia   | Lugares de enunciación   | Contexto socio político   |
|--|--|---|
| <p><b>Resultados del plebiscito indicarían que las víctimas no han perdonado.</b></p> <p><b>Subtítulos:</b> "La abstención", "El pueblo sigue dolido con las FARC"</p> <p><b>Fecha:</b> 04 de octubre del 2016. después del plebiscito</p> | <p>Provincias del norte de Boyacá, Valderrama, La Libertad, Güicán, Chiscas, Panqueba, El Cocuy, San Mateo, Soatá, Boavita, La Uvita, El Espino, Chita, Jericó, Socotá, Soacha, Pisba, Paya y Labranzagrande</p> | <p>Las provincias del norte de Boyacá es un territorio donde hubo presencia guerrillera, en estos municipios hubo mayor número de tomas guerrilleras, asesinatos, secuestros, extorsión y desplazamiento (párrafo 3). El conflicto armado sirvió como forma de empleo para varios jóvenes que incursionaron a las filas del ejército nacional (párrafo 8, Líneas 3 al 6) después de celebrado el plebiscito y anunciado el triunfo del <i>No</i> se consideran las razones por las que se obtuvo este resultado, por ejemplo, que las víctimas no han podido olvidar lo actos guerrilleros (P. 20), los rumores difundidos en redes sociales (P. 11) o una crisis en los partidos políticos (P. 17). además de las promesas incumplidas por parte del jefe de estado (P. 9)</p> |

*Tabla 2. Rejilla de análisis, lugares de enunciación y contexto socio político de los mismos.*



En esta noticia podemos notar la relación existente entre el título enunciado y los lugares de enunciación. Tras los resultados de las votaciones del plebiscito, los redactores de esta noticia aseveran que estos reflejan el dolor de las víctimas y el rechazo hacia el perdón por parte de estas, para ello se tiene en cuenta el resultado en zonas que fueron epicentros del conflicto armado, por ejemplo las provincias del norte de Boyacá que fueron un territorio donde hubo presencia guerrillera, en estos municipios hubo mayor número de tomas guerrilleras, asesinatos, secuestros, extorsión y desplazamiento, según lo presentado en esta noticia; de tal manera que, después de celebrado el plebiscito y anunciado el triunfo del No se considera que las razones por las que se obtuvo este resultado fueron los siguientes: que las víctimas no han podido olvidar los actos guerrilleros, además de los rumores difundidos en redes sociales.

Por otra parte, tomamos como referente la noticia del diario El Espectador del 7 de mayo del año 2016:

| Título de la noticia   | Lugares de enunciación  | Contexto socio político  |
|--|---|--|
| <p><b>Cuando venga el plebiscito salgamos a decir Colombia sí quiere la paz": Santos</b></p> <p><b>Fecha:</b> 7 de mayo del 2016. antes del plebiscito</p> | <p>El discurso es pronunciado en el municipio de Apulo Cundinamarca, una zona afectada por el conflicto y el desplazamiento forzado</p> | <p>En el territorio colombiano se presencia para esta fecha una división bien marcada sobre el tema de la paz, en este discurso del presidente se mencionan las problemáticas sociales que afectan al país como lo son el desempleo, los problemas económicos, el desplazamiento forzado, las crisis de la salud y la educación, y se presenta la firma de los acuerdos de paz como una salida a esas problemáticas.</p> |

*Tabla 3. Rejilla de análisis, lugares de enunciación y contexto socio-político.*



En esta noticia se presenta un discurso que el presidente de la república y principal promotor de la campaña del *Sí*, dirigió a la población de Apaulo, Cundinamarca, en el cual se refiere al ámbito económico, y bajo un discurso de desarrollo y modernidad procura convencer a los ciudadanos sobre la importancia de dar fin a un conflicto histórico. Aquí podemos notar que las zonas de conflicto o los lugares que fueron directamente afectados por éste, cobran una gran importancia dentro del discurso, como zonas principalmente afectadas pareciera que las personas que allí habitan tienen cierta autoridad para determinar la aprobación de lo pactado en los diálogos de paz entre el gobierno y las fuerzas armadas revolucionarias de Colombia, ellos quienes han vivenciado el problema tienen un criterio para decidir sobre lo acordado.

De esta manera, los medios de comunicación toman estos lugares como fuentes de enunciación donde se gesta la noticia y establece un discurso ya sea a favor o en contra de los acuerdos, por una parte, no ha sido posible perdonar, por la otra, se vislumbra la esperanza del progreso a través de la firma de los acuerdos de paz.

Otro ejemplo claro de la importancia de los lugares de enunciación en la noticia, y que puede a la vez verse como una estrategia de polarización, es la vinculación de instituciones como la religiosa, que tienen el poder de mover al público a través del discurso doctrinal, para ello tomamos como referente dos noticias del diario *El Tiempo*:

| Título de la noticia   | Lugares de enunciación  | Contexto sociopolítico   |
|--|---|--|
| <p>Iglesia Católica impulsa campaña pedagógica para la paz.</p> <p><b>Fecha:</b> 28 de septiembre de 2016.</p> | <p>tomamos a la iglesia católica y la Conferencia Episcopal de Colombia como el sector principal de esta. (párrafo 4, línea 1 y 2).</p> | <p>La iglesia católica es una institución religiosa que abarca una comunidad de personas creyentes que siguen todos una misma fe. En la noticia analizada el papel que cumple la iglesia, más allá de ser religioso es un papel político, lo que se puede notar en los comunicados hechos por la conferencia episcopal de Colombia en los párrafos 4 y 5. Por otra parte, es grande la influencia de la iglesia que bajo un discurso doctrinal ligado al discurso de la paz insta a todos sus fieles devotos a apoyar los acuerdos, como se puede notar en el párrafo 6.</p> |

*Tabla 4. Rejilla de análisis, Lugares de enunciación y contexto socio político (discurso religioso).*

| Título de la noticia  | Lugares de enunciación  | Contexto socio político  |
|---|---|--|
| <p>El pastor de Cartagena que le dice 'No' al plebiscito por la paz</p> <p><b>Fecha:</b> 2 de septiembre del 2016</p> | <p>Tomamos como referente en los lugares de enunciación la ciudad de Cartagena, lugar desde donde se pronuncia el pastor Miguel Arrazola y también la comunidad Cristiana Evangélica.</p> | <p>La iglesia cristiano evangélica es una de las instituciones religiosas más grande del país, con aproximadamente 10 millones de seguidores según el consejo evangélico de Colombia (Cedecol). En la campaña del plebiscito este sector se mostró en contra de los acuerdos de paz.</p> |

*Tabla 5. Rejilla de análisis, lugares de enunciación y contexto socio político (discurso religioso)*

En ambas noticias se presentan sectores religiosos no solo como actores en la noticia, sino también como parte de los lugares de enunciación, en el sentido de que la noticia se gesta en torno a la comunidad religiosa; ya sea católica o cristiana, de tal manera que el discurso va dirigido directamente a los miembros de dichas organizaciones y a las personas creyentes en general. En la noticia uno cabe resaltar que la conferencia episcopal de Colombia se encuentra en la ciudad de Bogotá, centro de las decisiones políticas de la nación y aunque Colombia constitucionalmente se declara un estado laico, la iglesia católica aún tiene injerencia en asuntos políticos, tal como se evidencia en la declaración del episcopado de implementar una pedagogía para la paz. Por otro lado, en la noticia 2, desde una de las ciudades costeras del país, el líder de una de las congregaciones cristianas más grandes de Cartagena, pronuncia un discurso contundente en contra de los acuerdos de paz.

---

Se puede observar en estos dos ejemplos que el lugar de enunciación de ambas noticias relaciona el espacio geográfico con una comunidad religiosa, por un lado la comunidad católica y por el otro la comunidad Cristiana-Evangélica y desde ambos escenarios se construyó un discurso mediado por política y religión en el cual se entremezclaban la ideología y la fe, por ejemplo: "El anticristo está en Colombia", o "no es paz, es una trampa" como aparece en la primera línea de la noticia 2, de acuerdo a lo anterior, ¿cuál es la importancia de presentar esas noticias en los medios? ¿cuál es la influencia de los sectores religiosos en el panorama político del país?

Como respuesta estos cuestionamientos, a modo de ejemplo vemos las reacciones del público en relación al discurso religioso y el panorama político de las campañas del plebiscito por la paz, haciendo un recorrido por la sección de comentarios dispuesta por la *Revista Semana*, entre los comentarios consideramos los siguientes:

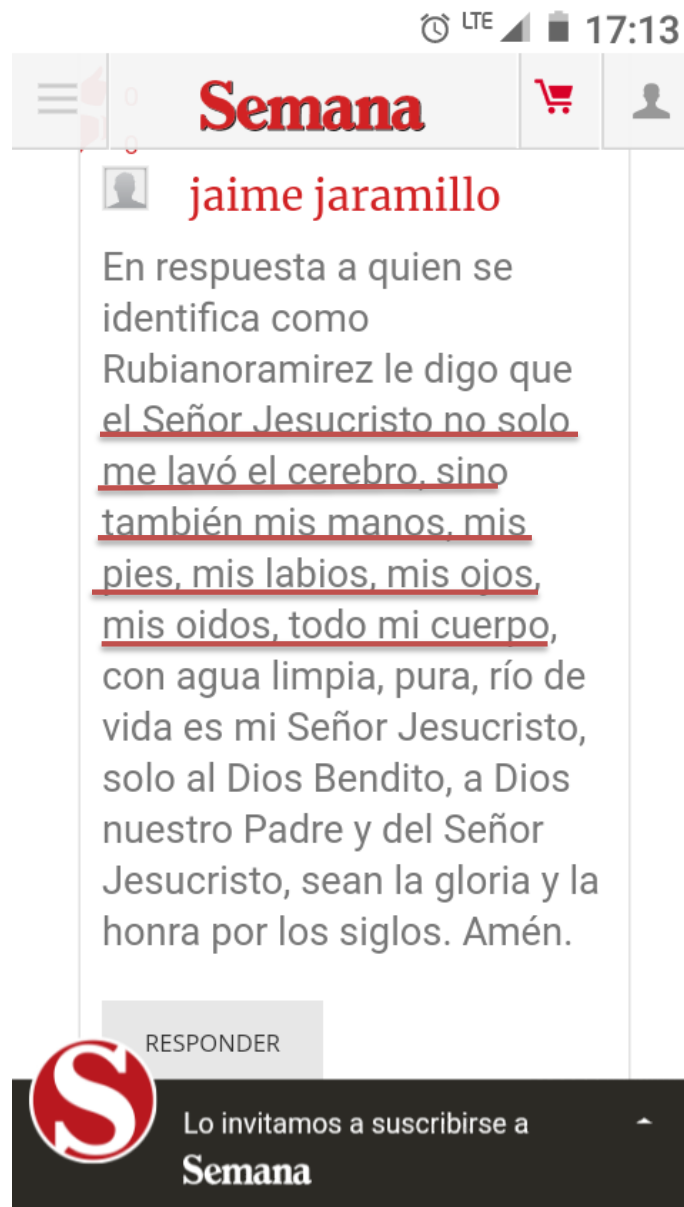








Ilustración 13 Caja de comentarios. Revista Semana. (2016). Recuperado de <https://www.semana.com/nacion/articulo/plebiscito-por-la-paz-el-voto-de-los-evangelicos-es-decisivo-para-la-campana/494042>








17:14





0

**Semana**






**jaime jaramillo**

Juan 14:27Reina-Valera 1960 (RVR1960) 27 La paz os dejo, mi paz os doy; yo no os la doy como el MUNDO la da. No se turbe vuestro corazón, ni tenga miedo. Santiago 4Reina-Valera 1960 (RVR1960) 4 ¿De dónde vienen las guerras y los pleitos entre vosotros? ¿No es de vuestras pasiones, las cuales combaten en vuestros miembros?... 4 !!Oh almas adúlteras! ¿No sabéis que la amistad del MUNDO es enemistad contra Dios? Cualquiera, pues, que quiera ser amigo

del MUNDO, se constituye enemigo de Dios... “Al César lo que es del César y a Dios lo que es de Dios” (Mt. 22, 21). ¿Estaría Él así legitimando al poder pagano? ¿Estaría legitimando la dominación romana, sus atrocidades y —en consecuencia— la obediencia de su pueblo, el pueblo de Dios, a ese poder arbitrario? La palabra de nuestro Señor Jesucristo, hermanos era solo para el pueblo de Israel? Su palabra no es para nosotros también? Les escribo esto a mis hermanos y hermanas en Cristo. Los

Ilustración 14 Caja de comentarios. Revista Semana. (2016). Recuperado de <https://www.semana.com/nacion/articulo/plebiscito-por-la-paz-el-voto-de-los-evangelicos-es-decisivo-para-la-campana/494042>

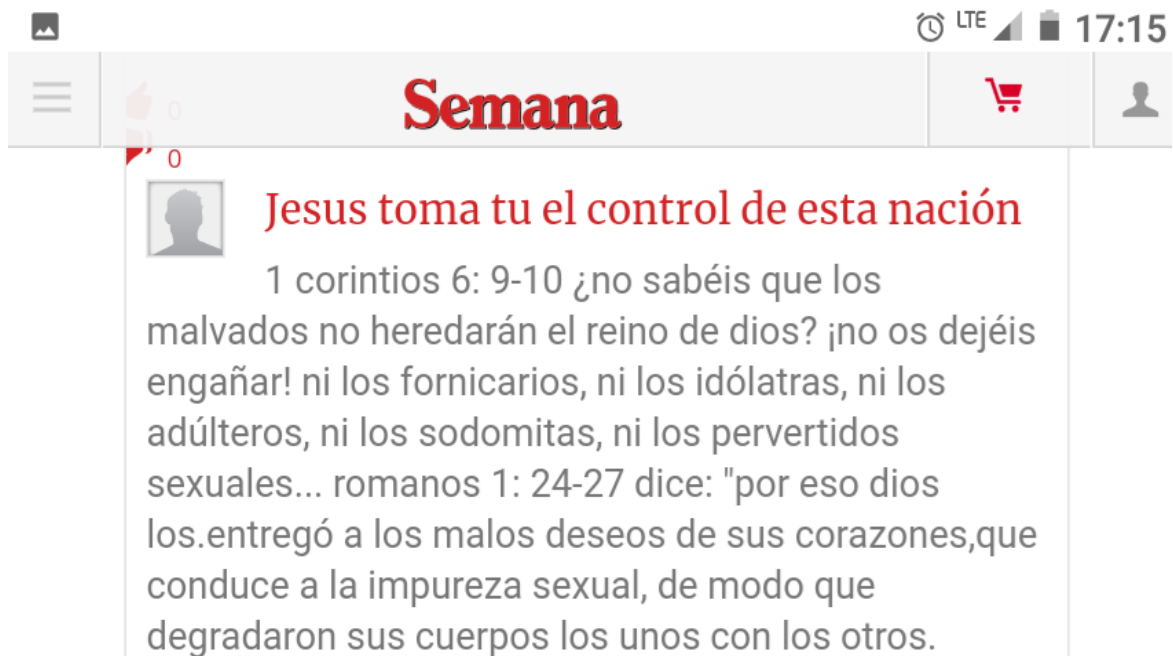
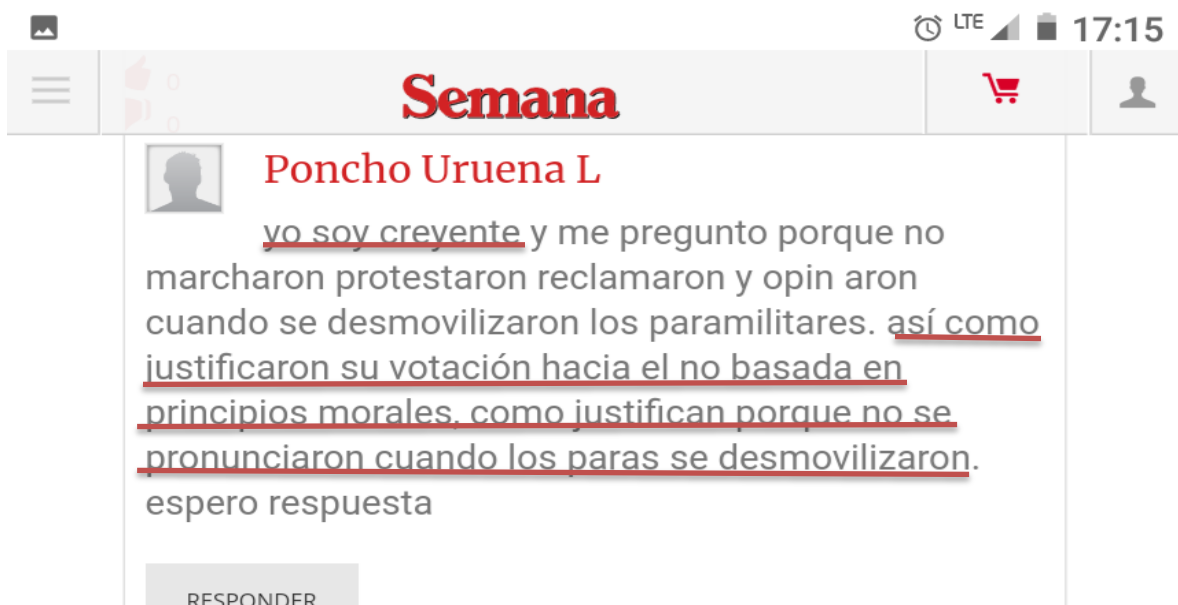


Ilustración 15 Caja de comentarios. Revista Semana. (2016). Recuperada de <https://www.semana.com/nacion/articulo/plebiscito-por-la-paz-el-voto-de-los-evangelicos-es-decisivo-para-la-campana/494042>



*Ilustración 16 Caja de comentarios. Revista Semana. (2016). Recuperada de <https://www.semana.com/nacion/articulo/plebiscito-por-la-paz-el-voto-de-los-evangelicos-es-decisivo-para-la-campana/494042>*

Tal como se puede ver en los comentarios, a través de este tipo de discursos se suscitan varias reacciones por parte del público, se establece una relación entre la fe y la política, donde resulta casi pagano contradecir la voz del pastor o el sacerdote, así pues, que este tipo de discursos aparezca en los medios de comunicación representa una forma de divulgación o de pregonar las posturas de estas instituciones religiosas con referente al tema. Así pues, tal como lo menciona Van Dijk (1999), este tipo de discurso religiosos puede controlar; al menos indirectamente, las acciones de la gente, tal y como sabemos por la persuasión (p. 186). En este sentido, se puede evidenciar cómo se construyen entre las instituciones esas relaciones de poder que se traslapan en los medios de comunicación.



## 4.RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Si bien las plataformas digitales de los diarios analizados cumplen una función periodística al estar a la vanguardia de los acontecimientos y presentar las primicias del día, a su vez, éstas cumplen un rol que, más allá de ser informativo, pasa a ser político, ideológico y social; moldeado por la estructura mediática y las relaciones entre instituciones y empresas con los medios de comunicación, bajo estas relaciones de poder se crean los diferentes discursos noticiosos, a través de los cuales se construyen realidades y se transmiten al público.

La noticia es un acontecimiento trascendental en cualquier parte del mundo, pero, ¿de qué manera se transmite una realidad dentro de la noticia? ¿cuál es la importancia que tiene la información en una sociedad?, bajo estos cuestionamientos tal y como se plantea en el inicio de este trabajo, la información es una representación de una verdad o realidad, la cual dentro de una noticia se construye a partir de un suceso, de esta manera el uso y el manejo de la información se convierte en un modo de uso y manejo del poder, para Pellegrini (1991), esto sucede en la medida en que ésta representa la brecha del conocimiento, es decir, quienes tienen un mayor acceso a la información tienen a su vez un mayor conocimiento, así pues, la calidad de la información tal y como se presenta también refleja un factor de desigualdad debido a que el ocultamiento de la información conlleva a una incapacidad de comprensión de los acontecimientos.

De esta manera, muchas veces la acción de la prensa se ve influenciada por las relaciones de poder que se tejen a través de las instituciones, es por ello que, uno de los elementos principales dentro del análisis discursivo fue identificar cómo se tejen estas relaciones y cómo se presentan en los medios informativos, Así pues, de acuerdo a lo planteado en el objetivo general de este trabajo, al analizar las

---

noticias e identificar cuáles son los actores discursivos dentro de ésta y ver lo que representan sus voces en la realidad plasmada en ese acontecimiento trascendental, permite verificar la disputa de poderes en consecuencia de intereses por de los cuales se construye una representación de la realidad en el discurso. Las realidades emergentes en la noticia se construyen a partir de las voces de los actores discursivos, quienes son representantes de una colectividad o grupo social concreto, Pardo y Hernández (2006), Ubica las voces de los actores como un modo de persuasión en el cual se muestra la posición de un sector en contraposición a la visión adoptada por otro sector de la sociedad, así como se puede notar en las campañas del plebiscito, de esta manera, los actores participantes en el discurso se ajustan a las pretensiones de los medios de comunicación.

En esa medida, la información se convierte en un factor de gran importancia, ya que a través de esta se atraviesa a los sujetos, a quienes se le conduce a una realidad creada. Pellegrini (1991) lo define como una realidad virtual, creada por los medios, la cual influye en la conducta de los individuos, “sobre la base no de lo que efectivamente sucede sino sobre lo que se aparenta suceder” (p.9). Ahora bien, para dar a conocer cómo se identifican los actores discursivos dentro de la noticia en torno al plebiscito por la paz en Colombia se resaltó a los representantes del gobierno y de la oposición, los representantes de organizaciones sociales y sindicales, los académicos, las víctimas del conflicto, e incluso, los líderes religiosos; quienes fueron las principales voces que se tuvieron en cuenta al momento de presentar las noticias relacionadas a los diálogos de paz durante las campañas..

A modo de ejemplo, dentro de las estrategias de polarización y formas de enmascaramiento, tal y como se presenta en este trabajo, la postura de líderes religiosos resultó ser un factor determinante en los resultados del plebiscito, como lo fue la campaña del pastor de Cartagena que apoyó de manera ferviente el No. Este tipo de discurso puede resultar convincente pues, teniendo en cuenta que el consumo de los medios es diferente en los distintos grupos sociales, en este caso específico, para la comunidad cristiana afirmaciones tales como: “los acuerdos del

diablo" o "el anticristo está en Colombia", representa un peligro latente, así pues, en forma sutil pero directa, los medios influyen en las actitudes y conducta oficiales de las personas (Pellegrini, 1991).

Así pues, en cumplimiento del cuarto objetivo específico, una vez analizada la noticia y el lenguaje usado en las mismas, se hizo una revisión de los comentarios o reacciones del público en cuanto al contenido de estas, donde se puede notar cómo a través de la retórica y de los signos en las noticias se puede decir lo mismo, pero en distintos sentidos, es decir, el mismo acontecimiento presentado de diferentes formas según el lenguaje, los verbos y adjetivos usados en el discurso, lo cual crea diferentes tipos de reacciones dentro del público. Muchos de los discursos en las noticias apelan a la emocionalidad como forma de captación del público.

Siguiendo con el ejemplo del discurso religioso en medio de las campañas del plebiscito y la aparición de estos en los medios de comunicación, cabe resaltar las diferentes posturas dentro de los comentarios hechos en los espacios de opinión, lo que permite identificar de qué manera discurso religioso surte un efecto influyente en un grupo social específico, esa combinación de la fe y la política se aferra a una doctrina y de cierta manera a un fanatismo que impulsa al creyente y que determina sus acciones.

De acuerdo a lo anterior, la construcción del discurso noticioso está articulado por varios elementos, a través de los cuales se procura la captación del interés del público y por ende la aceptación del mismo, por consiguiente, el discurso mediático está intervenido por varios actores e instituciones a través de los cuales se determina el contenido de la noticia, tal como lo expresa Foucault (1970) en el principio de exclusión del discurso, de esta manera, los diarios *El Tiempo* y *El Espectador* siendo medios de cobertura nacional y trascendencia histórica sirvieron como ejemplos para determinar cuáles son los actores discursivos, lugares de

---

enunciación, estrategias de polarización en las noticias generadas antes, durante y después del plebiscito por la paz en Colombia.

El análisis de las noticias seleccionadas en un corpus se realizó a través de ciertos niveles estratégicos de análisis crítico del discurso, los cuales se mencionaron en párrafos anteriores, a partir de ahí, se observa cómo desde el uso del lenguaje, la retórica, la semiótica y los sintagmas se modela y moldea el discurso en relación a un evento específico, en una misma noticia presentada en los distintos diarios se puede notar las diferentes posturas de los redactores y por ende la carga ideológica que hay inmersa en la misma, cada palabra es usada de manera estratégica para transmitir una idea, para lograr convencer e incluso motivar al público.

Por otra parte, los lugares de enunciación cobran una importancia especial en el discurso noticioso, siendo estos el epicentro donde se gesta la noticia y por ende, donde se determina a quién va dirigida, los lugares de enunciación también resultan estratégicos dentro del objetivo de persuadir, convencer y motivar al público, como se puede observar en el ejemplo presentado anteriormente, donde los lugares que han sido afectados por el conflicto armado o donde se vivió de manera directa la guerra entre el ejército y la guerrilla, fueron lugares donde las campañas del plebiscito hicieron presencia y a diferencia de las otras zonas del país estos lugares se muestran como testigos especiales del conflicto.

Con todo ello; la emocionalidad, la combinación de la fe y la ideología, el uso estratégico de las palabras y las voces de los actores, enmarcan las formas de enmascaramiento de las noticias mediadas por las relaciones de poder tejidas entre las instituciones sociales y estatales como lo es la relación entre política y religión muy marcada en las campañas del plebiscito y quizás una de las más determinantes en el resultado de las votaciones.

## LISTADO DE REFERENCIAS

- Alturo, N. (2010). Coherencia discursiva: dimensiones contextual, conceptual y gramatical. En Barcelona: España. Universidad de Barcelona.
- Antezana, C. (2007). El análisis del discurso de Foucault. En Durango: México. Universidad pedagógica de Durango.
- Basset, Y. (2018). Claves del rechazo del plebiscito para la paz en Colombia. Estudios Político (Vol. 52, pp. 241-265).
- Begoña, G., Rodríguez, M., Gallego, M. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. En Barcelona: España. Signo y Pensamiento (Vol. XXIX, pp. 268-285).
- Benveniste, E. (1970). El aparato formal de la enunciación. En París, Francia: Didier-Larousse.
- Bourdieu, P. (1990). Sociología y cultura. En México D.F. Editorial Grijalbo, S.A.
- Bouza, F. (1998). La influencia política de los medios de comunicación: mitos y certezas del nuevo mundo. Madrid: España. Fundación general de la Universidad Complutense de Madrid (pp. 237-52.)
- Bustos, J. (2013). Polarización mediática vs. Polarización en las redes sociales. Estudio de los perfiles de El País y El Mundo en Twitter. Málaga, España: Universidad de Málaga.
- Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. Revista Mexicana de Opinión Pública (p. 61-78).
- Cassany, D. (2009). Para ser letrados. Barcelona España: Editorial Paidós. En: Bogotá, Colombia. Universidad de los Andes.
- Charry, C. (2013). Diálogos de paz en Colombia una mirada desde los medios de comunicación.

- 
- Charry, C. (2014). Opinión pública y proceso de paz en Colombia en 2014. En Bogotá: Colombia. Anuari del conflicte social (Vol. 4, pp. 510-545).
  - Celigueta, G., Canals, R. (2012). Antropología sobre la paz. En Barcelona España: Universidad de Barcelona.
  - Cortés, D. (2016). Representación indígena en el periodismo colombiano: el cómo y el por qué. Jangwa Pana, 15(1), (pp. 88-104).
  - Dickey, S. (1993). La antropología y sus contribuciones al estudio de los medios de comunicación. En Cambridge: Inglaterra. Cambridge University Press.
  - Domingo, P., Castillo, L. (2009). Antropología de los procesos políticos y del poder. En ciudad de México: México. Alteridades (vol. 19, pp. 107-127).
  - Foucault, M. (1970). El Orden del discurso. En Buenos Aires: Argentina. Tusquets Editores.
  - Fowler, R. (1996). Hacia una lingüística crítica. En Londres Inglaterra. Routledge.
  - Garzón, J. (2003). El posconflicto en Colombia: coordenadas para la paz. En Bogotá: Colombia. Universidad Javeriana.
  - Grzincich, C. (1992). La comunicación discursiva en Mijaíl Bajtín. El enunciado y los géneros discursivos. Córdoba, Argentina: El Cactus, 124-131.
  - Gutiérrez, S. (2010). Discurso periodístico: una propuesta analítica. *Comunicación y sociedad Departamento de Estudios de la Comunicación Social Universidad de Guadalajara* (14), 169-198.
  - Hine, C. (s.f). Etnografía Virtual. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad Editorial UOC, 1-18.
  - Hodge, R., & Kress, G. (1988). Social semiotics. In New York: USA. Cornell University Press.
  - Howard, D. (S.F). La teoría del discurso. En Lima: Perú. Universidad nacional mayor de San Marcos.

- Íñiguez, L. (1993). De discursos, estructuras y análisis: ¿qué prácticas?, ¿en qué contextos? En Barcelona: España. Universidad Autónoma de Barcelona.
- León, J. (2014). Perspectiva para abordar la Unidad Curricular Epistemología de la comunicación Desde una crítica a la comunicación mediática. *Blog de José Javier León*. Obtenido de Blogspot.com: <http://josejavierleon.blogspot.com/2014/10/perspectiva-para-abordar-la-unidad.html>
- Londoño, D. (2011). Análisis crítico del discurso y arqueología del saber: dos opciones de estudio de la sociedad. En Manizales: Colombia. Universidad de Manizales.
- Merino, M. (2006). Propuesta metodológica de Análisis Crítico del Discurso de la discriminación percibida: A methodology proposal. *Revista signos*, 39(62), (pp. 453-469).
- Miramón, M. (2013). Michel Foucault y Paul Ricoeur: dos enfoques del discurso. Universidad autónoma del estado. La colmena (Vol. 78, pp. 55).
- Pardo, N. y Hernández, E. (2006). Avances en la consolidación metodológica de los estudios del discurso. Bogotá, Colombia: *Avances en mediación*(4), 23-46.
- Pellegrini, S. (1991). Medios de comunicación, poder político y democracia. En Viña del mar: Chile. Universidad Católica.
- Pérez, A. (2007). Análisis del discurso mediático sobre el Estado Comunitario. Bogotá: Colombia. Universidad del Rosario (pp. 27).
- Rettberg A. (2002). Preparar el futuro: conflicto y post-conflicto en Colombia. En Bogotá: Colombia. Universidad de los Andes, Fundación Ideas para la Paz.
- Rojas, V. (2013). Análisis de los Elementos que componen el Modelo y la Estructura del Diagnóstico Estratégico. En Monterrey: México. Universidad Tecnológica de Monterrey.
- Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer análisis de discurso. En Valparaíso: Chile. Cinta Moebio (Vol. 41, pp. 207-224).

- 
- Saura, J. (2008). El discurso mediático y sus consecuencias para la interculturalidad. En Murcia: España. Discurso y sociedad (Vol. 4, pp. 816-838).
  - Silva, G. (2008). La Teoría del conflicto. En Bogotá: Colombia. Universidad Militar Nueva Granada.
  - Van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. Barcelona, España: Anthropos Huellas del Conocimiento, (pp. 23-36).
  - Van Dijk, T. (1990). La noticia como discurso Comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona, España: Paidós, Ibérica S.A.
  - Van Han, N. (2014). Contrast and Critique of Two Approaches to Discourse Analysis: Conversation Analysis and Speech Act Theory. In Australian: International Academic Centre. Advances in Language and Literary Studies (Vol. 5, pp. 155-162).
  - Vera, J. (2015). Antropología y “estudios de la violencia” en Colombia: en busca de una perspectiva crítica. Bogotá, Colombia: Departamento de Antropología Pontificia Universidad Javeriana.