



Universidad del
Rosario

**Análisis del cubrimiento de la *Revista Semana* y el periódico *El Tiempo* al
caso de la Comunidad del Anillo**

Presentado por:

María Fernanda Zabala Trujillo

**Universidad del Rosario
Escuela de Ciencias Humanas
Bogotá, Colombia
2021**

**Análisis del cubrimiento de la *Revista Semana* y el periódico *El Tiempo* al caso de la
Comunidad del Anillo**

Presentado por:

María Fernanda Zabala Trujillo

Tesis presentada como requisito para obtener el título de:

Profesional en periodismo y opinión pública

Director:

Eduar Barbosa Caro

Escuela de Ciencias Humanas

Periodismo y Opinión Pública

Universidad del Rosario

Bogotá, Colombia

2021

Tabla de contenido

1. Planteamiento del problema	1
2. Justificación	4
3. Pregunta	5
3.1 Objetivo general	5
3.2 Objetivos específicos	5
4. Estado del arte	6
4.1 Los géneros informativos y de opinión en la construcción de la agenda mediática	6
4.2 La cobertura mediática de los escándalos de corrupción en Colombia	10
5. Marco conceptual	14
5.1 Géneros informativos y de opinión	15
5.2 Relación entre los medios de comunicación y la corrupción	21
5.3 Consolidación de una agenda mediática	26
5.4 La implementación de la teoría del <i>Framing</i>	31
6. Metodología	34
7. Resultados	35
8. Discusión	45
9. Referencias	

Planteamiento

A través de los años los medios de comunicación colombianos se han encargado de informar a la población sobre los diferentes casos de corrupción, así como de otros temas del orden nacional, que han afectado directamente el orden y la justicia en el país. En la historia colombiana, el periodismo ha contribuido a la configuración de la opinión pública respecto a escándalos que involucran a algunas de las instituciones más importantes del país, y que como resultado de múltiples indagaciones dentro del marco del periodismo de investigación, han representado hitos históricos según Caminos (1997).

El periodismo de investigación (PI) tiene un sello de identidad propio, caracterizado porque va más allá y busca esa información que no circula por los cauces normales. Es un periodismo profundo, que exige tiempo y dedicación, búsqueda constante. Un camino diferente al de la información. (Caminos, 1997, p. 17)

Teniendo en cuenta lo anterior, debemos entender que a pesar de que la investigación es inherente al trabajo periodístico, es indudable que es una actividad principalmente aplicada en el ámbito propiamente investigativo, y que garantiza un mayor grado de objetividad en el tratamiento de los hechos; lo anterior se presenta dado que permite evaluar de forma más crítica los sucesos que afectan a las diferentes esferas sociales.

En este orden de ideas, el ejercicio periodístico basado en la información sensible de los hechos se convierte en un detonante social, y aún más cuando de esto depende el futuro de un grupo específico. Para aterrizar un poco más este tema, y ver como se evidencia en la realidad, podemos focalizar esta conversación en el tratamiento periodístico que se le dio al caso denominado “La Comunidad del Anillo”, un escándalo de corrupción que se desarrolló entre el 2006 y el 2010 en la Escuela de Cadetes de Policía General Francisco de Paula Santander (ECSAN), una de las principales escuelas de formación de oficiales de la Policía Nacional de Colombia, y que involucró a cadetes, comandantes, congresistas y al para ese entonces, Director General de la Policía Nacional de Colombia el General Rodolfo Palomino.

El *boom* mediático de este hecho se desató a finales del 2015 cuando un grupo de reconocidos periodistas en Colombia, entre ellos Vicky Dávila y Daniel Coronel, después de una investigación exhaustiva, reunieron las pruebas suficientes para demostrar que dentro de la ECSAN se había configurado una organización de servicios sexuales entre miembros de la Policía y congresistas. Los medios de comunicación se volcaron inmediatamente a cubrir este

asunto, basándose principalmente en las declaraciones de la Policía y del Gobierno. Cualquier cosa que se dijera sobre el tema inmediatamente se convertía en noticia.

Caminos (1997) afirma que en este tipo de escándalos tan relevantes se puede observar que los medios de comunicación, en su mayoría, “se caracterizan por una acusada pasividad hacia determinadas fuentes de información. Pasividad que conduce a la publicación de textos que no han sido suficientemente verificados ni contrastados” (Caminos, 1997, p.14). Esto limita considerablemente la información, puesto que no existe la rigurosidad ni el análisis suficiente de los hechos, lo cual permite a su vez la configuración de un periodismo que no va más allá de lo que dicen las fuentes.

Si bien es cierto que el afirmar que esta situación se presenta en todo el ámbito periodístico puede llegar a considerarse una generalización, también lo es que otros autores se han pronunciado al respecto. Rincón (2017) afirma que el periodismo se encuentra en crisis.

Se ha pasado a practicar un negocio, a apoyar a las amistades políticas, a promover la desinformación y a practicar el sensacionalismo (...) una respuesta está en que no depende de los periodistas sino de los medios, y la solución mediática ante esta crisis no está en intentar el oficio ético del contexto, el contrapoder y el sentido, y la práctica narrativa de buenas historias, sino acudir a lo tecnológico, lo que genere rating y clics, al periodista obediente. (Rincón, 2017, p. 20).

Partiendo de esto, se podría decir que actualmente gran parte del periodismo se ha tornado hacia el consumo, es decir ha concentrado su atención en aumentar su audiencia aun si esto significa dejar de lado la profundidad y ser más sensacionalista, lo cual representa un peligro inminente para la práctica periodística y para la conformación de la opinión pública.

Ahora bien, un cubrimiento similar se desarrolló a lo largo de la controversia en el caso de la Comunidad del Anillo. En su momento, el tema se convirtió en un *hit* para los medios teniendo en cuenta su magnitud y que se vieron involucradas figuras importantes como el entonces Coronel de la Policía Jerson Castellanos, el Mayor Wilmer Torres Orjuela, el Viceministro del Interior Carlos Ferro y el Director General de la Policía Nacional de Colombia, el General Rodolfo Palomino, entre otros. Un cubrimiento mediático que acaparó inmediatamente la atención, teniendo en cuenta que el tema en sí era relevante y propiamente escandaloso. Pero más allá de simplemente contar las actualizaciones del caso, algunos medios

consideraron necesario brindarle a la audiencia un análisis a profundidad que les permitiera entender no sólo la gravedad del hecho, sino también las repercusiones que este tendría a futuro.

Fue entonces cuando el periodismo de opinión apareció como una forma de entender lo que estaba sucediendo más allá del cubrimiento escandaloso, que por la naturaleza del tema, se empezó a desarrollar en el cubrimiento mediático. Antes que nada, se debe tener en cuenta que en el periodismo de opinión “están contenidos los temas a través de los cuales el medio, en este caso escrito, da cabida a las reflexiones, análisis y juicios que estime necesarios, de acuerdo con la posición que adopte en los distintos tópicos” (Vargas, 2019, p. 33), lo que se encuentra ligado a la interpretación de la realidad. Por lo general, este tipo de periodismo transmite opiniones individuales que el medio utiliza para expresarse frente a un hecho en particular, y comúnmente se aclara que las opiniones y notas firmadas son exclusiva responsabilidad de los autores.

Desde el periodismo de opinión las investigaciones están enfocadas en la ampliación de la percepción de la audiencia y en la presentación de multiplicidad de puntos de vista, lo cual no solo enriquece la interpretación, sino que permite que la opinión en la audiencia se configure a partir de la consolidación de un bagaje suficientemente sólido sobre el hecho. Esto contribuye a la consolidación de una opinión basada en argumentos que no desconoce ninguna visión y que configura un debate público.

El periodismo de opinión, al mediar en la comunicación de masas, podría tener una gran influencia sobre el público al determinar qué asuntos poseen interés informativo y cuánto espacio e importancia se les da. Por los anteriores motivos, el caso de la Comunidad del Anillo es entonces un objeto susceptible de ser investigado porque representa uno de los escándalos de corrupción más relevantes a nivel nacional y del cual, su cobertura, fue objeto de estudio tras poner sobre la mesa un debate respecto a la ética periodística y a la agenda mediática que se manejó para ese entonces en el periodismo colombiano.

Partiendo de este hecho, el presente trabajo pretende realizar un análisis de contenido del cubrimiento mediático que la Revista Semana y el periódico El Tiempo le dieron a este hecho desde noviembre del 2015 hasta mayo del 2016. Así se busca observar cómo se cubrió este caso desde el periodismo informativo y de opinión. Asimismo, se busca comprender la estructura, los productos periodísticos, el tono, las fuentes y demás elementos empleados por ambos medios para dar cuenta de cómo se construyó una narrativa que puede responder a las

necesidades de un público que consume periodismo crítico. Además de analizar cómo los medios de comunicación informaron sobre el tema, el interés de este estudio es indagar cómo desde el periodismo de opinión se presentaron los hechos, y entender a profundidad, qué análisis se le dio a esta situación en ese entonces.

Justificación

Se escogió la Revista Semana para realizar este estudio debido a que es la segunda revista paga con mayor cantidad de audiencia a nivel nacional según la Encuesta General de Medios realizada en el 2017. Uno de los fuertes de este medio de comunicación es la realización de periodismo de opinión, cuyo objetivo se basa en la exposición y argumentación del pensamiento del periodista acerca de un tema. Por otro lado, el periódico El Tiempo es en la actualidad el diario de mayor circulación en Colombia, y para el 2016 (año en el que se destapó el escándalo) lideró el ranking de periódicos más leídos a nivel nacional que arrojó también la Encuesta General de Medios. Teniendo en cuenta todo lo anterior, considero que el análisis de estos dos medios me permitirá comprender inicialmente de qué forma este tema fue tratado y qué elementos fueron esenciales para la construcción de opinión en la audiencia que consumió esta información.

Ahora bien, es importante aclarar por qué la investigación analizará únicamente los productos periodísticos publicados entre noviembre del 2015 y mayo del 2016. Esto se debe a que a pesar de que la prensa colombiana había insinuado levemente irregularidades dentro de la institución antes de esta fecha, solo fue hasta después de noviembre del 2015 que el tema empezó a tener relevancia en Colombia ya que salieron a la luz pruebas contundentes. El para entonces Capitán de la Policía Nacional Ángel Palacios realizó una serie de declaraciones que vincularon al caso a figuras como Carlos Ferro, quien se desempeñaba como Viceministro del Interior, al Coronel (r) Jerson Jaír Castellanos y al General Rodolfo Palomino, entre otros. Además, fue durante el 2016 que se creó un debate en torno al periodismo y sus límites como resultado de la controversia generada por la publicación del video, que contenía una discusión de alto contenido sexual, que involucró a Palacios y a Ferro.

Por otro lado, uno de los puntos más importantes de este trabajo está enfocado en analizar cómo desde el periodismo de opinión se logra consolidar una posición más o menos neutral, puesto que le permite a la audiencia conocer los argumentos de distintas posturas. Finalmente

se considera que el tema anterior es susceptible de ser abordado desde la investigación académica porque es un asunto estructural, tanto a nivel social como periodístico, pues su investigación tuvo también repercusiones en los medios de comunicación y generó debates en torno al deber ser del periodista encaminando la discusión ética. Además, al realizar una búsqueda de trabajos que trataran temas similares al propuesto se encontró con un vacío teórico en el análisis del cubrimiento mediático que se tuvo de este hecho. Por lo general, los textos encontrados optan por estudiar el hecho en sí para dar cuenta de la magnitud y el impacto que tuvo.

Pregunta

¿Cómo se desarrolló el despliegue informativo y de opinión en el cubrimiento mediático realizado por la Revista Semana y el periódico El Tiempo sobre el caso denominado “La Comunidad del Anillo” desde noviembre del 2015 hasta mayo del 2016?

Objetivos

General:

- Evidenciar los rasgos periodísticos informativos y de opinión usados por la Revista Semana y el periódico El Tiempo en el cubrimiento del caso denominado “La Comunidad del Anillo” desde noviembre del 2015 hasta mayo del 2016.

Específicos:

- Caracterizar las publicaciones realizadas por la Revista Semana y el periódico el Tiempo sobre el caso denominado “La Comunidad del Anillo” desde noviembre del 2015 hasta mayo del 2016, para determinar los tipos de encuadres usados en ambos cubrimientos.
- Identificar la agenda mediática contenida en el cubrimiento de la Revista Semana y el periódico el Tiempo sobre el caso denominado “La Comunidad del Anillo” desde noviembre del 2015 hasta mayo del 2016, para determinar las diferencias o similitudes en los discursos que emplearon los medios.
- Comparar los elementos esenciales del cubrimiento realizado desde los géneros informativos y de opinión en la Revista Semana y el periódico el Tiempo sobre la denominada Comunidad del Anillo desde noviembre del 2015 hasta mayo del 2016.

Estado del arte

1. Los géneros informativos y de opinión en la construcción de la agenda mediática

En esta categoría se analizará de qué forma las empresas informativas configuran agendas mediáticas y discursos específicos, a partir de la jerarquización de información que responde a una postura específica. A lo largo de este apartado se expondrán algunos textos que estudian la configuración de este tipo de discursos desde los géneros informativos y de opinión para dar cuenta de las variaciones que existen y los elementos estructurales específicos de cada uno, entre otros elementos que son pertinentes para esta investigación.

La creación de los géneros informativos y de opinión permitieron que, a través de los años, el periodismo haya cumplido con la función de descifrar y transmitir la realidad de las diferentes esferas sociales, políticas, económicas y culturales en pro de la construcción de opinión. Según McCombs (2006) los medios, por su papel de mediador entre la verdad y las audiencias, han permitido que se configuren diferentes agendas mediáticas que responden a los intereses de la población que lo consume y a un modelo *predeterminado* por los medios y por la naturaleza del mismo género. La conformación de una agenda mediática se ha convertido en el objeto de estudio de diferentes investigaciones en donde se analizan elementos tales como estructura, características, tono y el discurso que promueve para hablar de impacto.

En este sentido, el periodismo se ha convertido en el creador de una agenda mediática que promueve una organización particular de la información, lo que termina dándole poder sobre la misma. Como resultado de esto, a lo largo de los años, se han realizado una serie estudios de prensa para entender el modelo en la cobertura que se maneja desde los diferentes géneros periodísticos. Ruano (2013) analizó la conformación de agendas mediáticas desde los géneros informativos a partir del estudio del cubrimiento realizado por El Tiempo y El Espectador a las elecciones para la Alcaldía de Bogotá en el 2011.

Como resultado de este estudio se determinó que para ese entonces los medios se encargaron de transmitir y crear imágenes de acontecimientos sumamente sensibles dentro de la agenda pública, convirtiéndose en herramienta para los candidatos quienes “tratan de influir en la formación de una opinión pública que apoye sus propuestas el día de las elecciones y una forma de hacerlo es a través de los medios de comunicación” (Ruano, 2013, p. 42). Esto en primera instancia, deja ver una interrelación entre la construcción de las agendas pública, mediática y política, que históricamente ha permitido la construcción de discursos que se

configuran dentro de escenarios políticos y sociales concretos. Muñiz y Fonseca (2015) afirman que dentro del mundo mediático de los medios de comunicación, se encuentra una base sólida que sostiene el ejercicio de los medios en la conformación de las prioridades temáticas del público y esto se fundamenta en las tres agendas mencionadas anteriormente, las cuales se evidencian en el flujo informacional que estudiaron en los informes de prensa de las provincias cubanas entre 2011 y 2014.

En su texto, Muñiz y Fonseca basándose en McCombs (2006) sustentan que “determinados temas se ubican en la posición cimera de los intereses políticos, públicos y mediáticos durante un periodo de tiempo relativamente estable.” (Muñiz y Fonseca, 2015, p. 96), lo cual ayudaría a explicar por qué algunos temas son tan absolutamente relevantes al público y otros se quedan en el olvido. Dentro de todo este aparato discursivo es necesario tener presente que dentro del concepto de *Agenda Setting*, se han desprendido estudios sobre otros tres tipos de agenda: la mediática, la política y la pública. Inicialmente los autores definen a la agenda política como el foco de concentración de los temas relacionados a entes gubernamentales o temas que relacionan a figuras importantes a nivel político de una nación.

Por su parte, el segundo tipo de agenda, la mediática, fue creado por Maxwell McCombs y Donald Shaw en 1972. Esta teoría plantea que los medios de comunicación crean una estructura informativa mediática, en la cual escogen los temas sobre los que se habla y se discute. Esta teoría se enfoca en analizar como los medios llegan a “atraer la atención hacia ciertos temas o problemas y al mismo tiempo crear los marcos de interpretación de los acontecimientos sociales”. (Rubio, 2009, p. 9), lo cual claramente representa un ítem importante en los estudios de la comunicación. Finalmente, el tercer tipo de agenda pública es la que se construye en base a las dos agendas mencionadas anteriormente y la cual manejan directamente la masas, influenciada por la jerarquización temática que emplean los medios en el discurso que manejan.

Balán (2011) encontró que la agenda mediática en tiempo de elecciones por lo general está determinada por la agenda política misma, con la intención de que tenga un efecto en el electorado, por lo que en cierta medida refleja lo que en su momento es sensible y por ende es mucho más atractivo en la audiencia, partiendo de la base de que este género es fácilmente digerible. Lo anterior refleja lo que Muñiz (2017) define como la *relación inter-agendas*, el cual se basa en el aparato correlativo entre los tópicos generados por las instituciones políticas y gubernamentales, el tratamiento y priorización que los medios de comunicación le dan a estos

temas y la manera en que las audiencias consumen dicha información. Partiendo de esto se podría llegar a afirmar que de este flujo se determina la valoración *Positiva, Neutra o Negativa*, y los nodos de información sobre los cuales se construyen los discursos y se focaliza la atención encaminado la construcción de la opinión pública.

Ahora bien, una investigación realizada por Casas, Davesa y Congosto (2016) al cubrimiento del 15-M (movimiento social “conectivo” creado a partir de una estrategia en redes), permitió determinar que los medios de comunicación que desarrollan los géneros informativos, por lo general priorizan la voz de las fuentes “oficiales” o directamente implicadas en los temas. De forma que la agenda mediática planteada desde este tipo de géneros periodísticos en cierta medida se condiciona por el debate en la esfera social, y lo que dicen estas fuentes configuran la agenda dependiendo del rango de importancia que tengan las mismas.

Por otro lado, en cuanto a trabajos que involucran la agenda mediática creada desde los géneros de opinión, Alonso (2004) en su tesis doctoral, realizó un análisis del periódico norteamericano *USA TODAY* para dar cuenta de su estructura argumentativa. El aspecto más relevante de su investigación es que descubrió la existencia de un estilo preestablecido en el medio para la creación de textos que son meramente de opinión. Esta estructura responde a un modelo interpretativo que mantiene el siguiente formato “situación + evaluación, situación + problema, evaluación y situación + problema + evaluación” (Alonso, 2004, p. 290).

Los géneros de opinión se han convertido en uno de los más relevantes para la “salud democrática” partiendo del hecho de que hoy en día el periodismo se ve obligado a competir con fuentes anónimas que se convierten en emisores. Abejón (2013) determinó, a partir de un estudio de los géneros de opinión empleados en 13 medios de comunicación españoles (El País, El Mundo, Público, La Razón, ABC, COPE, Onda Cero, Punto Radio, Cadena SER, TVE-1, Telecinco, Cuatro y Antena 3), que la opinión está en manos de un grupo reducido de periodistas que en su mayoría son hombres. Otro aspecto relevante es que la autora afirma que este tipo de género se convierte en un filtro esencial “para la sobreinformación, la subinformación y la pseudoinformación que contaminan actualmente el panorama massmediático español (Aranes, 1991: 165-183).” (Abejón, 2013, p. 95).

Por otro lado, los géneros de opinión y los informativos parten desde su creación de la investigación, y en temas políticos muchos de los periodistas que trabajan desde estos géneros

se han autodenominado “reformadores sociales que tratan de influir en los políticos provocando la indignación de sus audiencias” (Tagle, Claro, 2018, p. 417). Lo anterior ha permitido que miles de casos de corrupción salgan a la luz, y que a pesar de los formatos que se utilicen la verdad logré salir a flote.

Dentro de esta dinámica, y especialmente en casos de corrupción, toda la atención se exalta a niveles superiores, por lo que es tarea del periodista dar toda la información relevante sobre los hechos a las masas, y es ahí cuando todo el sistema comunicacional se ve inmerso en un flujo informativo crudo y contundente. Tagle y Claro (2018) en su análisis del tratamiento que los medios de comunicación argentinos y chilenos les dieron a los casos de corrupción de José López y Caval enfocan el estudio bajo la teoría del *Framing*, y su importancia a la hora de analizar el encuadre que se les dio desde los géneros periodísticos. Lo anterior, sitúa la discusión en que los temas y su tratamiento no solo se basan en la jerarquización de los temas, sino que, con el fin de consolidar una opinión fuerte en las masas se crean *encuadres* que permean en el pensamiento del público focalizando su atención.

En conclusión, se encontró que por un lado la agenda mediática de los géneros informativos se construye a partir de la información otorgada por las fuentes, es decir que se constituyen a partir del debate (quien habla, a quién involucra y de qué forma afecta a la esfera social). Por otro lado, se determinó que más allá de un análisis exhaustivo, la cobertura mediática desde los géneros informativos es mucho más atractiva que los géneros de opinión para los protagonistas de los hechos, puesto que tiene la capacidad de servir como plataforma informativa, partiendo de la base de que no es un tratamiento profundo, sino que es meramente informativo.

También encuentro cierto vacío en cuanto al análisis de la agenda mediática promovida desde los géneros de opinión. Esto se debe a que los estudios encontrados priorizan el análisis estructural de los mismos, su poder discursivo y su popularidad en la audiencia. Los estudios usados para este trabajo enfatizan que con la aparición de Internet, los medios de comunicación encuentran en los géneros de opinión una vía alterna para ofrecer una información diferenciada y explicada que difiere del *boom* de la información promovida desde las redes, por su similitud estructural con los géneros informativos.

Finalmente es necesario resaltar que, a partir de lo observado en los estudios similares a este proyecto, se encontró que no existe una distinción clara o relevante entre la agenda que se

maneja en estos dos géneros periodísticos, puesto que su constitución depende de otros factores que influyen de qué temas se va a hablar. En este sentido no se encontraron diferencias que vayan mucho más allá de los niveles estructural, temporal y de desarrollo. Al contrario, se encontró que las agendas son similares, aunque algunos autores mencionados anteriormente afirman que lo que puede influir en la diferencia entre contenido son los encuadres, puesto que estos responden a una dinámica que permite al periodista tener cierta libertad de enfoque a la hora de emitir un producto periodístico.

2. La cobertura mediática de los escándalos de corrupción en Colombia

A continuación, se realizará una introducción sobre la corrupción en Colombia, con la intención de entender cómo el desarrollo de las prácticas corruptas permite la configuración de narrativas periodísticas, que priorizan este tipo de hechos y que responden a un modelo jurídicamente insuficiente, que inevitablemente es llamativo para los medios de comunicación y las audiencias.

Para comenzar a analizar la relación del periodismo y la corrupción se debe tener en cuenta que la relación entre estas dos *empresas* ha constituido fuentes fundamentales de poder y contrapoder, de dominación y de cambio social. Ahora bien, para hablar de prácticas corruptas en Colombia se debe partir de la base manifestada por Gutiérrez (1996) la cual sustenta que las fallas aquí radican en temas meramente institucionales, es decir que están relacionados con una insatisfacción generalizada sobre el sistema gubernamental, los partidos políticos y los resultados de su trabajo. Por lo anterior es natural que un país que vive la corrupción en su máxima expresión, sea un país que sin lugar a dudas ubica este tema en la cúspide de la relevancia. Partiendo de este hecho se podría afirmar que la corrupción en Colombia responde a modelos históricos implantados que obedecen a la lógica de quién es el más hábil, quién convence y quién tiene el poder para ocultar la verdad.

En el artículo académico realizado por Ossa (2014) se analiza la aplicación de las normas estatales que le hacen frente a la corrupción sobre casos puntuales de corrupción colombiana (El carrusel de la contratación). Uno de los aspectos más importantes de este análisis, recae en que el autor considera que en cuanto a procesos de contratación pública:

El modelo de sanción establecido en la normativa colombiana, si bien es bastante alto, sobre todo después de la categorización de delito de esta conducta, el verdadero problema radica en la aplicación de la misma, o mejor, en el organismo encargado de su aplicación. (Ossa, 2014, p. 234)

Lo anterior permite ver una de las falencias más complejas del sistema anticorrupción en Colombia.

Este trabajo construye su estudio en base al modelo de aplicación de la Ley 1474 de 2011 Estatuto Anticorrupción y se relaciona a la perfección con el estudio de caso realizado por Forero, López y Reales (2015), partiendo del hecho de que esta ley es fundamental para analizar los casos de corrupción en contratación pública, relacionados con las obras de malla vial en la ciudad en Bogotá entre el 2012 y el 2013. En este proyecto se enfatiza nuevamente en las falencias institucionales que existen a la hora de dar respuesta a este tipo de casos, vacíos jurídicos característicos de la normatividad colombiana dejan ver un sistema que, en cierta medida, da cabida a que este tipo de casos se desarrollen con cierta regularidad.

Las falencias implícitas en las leyes aportan a la creación de una indignación en la sociedad, y por ende llevan a que los medios configuren agendas mediáticas que enaltecen este sentimiento, teniendo en cuenta que cuando se destapa un escándalo, las empresas informativas vuelcan su atención e influencia para realizar una cobertura plena que permita a la audiencia conocer todos los elementos relevantes de la misma. Marín (2013) en su análisis del cubrimiento periodístico realizado por la Revista Semana durante 1996 sobre el proceso 8.000, afirma que el cubrimiento a este tipo de hechos se convierte en todo un fenómeno social en el cual prima la configuración de un escándalo que por un lado, cuenta con un desarrollo profundo y por el otro, con una inevitable sed por atraer público con los más mínimos detalles.

Partiendo de lo anterior podemos atribuir la creación de los escándalos de corrupción a los medios, puesto que “el escándalo es necesario para atacar la corrupción. Sin escándalo no es posible obtener por lo menos una sanción moral de quienes incurren, desde puestos de privilegio, en la malversación de fondos públicos y en la defraudación del Estado.” (Restrepo, 2005, p. 70). Es entonces cuando la función de los medios se convierte en vital para configurar opinión en las masas puesto que “a mayor escándalo periodístico sobre los hechos de corrupción mayor conocimiento de la opinión pública” (Restrepo, 2005, p. 70).

Restrepo (2005) en su estudio sobre la corrupción presentada en el contrato para la construcción del Metro de Medellín, en el que se demostró que el consorcio hispano-alemán Metromed, que se había adjudicado el contrato, había pagado comisiones hasta por 20 millones de dólares para ser escogido, encontró una gran falencia en el cubrimiento del caso que es generada por la sed de los medios de aprovechar el escándalo para ganar audiencia. El autor bautiza esta práctica como *escándalo ruidoso*, concepto que ya había sido mencionado por Armendares (1999) y que sustenta una falta de conocimientos por parte de los medios que no se concentran en analizar y evaluar la situación y sus impactos, sino que “emiten información que llaman exclusiva y advierten de un hecho corrupto de diversa magnitud, pero no pasan de narrar unos hechos, señalar a unos presuntos implicados y establecer unos perjuicios” (Restrepo, 2005, p. 72).

Restrepo afirma que las prácticas periodísticas que se enfocan en temas de corrupción por lo general se basan en “filtraciones fraccionadas que salen de las investigaciones de organismos de control y de seguridad; tanto en la filtración como en la divulgación habría intereses políticos y económicos” (Restrepo, 2005, p.73). Esto representa un serio problema en el trato de este tipo de hechos, puesto que la información en la que muchas veces se basan los medios según el autor está fragmentada y afecta sin lugar a dudas la verdad de las historias.

Ahora bien, partiendo de lo anterior se entiende que en este tipo de casos los medios de comunicación ejercen una función narrativa siempre mediatizada que busca impactar en la opinión pública, lo cual evidencia una competencia feroz entre los medios por la audiencia. Gutiérrez (2004) afirma que después de analizar el cubrimiento realizado por El Tiempo, El Espectador, El Colombiano, entre otros, sobre los temas relacionados con la delincuencia común u organizada y la corrupción, encontró que estos asuntos “no resultan de mayor importancia para la prensa colombiana” (Gutiérrez, 2004, p. 10), es decir que se presentan apenas como noticias cortas, destinadas al registro del hecho a menos que involucre a grandes figuras nacionales.

Es aquí cuando se habla de un proceso de elección basado en la jerarquización que realizan los medios de comunicación para elegir la agenda informativa. Esta elección se ve influenciada por la importancia de los personajes involucrados, la relevancia en cualquier esfera (económica, política, cultural) y el impacto que este hecho tiene. Se debe tener en cuenta que esta información siempre cuenta con contexto (antecedentes, consecuencias y posibles

soluciones) debido a su importancia. Ahora bien, este tipo de cubrimiento va dirigido no solo a una audiencia nacional sino también internacional.

González (1998), para dar cuenta de cómo se representa la realidad “corrupta y violenta” de Colombia en los medios de comunicación internacionales realiza un análisis del periódico El País de España. Uno de los aspectos más relevantes de esta investigación es el fenómeno de “representación mediática”, la cual determina cómo se reflejó la realidad colombiana desde los medios extranjeros. La investigación permitió determinar, a través del análisis de 144 artículos, cómo se creó un estereotipo sobre la identidad colombiana a partir de los hechos de violencia que se desarrollaron en ese entonces.

En el caso de los colombianos la corrupción sigue siendo el principal problema del país, incluso por encima del empleo, la salud, el orden público y la seguridad, percepción que quedó evidenciada en la encuesta realizada por la firma Gallup en el mes de junio de 2020. La gran preocupación que demuestran los colombianos frente a este tema permite que los medios de comunicación prefieran “difundir noticias y columnas de opinión relacionadas con hechos de corrupción de índole nacional, ocurridos hace meses o años, mientras que el reporte sobre hechos recientes y locales es más escaso.” (Villegas y Giraldo, 2019, p. 106).

Villegas y Giraldo (2019) en su estudio sobre cómo los medios digitales de Manizales realizan el tratamiento informativo de la corrupción concluyen que:

La selección de fuentes marca el enfoque de la información: la connotación tiende a ser positiva con las fuentes oficiales, y negativa con fuentes alternativas como ciudadanía organizada, ciudadanos particulares, voces de la academia y otros. Así mismo, las fuentes alternativas tienen una agenda sobre la corrupción que incluye ámbitos como la academia, la salud, la educación y la cultura, mientras que las voces oficiales tienden a hablar de corrupción política, infraestructura y economía. (Villegas y Giraldo, 2019, p. 125)

Cubrimiento que según los autores refuerza el mensaje de que se está luchando por el cambio y se están tomando nuevas medidas, mensajes que son precedidos en su mayoría por fuentes oficiales que en ocasiones carecen de crítica hacia las situaciones.

En conclusión, los estudios analizados para esta categoría permiten determinar que:

1. El cubrimiento que los medios de comunicación realizan a los casos de corrupción en Colombia responden principalmente a un proceso de análisis, en el que las empresas

informativas evalúan una serie de elementos que permiten la jerarquización de la información y que priorizan los datos más crudos e impactantes.

2. A nivel internacional, desde la prensa, el cubrimiento que se ha realizado a ciertos casos de violencia y corrupción han influenciado a la identidad nacional.

3. Los escándalos de corrupción se priorizan en la agenda mediática nacional puesto que es una de las mayores preocupaciones de los colombianos.

4. La concepción de escándalo es fundamental en la práctica periodística relacionada con la corrupción, puesto que para los medios en muchas ocasiones esta concepción ayuda a la configuración de una conciencia en la masa.

5. En este tipo de cubrimientos los medios de comunicación entran claramente en una competencia por *rating* que en muchas ocasiones afecta la información. Esto se debe a que la investigación y el análisis a profundidad en ocasiones pasa a segundo plano y se opta por mostrar la verdad que vende, simple y contundente.

6. La corrupción es un tema que por su naturaleza es susceptible a estudio, por lo que los textos que tratan este tipo de temas tienden a ofrecer una visión desde el ámbito legal centrándose en las repercusiones a nivel social y económico, además de su impacto en la historia del país. A pesar de esto se encontraron estudios robustos que evaluaron el papel de la prensa frente al tratamiento informativo sobre la corrupción.

Marco Conceptual

El marco desarrollado a continuación responde a tres categorías diferentes que hacen referencia a tres marcos conceptuales fundamentales para el desarrollo del presente proyecto. El primero de ellos se titula *Géneros informativos y de opinión* y remite a la importancia de los géneros periodísticos en la consolidación de la opinión pública, a lo largo de este apartado se resaltarán la naturaleza del trabajo periodístico que lleva implícito un proceso de análisis, interpretación y transmisión de la realidad.

La segunda categoría tiene por nombre *Relación entre los medios de comunicación y la corrupción*. Este apartado se enfoca en el análisis de los impactos que los casos de corrupción

tienen sobre los medios, gracias a que, por lo general, se crea una agenda mediática particular que corresponde a los intereses que están en juego, a lo relevante de los casos y a las mismas exigencias de las audiencias.

La tercera categoría *Consolidación de una agenda mediática* se refiere a todos los aspectos que se encuentran implícitos en la configuración de agendas mediáticas dentro de los medios de comunicación e indaga en la estructura del concepto de *Agenda Setting*. Finalmente, la cuarta categoría *La implementación de la teoría del Framing* analiza los marcos interpretativos que los medios de comunicación emplean en el tratamiento de la información.

1. Géneros informativos y de opinión

El periodismo a través de los años ha cumplido con la función de descifrar y transmitir la realidad de las diferentes esferas sociales, políticas, económicas y culturales en pro de la construcción de opinión. Por esta razón quienes desarrollan esta profesión se han convertido en mediadores entre la verdad y las audiencias ya que su fin es la construcción de debate y diálogo en torno a diferentes situaciones que se desarrollan en el ámbito público y privado. Precisamente por la naturaleza de esta profesión se debe tener en cuenta que esta no se limita simplemente a contar lo que pasa, sino que exige analizar, descifrar e interpretar los hechos más relevantes transmitiéndolos de forma clara y sencilla para que el público entienda el impacto y sus posibles consecuencias.

La responsabilidad que acarrea lo planteado anteriormente, parte del hecho de lo sensible que es la información y del peligro que implica un manejo inadecuado de esta. Según Gross y Gómez (1999) como resultado de la necesidad de interpretar la realidad de forma adecuada surgió el periodismo de opinión, el cual es “uno de los pilares para el desarrollo participativo y democrático de los diarios, siempre que en este se fomente el espíritu crítico, abierto y dialogante y se dé cobertura a distintas sensibilidades y corrientes” (Gross y Gómez, 1999, p. 87). Partiendo de esto, este tipo de periodismo surge como respuesta a la necesidad de transmitir información profunda envuelta entre un torbellino de puntos de vista referentes al mismo hecho, es decir, que cumple con la función de transferir en cierta medida el debate que generan las situaciones.

Ahora bien, es necesario tener en cuenta que los géneros de opinión se desligan de los géneros informativos ya que no se limitan únicamente a contar lo que pasa, sino que exige a los profesionales tratar la información de tal manera que les permita demostrar los diferentes

puntos de vista que existen y de esta forma construir opinión pública. En consecuencia, y a pesar de que la investigación es inherente al trabajo periodístico, es necesario tener en cuenta que solo el ámbito propiamente investigativo y de opinión permite mostrar cierto tipo de objetividad en el tratamiento de los hechos, puesto que parte de un análisis previo que logra demostrar el abanico de visiones referentes a un mismo hecho.

Los géneros de opinión por lo general encuentran su base en el análisis de los acontecimientos de la actualidad y su tarea se fundamenta en ofrecerle a su audiencia “elementos interpretativos, aunque van más allá y se ocupan de la reflexión profunda que la información de actualidad no puede ofrecer a sus lectores” (Moreno, 2003, p. 2). Según Cuadrado (2001) los géneros de opinión tales como el editorial, la columna de opinión y los ensayos toman cierta prioridad ante los géneros meramente informativos. Esto teniendo en cuenta que son aquellos que emplean los medios para desglosar de forma mucho más detallada los hechos dando prioridad a una visión específica sobre la situación.

Lo relevante en este tipo de géneros es la priorización de la opinión del escritor sobre unos hechos sensibles a nivel social; Gross y Gómez le otorgan a esto el nombre de *periodismo valorativo* el cual cumple la función de ampliar la percepción y comprensión de la realidad a través de una visión específica de ella y manifiesta el punto de vista del medio sobre un determinado tema de especial relevancia para la actualidad a través de su interpretación y valoración.

La editorial es uno de los géneros de opinión más populares. Según Moreno (2003) es el encargado de representar la interpretación y valoración que un medio de comunicación tiene sobre un hecho ya que “es la opinión más autorizada que da el periódico sobre la interpretación de la noticia.” (Moreno, 2003, p. 6). Lo anterior requiere que el medio le dé al periodista la libertad de plasmar su opinión puesto que “supone un punto de vista que compromete también al periódico y que éste incluye precisamente porque lo considera valioso dentro del marco de objetivos ideológicos que definen su línea editorial” (Moreno, 2003, p. 2). Por esta razón, estos textos suelen ir firmados, puesto que el periodista se convierte en su representante e inevitablemente va a estar ligado a su línea y debe tener valores ideológicos similares.

Su estructura se basa en un título, una breve introducción sobre el tema que va a tratar el editorial, un comentario (en este se debe exponer la opinión y previo análisis del tema por parte del periodista) y finalmente una conclusión que es consecuencia del comentario en donde se

desarrollan las razones del porqué de la opinión expresada. La editorial por lo general siempre cuenta con un pequeño apartado al que se le denomina *suelto o glosa*, el cual es una “variante menor del editorial, que goza de la misma libertad que éste, pero aparece firmado. No obstante, la firma en muchas ocasiones se trata de un pseudónimo (...) o, como máximo unas iniciales” (Moreno, 2003, p. 8).

Por su parte, la columna de opinión es un formato periodístico que le permite al autor tener “libertad para emitir sus juicios sobre los asuntos que considere oportunos, y lo hace en un periódico donde cuenta con una ubicación, una extensión y una periodicidad fijas” (Yanes, 2004, p. 1). La particularidad de este formato recae en que se usa un lenguaje periodístico personal, en el que el lector se puede llegar a identificar con las posturas de un columnista. Ahora bien, Moreno (2000) sostiene que aunque en ocasiones es importante que los columnistas compartan la ideología del medio, el hecho de que el autor tenga un estilo propio y tenga la libertad de publicar textos con posturas diversas hace que el medio ofrezca “una imagen plural” (Moreno, 2000, p.1).

En cuanto a las características básicas estructurales de la columna de opinión se basan en: 1. título, 2. extensión ya pautada, 3. ubicación fija, 4. libertad temática, 5. carácter personal 6. periodicidad 6. tipografía especial que ayuda a diferenciarla de las demás publicaciones. Quizás una de las diferencias más destacables entre este formato periodístico y los demás géneros de opinión es que no en todas las ocasiones el columnista toma una posición marcada frente a un hecho, sino que también este puede hablar sobre “asuntos conocidos, pero a los cuales no se les ha prestado la debida atención; o bien se interesa por relatar alguna experiencia personal y para hacerlo aprovecha algún suceso noticioso” (Moreno, 2000, p. 2).

Finalmente, el artículo es un escrito en el que “se explican los hechos desde sus antecedentes, se predice el futuro, y, sobre todo, se formulan juicios de valor. Esto concede una gran libertad de expresión” (Yanes, 2004, p. 2). Es un género periodístico de opinión que interpreta los asuntos de la actualidad informativa y el cual cuenta con libertad estructural. Quizá los elementos más característicos son que cuando pasa un suceso noticioso el autor valora la trascendencia de éste y los elementos de interés informativo, por lo que según Yanes (2004) requiere una búsqueda intensiva de los antecedentes de la historia, sus causas y consecuencias, además de tener un fin completamente persuasivo que intenta convencer al lector de tomar una posición a partir de sus argumentos. Es importante tener en cuenta que quien escribe este tipo de artículos por lo general “no es un periodista integrante de la plantilla

laboral del periódico, escribe de forma esporádica y con absoluta libertad expresiva un texto sin ubicación ni extensión fijas” (Yanes, 2004, p. 8).

En conclusión, lo interesante de este tipo de periodismo es que, por lo general, los medios que lo desarrollan no muestran solo una postura frente a la realidad, sino que les permite a sus periodistas transmitir juicios de valor y desarrollar un trabajo más personal. Lo anterior tolera que las publicaciones promuevan la conciencia pública, de forma que en el trabajo periodístico “se puede desarrollar con un tono crítico, creándose una imagen de imparcialidad e independencia ante todo tipo de poder, dependiendo de ello su autoridad moral para juzgar las cosas desde una posición neutral” (Cuadrado, 2001, p. 284). Por esta razón, este tipo de desarrollo, en cierta medida, transgrede la *objetividad* de los medios y promueve el debate poniendo sobre la mesa diferentes puntos de vista.

Ahora bien, a diferencia de los géneros de opinión, los informativos, según Moreno (2000) se centran más en la narración o relato de los hechos que en las ideas, en este tipo de periodismo se encuentran la noticia, la crónica, la entrevista y el reportaje. Este tipo de desarrollo funciona como el portavoz de la información y por lo general definen el estilo informativo y la claridad argumentativa propia del medio. Según Fontcuberta (1980) la noticia, el principal formato periodístico usado por los medios, etimológicamente procede de la palabra *nova* que significa cosas nuevas, y se caracteriza por su tono y seriedad lingüística.

Los géneros periodísticos del periodismo informativo cuentan con unas características esenciales que fundamentan su estructura y fin. Inicialmente este tipo de géneros comunica y transmite la información relevante de un hecho verídico y actual “algo concreto de forma directa, y sin ningún añadido que pudiera distorsionar la interpretación del hecho acontecido por parte del receptor” (Yanes, 2003, p. 242). La noticia, el principal productor periodístico de este género es “todo aquello que ocurrió o que va a ocurrir y que, a juicio del periodista, tendrá gran repercusión social” (Moreno, 2000, p. 172) por lo que su fin es contarle a la masa aquello relevante dentro de su realidad social, y proveer al lector de la información necesaria para interpretarla.

La noticia se construye a partir de la respuesta de las siguientes preguntas: ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué?, las cuales permiten que el lector cuente con la información más relevante e importante de un suceso. Por lo general, este producto periodístico no cuenta con una extensión en particular, ya que depende del tema y del espacio

disponible. Uno de los elementos más importantes de su estructura es que se organiza la información en forma de *pirámide invertida*, la cual según Moreno (2000) maneja la siguiente organización

En la entrada, las primeras líneas, se escriben los detalles más importantes de la información de manera que con sólo leer esta parte, el lector se entera genéricamente de lo que sucede. Posteriormente se desarrolla el suceso, para dar paso a todos los datos secundarios que en un momento dado pueden llegar a suprimirse sin que pierda sentido el contenido de la noticia. (Moreno, 2000, p. 173)

Ahora bien, la entrevista surge como resultado de una conversación entre un periodista y un personaje público o relevante para una situación que sea de interés público. La entrevista tiene varios fines, el primero es conocer un poco más de la vida (o algún aspecto de ella) de un personaje que sea relevante para la audiencia y el segundo es tomar la declaración de una persona involucrada en un hecho noticioso. Es necesario tener en cuenta que, aunque el acto en el que se basa la entrevista es conversacional, a esto no se limita su esencia, puesto que producto final de esta reunión se fundamenta en la creación de un escenario verídico que describa todos los detalles y promueva el interés del lector.

La entrevista puede escribirse siguiendo un orden cronológico y respetando la estructura básica de preguntas y respuestas y también se puede redactar en forma de relato, en cuyo caso no se sigue el orden de preguntas y respuestas tal como fueron hechas, y tampoco se incluyen en el texto. (Moreno, 2000, p. 174)

En este sentido no se puede hablar de un orden o estructura rígida de redacción de entrevistas, pero es importante tener en cuenta que en cualquier caso este producto periodístico debe tener “1. La presentación o entrada. 2. El desarrollo, con las preguntas y respuestas o el relato. 3. El cierre, que puede ser un comentario, la última respuesta o el final del relato.” (Moreno, 2000, p. 175).

La crónica, según Moreno (2000) es un *género híbrido* ya que responde al terreno informativo actual con un toque personal e interpretativo, pero hay que tener en cuenta que “toda valoración que se haga en la crónica debe quedar supeditada a la exposición e información de los hechos” (Moreno, 2000, p. 176). Una de sus características principales es que el periodista se convierte en el narrador lo que hace que el texto tome un tinte mucho más

novedoso, puesto que permite que una sección meramente informativa adquiriera una narración llamativa y que transmita emociones.

El carácter testimonial de la crónica hace que el periodista contextualice y documente cada uno de los hechos que sean relevantes, actuales y atractivos durante el encuentro y que sean importantes para la audiencia que consumirá el producto final. En cuestiones de estructura se debe tener en cuenta que este producto no tiene una extensión fija, sino que se determina por el medio dependiendo de su relevancia y el espacio con el que se cuente, pero si tiene los siguientes elementos:

1. La presentación o entrada.
2. El relato, que incluye detalles que permiten al lector «vivir» el suceso.
3. La conclusión, que no es un juicio conclusivo puesto que no hay razonamiento, sino que se trata del final del relato. (Moreno, 2000, p. 177-178)

Finalmente, el reportaje es un género informativo que tiene una estructura narrativa y descriptiva, y que se basa en el análisis de la información actual. Es importante tener en cuenta que una de las características más relevantes del reportaje es que “se centre en temas de actualidad más duradera, sin estar supeditado al tiempo, como la noticia o la crónica” (Moreno, 2000, p. 179). El reportaje tiene el fin de crear conciencia en la audiencia además de exponer un suceso y ahondar en su contexto y en los impactos para que el lector configure un criterio. Según Moreno (2000) este género no solo informa, sino que denuncia y lo hace valiéndose de *recursos expresivos*.

En relación a su estructura, el reportaje como todo género periodístico tiene que atraer la atención del lector por lo que su entrada debe ser relevante, llamativa e informativa para captar la atención. El interés del lector es lo que constantemente se trata de mantener por lo que, en el reportaje, por su extensión, es necesario emplear estrategias propias del autor para hacer llamativo el producto de principio a fin. Moreno (2000) resalta el lenguaje informativo y expresivo empleado en estos productos periodísticos y divide su estructura en las siguientes partes “1. Una presentación con garra. 2. Un desarrollo: el relato (información e interpretación). 3. Una conclusión, es decir, el fin del relato” (Moreno, 2000, p. 179).

Ahora bien, tanto los géneros informativos como los de opinión requieren investigación previa, observación y la documentación necesaria, teniendo en cuenta que son medios que el periodismo usa para informar a las audiencias. Ambos géneros le proveen al lector herramientas interpretativas que son necesarias para la construcción de opinión pública y se podría llegar a

concluir que “la mayoría de los géneros periodísticos son complementarios unos de otros. Como la noticia, género informativo por excelencia, complementa al reportaje, del mismo modo los géneros de opinión complementan la información ofrecida por los géneros informativos.” (Moreno, 2003, p. 2).

2. Relación entre los medios de comunicación y la corrupción

Para comenzar a analizar la relación de los medios y la corrupción se debe partir del hecho de que los medios de comunicación de masas son decisivos en la formación de la opinión pública que condiciona la decisión política y que, a su vez, la política es un elemento mediático. Teniendo en cuenta esto, se podría llegar a afirmar que la relación entre estas dos “empresas” ha constituido fuente fundamental de poder y contrapoder, de dominación y de cambio social la cual tiene amplia influencia en la población.

Ahora bien, partiendo de esta premisa se entiende que inevitablemente estos dos elementos están conectados por su naturaleza y que para los medios el hablar de la política es inherente a su trabajo. Gomis (1991) afirma que los medios de comunicación realizan una estructuración previa de los hechos para determinar su viabilidad y su importancia a nivel social. Por otro lado, el autor sostiene que los medios consideran que un hecho es relevante en la medida que responda a unos rasgos particulares “«resultados», «apariciones», «desplazamientos» y «explosiones»” (Gomis, 1991, p. 12) los cuales determinan su viabilidad y su importancia.

En primer lugar, la categoría *apariciones* se refiere a los personajes relevantes involucrados en los hechos; en segundo lugar, con *desplazamientos* el autor se refiere a los movimientos de dichos personajes; en tercer lugar, *explosiones* se centra en los eventos de carácter violento como atentados, guerras, asesinatos, etc., y finalmente, la cuarta categoría, *resultados*, se enfoca en las leyes y sentencias emitidas a raíz de un hecho. Los anteriores elementos determinan la importancia de un hecho de manera individual o conjunta ya que en “un mismo hecho pueden darse dos o tres de los rasgos y con trabajo se establecerá a veces cuál es el dominante” (Gomis, 1991, p. 115).

Estos elementos determinan la forma en que los medios le dan sentido a este tipo de hechos. En cierta medida, si las situaciones tienen todo lo mencionado anteriormente inevitablemente toman prioridad en la agenda mediática informativa y por ende su tratamiento

va a ser mucho más extenso y va a exigir profundidad. Ahora bien, se debe tener en cuenta que “un mensaje político es necesariamente un mensaje mediático” (Castells, 2008, p. 4) por lo que su tratamiento implica información sensible y más cuando involucra casos de corrupción, puesto que estos son los que atraen de forma más certera a las audiencias.

En este orden de ideas es claro que la información es vulnerable a los diferentes actores que están involucrados en los hechos, ya que siempre la verdad va a depender de quien habla y es el trabajo del periodista plasmar esa realidad y otorgarle sentido y veracidad. Claramente lo anterior funciona en un terreno político, teniendo en cuenta que es en donde las masas suelen tener más interés, pero ¿Qué pasa cuando hablamos de empresas privadas y su vínculo con la corrupción?

Según Labio (2005) los *intereses corporativos* también influyen directamente el ejercicio informativo y se valen del poder mediático que tienen en las masas para aprovecharse ya que “el poder mediático en el mundo se encuentra así en manos de unas corporaciones con intereses dentro y fuera de la comunicación que, además, es entendida no como servicio público, sino como negocio generador de beneficios” (Labio, 2005, p. 4), esto nos deja frente a un escenario poco alentador. En sí, la información ha entrado en un terreno corporativo y se ha monetizado por lo que las grandes corporaciones se han apoderado de estos y en muchas ocasiones es tanto su poder sobre la información que la filtran en beneficio de la protección de sus intereses.

Aun teniendo esta fuerte influencia, y siendo vulnerables en el terreno de los grandes poderes que van tras de la verdad, el periodismo ha promovido la transparencia informativa y en algunos casos se ha enfrentado a las estructuras de poder que ejercen dominación en ellos. Lamentablemente esto no sucede todo el tiempo y es común ver que ceden ante estos grandes poderes que vulneran la verdad y modifican la información centrándose en el negocio informativo y buscando aumentar su audiencia.

Teniendo presente estos dos escenarios este trabajo se centrará en el periodismo que ha puesto en el foco de la opinión múltiples actos corruptos y en el tratamiento que se le da. A lo largo de la historia del periodismo, múltiples investigaciones sobre el papel de los medios a la hora de tratar temas relacionados con los temas de corrupción se han incrementado, no solo por la influencia informativa que el periodismo tiene sino también porque históricamente esto ha servido para consolidar una base robusta investigativa sobre los grandes hechos a nivel mundial

que han marcado la historia, económica, política y social. Por esta razón la atención del público inevitablemente se encuentra concentrada en los diferentes poderes y en los actores políticos que están involucrados en esta esfera, y en caso de que alguno de ellos se vea involucrado en escándalos de corrupción, inmediatamente se convierte en el foco de interés mediático.

La etimología de la palabra corrupción surge del latín *corruptio* que se define como “una forma particular de cambio en virtud de la cual algo esencialmente deja de ser lo que es o bien se aparta de la que fuera su original intención u objetivo” (Zuleta, 2015, p. 5) y se define de múltiples maneras. El concepto de corrupción empleado por Villegas y Giraldo (2019) a lo largo de su investigación sobre el tratamiento digital que los medios le dan a la corrupción, cita a Chibnall y Saunders (1977) definiéndolo como “una clasificación negociada de un comportamiento, antes que como una cualidad inherente al comportamiento mismo de una persona” (Villegas y Giraldo, 2019, p. 110). Tal vez la definición más fuerte de la corrupción que Villegas y Giraldo emplean sostiene que:

Autores como Brei (1996) y White (2013) aseguran que lo que diferencia a un acto corrupto de otro tipo de acto es que, a través del mismo, se tiene como objetivo lograr un beneficio propio en detrimento de otros individuos y grupos sociales. Este detrimento se lleva a cabo a través de diferentes conductas como soborno, fraude, clientelismo, concusión, cohecho, entre otras prácticas (Pérez y da Silva, 2015) (Villegas y Giraldo, 2019, p. 109-110)

Según Zuleta (2015) en la corrupción el uso indebido del poder se encuentra ligado sin lugar a dudas al ámbito económico, y además de eso tiene grandes repercusiones a nivel social, económico y político que se derivan principalmente de “los empleos que desempeñan en el nivel gubernamental y como consecuencia de ello obtienen beneficios para sí mismos o para terceras personas, generalmente de tipo económico” (Zuleta, 2015, p. 6). Por lo anterior se entiende que la corrupción es un tema que atañe a todos y por ende es natural que sea uno de los temas que los medios de comunicación priorizan en sus agendas.

Partiendo de este hecho, se logra entablar cual es la relación entre los medios y la corrupción y se entiende lo atractivo que este tipo de temas resulta para las masas. En un torbellino de denuncias y de nuevos datos se encuentran las investigaciones periodísticas, las cuales le proveen a las audiencias información oculta de suma importancia y además le ofrecen, en muchas ocasiones, interpretaciones, análisis y grandes productos periodísticos que desglosan la información y la plasman de forma impactante, certera y explicada. Por esta razón, es que este tipo de temas se priorizan en los medios de comunicación.

En este escenario los medios de comunicación se convierten en instrumentos que manejan la información teniendo en cuenta que, ellos son el filtro y el medio por donde la audiencia conoce lo que está pasado y a partir de ello se crea una opinión sobre los hechos. En este tipo de casos Restrepo (2005) resalta el papel de *mediador* que cumple el periodismo, y torna la discusión sobre el tratamiento de este tipo de casos en un escenario de *escándalos*. El autor plantea que en el tratamiento de estos hechos los medios también se encuentran inmersos en una lucha por audiencia, y aprovechan lo relevante de los hechos para promover el escándalo en la audiencia ya que la información que dan influye en los *debates públicos*. Aunque también afirma que este fenómeno “es producido por una interacción entre medios de comunicación, sensibilidad ciudadana y grupos de poder, siendo muy difícil establecer el exacto peso de uno o de otro” (Restrepo, 2005, p. 70) por lo que claramente existe una complicidad entre estos tres elementos para nombrar un hecho como relevante y focalizar la atención en este.

Para hablar del tipo de tratamientos que por lo general se suele hacer a los hechos de corrupción el autor asegura que existe una “la fluctuación de la opinión pública, variable de acuerdo a los momentos y a los contextos” (Restrepo, 2005, p. 72), por lo que la forma en que las personas van a asimilar la información difiere en gran medida dependiendo del contexto puesto que esto influye en la manera en cómo las audiencias asumirán la información. Ahora bien, centrándonos en el tipo de tratamiento que nos propone el autor es necesario resaltar la división que realiza de los tipos de escándalos que son empleados por los medios dependiendo del tema.

En primera medida nos propone, basándose en la teoría de Armendares (1999), *el escándalo ruidoso* el cual se refiere a un tratamiento informativo sesgado que no va más allá de “narrar unos hechos, señalar a unos presuntos implicados y establecer unos perjuicios” (Restrepo, 2005, p. 72), por lo general, este tipo de escándalos según el autor, se vale de hacer ruido proclamando exclusivas, pero en realidad se fundamenta en el uso de información fraccionada de investigaciones que llevan los casos, la filtración de información y el uso de esta para atraer atención es el elemento principal de este tipo de escándalo. Quizá la falencia más grande mencionada por el autor, es que al no realizar una investigación y un análisis a profundidad por lo general se permite la divulgación de intereses políticos y económicos de las partes interesadas (Restrepo, 2005), lo cual afecta en gran medida la verdad.

Partiendo de este último punto, es necesario resaltar que por lo general los casos de corrupción son “destapados” por actores políticos, sus asesores o instituciones quienes, en la

mayoría de las ocasiones, tienen intereses de por medio por lo que son las fuentes de las filtraciones y de la información perjudicial. Eso representa un gran problema en el periodismo actual ya que “los medios de comunicación conforman el espacio en el que se ejerce el poder, no la fuente que lo sostiene” (Castells, 2008, p. 6), teniendo en cuenta que se convierten en plataformas en las que se publica directamente la información dada por las fuentes y por lo tanto esa verdad publicada representa los intereses de un grupo en particular. Esto sin lugar a dudas demuestra que el periodismo se preocupa más por ganar audiencia con fuertes declaraciones o exclusivas, que en realizar un trabajo concienzudo que analice la información otorgada por las fuentes para velar por la verdad y la veracidad de la información.

Respecto a esto se podría decir que el cubrimiento mediático que se le da a este tipo de temas en cierta medida se ve “manipulado” o “encaminado” con la intención de responder a cierto tipo de intereses, puesto que en sí, el medio de comunicación se convierte en un vehículo para ejercer poder. Además de que las empresas informativas priorizan este tipo de temas en su afán por conseguir audiencias, partiendo de la base de que este tipo de hechos son mucho más atractivos a nivel social, económico y político.

Ahora bien, el segundo tipo de escándalo del que Restrepo habla es el *escándalo silencioso*, y lo define como aquella situación de la que no se habla demasiado. Estos son hechos que no tienen tanta relevancia ya sea por “falta de evidencias (...) porque las prácticas corruptas que implica son aceptadas de manera tácita por los valores sociales, económicos y culturales que imperan” (Restrepo, 2005, p. 73); con esto último el autor se refiere a que algunas prácticas se normalizan en un contexto específico ya son interiorizadas por lo que a pesar de ser malas no tienen tanta relevancia, y por lo general se difunden por medio de rumores que carecen de pruebas fuertes, convirtiéndose esto en la única forma de mostrar indignación.

Finalmente, el tercer tipo es *el escándalo sostenido*, el cual según el autor requiere una acción sostenida y constante en la cual la indignación se fundamenta en una investigación robusta y transparente de parte de los medios. Este tipo de escándalo requiere que se opte por crear “conexidades que vayan más allá de la fragmentación para mostrar un amplio panorama de los hechos corruptos, con el propósito de trascender el plano del señalamiento de los culpables y establecer responsabilidades” (Restrepo, 2005, p. 75), de manera que el periodismo le brinde a la audiencia un trabajo completo, que analice todos los puntos, escuche a todas las fuentes y que además permita mostrar la realidad corrupta tal cual es, y no como casos aislados y separados, lo que significa según el autor, solucionar *uno de los males del periodismo actual*.

Diariamente el periodismo se encuentra inmerso en un torbellino de información constante en el que un sin número de voces quieren ser escuchadas, miles de injusticias suceden diariamente, en el que la verdad está escondida en un sin número actores que buscan proteger sus intereses. Pero esto no significa que deba ceder, ni que su interés se centre en la audiencia, el periodismo siempre tendrá la carga de velar por la verdad y la justicia. En conclusión, el periodismo y la corrupción están destinados a coexistir, ligados por su naturaleza y su impacto en la sociedad. El periodismo tiene como tarea contar la verdad, llegar al fondo de los hechos y velar porque el mundo sea más transparente y es por eso que el tema de la corrupción siempre será atractivo y le va a significar un reto peligroso.

3. La consolidación de la agenda mediática

Como se ha hablado a lo largo de este trabajo los medios de comunicación se han convertido a través de los años en gestores de la opinión pública, en la medida en que son los encargados de contar los problemas y situaciones que se presentan en las diferentes esferas que conforman a la sociedad. En este sentido es claro que para lograr esto deben desarrollar una serie de procesos en torno a la consolidación de bases informativas. Es decir, se plantean esquemas internos que permiten evaluar la información que entra y la que se publica, además del tipo de tratamiento que se le dará. De esta forma los medios de masas configuran una agenda mediática en la que crean una estructura jerárquica informativa.

Lippmann (1992) afirma que existe una formación de un modelo de opinión pública dentro de los diferentes medios de comunicación puesto que determinan de que forma el público va a entender los hechos. Por lo que se convierten en poderosas instituciones sociales y socializadoras que, según el autor, crean y transmiten estereotipos informativos. En 1972, Maxwell McCombs y Donald Shaw plantearon la teoría de *Agenda Setting*, la cual plantea que los medios de comunicación crean una estructura informativa mediática, en la cual, escogen los temas sobre los que se habla y se discute. En esta teoría se enfatiza en el poder de los medios de comunicación para otorgar grados de importancia a lo que sucede, lo que implica que los medios tienen una influencia excepcional sobre los temas que se conocen y los que no.

Para atraer la atención hacia ciertos temas o problemas y al mismo tiempo crear los marcos de interpretación de los acontecimientos sociales. Los medios, informando sobre la realidad externa, presentan al público una lista de los temas que serán objeto de la opinión pública. (Rubio, 2009, p. 9)

Según Aruguete (2009) la hipótesis que se ha construido en torno a la *Agenda Setting* es que los medios tienen la capacidad de escoger los temas que serán percibidos como importantes y ayudar a conformar una opinión sobre estos. Este modelo permite explicar los efectos que producen los medios de masas en la opinión, teniendo en cuenta que la capacidad para influir en la importancia de los temas públicos es lo que se ha llamado *fijación de la agenda* por parte de los medios informativos. Partiendo de esta base, la consolidación de agendas mediáticas en la que los medios determinan de qué se habla, cómo se habla, qué tiene prioridad en la noticia y qué no, permite observar que el contenido no contiene un alto grado de *objetividad*, debido a que son los medios quienes orientan el foco de la información y establecen categorías de análisis por las cuales se le dará sentido a la noticia.

Según Rubio (2009) el término de agenda mediática hace referencia a los patrones de cobertura informativa que se enfoca en los temas más destacados e importantes a nivel social, político, económico y cultural dentro de una sociedad. Por lo que este proceso, según el autor, permite a los medios tener poder y gran influencia en las audiencias ya que determina de que se hablará y como se hará. Lo anterior responde al primer nivel de análisis que presenta el concepto de *Agenda Setting*. Ahora bien, dentro de la construcción de la agenda existe un proceso de *tematización*, concepto que fue creado por Niklas Luhmann en 1973 y surge a partir de la idea de que es necesario simplificar las preocupaciones y las complejidades de las sociedades.

En esa dinámica, la opinión pública –estructura temática de la comunicación colectiva– reconoce una serie de asuntos que los medios de comunicación seleccionan y proponen como universales, necesarios y actuales. En otras palabras, los *mass media* simplifican la complejidad del mundo mediante noticias con las que establecen los temas importantes sobre los que la gente piensa y se forma una opinión. (Aruguete, 2009, p. 14)

Lo anterior representa un punto central en la agenda puesto que no solo ayuda a determinar de qué se va a hablar, sino que va a poner en evidencia la disputa de los actores de dicha noticia teniendo en cuenta que son los que permiten determinar la relevancia de los temas. Lo que nos muestra el gran poder de los medios para enfocar la atención de las audiencias en temas y hechos muy específicos.

Ahora bien, el segundo eje de análisis del concepto de *Agenda Setting* se centra en la discusión sobre su conformación en la que se determinaron los efectos cognitivos y afectivos de la cobertura periodística. Aruguete (2009) afirma que la teoría plantea que al darle relevancia

a un tema y al hacer énfasis en puntos muy específicos, se les concede atributos que van a guiar e influir la manera en que las masas van a entender y le van a dar sentido a la noticia. Teniendo como base lo anterior, los medios de comunicación tienen un poder inigualable en las masas puesto que no solo determinan de qué se habla y de qué no, sino que también provee a las audiencias de marcos de entendimiento de la información, por lo que podemos decir que de cierta forma moldea la opinión. En resumen, este segundo nivel investigativo que se le atribuye al concepto gira en torno al énfasis en la *necesidad de orientación de las audiencias* (McCombs y Stroud, 2014).

En sí, la teoría de la construcción de agendas mediáticas ha sido objeto de miles de estudios que han contribuido a la investigación. Muñiz y Fonseca (2015) afirman que las investigaciones se han enfocado en aspectos tales como la definición de fuentes que influyen en las agendas, las consecuencias que esto trae en el tratamiento de la información y finalmente se enfoca en cómo los contenidos mediáticos influyen en la conducta de las personas, además que se “ha introducido el concepto de *Memory-setting*, que designa el establecimiento, por parte de los medios de comunicación, de una memoria colectiva sobre de los hechos (Kligler-Vilenchik, Tsfati y Meyers, 2014).” (Muñiz y Fonseca, 2015, p. 98).

Ahora bien, el concepto de *Agenda Setting* se ha construido de la mano de tres tipos de agenda más: la mediática, la pública y la política las cuales están inmersas en el proceso comunicativo y han sido el eje de muchas investigaciones que tratan de entender cómo se conforma la opinión. En primer lugar, la *Agenda Mediática* hace referencia a las temáticas, las prioridades que la información tendrá, la cual surge como resultado de “la influencia de diferentes actores sociales —políticos, públicos, medios, entre otros” (Muñiz y Fonseca, 2015, p. 96). Según Rodríguez (2004) esta agenda es una de las más importantes a la hora de determinar la extensión, el número y el foco de los géneros periodísticos que tratarán el tema, por lo que la medición del impacto y los temas que son tratados en esta primera agenda se hace a raíz del análisis de contenido que deja ver cuáles son los temas más importantes.

En segundo lugar, la *Agenda Pública* es el término que agrupa el impacto que tienen los temas en el público, que es de lo que hablan, que les interesa y que consumen. Quizá el punto principal que caracteriza este tipo de agenda radica en los temas que jerarquiza el mismo público, es decir que les interesa y que genera debate en las masas (Rodríguez, 2004). Esto está demarcado por un periodo de tiempo en específico y se entiende como “el producto de

interacciones sociales entre personas, medios de comunicación, instituciones políticas y otros grupos sociales” (Muñiz y Fonseca, 2015, p. 101).

Muñiz y Fonseca (2015) se basan en los estudios de Tamayo y Carrillo (2005) para clasificar esta agenda dividiéndola en 4 ejes principales los cuales son: crónicos, intermitentes, nuevos y crisis. Los autores definen el primer eje *los crónicos* como los problemas que están siempre en la agenda, es decir que por su importancia y extensión siempre son temas que dan de hablar; en segundo lugar *los intermitentes* como lo dice su nombre son discontinuos, es decir que atraen la atención del público por fracciones de tiempos específicos, pero aun así siempre formarán parte de la agenda; en tercer lugar están *los nuevos* que hacen referencia a los que se pueden ubicar en un periodo de tiempo específico ya que hacen parte de la actualidad de los contextos sociales y finalmente en cuarto lugar tenemos *la crisis* la cual se sustenta en las coyunturas políticas, sociales y económicas.

Finalmente, en tercer lugar, la *Agenda Política* se define como el grupo de temas que son relevantes en la realidad política y que involucra a los entes gubernamentales y a los partidos que tienen un papel decisivo en la sociedad (Muñiz y Fonseca, 2015). Este tipo de agenda también recibe el nombre de institucional y según Rodríguez (2004) se encarga de la medición de las acciones de los gobiernos y demás entes gubernamentales, sus impactos y sus consecuencias de manera que estas agendas por lo general son las que atraen la atención del público. Esto se debe a que son las que crean debate y alimentan a las demás agendas mencionadas.

Dentro de esta agenda se configuró la teoría de la *Agenda Building* la cual hace referencia a la manera en que las agendas mediáticas contribuyen a los temas que se van a tratar en la agenda institucional Rodríguez (2004). Lo anterior hace referencia a que los temas que son tratados por los medios de comunicación son los temas que por su relevancia van a tener un papel central en la agenda institucional. Este concepto surgió de la necesidad de saber quién y cómo se influye en la construcción de la agenda política, lo cual involucra sin lugar a duda la acción ciudadana, los grandes eventos históricos que involucran a las naciones y los representantes sociales.

Las tres agendas mencionadas anteriormente coexisten constantemente y fundamentan su origen una en la otra, de forma que de la unión de estas se consolida la *Agenda Setting*. Ahora bien, para finalizar este apartado es importante resaltar la *Tipología de Acapulco* que son cuatro

tipos de estudios que se conocen dentro de la metodología de la *Agenda Setting* y que fueron planteados por Maxwell McCombs en 1981. El tipo I que propone esta metodología se basa en comparar los temas que son tratados en los medios con los temas que ocupan la agenda pública, lo cual surge con base en la respuesta de las encuestas realizadas por los medios a la audiencia. Para explicar el tipo II Rodríguez cita a McCombs y Evanttt (1995) y dice que en esta categoría se analiza el “orden de los asuntos de la agenda informativa se compara con un conjunto de respuestas dadas por cada individuo” (Rodríguez, 2004, p. 51).

El tipo III se centra en la aparición y desaparición de un tema en un periodo de tiempo específico a través de variables como “cobertura del tema” y “la relevancia” que da la audiencia de ese tema” (Rodríguez, 2004, p. 51). Por último, el tipo IV, es similar al tercero en relación a que se preocupa por estudiar la cobertura de un tema determinado por un periodo de tiempo en específico, pero este se centra en el individuo y no en lo colectivo. Es decir, se centra en la comparación de “la prominencia del tema entre los individuos expuestos a la comunicación con la prominencia del tema para quienes no están expuestos a ella (McCombs y Evanttt, 1995, p. 15)” (Rodríguez, 2004, p. 51)

Ahora bien, en relación a la creación de una agenda mediática vale la pena agregar que el discurso periodístico se puede entender como la línea argumental transmitida por los medios de comunicación con el fin de informar sobre un tema específico. Según Van Dijk, este discurso aunque pretende ser neutral, implícitamente posee diferentes comentarios y perspectivas del periodista o del medio que son inherentes a las empresas informativas. El concepto del análisis crítico del discurso, que será de gran ayuda en este trabajo, ha sido delineado y desarrollado por una serie de académicos entre los cuales se destacan Teun Van Dijk, Norman Fairclough y Ruth Wodak, quienes lo definen como el estudio del “lenguaje como práctica social” (Fairclough y Wodak, 1997).

Lo anterior, toma en consideración que el contexto en el que se usa el lenguaje es crucial para la consolidación de ideas, basándose en la relación entre el lenguaje y el poder. Esta técnica prioriza la determinación de *Topos* (términos, conceptos o lugares comunes) que son recurrentes en los textos y que contienen una carga fuerte o toman un papel central en la construcción de argumentos, los cuales son usados para convencer. El objetivo de esta técnica, es identificar los *Topos* que aparecen de forma consecutiva en los argumentos que son usados a lo largo de los cubrimientos, con la intención de determinar si existen cargas positivas o negativas. Además, analiza sus variaciones dependiendo de las temáticas y evalúa si estos

términos son centrales, repetitivos o recurrentes. En resumen, a la hora de hablar del tratamiento informativo de los medios existen múltiples teorías que van desde el análisis de los argumentos, el discurso o la estructura, los cuales permiten determinar de qué forma se estructura el flujo informativo, como se crean marcos de categorización y como se construyen argumentos coherentes.

4. La implementación de la teoría del *Framing*

La teoría del *Framing* es un concepto que ha sido objeto de múltiples estudios en el marco del ámbito de la comunicación, y representa un ítem importante a la hora de analizar la influencia de los medios sobre la información. Esta teoría se fundamentó en la sociología interpretativa y en la búsqueda por comprender cómo se entendía la realidad. Koziner (2013) afirma que esta se construyó en torno al concepto de “definición de la situación” (Koziner, 2013, p.4) creado por William I. Thomas en 1923 y afirmó que “el proceso de examen y deliberación que precede a toda conducta humana: antes de actuar, los individuos elaboran una idea acerca de la situación que se les presenta” (Koziner, 2013, p.4).

El autor sostiene que esta teoría se construyó con base en la búsqueda de “una explicación teórica acerca de la vida social” (Koziner, 2013, p.8) y se fundamentó principalmente en la sociología interpretativa, cuyo desarrollo se les atribuye principalmente a tres corrientes de pensamiento: “el interaccionismo simbólico, la fenomenología y la etnometodología. Relacionadas entre sí por su reacción al positivismo estructuralista de Talcott Parsons” (Koziner, 2013, p.5). Ahora bien, dentro del marco de la comunicación Amadeo (2002) afirma que el concepto de *Framing* es “una concepción amplia y dinámica (...) un proceso de transmisión de sentido, un proceso que va de los medios a la audiencia y de la audiencia a los medios” (Amadeo, 2002, p. 16), lo que indica que los medios otorgan a la audiencia marcos interpretativos que están indiscutiblemente relacionados a su propia realidad, representando así un proceso que va en doble vía.

Sadaba, Rodríguez y La-Porte, (2008) sostienen que la teoría apunta a que los medios de comunicación utilizan *frames* que están enfocados en diferentes aspectos de la realidad y los resaltan en los productos periodísticos, lo que permite, según el autor, determinar la forma en que se le dará sentido a la información.

El desarrollo de la teoría del *Framing* que hace Robert Etman resulta interesante. Explica que los *Frame* no solo aparecen en los textos, sino que de algún modo se encuentran también en los

esquemas de conocimiento del emisor y receptor (coincidentes o no entre sí) y en la cultura donde aparece el mensaje, ya que en ella se van acumulando los *Frame* más utilizados. (Sadaba, Rodríguez y La-Porte, 2008, p. 20)

Ahora bien, se hace necesario mencionar que con base en los estudios de De Vreese, Jochen y Semetko, los autores resaltan el hecho de que existen tipos de *Frame* que estipulan el tratamiento y enfoque de los hechos. En primer lugar, afirman que existen los *Frame generales*, cuyo objetivo es el análisis de la cobertura de cualquier tipo de suceso en cualquier contexto y en segundo lugar, mencionan los *Frame específicos*, que como su nombre lo indica se encargan de evaluar temas puntuales dentro de una realidad específica.

Semetko y Valkenburg (2000) por su parte afirman que la teoría del *Framing* también conocida como la teoría del encuadre, se creó con la intención de identificar y localizar (entre otras cosas) la información con el propósito de “buscar el enfoque en la relación entre los temas relacionados a las políticas públicas en las noticias y la percepción del público sobre esos temas” (Semetko & Valkenburg, 2000, p. 93). Esta reconocida teoría ha sido ampliamente usada por diferentes autores, que buscan analizar el impacto de los encuadres en la información, y entender cómo a partir de esto se logran encaminar los juicios respecto al mensaje. Cabe resaltar que, según Ardèvol-Abreu (2015) el uso del *Framing* involucra a todas las partes que se encuentran inmersas dentro del flujo informativo.

Lejos de situarse exclusivamente en los emisores de información, el encuadre está localizado en cuatro elementos del proceso de comunicación: el emisor, el receptor, el texto (informativo) y la cultura. (Ardèvol-Abreu, 2015, p. 423)

Según el autor, en el proceso periodístico se “requiere de estructuras narrativas que organicen el discurso.” (Ardèvol-Abreu, 2015, p. 424) lo cual permite a los medios crear marcos de entendimiento frente a la información que brindan, lo que da una explicación detallada del suceso. Ahora bien, a la hora de hablar del *Framing* y de implementar esta teoría al análisis de medios es importante tener en cuenta los diferentes tipos de encuadres que existen.

En primer lugar, se encuentran los inductivos cuyo trabajo, según Semetko y Valkenburg (2000), es estipular ligeramente las preconcepciones que se van a manejar durante el cubrimiento. En segundo lugar, Semetko y Valkenburg (2000) proponen el enfoque deductivo, cuyo papel se vuelve mucho más fundamental puesto que según los autores, este redefine las variables analíticas y verifica cuantas veces incurrirán en las noticias. Lo anterior permite

vislumbrar el impacto que tiene esta teoría respecto a la consolidación de una Agenda Mediática, puesto que no solo se habla de los temas que se van a tratar, sino que se le atribuye la manera en la que se van a mostrar y la priorización de una percepción sobre otra. Es así como los encuadres se vuelven supremamente importantes a la hora de hablar de una Agenda Mediática.

Ahora bien, a pesar de que esta teoría ha sido objeto de múltiples investigaciones, vale la pena enfatizar en el hecho de que a través del proceso de encuadre se consolida una base informativa que permite darle tratamiento a la información de una forma particular. Ardèvol-Abreu, (2015) afirma que la selección está inmersa en un proceso que incluye privilegiar la información: “se seleccionan algunos aspectos del acontecimiento y se privilegian sobre otros, definiendo y evaluando el problema, señalando las causas, proponiendo soluciones al problema” (Ardèvol-Abreu, 2015, p. 425), lo cual configura el *Frame*, es decir, el encuadre noticioso. Lo anterior es “una operación que se ha denominado *Frame Building* por su analogía con el más conocido proceso de *Agenda Building*” (Ardèvol-Abreu, 2015, p. 427 - 426).

Entre los elementos más relevantes dentro de esta teoría se encuentran los tipos de encuadre, quienes se encargan de consolidar los marcos perceptivos que responden a diferentes temas y que a su vez van dirigidos a diferentes tipos de audiencias. Con miras al desarrollo de este trabajo, a continuación, se definirán los 5 tipos de encuadres que Semetko y Valkenburg enmarcan dentro de su texto titulado *Framing European Politics: a content analysis of Press and Television news*.

En primer lugar, tenemos *Encuadre del conflicto* cuyo enfoque es el conflicto entre grupos de personas o instituciones, el cual, según los autores, resulta sumamente llamativo para las audiencias, puesto que a pesar de que se desarrollan en escenarios políticos no se centran en el debate, sino que resaltan el conflicto entre las figuras. En segundo lugar, *Impacto humano* es el *Frame* que busca priorizar la emoción dentro de un suceso, es decir que, atrae al público otorgándole un rostro a la noticia y de esta forma logra captar la atención, puesto que la vuelve más cercana.

En tercer lugar, se encuentran las *Consecuencias económicas* cuyo foco, como su nombre lo indica, recae en el impacto de los hechos en la economía individual y grupal enmarcado en un foco de crisis. Ahora bien, en cuarto lugar, tenemos el enfoque de *Moralidad*, el cual se basa en las implicaciones morales de las acciones. En este aspecto se debe tener en cuenta que dentro

de la objetividad periodística este *Frame* se evidencia de forma indirecta. Finalmente, el último tipo de encuadre que existe es *Encuadre de responsabilidad* que en pocas palabras hace alusión a la acción de atribuir la responsabilidad o recargar la solución de los hechos a una institución, el gobierno o a un individuo.

Para finalizar, se debe tener en cuenta que la relación entre la *Agenda Setting* y el *Framing* ha sido cuestionada en muchas ocasiones. Ardèvol-Abreu, (2015) menciona que McCombs promueve *la integración de ambos modelos* dentro del análisis del tratamiento informativo “McCombs, Llamas, López-Escobar y Rey (1997) consideran que el *Framing* es una extensión natural del modelo de la agenda. Según esta interpretación, los encuadres no serían más que un tipo especial de atributos –macroatributos–” (Ardèvol-Abreu, 2015, p. 426). Esta relación se enmarca dentro de un segundo nivel de la teoría *Agenda Setting* ya que el *Framing* define el tratamiento.

Cómo se informa acerca de un determinado acontecimiento no es un asunto central para la teoría de la agenda, sino la cantidad de atención que ha recibido el acontecimiento o sus atributos por parte de los medios y el tiempo de exposición al que se ha visto sometido el individuo. Para el framing, en cambio, el aspecto clave es la manera en que se describe el tema o acontecimiento, así como el esquema interpretativo que ha sido activado para procesarlo. (Ardèvol-Abreu, 2015, p. 427)

Lo mencionado anteriormente evidencia la complejidad que existe a la hora de hablar del tratamiento informativo por parte de los medios de comunicación, pero aun así nos muestra un abanico de investigaciones que serán de utilidad para este trabajo. La *Agenda Setting* y la teoría de *Framing* no solo estudian la manera en que se conforma, sino también cómo y en base a que los medios construyen su discurso, lo que está inmerso dentro de un proceso de “aplicabilidad y accesibilidad” (Ardèvol-Abreu, 2015, p. 427), y que sienta bases robustas en la concepción de la comunicación de masas.

Metodología

En este trabajo se realizó un análisis documental cuya fuente primaria fueron las publicaciones realizadas entre noviembre del 2015 y mayo del 2016 en las ediciones impresas de la Revista Semana y el periódico El Tiempo, cuyo tema principal fue la denominada “Comunidad del Anillo”. Así, se encontraron 19 publicaciones para la Revista Semana y 71 en

El Tiempo. Ambas fuentes se encontraron en formato físico, por lo que para el procesamiento de datos se digitalizaron para crear un archivo Excel que se usó para realizar el registro y codificación de los datos.

Ahora bien, con la intención de realizar un análisis que diera cuenta del discurso que se empleó en cada medio durante el tiempo analizado, la metodología de este estudio se dividió en dos partes. Inicialmente se estudiaron los titulares de todas las publicaciones bajo la teoría del *Framing* con el fin de observar los marcos emergentes (Encuadre de moralidad, conflicto, responsabilidad, interés y consecuencias económicas) planteados por Semetko y Valkenburg (2000) y en segundo lugar, se identificaron los elementos formales como la extensión, las fuentes periodísticas, las temáticas usadas, los géneros periodísticos y el material visual usado para tratar este tema, para dar cuenta de la estructura y las variaciones en la constitución de los artículos dependiendo de los géneros periodísticos empleados en cada medio.

Teniendo en cuenta lo anterior, los usos de estas técnicas permitieron configurar categorías de registro orientadas al análisis del contenido, para dar cuenta de la forma en la que se consolidó el discurso en la totalidad de los textos de ambos medios durante ese tiempo; lo anterior con la intención de perfilar la forma en la que se construyeron las dos coberturas.

Resultados

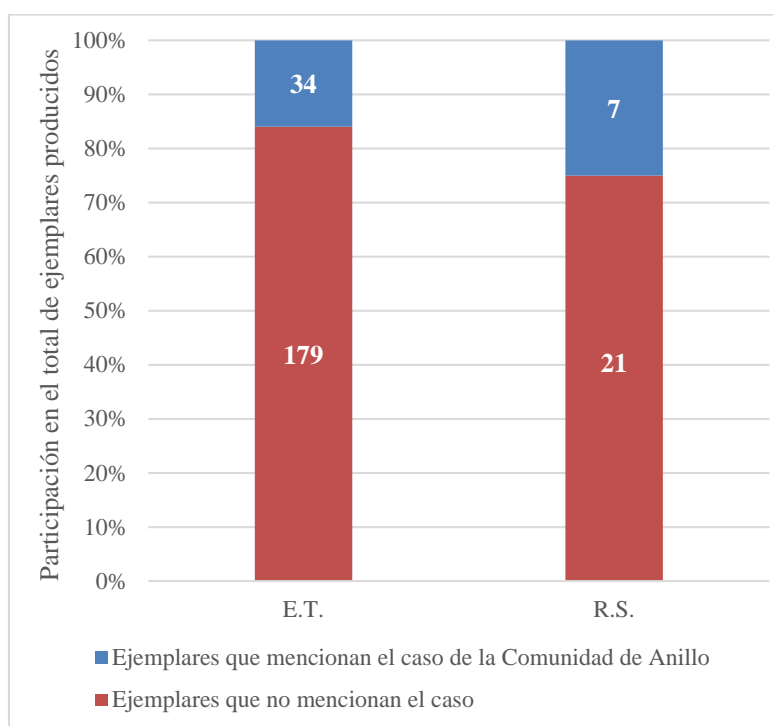
Este apartado toma como base de análisis 19 publicaciones realizadas por la Revista Semana y 71 por el periódico El Tiempo, lo que nos deja un total de 90 artículos publicados entre noviembre del 2015 y mayo del 2016. El resultado desglosado a continuación deja ver la base estructural que comprendió ambas coberturas y el tema interpretativo que surgió referente a este.

Para comenzar, es pertinente aclarar que la cantidad de publicaciones de ambos medios responde en un primer momento a su periodicidad, lo cual representa un gran margen de diferencia. Inicialmente se observó que durante el tiempo estudiado el periódico El Tiempo emitió 213 ejemplares, de los cuales, en solo 34 se hizo referencia al tema de la Comunidad del Anillo a partir de 71 publicaciones. Teniendo en cuenta lo anterior, se entiende que solo el 16% de las emisiones realizadas durante ese tiempo hablaron de este escándalo.

Ahora bien, en el caso de la Revista Semana se encontró que de 28 ejemplares que se publicaron en los meses estudiados solo siete hablaron del tema, lo cual se ve reflejado en las

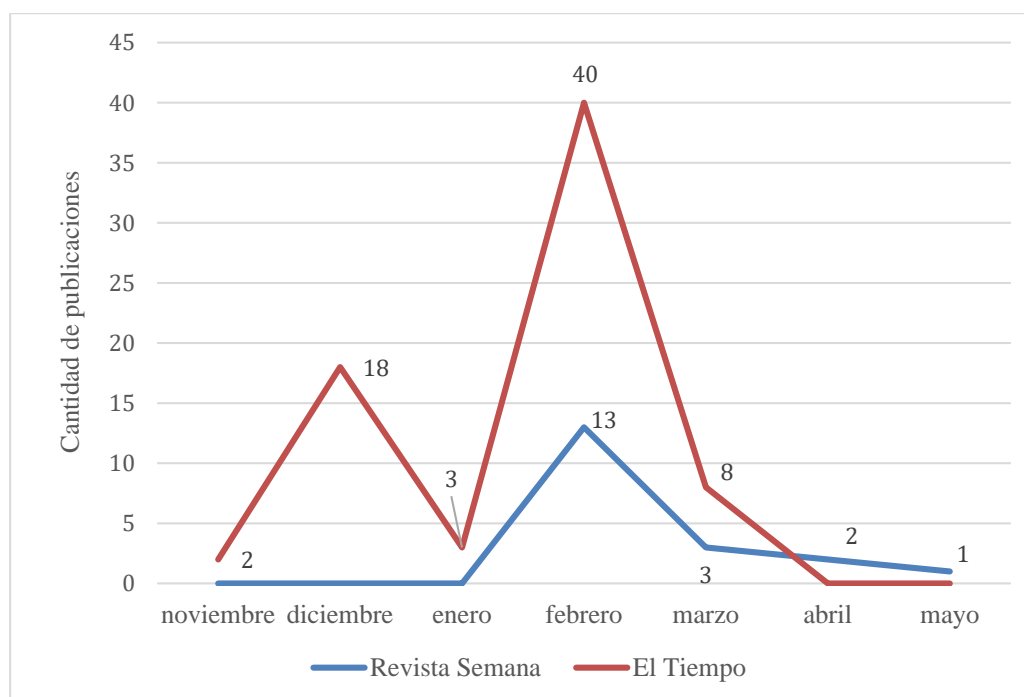
20 publicaciones encontradas. De esta forma el 25% del total de ejemplares hablaron sobre la Comunidad del Anillo, lo que se traduce en una amplia cobertura del escándalo como se muestra en la gráfica 1.

Gráfica 1: Ciclo de vida del cubrimiento del periódico El Tiempo y la Revista Semana



Partiendo de esta base, y dejando clara la diferencia entre el número de ejemplares, nos centramos en el conteo de publicaciones durante el ciclo de vida del cubrimiento. Como se evidencia en la gráfica 2, no solo existe una variación en la cantidad de ejemplares producidos, sino que también en la mención de los hechos durante los meses estudiados, es decir, existe una clara diferencia en la fluctuación mensual del ciclo noticioso en ambos medios.

Como se puede observar en la gráfica 2, el periódico El Tiempo presenta una mayor cobertura durante el mes de febrero del 2016 (56%), seguido de diciembre (26%) y marzo del mismo año (11%). Por otro lado, en el caso de la Revista Semana se encontró que el medio concentra su cobertura en los meses de febrero (68%), marzo (16%) y abril del 2016 (11%). Teniendo en cuenta esto, los resultados evidencian que ambos medios realizaron más publicaciones durante el mes de febrero del 2016 con 40 en el periódico El Tiempo y 13 en la Revista Semana. Los demás resultados se pueden visualizar en la gráfica 2.

Gráfica 2: Publicaciones del periódico El Tiempo y Revista Semana

Tomando como referencia los hallazgos anteriores, y con la intención de entender el tratamiento informativo que se le dio al hecho, ahora nos centraremos en las publicaciones que hicieron referencia al escándalo. En el periódico El Tiempo se encontró que 55 de las 71 publicaciones que mencionaron la Comunidad del Anillo y los hechos relacionados a este escándalo fueron artículos creados por personal adscrito al periódico, 11 de las publicaciones fueron caricaturas, 3 pertenecían a la sección de Foro del lector y finalmente solo 2 publicaciones se encontraron en la sección de web que se encuentra en la versión impresa del periódico. En la tabla 1 se encuentra la distribución mensual de las publicaciones mencionadas anteriormente.

Tabla 1: Desglose de las publicaciones realizadas por el periódico El Tiempo

DESGLOSE DE PUBLICACIONES					
Mes	Artículos	Caricaturas	Sección web medio impreso	Foro del lector	Total por mes
Noviembre (2015)	2	0	0	0	2
Diciembre (2015)	13	2	1	2	18
Enero (2016)	3	0	0	0	3
Febrero (2016)	31	7	1	1	40
Marzo (2016)	6	2	0	0	8

Abril (2016)	0	0	0	0	0
Mayo (2016)	0	0	0	0	0
Total publicaciones					71

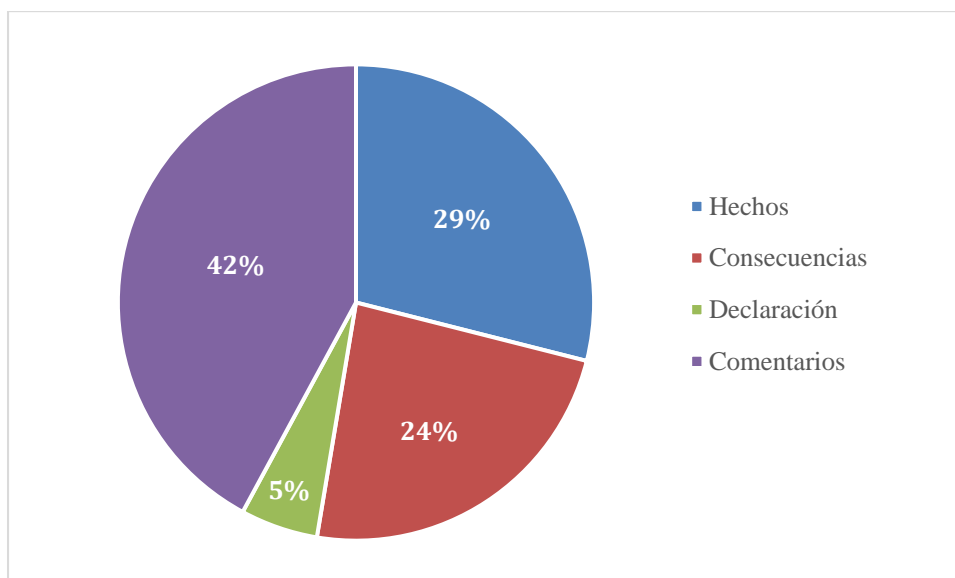
En el caso de la Revista Semana, se encontró que 11 de las 19 publicaciones que se hicieron, fueron artículos realizados por periodistas que trabajaban en la Revista o que estaban adscritos de alguna forma, 7 pertenecían a la sección de Cartas (emitidas por la audiencia) y finalmente solo 1 caricatura hizo referencia a la Comunidad del Anillo y los temas relacionados a esta. En la tabla 2 se observa lo anterior y se visualiza la distribución mensual de dichas publicaciones.

Tabla 2: Desglose de las publicaciones realizadas por la Revista Semana

DESGLOSE DE PUBLICACIONES				
Mes	Artículos	Caricaturas	Foro del lector	Total por mes
Noviembre (2015)	0	0	0	0
Diciembre (2015)	0	0	0	0
Enero (2016)	0	0	0	0
Febrero (2016)	8	1	4	13
Marzo (2016)	1	0	2	3
Abril (2016)	1	0	1	2
Mayo (2016)	1	0	0	1
Total publicaciones				19

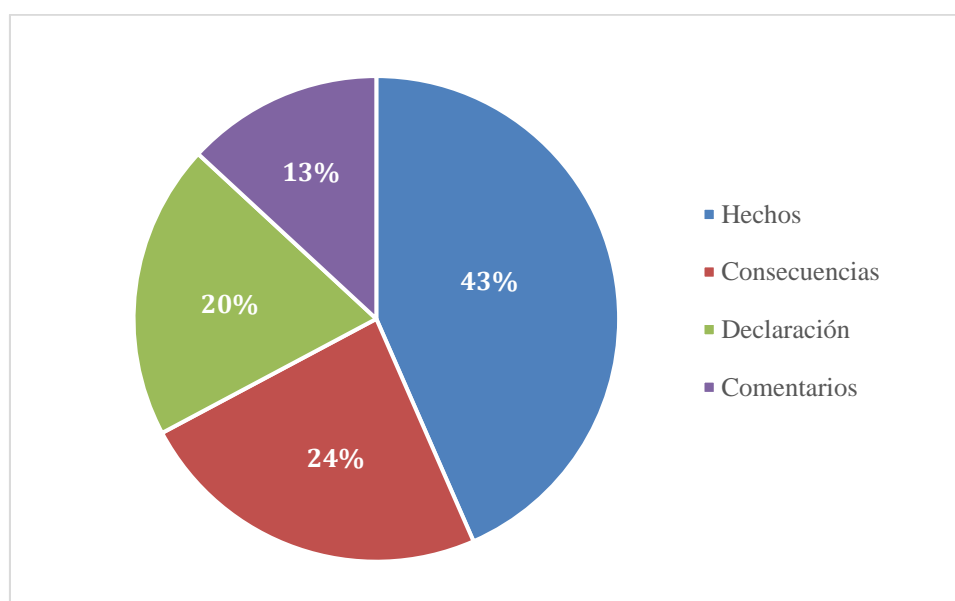
Por otro lado, se encontró que los tipos de historia utilizados para hablar de la Comunidad del Anillo y los temas relacionados con este se dividieron en 4 categorías: hechos, comentarios, declaraciones y consecuencias. Ahora bien, como se observa en la gráfica 3, en el caso de la Revista Semana los comentarios ocuparon el primer lugar con el 42% de cobertura, seguido de los hechos con el 29%. Los demás resultados se muestran a continuación en la gráfica 3.

Gráfica 3: Tipo de historia Revista Semana



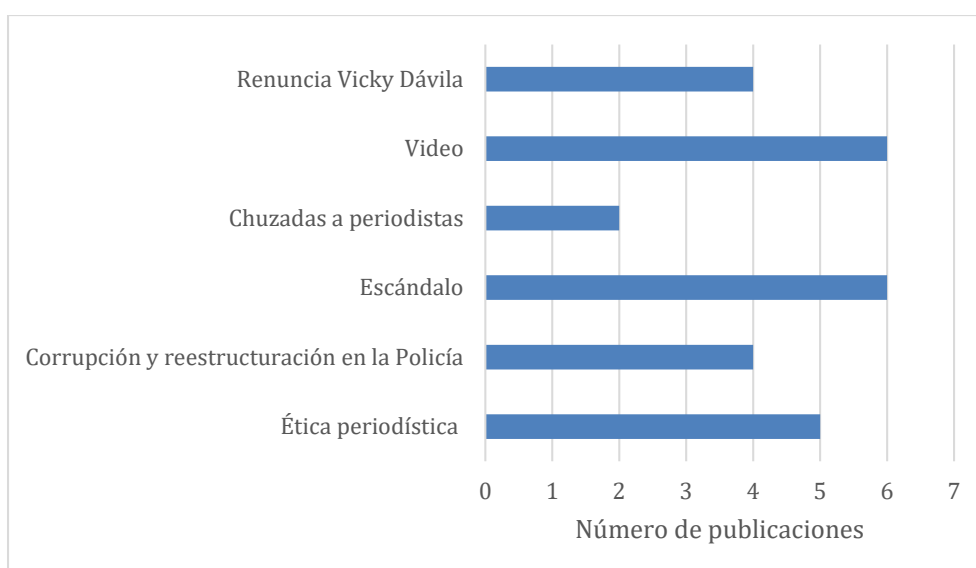
Por su parte, en el periódico El Tiempo se encontró que los hechos ocuparon el primer lugar de la cobertura con el 43%, y en segundo lugar está la narración de las consecuencias que se le atribuían al escándalo con el 24%; los demás resultados se encuentran en la gráfica 4. Ahora bien, se determinó que en el caso de este medio la distribución de los cuatro ítems presenta una desproporción menor a la de la Revista Semana, con base en el uso de los tipos de historia mencionados en este apartado.

Gráfica 4: Tipo de historia periódico El Tiempo



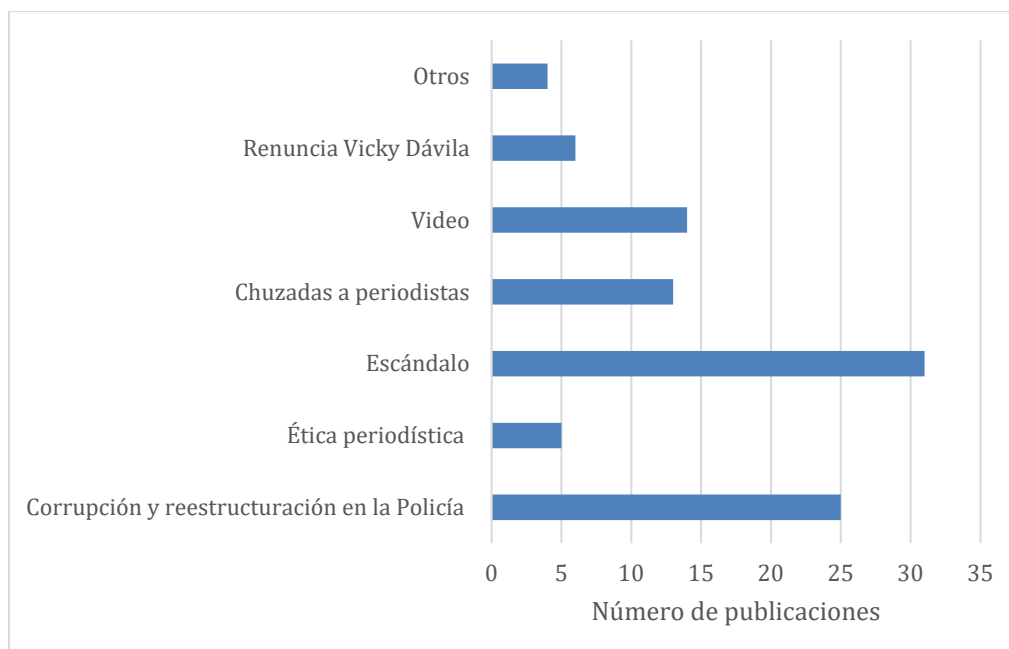
Siguiendo esta misma línea de estudio, se realizó un análisis referente a los focos temáticos de las publicaciones realizadas por ambos medios. Como se evidencia en la gráfica 5, en la Revista Semana el 19% hizo referencia al tema de la ética periodística, el 15% se centró en la corrupción y reestructuración en la Policía, el 22 % se enfocó en el escándalo y un 22% cubrió el tema del video publicado por Vicky Dávila; finalmente se observó que el 15% dio información sobre la renuncia de la periodista Vicky Dávila y el 7% habló de las chuzadas a periodistas. A continuación, en la gráfica 5, se puede visualizar el número de publicaciones por foco temático.

Gráfica 5: Focos temáticos de los artículos de la Revista Semana



Por su parte, se encontró que en el periódico El Tiempo el 32 % del cubrimiento se centró en el escándalo, el 26% habló sobre la corrupción y reestructuración en la Policía, el 14% hizo referencia al video de Carlos Ferro y Ányelo Palacios, el 13% se enfocó en las chuzadas, el 6% dio detalles sobre la renuncia de Vicky Dávila, el 5% se constituyó sobre el debate respecto a la ética periodística y finalmente el 4% respondió a la categoría “otros”. A continuación, en la gráfica 6, se observa el número de publicaciones que se realizaron en cada categoría.

Gráfica 6: Focos temáticos de los artículos de El Tiempo

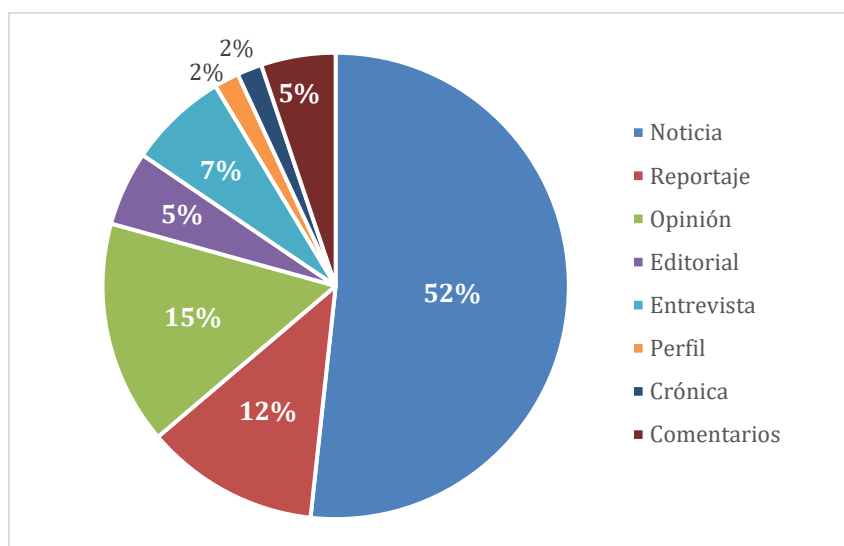


Para hablar del material visual usado por ambos medios se determinó que las caricaturas publicadas se caracterizaron por resaltar varios temas relacionados con el escándalo. El estudio arrojó que 9 de las 11 caricaturas que se publicaron en El Tiempo hablaron de la base del escándalo de la Comunidad del Anillo, cifra que representa la mayoría, 6 hicieron alusión a la corrupción y reestructuración en la Policía y 3 se centraron en la publicación del video en el que aparecía el para ese entonces Ministro del Interior Carlos Ferro. Asimismo, en las temáticas de: renuncia de Vicky Dávila, ética periodística y la categoría “otros”, se hizo mención una vez por cada una. Ahora bien, en la sección Foro del lector del periódico El Tiempo se observó que se hicieron 5 menciones del escándalo, 4 sobre el tema de corrupción y reestructuración en la Policía, y finalmente, en las categorías de chuzadas y video se hizo 1 alusión a cada una.

Por otro lado, y teniendo en cuenta que la Revista Semana solo publicó una caricatura referente a la Comunidad del Anillo durante el tiempo analizado, se determinó que esta caricatura hizo énfasis en la renuncia de Vicky Dávila y el escándalo. En el caso de la sección titulada Cartas al lector, se encontró que 5 de los textos enviados por la audiencia hacían referencia a la ética periodística, 3 se enfocaban directamente en el tema del video publicado, y en las categorías de corrupción y reestructuración en la Policía, la renuncia de Vicky Dávila y el escándalo se hizo 1 mención por cada una.

Ahora bien, un ítem importante de este estudio fue el tipo de artículos publicados por ambos medios. Se encontró que en el periódico El Tiempo el 52% de los artículos estudiados fueron noticias, lo que representa la mayoría, el 15% eran artículos de opinión y finalmente el 12% fueron reportajes. En la gráfica 7 se observan estos y otros tipos de artículos evidenciados en el cubrimiento del medio.

Gráfica 7: Tipo de artículos publicados por el periódico El Tiempo



En el caso de la Revista Semana, el 44% de publicaciones realizadas fueron comentarios, el 28% pertenecían a la categoría de opinión, el 17% fueron reportajes y finalmente el 11% eran entrevistas.

Como se observa en la tabla 3, la mayoría de las publicaciones tanto de la Revista Semana como del periódico El Tiempo contienen una imagen como apoyo gráfico con el 58% y el 56% respectivamente. Referente a esto se encontró que el 25% de las publicaciones de El Tiempo y el 37% en la Revista Semana no cuentan con ningún tipo de apoyo gráfico. A continuación, en la tabla 3, se visualiza el número de publicaciones realizadas en cada categoría, además se hace mención del uso de cronologías y caricaturas en ambos medios.

Tabla 3: Material visual de apoyo e individual

Material Visual	El Tiempo	Revista Semana
Imagen	40	11
Ninguna	18	7

Caricatura acompañando artículos	0	0
Cronología	2	0
Caricatura	11	1

A continuación, se explicará la categorización que se realizó para trabajar los datos referentes al tipo de fuentes usadas por los medios:

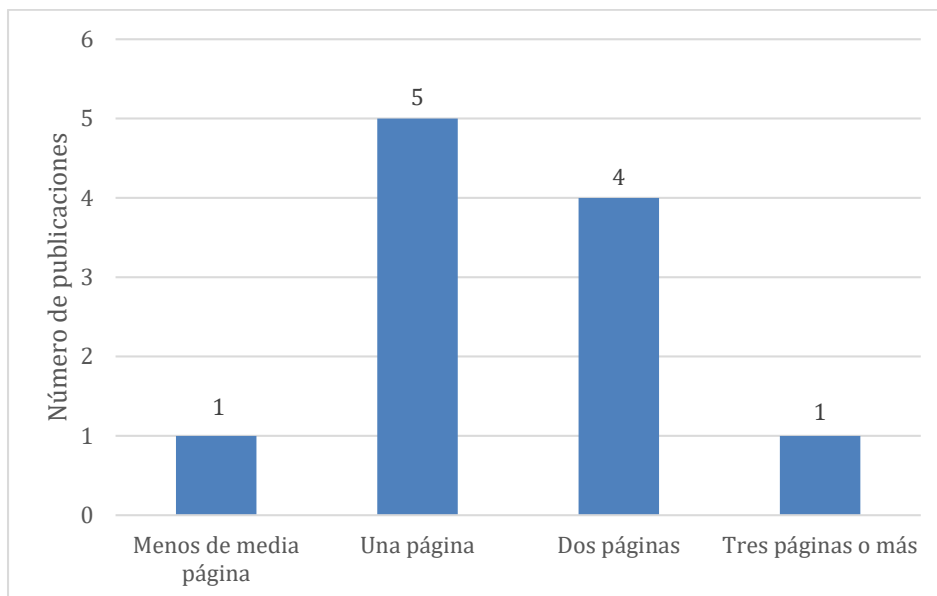
1. Periodistas involucrados: En esta categoría se agrupan todos los periodistas que estuvieron involucrados en el escándalo por cualquier razón, periodistas que para ese entonces, realizaban investigaciones similares en contra de la Policía además de la FLIP (Fundación para la Libertad de Prensa).
2. Gobierno: Como su nombre lo indica este grupo se enfoca en los personajes del Gobierno de turno, jueces y toda aquella persona que tuvo un papel fundamental en la toma decisiones legales respecto a la polémica y la opinión pública.
3. Oficiales involucrados: En esta categoría se agrupó a los oficiales activos o inactivos que estuvieron involucrados de alguna forma en el escándalo, o que con motivo de este tuvieron un papel determinante.
4. Víctimas: Este grupo recoge a todos los denunciante del caso, quienes sostuvieron haber sido víctimas dentro de la comunidad dentro de la institución.
5. Otros: Incluye a los periodistas que hablaron sobre el tema, familiares de los denunciante, profesores, información documental, etc.

En el cubrimiento realizado por el periódico El Tiempo se observó que el 34% de las fuentes usadas pertenecían a la categoría de Gobierno, el 33% al grupo otros, el 18% fueron oficiales involucrados, el 12% eran periodistas involucrados y finalmente el 3% eran víctimas. Por otro lado, en el caso de la cobertura realizada por la Revista Semana se encontró que el medio le dio prioridad a la categoría “otros” con un 72%, seguido de oficiales involucrados con 14%, y finalmente, les dio a las fuentes de los periodistas involucrados y el Gobierno un 7% de cobertura a cada uno.

En el caso de la extensión de los artículos, y dejando de lado apartados como Foro del lector, Cartas al lector y la Sección web, se encontró que en la Revista Semana el 46% pertenece a la categoría de una página de extensión, seguido del 36% que ocupó dos páginas. Finalmente, las categorías tres páginas o más y la de menos de media página representan el 9% del

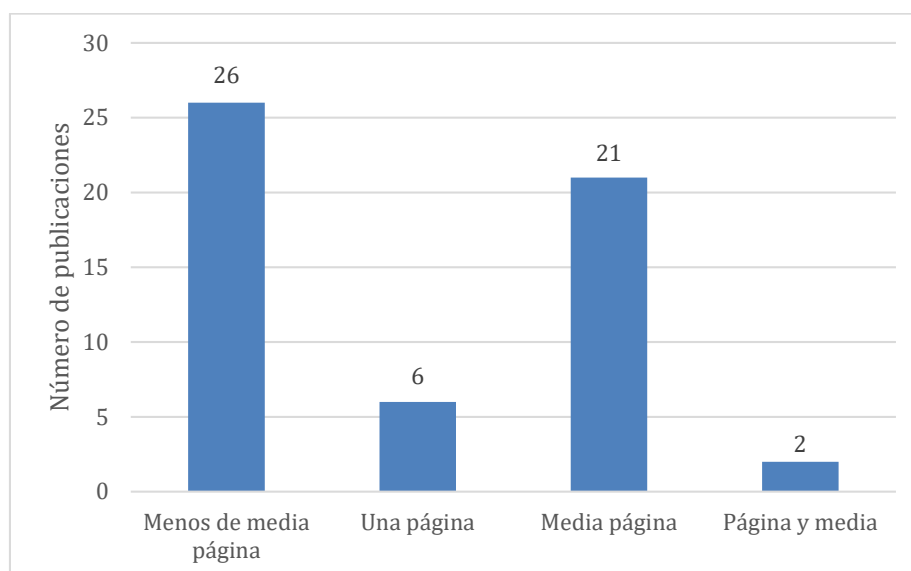
cubrimiento cada una. A continuación, en la gráfica 8, se observa el número de publicaciones que se realizaron en cada categoría.

Gráfica 8: Extensión de las publicaciones de la Revista Semana



En el caso del periódico El Tiempo se determinó que la categoría menos de media página se encuentra en primer lugar con 47% de las publicaciones, en segundo lugar, media página con el 38%, en tercer lugar, una página con el 11% y finalmente página y media respondió únicamente al 4% de las publicaciones. En la gráfica 9 se encuentra el número de artículos que responden a cada categoría.

Gráfica 9: Extensión de las publicaciones de El Tiempo



Ahora bien, se encontró que el marco que tuvo mayor número de repeticiones en el periódico El Tiempo fue el *frame* de conflicto con 32 apariciones, seguido de los marcos de interés y de responsabilidad, los cuales aparecieron 27 veces cada uno. En contraste con lo anterior, en el caso de la Revista Semana se encontró un empate en el número de apariciones de los *frames* de interés y de conflicto, lo que los convierte en los marcos más recurrentes en la cobertura del medio, con un total de 9 apariciones cada uno. En segundo lugar, el marco de moralidad tuvo especial énfasis en las publicaciones representándose en 7 artículos. En la tabla 4 se puede observar la información encontrada sobre estos y otros *frames* usados en ambos cubrimientos.

Nota: se debe tener en cuenta que en este estudio no se incluyeron las secciones de Cartas al lector, Foro del lector y Web

Tabla 4: Número de aparición de *frames*

<i>Frame</i>	El Tiempo	Revista Semana
Responsabilidad	27	6
Interés	27	9
Conflicto	32	9
Moralidad	12	7
Económico	0	1
Total de <i>frames</i> por medio	98	32

Discusión

El análisis de contenido realizado anteriormente permite evidenciar cómo se construyeron dos coberturas desde diferentes géneros periodísticos a partir de una agenda común. Para comenzar, es necesario resaltar nuevamente que existe una diferencia estructural derivada de la naturaleza de ambos medios, por lo que a continuación realizaré un desglose comparativo de los elementos empleados por cada medio, basándome en las características propias de ambos géneros.

El tema de la Comunidad del Anillo, por su naturaleza escandalosa, se convirtió en uno de los temas más relevantes de la agenda pública durante el 2015-2016, convirtiéndose así en uno de los escándalos más importantes en la historia del país. Por supuesto, los medios de comunicación se convirtieron en transmisores de lo que estaba pasando y, por ende,

desarrollaron coberturas informativas en base a una agenda similar. Así, me remito a Muñiz (2017) y su caracterización de los tipos de agenda política, mediática y pública que existen dentro de las coberturas de los medios. Inicialmente se parte de que el autor afirma que la agenda política determina la agenda mediática, lo cual se ve reflejado en la consolidación del escándalo y sus implicaciones.

Teniendo en cuenta lo anterior, el tema de la Comunidad del Anillo responde a las características de la agenda política que menciona Balán (2011), cuya base es que se desarrolla en una esfera política e involucra a grandes figuras de esta. La naturaleza escandalosa del hecho era llamativa, indignante y peligrosa, por lo que se convirtió durante mucho tiempo en el tema del momento. La idea de una red de prostitución dentro de la Policía, una institución que enaltece los valores del respeto, la libertad y la verdad empezó a destapar una realidad oculta para muchos y se convirtió en un tema importante tanto nacional como internacionalmente.

La Comunidad del Anillo se convirtió en un *boom* en la agenda política y por ende en la mediática, teniendo en cuenta que no solo involucró a grandes figuras del Gobierno de turno, sino también a personalidades del periodismo. ¿Qué podría generar más indignación nacional que eso? El hecho no solo se fundamentó en el eje de la prostitución o en el destape de la campaña de secretismo dentro de la Policía y el Gobierno, sino que también involucró denuncias de periodistas que acusaban al Estado y a la institución de realizar chuzadas, seguimientos e investigaciones ilegales, elementos clave para que los medios priorizaran en sus agendas la investigación de estos sucesos.

Tanto la Revista Semana como el periódico El Tiempo hicieron parte del remolino periodístico que surgió con el tema, construyendo una estructura mediática propia de los géneros periodísticos que manejan. Por un lado, el periódico El Tiempo se enfocó en el periodismo informativo basándose en la narración de los hechos y sus consecuencias, sirviendo de plataforma para las declaraciones de las fuentes involucradas. Por su parte, la Revista Semana centró su narrativa en los comentarios y el análisis de las consecuencias, lo que demuestra una clara variación en el tipo de cobertura que le dieron al hecho.

El uso de las fuentes es un elemento diferenciador importante entre ambos medios, pues se encontró que en El Tiempo el 33% de las fuentes eran del Gobierno, mientras que en la Revista Semana se priorizó la voz de los periodistas de opinión con el 72% de cobertura, lo que claramente evidencia dos estilos de narrativas con fines distintos. Lo anterior demuestra el

argumento expuesto por Casas, Davesa y Congosto (2016), sobre la priorización que los medios informativos hacen de la voz de las fuentes *oficiales*” o directamente implicadas en los temas, lo cual condiciona el debate a lo que dicen las fuentes, a diferencia de lo que ocurre con los géneros de opinión donde lo central es la interpretación de la realidad.

Uno de los resultados más relevantes del análisis es que la cobertura de ambos medios se caracterizó por el hecho de que las víctimas (denunciantes) no tuvieron un papel determinante como fuentes. Sí se mencionaron sus denuncias y levemente se les identificó como parte del proceso, pero no se les dio voz, a diferencia de las fuentes gubernamentales, periodísticas y oficiales de la Policía.

Lo anterior evidencia una clara desproporción en la información, que en cierta medida representó una falencia de ambas coberturas. Esto se debe a que ambos medios optaron por priorizar aquellas fuentes reconocidas a nivel nacional (miembros de la Policía involucrados, Gobierno de turno y periodistas), quienes, por la naturaleza del hecho, eran mucho más llamativos para la audiencia, por lo que los denunciantes no contaron con los mismos espacios en los medios. Todo esto contribuyó a que ambas coberturas se enfocaran en transmitir lo que respondían las grandes figuras involucradas ante las acusaciones, además de sus percepciones sobre el hecho, lo que representó una clara parcialización de la información teniendo en cuenta que no existió una equilibrada multiplicidad de versiones frente a las graves denuncias.

Por su parte, un elemento característico de las narrativas de ambos medios fue el tipo de piezas usadas, lo cual no solo refleja la naturaleza de las coberturas sino también la estructura y el enfoque que usaron. El Tiempo priorizó la noticia con un 52% y la opinión con el 15%, mientras que en la Revista Semana se dio más relevancia a los comentarios representados en un 44% y a las opiniones con el 28%. Esto, según Alonso (2004), respondería a un modelo interpretativo de este tipo de periodismo enfocado a la situación y la evaluación del problema.

Lo anterior representa una clara diferencia en el tipo de información que se emitió y el tipo de audiencia para la que fue emitida, ya que por un lado la Revista Semana orientó su cobertura hacia el análisis del impacto que el escándalo tenía en el país, centrándose en la multiplicidad de opiniones que existían referente al tema. Según Gross y Gómez (1999) esto hace referencia al *periodismo valorativo*, ya que su eje principal fue ampliar la percepción de la audiencia a partir de los diferentes puntos de vista de los periodistas, lo cual responde a la

naturaleza de opinión del medio. Por otro lado, en el caso de El Tiempo, se observaron características propias de un periodismo informativo enfocado en la actualidad de los hechos, en informar constantemente los altibajos del proceso. Lo anterior permitió consolidar una cobertura basada tanto en las actualizaciones del escándalo, como en el análisis del impacto que tenía la investigación en las diferentes esferas colombianas.

Ahora bien, otra de las diferencias que se encontró fueron los focos temáticos usados por ambos medios, los cuales reflejaron el enfoque periodístico y su interés en diferentes aspectos del escándalo. La Revista Semana basó la mayoría de sus publicaciones en el tema del escándalo que ocupó el 22% de la cobertura, junto a la temática de la publicación del video por parte de la periodista Vicky Dávila con el mismo porcentaje. En el caso de El Tiempo, se hizo énfasis en el escándalo con el 32% y el tema de corrupción y reestructuración en la Policía con un 26%. Cabe destacar que la Revista Semana hizo especial énfasis en la discusión sobre la ética periodística con el 19% de la cobertura, a diferencia de El Tiempo, que solo trató este tema en el 5% de sus publicaciones.

Claramente el foco temático de ambos medios partió principalmente de la Comunidad del Anillo, teniendo en cuenta la naturaleza escandalosa de los hechos que mencione anteriormente. Aun así, ambas coberturas desarrollaron diferentes vertientes temáticas que permiten vislumbrar en un primer momento, el discurso periodístico que emplearon.

La Revista Semana, al ser un medio de opinión centro la mayoría de su discurso en el trabajo que Vicky Dávila realizó para dar a conocer los hechos. Ahora bien, se encontró que los periodistas que escribieron sobre el escándalo prestaron mucha atención en su trabajo periodístico y el manejo de la información, especialmente marcaron su postura en si debió o no publicar el video de Ferro y Palacios, lo cual, desencadenó una discusión sobre la ética periodista. El discurso que emplearon los periodistas de este medio, hicieron que las emisiones se convirtieran en una zona de juicio para Dávila, en muchas ocasiones se preguntaban que hubieran hecho en su lugar, y en otras simplemente se encargaron de darle un tono positivo, negativo o neutro a la publicación del video. Lo anterior evidenció un juzgamiento de pares, los periodistas determinaron si era ético o no, lo cual, demostró y resaltó la importancia del periodismo en la sociedad, además de enaltecer la idea del papel determinante y peligroso que tienen como protectores de la verdad.

Por su parte, El Tiempo se enfocó en lo que pasaba dentro de la policía, la crisis de la institución y el análisis de los impactos internos/externos, por lo que las voces de sus fuentes se enfocaron en la preocupación del país sobre la gravedad de los hechos. Los cambios en el proceso, lo que decía el Gobierno de turno y la voz que los principales involucrados marcaron de principio a fin la cobertura que realizó el periódico, y demostró su necesidad por determinar lo que sucedía y el impacto que esto tenía para ese entonces. Lo anterior demuestra claramente una diferencia de discursos, puesto que a pesar de que partieron del mismo punto, se enfocaron en lo que les convenía teniendo en cuenta el tipo de contenido característico del medio.

Según el estudio, se encontró que la extensión de los productos periodísticos que fueron emitidos por ambos medios marca también una clara diferencia propia de la naturaleza estructural de ambos géneros periodísticos. Inicialmente se observó que en El Tiempo el 47% se caracterizó por ocupar menos de media página a diferencia de la Revista Semana, en la cual se encontró que el 46% tenía una página de extensión. A continuación, hablaré de la desproporción en el contenido publicado por ambos medios, lo cual, junto al ciclo de vida de ambos cubrimientos permite visualizar de qué forma se constituyó y se habló del escándalo.

Inicialmente partiremos del hecho de que El Tiempo concentró su cobertura en los meses de diciembre del 2015 (26%), febrero (56%) y marzo del 2016 (11%), cuyo contenido evidenció una clara diferencia estructural que se observa en la publicación progresiva de artículos que hacían referencia al hecho, lo que en un primer momento también responde a la extensión de los artículos. En el análisis se encontró que al inicio y al final del cubrimiento los artículos eran mucho más cortos que las piezas informativas emitidas en febrero, mes en el que la información se enfocó en las implicaciones del caso en la institución y el Gobierno. Claramente esto no indica que durante los primeros meses todos los artículos ocuparon menos de media página, pero sí permite evidenciar que el ciclo informativo respondió principalmente a los altibajos del caso y no a una investigación propia del hecho. Esto se debe a que cuando el tema empezó a afectar en grandes proporciones a la institución, el medio amplió la extensión de las piezas que hacían referencia al hecho y fue más reiterativo en su mención, lo cual permitió que toda información referente al escándalo fuera mucho más atractiva.

Por otro lado, que en la Revista Semana la cobertura se concentrara en los meses de febrero (68%), marzo (16%) y abril de 2016 (11%) no responde a las actualizaciones del hecho, como es el caso de El Tiempo, sino que su extensión responde únicamente a la naturaleza de opinión del medio, lo cual claramente permitió que los periodistas profundizaran más en los

elementos virales del escándalo. Ahora bien, se pudo determinar que a partir de los altibajos del caso, la Revista si aumento progresivamente las reiteraciones en la mención de las actualizaciones del caso, lo que, al igual que en El Tiempo, se concentra en febrero de 2016 con más emisiones.

Ahora bien ambos cubrimientos, creados con base en una agenda política conjunta, comenzaron a fomentar la discusión en la audiencia a partir de la consolidación de una agenda pública, la cual según Muñiz y Fonseca (2015), es manejada directamente por las masas como resultado de la jerarquización y el discurso que emplean los medios, de manera que los elementos claves del escándalo, la mención de sus consecuencias, impactos y el sentimiento de indignación en el país consolidó un clamor por la verdad que se reflejó en ambas coberturas.

Lo anterior se evidenció en la discusión planteada en los medios, cuyo fin fue servir como plataforma informativa e interpretativa que se construyó en conjunto con la audiencia. Esto se logra visualizar en la Revista Semana, específicamente en la sección *Cartas al lector*, la cual representó el 36.8%, a diferencia de la sección del Foro del lector del periódico El Tiempo, la cual solo consolidó el 4.2% de la cobertura. Los artículos publicados por la audiencia tuvieron como principal eje la preocupación por lo que sucedía, la furia respecto a lo crudo de los hechos y el clamor de un país que pedía respuestas y soluciones al Gobierno de turno.

Teniendo en cuenta esto, la consolidación del escándalo fue un mecanismo que ambos medios usaron para atraer la atención de la audiencia, valiéndose de titulares llamativos, de primicias y de fuentes importantes que estaban involucradas. Titulares como *Poligayte* en la Revista Semana, que hace referencia al escándalo Watergate en Estados Unidos en 1970, evidencia la importancia que el medio le otorgó a lo que estaba sucediendo y el impacto que quería tener en la audiencia. Otro ejemplo es el titular *Almendras amargas: Habla Vicky Dávila* en la Revista Semana, que evidentemente hizo énfasis en las denuncias de Vicky Dávila sobre el papel del Gobierno en su salida de La Fm, tema que era sumamente sensible y que tenía como eje principal el caso de la Comunidad del Anillo.

Por su parte, El Tiempo optó por usar titulares enfocados a enaltecer el papel de los involucrados bajo la idea de primicia. Ejemplos de esto son: *El general Palomino Rompe su silencio*; *“Espero que justicia me devuelva mi dignidad”*: *General Palomino*, entre otros, los cuales representaron información valiosa para la audiencia. Uno de los elementos claves de

estos titulares fue que en la mayoría de ocasiones hacían alusión a la presunta inocencia de Palomino, lo mostraban como una gran figura que se veía manchada por el escándalo.

Ahora bien, se determinó que en la cobertura de El Tiempo se usó a Palomino como rostro del escándalo, y que su constante mención permitió representar la decadencia de la institución a través de su historia. Además, se observó que Palomino representó una fuente constante y principal en el cubrimiento, en donde se mostraba como el Policía, el hombre y el padre, lo cual, acompañado de las demás fuentes (en su mayoría Gobierno) brindaban cierto apoyo al para entonces General, lo que promovió la empatía para con el personaje. Esto evidencia la postura del medio en el tratamiento del hecho.

Por otro lado, en cuanto al ciclo de vida del cubrimiento mediático de ambos medios, se evidenció que después de la incorporación del nuevo director de la Policía Nacional Jorge Hernando Nieto la cobertura del escándalo empezó a disminuir hasta desaparecer. En cierta medida, los titulares que se encargaron de hablar de este remplazo hicieron especial énfasis en que el general Nieto representaba un cambio inminente y marcaron un antes y un después en la historia de la Policía Nacional.

En el periódico El Tiempo se encontraron titulares como *Policía en manos de un experto en seguridad ciudadana; "Ser implacable contra la corrupción" el compromiso de Nieto; Más polígrafo para combatir corrupción interna en la Policía*, entre otros, cuyo foco fue fomentar la idea de que la llegada de Nieto representaba un cambio y que todo iba a mejorar. Esto podría sugerir cierta priorización de las fuentes, es decir, que el discurso que el medio trabajó sobre este cambio se limitó a lo que la fuente oficial decía. Lo anterior significó que el medio sostuviera que la llegada de Nieto al puesto representaba una nueva era en la Policía, lo que careció de análisis y en cierta medida pudo haber contribuido a apagar poco a poco el escándalo.

En los últimos meses de análisis se encontró que el tema empezó a perder vigencia, fue el ocaso de un evento de grandes proporciones. Ahora bien, se determinó que la construcción del ciclo mediático se dividió en tres momentos. En primer lugar, el tema tuvo un inicio fuerte y desconcertante que priorizó fomentar la indignación de los colombianos; en segundo lugar, el escándalo tuvo un clímax estrepitoso gracias a la publicación del video, las denuncias de Vicky Dávila en contra del Gobierno, la falta de resultados en las investigaciones y la poca efectividad para dar con las cabezas de la comunidad representaron la cúspide del escándalo. Finalmente,

la salida de Rodolfo Palomino y el inicio de una *nueva era en la Policía* representó el final del asunto.

Los últimos artículos publicados por El Tiempo, como se mencionó anteriormente, mantuvieron la idea de que la llegada de Nieto era la solución, el cierre del escándalo. Después de esto no se volvió a hablar, durante el tiempo estudiado, sobre las investigaciones o sobre nuevos hallazgos, y lo único que se encontró fueron algunas noticias pequeñas sobre Ányelo Palacios y su reincorporación a la Policía. Por su parte, la Revista Semana publicó un solo artículo sobre Nieto titulado *El reformador*, cuyo papel fue el de dar por terminada la cobertura del escándalo durante el tiempo estudiado.

Todo lo anterior podría indicarnos que, en efecto, Nieto fue la pieza clave que en ambos medios marcó el fin de la cobertura mediática de los hechos. Esto se debe a que se encontró que la construcción del escándalo en los medios estudiados fue determinada por los implicados, es decir, que los tres momentos del ciclo informativo mencionados anteriormente respondieron a la voz de sus protagonistas. En primer lugar, las víctimas (periodistas y policías víctimas de la red) fueron quienes dieron pie a la cobertura dando datos desconocidos y abriendo la investigación; en segundo lugar, la institución, el Gobierno, Palomino y Dávila fueron quienes mantuvieron vigente el tema, quienes dieron de que hablar y los encargados de actualizar la información y finalmente, en tercer lugar, Nieto fue quien apagó el escándalo a pesar de que la investigación seguía, pues como se mencionó antes representó el “fin” de una era. La narrativa marcada por sus protagonistas silenció fuentes importantes como las víctimas, y determinó altibajos informativos que se basaron específicamente en lo llamativo y lo viral.

Lo mencionado anteriormente se relaciona con los tipos de escándalos mencionados por Armendares (1999) y Restrepo (2005) llamados *escándalo ruidoso* y *escándalo silencioso*. Es posible considerar que durante la vigencia del tema se lograron evidenciar rasgos del escándalo ruidoso, específicamente durante el clímax de ambos cubrimientos, ya que se caracterizaron por ganar la atención de público con primicias, datos insólitos, entre otros elementos. La información se presentó, pero no fue mucho más que eso, las coberturas se limitaron a narrar qué pasaba, qué era llamativo y a apelar al sentimiento de indignación de los colombianos. No obstante, no siguieron la investigación ni fueron más allá de lo que salía diariamente y lo que se volvía viral. Por otro lado, las características del escándalo silencioso definido por Restrepo (2005), con base en la teoría de Armendares (1999), como aquella situación de la que no se habla demasiado, se percibieron al final del cubrimiento.

Otro elemento relevante de la cobertura realizada por el periódico El Tiempo es que se caracterizó por priorizar el *frame* de conflicto con 32 apariciones, lo cual evidencia una gran necesidad de evidenciar las posturas que existían sobre el escándalo, contraponiendo las declaraciones de los actores involucrados y promoviendo la discusión. Durante la implementación de este marco se observó que la narrativa que empleó el medio procuraba dar voz a los involucrados, que en su mayoría eran fuentes del Gobierno y altos mandos de la Policía, lo cual permitió que cada uno protegiera su versión y por ende no existiera una gran multiplicidad de versiones.

Por su parte, la aparición de los *frames* de responsabilidad e interés humano estuvieron estrechamente ligados en cuanto a proporción, debido a que surgieron la misma cantidad de veces. Inicialmente se encontró que durante el cubrimiento la atribución de responsabilidad recayó sobre la Policía, teniendo en cuenta que ese era el foco de la red y de donde habían surgido las *manzanas podridas* que estaban manchando la imagen de la institución. Pero también se hizo responsable al Gobierno, puesto que era su responsabilidad tener control de sus instituciones. Esto se observó puntualmente en la editorial y la sección de opinión del medio, ya que los artículos se caracterizaron por exigir respuestas al Gobierno.

Por otro lado, en cuanto al *frame* de interés humano El Tiempo decidió mostrar principalmente al General Rodolfo Palomino como el rostro de la mayoría de los artículos. Al ser uno de los ejes principales, Palomino sirvió como base para evidenciar el deterioro de la institución, mientras promovía la idea de que todo lo que estaba sucediendo estaba manchando su buen nombre, lo cual generó en cierta medida empatía con el personaje. Por otro lado, este marco también fue usado para hablar de Vicky Dávila y el cómo estaba siendo afectada por el escándalo. Finalmente, en el caso del video de Ferro y específicamente cuando mencionaron el tema de su esposa e hijos el medio también empleó este marco.

Ahora bien, el *frame* de moralidad también se usó para referirse al honor, buen nombre y la trayectoria de Palomino, además de hacer énfasis en las consecuencias de que Vicky Dávila subiera el video de Ferro, lo cual enmarcó la discusión sobre un terreno ético. Esto enfocó el cubrimiento en el deber ser de los personajes, ambos tenían puestos de respeto y por ende su actuar estaba determinado por muchas cosas. En el caso de Palomino, el medio optó por enfocarse en los elementos que enaltecían al personaje, su vida, sus triunfos, su carrera respetable, lo cual, lo mostró como la representación del deber ser de un Policía. En el caso de Dávila, la discusión se tornó en el deber ser de un periodista, se cuestionó su actuar y se resaltó

la importancia de ejercer la profesión con ética y libertad, enfocando el discurso a la delgada línea de la libertad de expresión.

En cuanto a la Revista Semana se encontró que los *frames* de conflicto y el de interés humano fueron los marcos más recurrentes, los cuales aparecieron 9 veces cada uno. Se evidenció que el marco de interés humano se enfocó en cómo los hechos que rodearon a la Comunidad del Anillo afectaron la tranquilidad de los periodistas y los policías que fueron víctimas de la red de prostitución, además de resaltar el deterioro de la buena imagen de la institución que era representativa de la nación.

Lo anterior evidencia que el medio optó por contar la historia a través de las percepciones de sus escritores, más allá de por las fuentes mismas. Es decir, por la naturaleza del medio, los periodistas fueron quienes se encargaron de guiar la historia por medio de sus percepciones y opiniones sobre los elementos principales del escándalo y sus personajes, discursos que en muchas ocasiones se contraponían. Sin embargo, no se desconoce que esta cobertura se realizó de la mano de las fuentes, ya que en algunas ocasiones el medio permitió contraponer sus versiones frente a hechos muy puntuales. Todo lo anterior, implica que el discurso se construyó a partir de la diferencia de nociones referentes al hecho, cuyos focos representaron en cierta medida la opinión de la audiencia por su multiplicidad. Por su parte, el marco de conflicto hizo énfasis en las interpretaciones que existían y las contrapuso, lo que permitió que se construyera una narrativa basada en la opinión y la preocupación de los colombianos.

El *frame* de moralidad apareció en 7 ocasiones y estuvo enfocado a la discusión sobre si fue ético o no que Vicky Dávila subiera el video. Este tema fue uno de los elementos característicos del cubrimiento de este medio puesto que, como lo mencione antes, enmarcó la discusión en el deber ser del periodista, y determinó líneas de análisis en torno a una acción que despertó la indignación y el apoyo de los periodistas en el medio. Por su parte, el *frame* de responsabilidad apareció en 6 ocasiones e hizo alusión a las falencias en el Gobierno a la hora de tener control sobre la institución, enalteciendo el sentimiento de indignación sobre el mal manejo de la actual institución. Finalmente, el *frame* económico solo tuvo 1 aparición y se enfocó en el manejo de los gastos de la policía respecto a la contratación, las reincorporaciones y las demandas de sus oficiales.

A manera de cierre, vale la pena recalcar varios elementos característicos de ambas coberturas. Se pudo determinar que la agenda contenida en los medios estudiados respondía a

una misma agenda política escandalosa, pero su cubrimiento era determinado por la naturaleza del medio. Es decir, la información se adaptó a las características propias de los géneros periodísticos de cada medio, por lo que claramente el discurso se modificó respecto a los intereses de cada uno.

Lo anterior se asume con base en las características de los hechos, las figuras involucradas y las repercusiones que tuvo tanto para la institución, como para el Gobierno y el periodismo. Un tema que surgió de la agenda política de ese entonces, pero que por su naturaleza transgredió completamente el deber ser de las figuras involucradas y representó claramente un tema viral e hiriente, que apelaba a la sensibilidad, la indignación y la preocupación. Ahora bien, la consolidación de los discursos respondió claramente a visiones diferentes respecto a lo impactante de la historia, y a su vez, se constituyeron a partir de narrativas diferentes que evidenciaron la creación de un escándalo desde diferentes géneros.

En segundo lugar, la construcción del escándalo por parte del periódico El Tiempo se basó en un discurso fundamentado en fuentes oficiales y gubernamentales, las cuales resaltaron la idea de las *manzanas podridas* dentro de la institución, relegando la problemática a unas cuantas personas y así desconociendo la magnitud y la raíz del problema. Una de las razones por la que esto pasó, se debe a que mucho antes de que el escándalo saliera a la luz, miembros importantes de la Policía ya se habían visto inmersos en investigaciones que afectaban a la institución, tal es el caso de Luis Eduardo Martínez y sus nexos con el narcotráfico y bandas criminales y el tan sonado carrusel de reintegros, entre otros, lo que preocupaba no solo al Gobierno sino también a los colombianos.

Las acciones ilegales de algunos de sus miembros, y las denuncias por fallos en las contrataciones realizadas antes del estallido del escándalo, permitieron que el discurso de las *manzanas podridas* tomara más fuerza, ya que no hacía referencia únicamente a La Comunidad del Anillo, sino que era algo que afectaba a la institución tiempo atrás y que no era desconocido para los colombianos. A raíz de la preocupación por el estado de la institución, y valiéndose de los casos anteriores, se optó por focalizar la atención a unos cuantos y descentralizar la problemática hablando de casos aislados, los cuales, eventualmente se podrían encontrar y solucionar por vías legales. Lo anterior permitió que la atención se diluyera de lo realmente importante, las falencias institucionales y los problemas de raíz que para entonces presentaba la Policía. Ahora bien, gracias a todo esto, un elemento característico del cubrimiento del

escándalo se enfocó en un discurso que enalteció el sentimiento de empatía hacia la institución y sus valores, el cual surgió de la preocupación por su estado.

Finalmente, el hecho de que ambas coberturas se limitaron a tratar los temas virales y tendencia del momento hizo que esta no fuera más allá de lo que sucedía en ese entonces. Esto representa un grave problema en la cobertura de escándalos en la Policía, puesto que el mismo suceso determina cuándo se hablaba del tema y cuándo no. Esto representó una postura débil por parte de los medios, ya que, al dejarse llevar por lo llamativo, ruidoso e indignante del escándalo permitieron que las fuentes y los altibajos de la información determinaran el rumbo del análisis y desarrollo periodístico, lo que desencadenó una cobertura focalizada en lo viral que buscaba atraer la atención de la audiencia. Ahora bien, los mismos medios ayudaron a promover lo viral del tema y despertar aún más el interés de la audiencia valiéndose de datos inéditos en las investigaciones o declaraciones relevantes sobre La Comunidad del Anillo, todo eso, en cierta medida permitió que los hechos hablaran por sí solos, evitando así la consolidación de investigaciones periodísticas objetivas sobre lo sucedido.

Tagle y Claro (2018) sostienen que este tipo de cubrimientos suelen estar mediados por la necesidad que tienen los medios de ganar audiencias, lo cual indiscutiblemente afecta el tratamiento de los datos. Aun así, es necesario resaltar que los autores afirman que “si bien el escándalo mediático producto de la corrupción política propicia el sensacionalismo de los medios para así obtener réditos comerciales, éste también, en cierta medida, es inseparable de la función de vigilancia.” (Tagle y Claro, 2018, p. 417) lo que se evidenció en el tratamiento de la Comunidad del Anillo. Partiendo de lo anterior, se podría decir que efectivamente ambos medios priorizaron lo viral, pero que el hecho de mantener una constante actualización del caso fue lo que permitió que se consolidara la opinión y que el tema tuviera impacto y se mantuviera vigente en las diferentes esferas.

Como resultado de la investigación, y a manera de conclusión, se recomienda a los medios que en próximos cubrimientos de escándalos de corrupción se mantenga un equilibrio permanente en las fuentes usadas, con la intención de evitar que los mismos protagonistas sean quienes determinen el discurso que se empleará. Esto teniendo en cuenta que la multiplicidad de voces sobre un tema permite que se mantenga la objetividad de la narrativa. Por otro lado, se recomienda también desligarse de los altibajos o actualizaciones de los temas, los cuales deben ser mencionados, pero no deben ser el foco de los cubrimientos, esta recomendación se fundamenta en que por lo general los datos en los casos de corrupción suelen ser impactantes

y en ocasiones demasiado llamativos, por lo que basarse únicamente en ellos podría hacer que los medios caigan en lo viral de los propios temas.

Finalmente, es importante mencionar que existieron ciertas limitaciones en el desarrollo de este trabajo, ya que no fue posible encontrar el material documental completo de los ejemplares publicados durante los siete meses estudiados. Las limitaciones generadas por la disponibilidad de archivos, específicamente de tres ejemplares del periódico El Tiempo, representó claramente una falencia en la investigación. Ahora bien, este trabajo deja abierta la posibilidad de consolidar estudios enfocados a los discursos que manejan los medios de comunicación, específicamente en temas de corrupción en la Policía Nacional. De manera que el análisis de los discursos y la comparación de los mismos, logren determinar cómo los intereses propios de los medios permean la información y determinan la discusión en la esfera pública.

Referencias

- Abejón Mendoza, P. (2013). *Estado del periodismo de opinión en España: Polarización, género y emolumentos* [Universidad del País Vasco].
<https://addi.ehu.es/handle/10810/41096>
- Alonso Belmonte, M. I. (2004). *La expresión de la opinión en el discurso escrito: Un estudio de la estructura textual de la argumentación en el periodismo de opinión inglés*. Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones.
- Amadeo, B. (2002). La teoría del Framing. Los medios de comunicación y la transmisión de significados. *Revista de comunicación, 1*.
- Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista latina de comunicación social, 70*, 423-450.
- Arias-Robles, F., & García-Avilés, J. A. (2018). El destino del enlace periodístico: Percepción de los editores y aplicación práctica de la hipertextualidad en los medios españoles. *Palabra clave, 21*(2), 275-309.
- Aruguete, N. (2009). *Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting* [Universidad Católica Argentina].
<https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/7119>
- Balán, M. (2011). La denuncia como estrategia: Escándalos de corrupción en Argentina y Chile. *Desarrollo Económico: Revista de Ciencias Sociales, 51*(202-203), 163-187.
- Caminos Marcet, J. M., & María, J. (1997). *Periodismo de investigación: Teoría y práctica*. Síntesis España.
- Casas, A., Davesa, F., & Congosto, M. (2016). La cobertura mediática de una acción «conectiva»: La interacción entre el movimiento 15-M y los medios de comunicación. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 73-95*.

- Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política. *Telos*, 74(1-19).
- Cuadrado, L. A. H. (2001). Lengua y estilo del editorial. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 2001(7), 279-293.
- De Fontcuberta, M. (1993). *La noticia*. Paidós Barcelona.
- Fontcuberta, M. de. (1980). *Estructura de la noticia periodística*. ATE.
- Forero Jiménez, B. E., López Melgarejo, J. A., & Reales Martínez, Y. (2015). *Estudio comparativo de dos casos de contratación pública de obras de malla vial en la ciudad de Bogotá entre los años 2012 y 2013* [Universidad Católica de Colombia].
<https://repository.ucatolica.edu.co/handle/10983/2815>
- Fragozo Britto, A. A. (2014). *Periodismo Participativo: Estudio de caso de Comunidad Semana de Semana. Com y Yo Público de Citytv. Com. Co* [Universidad del Rosario].
<https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/8982>
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo: Cómo se forma el presente*. Paidós Barcelona.
- González, C. (1998). Identidad, violencia y " mala imagen" de Colombia un acercamiento al cubrimiento en El País. *Signo y pensamiento*, 17(32), 71-82.
- Gross, T. L., & Gómez, B. (1999). El periodismo de opinión y los valores democráticos. *Comunicar*, 13.
- Gualdrón Ángel, J. F. (2016). *Corrupción, reforma y realidad. Incidencia de la corrupción publicada por los medios de comunicación en la estructura de la policía nacional de Colombia (1993–2012)* [Universidad del Rosario].
<https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/11904>
- Gutiérrez Coba, L. M. (2004). La justicia ignorada: Tratamiento de la información judicial en la prensa. *Palabra Clave*, 10.
- Gutiérrez, F. (1996). Dilemas y paradojas de la transición participativa. *Análisis político*, 29,

43-64.

Koziner, N. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación.

Austral Comunicación, 2(1). <https://doi.org/10.26422/aucom.2013.0201.koz>

Labio-Bernal, A. (2005). Poder y manipulación informativa. Una aproximación desde el pensamiento crítico. *Razón y Palabra*, 43, 1-12.

Maldonado, T. R. (2006). Imagen y discurso: Construcción de sentido en las portadas de las revistas *Semana y Cambio*, 1998-2004. *Signo y pensamiento*, 25(49), 144-159.

Marín Villar, C. (2013). *El escándalo político como fenómeno de los medios de comunicación. Análisis del cubrimiento periodístico realizado por la revista semana durante 1996 sobre el proceso 8.000* [Universidad de La Sabana].
<https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/6266/126891.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda/setting the agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Grupo Planeta (GBS).

Moreno Espinosa, P. (2000a). Géneros para la opinión, el comentario o la columna. *Revista Latina de comunicación social*, 30.

Moreno Espinosa, P. (2000b). Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional. *Ámbitos*, 5, 169-190.

Moreno Espinosa, P. (2003). Géneros para la persuasión en prensa: Los editoriales del diario El País. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 10.

Muñiz Zuñiga, V. (2017). *Fuentes, medios y públicos en Cuba: Hacia una articulación posible*. [Universidad de La Habana].

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56237180/VERSION_DEFENSA-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1629310639&Signature=B4LgZ3Jcx0XzgfSBOrgTsv-Sq-l-IZx1V8JEjHoIob7Vflicv7gXH0bF6ATX1F4U11QdsrLF88L1OpQzAcTJ1yr~-

h1A7JZHVIUNR8K1AuSoCQLI4WfCgmekQ-4a8-WeBrh9nCoMcr6RjmRr240ame-
o1xNGCxlPfb~nn73KTDlk~n-MznQD8uP5mPwQ-
PvekWP~e98d2EShkdeLpDf0dyvAdIqgphKDJN8CK4Y2zH1x1YKyxS0p6jOZIsWz
uLRkhWvu1fBbKBEyJTonBjGhYBDRpZHfSeKBJThgbREoifE9Go2ub~D-
473bEpvsilqfSzFw75pWIZh5oRf8R3yWsw__&Key-Pair-
Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Muñiz Zúñiga, V., & Fonseca Valido, R. Á. (2015). Caracterización de las agendas mediática y pública en las provincias cubanas entre 2011 y 2014: El caso de Santiago de Cuba. *Signo y pensamiento*, 34(67), 94-112.

Ossa Bocanegra, C. E. (2014). Tratamiento de la colusión en la contratación pública: Una visión del caso colombiano. *Revista de Derecho*, 42, 233-263.

Palau, A., & Davesa, F. (2013). El impacto de la cobertura mediática de la corrupción en la opinión pública española. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 144(1), 97-124.

Ramos, J. R. G., & García, A. R. (2013). Las cartas sobre la mesa. Un estudio sobre la relación entre agenda pública y mediática en Cuba: Caso Granma. *Signo y Pensamiento*, 32(62), 98-113.

Restrepo, J. D. (2005). El escándalo, una construcción social y política de la corrupción en los medios de comunicación. *Escribanía*, 15, 69-77.

Rincón Henao, D. M. (2016). *El discurso sobre el actual proceso de paz en la revista Semana (2012-2014)* [Universidad del Rosario].

<https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/11894>

Rincón, O. (2017). Periodismo mutante y bastardo. *Revista CS*, 22, 15-31.

Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting: Aplicación a la enseñanza universitaria*. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.

- Ruano Rincón, D. C. (2013). *El papel de los medios de comunicación en las elecciones a la Alcaldía de 2011. Un análisis desde la relación de las agendas de los diarios El Tiempo y El Espectador y la agenda de las campañas de Gustavo Petro y Enrique Peñalosa* [Universidad del Rosario].
<https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/4751>
- Rubio Ferreres, J. M. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de Antropología*, 25(1). <http://hdl.handle.net/10481/6843>
- Sadaba-Garraza, T., Rodríguez-Virgili, J., & La-Porte Fernandez-Alfaro, T. (2008). La teoría del framing en la investigación en comunicación política. En *Estudios de Comunicación Política Libro del año 2008*. acop.
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of communication*, 50(2), 93-109.
- Tagle, F. J., & Claro, C. (2018). Encuadres y uso de fuentes en la vigilancia mediática. Análisis de prensa argentina y chilena: Casos José López y Caval. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(1), 413.
- Tejeiro Salguero, R., & Gross, T. L. (2009). Las viñetas de prensa como expresión del periodismo de opinión. *Diálogos de la comunicación*, 78, 6.
- Thoumi, F. E. (1999). La relación entre corrupción y narcotráfico: Un análisis general y algunas referencias a Colombia. *Revista de economía del Rosario*, 2(1), 11-33.
- Vargas Carrillo, M. S. (2019). Periodismo de opinión y discurso de género: Análisis comparativo de las columnas de El País Semanal (El País) y Magazine (La Vanguardia). *Inter disciplina*, 7(17), 31-55.
- Villegas Botero, A., & Giraldo Quintero, Y. (2019). Tratamiento informativo de la corrupción en los medios digitales de Manizales, Colombia. *Sociedad y economía*, 38, 105-129.

Yanes Mesa, R. (2003). La noticia y la entrevista. Una aproximación a su concepto y estructura. *Ámbitos*, 9-10. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2002-2003.i09-10.13>

Yanes Mesa, R. (2004). El artículo, un género entre la opinión y la actualidad. *Revista Latina de comunicación social*, 7(58), 1.

Zuleta, A. P. (2015). *La corrupción su historia y sus consecuencias en Colombia*

[Universidad Militar Nueva Granada].

<https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/13973>