

# Paro nacional: el manejo informativo de *Semana* y *El Espectador*

VALENTINA ESPER CARDONA<sup>1</sup> Y CAROLINA CORTÉS ESPINOSA<sup>2</sup>

---

## Resumen

La presente investigación establece como su propósito abordar el manejo de los titulares de *Semana* y *El Espectador* en el cubrimiento del paro nacional entre el 28 de abril y el 21 de mayo del 2021, y desde ahí, hacer una revisión y una reflexión en torno a cómo se concreta la calidad periodística de esos medios de comunicación.

El enfoque de investigación es mixto; es decir, se toman en cuenta parámetros cualitativos y cuantitativos con el fin de enriquecer este proceso de indagación a través de ambos enfoques.

Los objetivos son analizar la calidad de la información noticiosa (palabras clave, frecuencia, repetición, número de visitas a los portales web, etc.), comparar las noticias, observar el planteamiento de la información

---

1 Tecnología en Comunicación Social y Periodismo, Uninpahu. Contacto: [valentinaespercardona@gmail.com](mailto:valentinaespercardona@gmail.com)

2 Comunicación Social y Periodismo, Uninpahu. Contacto: [caro95778@gmail.com](mailto:caro95778@gmail.com)

e identificar los intereses de estos medios de comunicación a través del análisis de dichos insumos.

En nuestras conclusiones preliminares se plantea que:

En *El Espectador* hay cierto nivel de objetividad; sin embargo, se priorizan testimonios de funcionarios públicos y se resaltan más los hechos violentos por parte de los manifestantes, en contraste con las buenas iniciativas. Se evidencia también que en las noticias consultadas no hay pluralidad, ya que se les da mayor relevancia a las fuentes oficiales. El dominio del lenguaje en ocasiones no es objetivo. En la mayoría de los casos, la contextualización es suficiente, pero hace falta una mayor profundización en la investigación.

Por su parte, la revista *Semana* hizo el cubrimiento de la situación; el contenido de sus noticias fue informativo, pero se evidenció su postura política en dicha situación. Durante las protestas, fueron innumerables los actos de violencia, vandalismo y abuso policial. Sin embargo, lo que *Semana* publicó al respecto se notaba bastante inclinado a favor de la opinión del gobierno. Es decir, en sus noticias, los generadores de conflicto y de violencia fueron solo los manifestantes.

**Palabras clave:** paro nacional, manifestaciones, reforma tributaria, calidad periodística, medios de comunicación.

## Tema central

La pregunta central de investigación es: ¿Cómo los medios de comunicación —en específico, la revista *Semana* y el periódico *El Espectador*—

manejaron los titulares de sus contenidos periodísticos en el cubrimiento informativo del paro nacional ocurrido entre el 28 de abril y el 21 de mayo de 2021? Este interrogante surge por la necesidad de aclarar y evidenciar la postura política y social que los medios en cuestión tomaron durante la contingencia civil que se presentó en el rango de tiempo establecido. Hemos recopilado los titulares de las noticias que se produjeron durante estas fechas, para analizar su contenido, su veracidad y su imparcialidad y, de esta manera, poder determinar su calidad periodística.

## Fundamentación conceptual

### **Calidad periodística**

Para analizar la calidad periodística de la revista *Semana* y el periódico *El Espectador*, hemos tomado como referencia el patrón de medición conocido como *valor agregado periodístico* (VAP), desarrollado por un grupo de investigadores de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Este patrón mide la capacidad que tiene el periodista para entregar y procesar información sin distorsionar la realidad, seleccionando y jerarquizando profesionalmente lo que es noticia, y las fuentes involucradas en el hecho (Pellegrini *et al.*, 2006).

El VAP se divide en diferentes tipos de indicadores para analizar la calidad del contenido periodístico. Utilizaremos en la presente investigación tres de ellos para hacer nuestro propio estudio (Gómez Mompert y Palau Sampio, s.f.):

- **B. 1.:** Los indicadores de estilo agrupan aquellas acciones relacionadas con el dominio del lenguaje y la creatividad en la construcción de la noticia. El estilo es una manifestación de las competencias discursivas de los periodistas. De esta forma, B.1. agrupa: la estructura narrativa; el nivel narrativo; el número de adjetivos calificativos, y el número de verbos de atribución.
- **B. 2.:** A través de los indicadores de contenido se definen los rasgos informativos de contextualización realizados por el periodista al tratar el hecho: antecedentes de la noticia; consecuencias de la noticia; observación periodística.
- **B. 3.:** Los indicadores de énfasis recorren el punto de vista adoptado por el narrador para exponer los hechos; para ello, se consideran índices de medida: el núcleo de la información; el enfoque o el ángulo de la noticia, y el indicador de balance de los distintos puntos de vista involucrados en un hecho.

## Enfoque o metodología

La metodología que se utiliza en esta investigación es el análisis de contenido desde un enfoque mixto. Según Berelson (1952, p. 17), consiste en “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones, que tiene como primer objetivo Interpretarlas”. Las categorías de análisis son: el contenido de las noticias (palabras clave, frecuencia y objetividad periodística); la comparación entre las notas periodísticas de *Semana* y las de

*El Espectador*; el planteamiento de la información; la identificación de palabras clave, y la cantidad de veces que estas se repiten.

## Resultados relevantes

La importancia de analizar la calidad periodística en los medios de comunicación se justifica, en primer lugar, en que los ciudadanos colombianos están amparados por la Constitución Política de 1991, en la que se estipula que “se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios de comunicación masiva. Estos son libres y tienen responsabilidad social”.

En este sentido, tomando en cuenta la atribución que se les da a los medios en el artículo aludido, para que la información llegue de manera efectiva a la ciudadanía es importante que la prensa cumpla con unos estándares de calidad en sus contenidos informativos; más aún, si se tiene en cuenta que el libre acceso a la información permite que los ciudadanos sean más conscientes en sus decisiones y, por tanto, más activos y consecuentes en el ejercicio democrático de su sociedad.

Por otro lado, en una época caracterizada por el padecimiento de los efectos de la infodemia, los medios de comunicación deben fortalecer sus herramientas de investigación, creación de contenidos y constatación de la información, con el fin de brindar una credibilidad que permita a los ciudadanos mantenerse bien informados y no ser víctimas de este fenómeno. Otra función de los medios es escuchar y presentar todas las voces disponibles de un hecho, para que los receptores de esa informa-

ción puedan tener un panorama más general y contextualizado del hecho noticioso.

El análisis de contenido es una herramienta que puede garantizar la culminación efectiva de este ejercicio de indagación, debido a que es una de las metodologías más utilizadas en investigación de contenidos periodísticos y atiende a las necesidades de nuestro proyecto.

## Resultados

En esta investigación utilizamos el *software* Voyant Tools: una aplicación de código abierto basada en la web para realizar análisis de texto. En esta anexamos más de 60 titulares de cada uno de los medios de comunicación (*Semana* y *El Espectador*), relacionados al paro nacional en Colombia entre el 28 de abril y el 21 de mayo de 2021. A continuación se presentan los datos más relevantes de cada medio.

### Revista *Semana*

#### *Palabras que más se repiten*

- **Paro:** 29
- **Nacional:** 15
- **Popayán:** 9
- **Manifestaciones:** 3
- **Reforma tributaria:** 1
- **Cali:** 7
- **Protestas:** 7
- **Comité:** 7

- **Policía:** 6
- **Duque:** 6
- **Menor:** 5
- **Gobierno:** 4
- **Abuso:** 4
- **ESMAD:** 4
- **Muertos:** 3
- **Vandalismo:** 3
- **Bloqueos:** 4
- **Violaciones:** 3

Según las palabras más repetidas que se encontraron en la revista *Semana*, se puede evidenciar que dicha publicación se enfocó casi exclusivamente en destacar los aspectos negativos que se produjeron durante el paro nacional ocurrido desde el 28 de abril hasta el 21 de mayo de 2021. La palabra “paro” fue la que más se repitió, seguida de “nacional”. Es evidente que estas dos palabras juntas generaban un titular lo suficientemente llamativo para ser leído a mayor escala.

En cuanto a la mención de las ciudades, se puede observar que son Popayán y Cali las únicas mencionadas durante estas fechas; es decir, la revista *Semana* no registró con la misma intensidad ni el mismo detalle los sucesos que pudieron acontecer en Bogotá. Se podría, entonces, concluir que *Semana* hizo un cubrimiento descentralizado, pero enfocado en dos sectores del país que, por su posición geográfica, son el centro de la migración interna de la nación.

En cuanto a los términos relacionados con la policía, el ESMAD, el Gobierno nacional o Iván Duque, se puede observar que la cantidad de repeticiones es más bien baja.

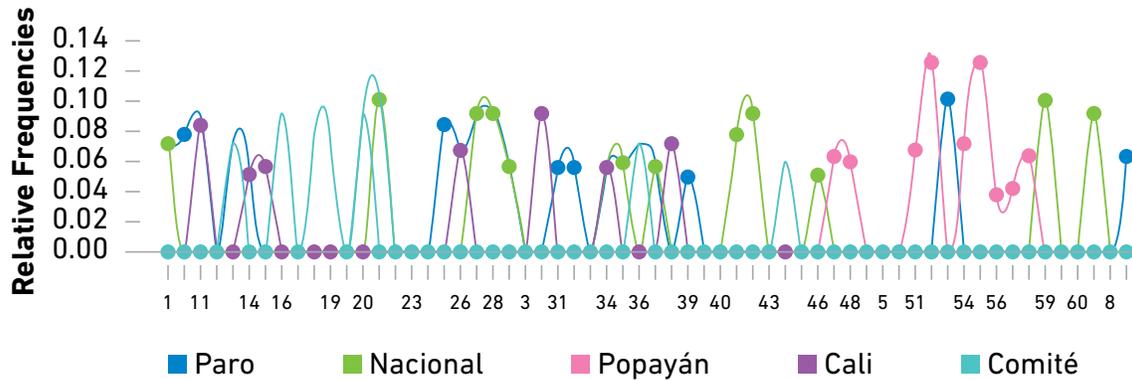
## Figuras y análisis (Semana)



**Figura 1.** Análisis *Semana*.

Fuente: Elaboración propia.

La figura 1 permite visualizar la dimensión de las palabras más repetidas en los titulares de la revista *Semana*. Como se mencionó anteriormente, “paro nacional” tiene la mayor cantidad de repeticiones. Es evidente la gran diferencia en comparación con las otras palabras.



**Figura 2.** Detalle de tiempos de las palabras mencionadas en *Semana*.

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, la figura 2 permite ver más a detalle los tiempos en que fueron mencionadas estas palabras en la revista. Se observa que al principio de su cubrimiento *Semana* mencionaba con mayor frecuencia la palabra “comité”, que desaparece casi por completo en las últimas fechas, para ser reemplazada por “Popayán”, que destaca por sobre todas las demás palabras.

En términos generales, la revista *Semana* dejó de lado los titulares que mencionan aspectos positivos del paro nacional, tales como: marchas pacíficas, cultura, arte, murales, cambios, y derechos humanos, entre otras.

Con estos datos se puede concluir que *Semana* solo estaba interesada en informar sobre los daños, la violencia y las consecuencias negativas que el paro nacional estaba generando al país.



La ausencia del contenido relacionado con los aspectos positivos del paro nacional es grave, pues los ciudadanos que escogen este medio de comunicación para informarse sobre la situación del país van a adquirir información seleccionada y *curada* para generar una perspectiva negativa frente a la situación. Lo que en últimas propiciará en los lectores la adopción de una postura frente a la situación que no se gestó a partir de un análisis previo de los hechos, sino que habrá sido infundado por parte del medio; situación que trastoca la razón social de los medios de comunicación que consiste en ser garantes del derecho al acceso a la información libre y veraz, que todo colombiano tiene.

## Análisis de la calidad periodística de los titulares de la revista *Semana*

### **Objetividad**

*Semana* concentra la narrativa de sus titulares con adjetivos que califican de forma negativa la situación del paro nacional. Al usar palabras como “vandalismo”, “violencia” y “bloqueos” en sus titulares, y nunca mencionar las expresiones culturales, artísticas y colectivas que se vivieron en el paro o las mesas de diálogos, entre otros, genera una perspectiva negativa para el lector. Para el análisis de la objetividad periodística se determinaron tres tipos de titulares: los *neutros*, los *negativos* y los *positivos*. La caracterización de estos encabezados se hizo a partir de la identificación de adverbios, adjetivos o calificativos en los titulares. Si el encabezado no contaba con alguno de estos se le atribuía el carácter de neutro, y si

lo hacía, se determinaba la inclinación del medio frente al paro nacional; es decir, si este mostraba su desacuerdo en el titular se lo categorizaba como negativo, y si mostraba su anuencia frente a estas movilizaciones se lo consideraba positivo.

De los 62 titulares analizados de la revista *Semana*, 15 fueron neutros; 6 positivos, y 41, negativos. En términos de porcentaje, serían:

- Neutros: 24.1 %
- Positivos: 9.6 %
- Negativos: 66.1 %

Los resultados expuestos pueden brindarnos una idea preliminar de la posición del medio frente al paro nacional. Sin embargo, para este efecto, es necesario primero revisar y analizar las demás categorías contempladas para la presente investigación.

## **Pluralidad de las fuentes**

Las fuentes que fueron utilizadas por la revista *Semana* para el desarrollo de sus noticias son, en su mayoría, nacionales y gubernamentales. Es evidente en sus titulares que su información viene argumentada con datos y cifras adquiridos a través de entidades como la Fiscalía General de la Nación, la Procuraduría, la Policía Nacional y diversos ministerios. Las fuentes ciudadanas no son muy usadas; tampoco se soportan en la información que puede llegar a través de la divulgación por las redes sociales. Por otro lado, el cubrimiento de las fuentes internacionales es muy poca. A partir de lo cual se puede concluir que en la revista *Semana* hay una je-



rarquía en términos de la credibilidad de las fuentes, siendo las oficiales las de mayor rango y las ciudadanas a las que menor fiabilidad se atribuye.

## Contextualización

Al tratarse de un tema social, que afecta a todo el país, los medios de comunicación no tienen que dar mayor explicación sobre el tema, pues, de forma empírica y natural, el ciudadano está relacionado con la situación.

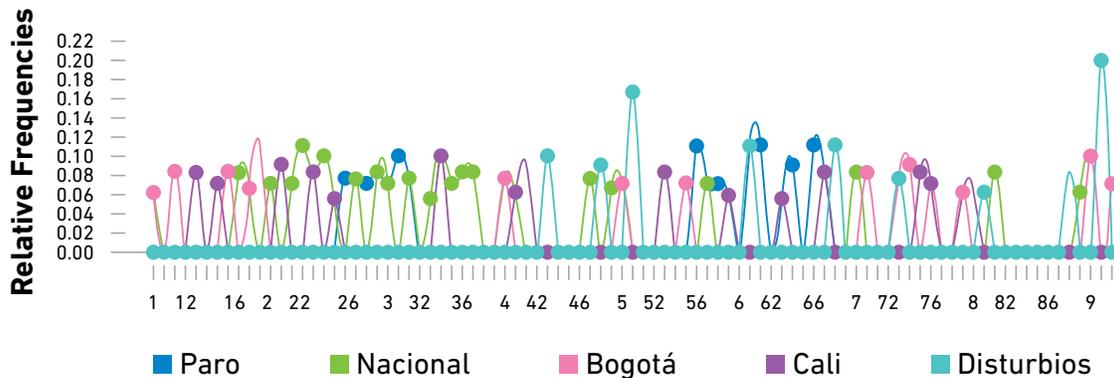
Sin embargo, en este caso, la revista *Semana* ubica al lector en el lugar, la fecha y la hora, y explica la situación que está informando, mas no necesariamente relaciona la situación con el hecho principal que la genera. No se evidencia la jerarquización de los datos ni la conexión que hay entre ellos. Lo cual, en últimas, podría generar ambigüedades que le impidan a los lectores relacionar adecuadamente el hecho con la situación desencadenante.

## El Espectador

### Palabras que más se repiten

- **Paro:** 47
- **Nacional:** 36
- **Bogotá:** 16
- **Cali:** 15
- **Disturbios:** 9
- **Protestas:** 9
- **Mayo:** 9
- **Denuncian:** 8





**Figura 4.** Índice de número de veces que se repiten las palabras.

Fuente: Elaboración propia.

A partir de las figuras 3 y 4, sobre el medio de comunicación *El Espectador*, se puede concluir que en sus titulares se utilizaron principalmente palabras que hicieran alusión a los hechos adversos de estas movilizaciones. No se manejaron con frecuencia términos que se refirieran al lado positivo de la manifestación social, como las actividades culturales, las protestas pacíficas, las campañas de concientización, etc. En la figura 4, por ejemplo, se puede identificar que hubo días en los que la palabra que más se repetía era “disturbios”, muy por encima incluso de “paro nacional”, que era la temática central de las noticias.

Las ciudades que más se mencionaron en los titulares fueron Bogotá, Cali y Medellín, las cuales estuvieron muy activas en términos de movilizaciones durante ese periodo. *El Espectador* no mencionó con frecuencia otras ciudades en los encabezados de las noticias.

En el caso de *El Espectador*, el software analizó 91 titulares, con un total de 1090 palabras, de las cuales 428 aparecieron una sola vez. Los tres titulares más extensos fueron de 18 palabras y el más corto tuvo 5. La mayor densidad del vocabulario fue de 1000, y la menor, de 0.733.

### *Análisis de la calidad periodística de los titulares de El Espectador*

#### **Objetividad**

Para el análisis de la objetividad periodística se determinaron 3 tipos de titulares: los neutros, los negativos y los positivos. Dicho proceso de estandarización se constituyó de la siguiente manera: a los titulares que no contuvieran adjetivos, ni adverbios ni calificativos se les atribuía un carácter neutro; cuando se identificara algún titular con uno o varios de estos componentes se determinaba su categorización dependiendo de la anuencia o el desacuerdo que el encabezado mostrara frente al paro nacional (positivo y negativo, respectivamente). De los 91 titulares analizados, 36 fueron neutros; 35, negativos, y 20, positivos. Esto quiere decir que el 39,5 % de los titulares fueron neutros; el 38,4 %, negativos, y el 21,9 %, positivos.

En este sentido, se puede concluir que, si bien *El Espectador* mantiene cierto nivel de objetividad en algunos titulares, en los que demuestra cierta inclinación ideológica tiende a recaer en los efectos peyorativos de las manifestaciones durante el paro nacional. A partir de lo cual se puede evidenciar una inclinación ideológica frente al paro nacional que, si bien

no en todos los titulares se ve expresa, sí podría reflejarse en su conjunto para los lectores asiduos de este medio.

### *Pluralidad de las fuentes*

En las noticias consultadas de *El Espectador* no hay pluralidad, debido a que, si bien en ocasiones se manejan testimonios de ciudadanos o sujetos involucrados en los hechos, se les da mayor relevancia a las fuentes oficiales. Esta tendencia puede deberse a que el periódico *El Espectador* busca que el lector pueda remitirse a la fuente a la que se hace referencia y analizar por su cuenta la información que allí puede encontrar, así como generar mayor credibilidad.

### *Contextualización*

Tomando en cuenta que la RAE define *contexto* como “entorno físico o de situación, político, histórico, cultural o de cualquier otra índole, en el que se considera un hecho” (RAE, s.f.), se puede inferir que, en términos generales, en los titulares de *El Espectador* hay cierto nivel de contextualización; sobre todo, en relación con las locaciones, los actores y los hechos en concreto. Sin embargo, al evaluar cada titular por separado, se determina que hace falta información para que el lector pueda comprender los datos más relevantes del hecho. Razón por la cual se puede inferir que al medio le hace falta reforzar el manejo de titulares en esta categoría, ya que la contextualización es fundamental para evitar ambigüedades y que el lector tome decisiones con base en interpretaciones erróneas del hecho de su interés.

## Comparación general entre *El Espectador* y *Semana*

### Dominio del lenguaje en los titulares

Para analizar esta categoría se toman como referencia los datos suministrados por el *software* Voyant Tools respecto a la estandarización de la densidad del vocabulario de los titulares. A continuación, presentamos los valores que nos suministra este *software*:

### Semana

<b>Densidad del vocabulario</b>										
Más alto	<b>12</b>	(1.000)	<b>15</b>	(1.000)	<b>3</b>	(1.000)	<b>31</b>	(1.000)	<b>37</b>	(1.000)
Más bajo	<b>56</b>	(0.704)	<b>39</b>	(0.857)	<b>26</b>	(0.867)	<b>57</b>	(0.875)	<b>34</b>	(0.889)

**Figura 5.** Cuantificación de la densidad del vocabulario de los titulares de *El Espectador*.

Fuente: Elaboración propia.

## El Espectador

Densidad del vocabulario										
Más alto	<b>40</b>	(1.000)	<b>79</b>	(1.000)	<b>8</b>	(1.000)	<b>15</b>	(1.000)	<b>2</b>	(1.000)
Más bajo	<b>51</b>	(0.733)	<b>49</b>	(0.800)	<b>1</b>	(0.813)	<b>11</b>	(0.833)	<b>4</b>	(0.846)

**Figura 6.** Cuantificación de la densidad del vocabulario en los titulares de *Semana*.

Fuente: Elaboración propia.

La diferencia en cuanto a la diversidad léxica entre *Semana* y *El Espectador* no es muy amplia, pero dentro de los titulares con baja densidad del vocabulario *Semana* le lleva cierta ventaja a *El Espectador*. Sin embargo, es importante señalar que, al haber un margen tan reducido, esta puntuación más favorable para la revista *Semana* no representa un valor diferenciador frente al periódico *El Espectador* en esta categoría de análisis.

### Demás categorías de análisis

La diferencia más ostensible entre *Semana* y *El Espectador* es la objetividad. Si bien ninguno de los dos medios muestra niveles de objetividad elevados, ni tampoco su apoyo a las protestas, la negativa frente a estas movilizaciones cuenta con rangos específicos: por un lado, *Semana* cuenta con un mayor porcentaje de titulares que proyectan el desacuerdo del medio frente a la situación social que se vive en las manifestaciones, a través del uso constante de calificativos, adjetivos y adverbios, mien-

tras que *El Espectador* no lo hace con tanta frecuencia; además, en este último la cantidad de titulares a los que se atribuyó una índole negativa es menor y está más balanceada con sus titulares neutros.

En las categorías de pluralidad de fuentes y contextualización, ambos medios muestran bastantes similitudes. En el caso del primer parámetro de análisis, se puede observar que ambos hacen acopio de muchas fuentes oficiales y les brindan mayor relevancia, en comparación con los testimonios de los ciudadanos. En la segunda categoría mencionada, ambos medios presentan ciertos niveles de contextualización dentro del conjunto de titulares. Sin embargo, al analizar cada uno por separado, se evidencia que hace falta información más detallada, para que el lector pueda comprender el hecho con solo leer el encabezado de la noticia. Por último, con base en los datos suministrados, se concluye que estos dos medios no son voceros de la ciudadanía, pues en sus titulares se puede evidenciar que están condicionados en cierta medida por ideologías políticas que los limitan a la hora de cubrir la información.

## Referencias

Constitución Política de Colombia [Const]. Art. 20. (20 de julio de 1991)  
(Colombia).

Gómez Mompart, J. L. y Palau-Sampio, D. (s.f). *Métodos y técnicas de análisis y registro para investigar la calidad periodística*. Universitat de València.



- López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=309707>
- Pellegrini, S. y Mujica, M. (2006). *Palabra Clave: Valor Agregado Periodístico (VAP): la calidad periodística como un factor productivo en un entorno medial complejo*. Universidad de La Sabana.
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23.<sup>a</sup> ed.). Recuperado de <https://dle.rae.es> (Versión digital 23.5 actualizada en 2021).