

# El Método Histórico Discursivo como herramienta para el estudio la prensa

## The Historical Discursive Method as a Tool for the Study of the Press

<https://doi.org/10.18566/comunicacion49.a02>

Recibido: 20 de marzo de 2023

Aceptado: 9 de junio de 2023

### Resumen

Desde mediados del siglo XX, con la formulación de las teorías sobre los efectos de los medios de comunicación, se plantearon distintas metodologías para abordar la prensa como objeto de investigación. En este artículo se utiliza el Método Histórico Discursivo (MHD) como herramienta metodológica, articulada a los conceptos de agenda *setting*, *newsmaking* y *framing*, para el análisis de los archivos de prensa de cualquier época, ya sean estos físicos o digitales. Para ello, se revisaron tres estudios publicados en los que se empleó el MHD: dos relacionados con la información sobre la COVID-19 en Colombia y Ecuador, y uno más de carácter histórico sobre la agenda informativa del *Papel Periódico de Santafé de Bogotá* a finales del siglo XVIII en el virreinato de la Nueva Granada. Se concluye que, gracias al MHD, se identificaron claramente algunas pistas, en tres capas de análisis, con las que la prensa narró la realidad en dos períodos distintos.

### Abstract

Since the mid-twentieth century, with the formulation of theories on the effects of the media, different methodologies have been proposed to address this object of research. This article presents the Historical Discursive Method (HDM) as a methodological tool articulated to the concepts of agenda setting, newsmaking and framing for the analysis of press archives of any era, whether physical or digital. Three published studies were reviewed in which the MHD was used: two related to information on COVID-19 in Colombia and Ecuador and another, of a historical nature, on the news agenda of the

### Jorge Manrique-Grisales

PhD. en Comunicación UHU (España), Magister en Tecnologías de la Información aplicadas a la Educación por la UPN (Colombia), Comunicador social-periodista por la Universidad de La Sabana (Colombia), Docente-investigador Red Alfamed Colombia.

<https://orcid.org/0000-0001-9546-5684>

[jorgeperiodista@gmail.com](mailto:jorgeperiodista@gmail.com)

### Palabras clave

Método Histórico Discursivo, Agenda setting, Newsmaking, Framing, Prensa..

### Keywords

Historical Discursive Method, Agenda Setting, Newsmaking, Framing, Press.

*Papel Periódico de Santafé de Bogotá* at the end of the eighteenth century in the viceroyalty of New Granada. It is concluded that thanks to the MHD some clues were clearly identified, in three layers of analysis, with which the press narrated reality in two different periods.

## Introducción

Los periódicos han hecho parte de la memoria de las sociedades, aunque su estudio ha estado disperso y compartimentado de acuerdo con los intereses de los investigadores de las ciencias sociales. Se diría que existe, en primer lugar, la necesidad de construir interpretaciones y visiones de los procesos sociales narrados allí, desde los archivos de los periódicos, ya sean estos físicos o digitales. No hay consenso acerca de metodologías o enfoques metodológicos para estudiar la prensa, y la caja de herramientas de las ciencias sociales es variada en cuanto a posibilidades de examinar los discursos que, a lo largo del tiempo, han dejado los periódicos no solo como fuente de información, sino también como agentes en la construcción noticiosa, desde una posición ideológica determinada (Manrique-Grisales, *et al.*, 2022).

El análisis que aquí se presenta tiene como objetivo mostrar la aplicación del Método Histórico Discursivo (en adelante MHD) en tres estudios, dos de ellos relacionados con el cubrimiento informativo de cuatro periódicos de Colombia y Ecuador en las primeras etapas de la pandemia de la COVID-19 y otro de carácter histórico relacionado con la agenda informativa del *Papel Periódico de Santafé de Bogotá*, primera publicación periódica surgida en el virreinato de la Nueva Granada. Se parte de la hipótesis de que es posible aplicar el MHD como herramienta metodológica a periódicos de cualquier época y en cualquier formato, teniendo en cuenta las características que ha mantenido la prensa a través del tiempo.

El MHD se establece, entonces, como una herramienta de carácter mixto y multidisciplinar que permite adaptar las características de la prensa (titulares, agenda informativa, ideología y valores, propaganda e intencionalidades discursivas, etc.) a categorías de análisis identificables en cualquier publicación periódica. La forma como se aborda el objeto de análisis, permite ver el diálogo de saberes que se ha construido a lo largo del tiempo entre la comunicación, el periodismo, la sociología, la psicología social, la historiografía y la lingüística, entre otras disciplinas, para estudiar la prensa.

## Revisión de literatura y marco teórico

Por casi 400 años los periódicos han encauzado la visión del mundo. Las sociedades que los han producido se han nutrido de sus anuncios, han vibrado con sus titulares, han confirmado o cuestionado sus posturas políticas, se han asombrado con sus historias, se han indignado con sus denuncias y de alguna forma también han consignado en ellos, para la posteridad, imágenes instantáneas de la cotidianidad.

Como objeto de estudio, los periódicos han servido para documentar y analizar fenómenos sociales, como los estereotipos asociados a distintas poblaciones humanas. Un análisis de más de 30.000 artículos periodísticos publicados entre 1998 y 2019 por *el South China Morning Post*, el periódico de habla inglesa más importante de Hong Kong, reveló profundos estereotipos entre las personas de China continental (*Mainlander*) y de Hong Kong (*Hongkonger*). El empleo diferencial de estos términos evidencia discriminación en contra de las personas provenientes de China continental (Lin, *et al.*, 2021). Del mismo modo, un análisis crítico del discurso en tabloides sensacionalistas británicos reveló que términos como *estado islámico*, *fatwa*, *sharia* y *jihad* han perdido su significado original y ahora se asocian peyorativamente con la guerra y el terrorismo. Los investigadores refieren que los medios de comunicación han sido pilares en esta representación negativa de la cultura islámica (Miladi, 2020).

En esferas como la economía, los estudios de prensa han sido utilizados para comparar las noticias financieras producidas por empresas, analistas y periódicos durante crisis financieras. Un análisis de agenda informativa, en el que los productores de noticias escogen las características evaluativas y sustantivas para cada tema, reveló que existe un sesgo positivo en los analistas y las corporaciones financieras, mientras que los periodistas que cubren el área manejan un enfoque más neutral sobre las perspectivas financieras. Del mismo modo, se identificó que el tono noticioso cambia sustancialmente después de una crisis financiera, especialmente, en los periodistas y agencias financieras que tienden hacia lo negativo (Pollach y Hansen, 2021).

En el ámbito político, un análisis comparado de las secciones de opinión de ocho periódicos de Francia, Alemania, España y Reino Unido reveló los enfoques que se dieron a los debates presidenciales entre los candidatos Donald Trump y Joe Biden, en 2020. Los comentaristas europeos asociaron a Donald Trump con el daño a las instituciones y el desprestigio del gobierno, mientras que Joe Biden se referenció desde atributos como la prudencia, la moderación y el sentido de la responsabilidad. En contraste con Trump, el tono educado de Biden lo calificó como un candidato competente con experiencia política (Sintes-Olivella *et al.*, 2021).

Por otra parte, un análisis de contenido de más de 4.000 artículos dio a conocer que en España la prensa no cuenta con el poder suficiente para desalentar las prácticas de corrupción. Los medios españoles no promueven un debate sustancial sobre las causas, consecuencias y posibles vías para abolir la corrupción. Del mismo modo, el estudio reveló que los medios no suscitan un debate pluralista, debido a que los principales actores en la escena de la corrupción son los políticos y el poder judicial, dejando de lado a actores de la sociedad civil que podrían generar presión pública en contra de la corrupción (Palau y Palomo, 2021).

Es importante señalar que los estudios de la prensa se han enfocado desde distintas posturas teóricas y, también, desde miradas particulares en las que convergen diversas metodologías para abordarla como objeto de investigación “con conceptos estudiados desde la investigación científica” (Pena de Oliveira, 2009, p. 225). En el siglo XIX la prensa fue vista como un espejo de la realidad, otorgándosele características de objetividad que encauzarían el pensamiento pragmático de una parte del periodismo norteamericano, basado en presentar los hechos “con apego al rigor del dato y el hallazgo” (Martínez-Monterrosa, 2010, p. 104). Sin embargo, en 1922 Walter Lippmann sentó las bases de los estudios modernos sobre opinión pública y planteó una crisis en la democracia y el periodismo por sus visiones parcializadas de la realidad (McChesney, 2013). Aquí el reflejo perfecto de la realidad entró en discusión.

Otra pregunta en cuanto al papel del periodismo en la sociedad surgió en torno a la manera en que los medios de comunicación influían en el público. Esto fue lo que se preguntaron McCombs y Shaw (1972) para formular su teoría sobre la agenda *setting*, a comienzos de la década de los años 70 del siglo XX y que hoy sigue estando en la mira de los investigadores con nuevos desarrollos teóricos (agendas *building*, *cutter*, y *surfing*) (Guzmán y Martínez-Prediger, 2010). Desde estos estudios se plantea que son los medios de comunicación los que le dicen a los consumidores “sobre qué hay que hablar” (Pena de Oliveira, 2009, p. 152).

Pero las preguntas sobre la prensa también se instalaron en la forma como se construían las noticias y los factores que las influían. A finales de los años 70 del siglo XX, la socióloga Gaye Tuchman hizo una inmersión en las salas de redacción de algunos medios norteamericanos para observar el complejo mecanismo que hace que los hechos se conviertan en noticias. De esta observación y sus conclusiones parten los estudios sobre el *newsmaking* (Tuchman, 1980; Shoemaker y D. Reese, 1996) en los que se habla de la información como una construcción social de la realidad en la que surgen condicionantes tales como la noticiabilidad, los valores-noticia, las presiones corporativas y las rutinas de producción informativa (Wolf, 1985;

Martini, 2007). Bajo estos presupuestos, al igual que Tuchman, el sociólogo norteamericano Mark Fishman (1983) realizó experiencias inmersivas en los medios que le permitieron ver, por ejemplo, cómo las noticias sobre crímenes de ancianos en Nueva York, en un canal de televisión, se cubrían mayoritariamente desde fuentes de información responsables de hacer cumplir la ley. Dicho medio, fabricó la sensación de una ola de crímenes contra personas mayores aunque estadísticamente esto no era comprobable.

Con base en la perspectiva del *newsmaking* y el análisis de contenido, en 2004, los investigadores Jorge Iván Bonilla y María Patricia Téllez, realizaron en Colombia un estudio en 17 empresas periodísticas, entre periódicos, radios y noticieros de televisión de la noche, distribuidas en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga en el que observaron, entre otros aspectos, el despliegue informativo, las temáticas, el origen de las noticias, las fuentes informativas, los géneros periodísticos, la autoría de la información y los recursos técnicos. Concluyeron que la información que predomina en la agenda de los medios estudiados corresponde a acontecimientos narrados en forma de noticia, elaborados a partir de una sola fuente que en el 50% de los casos corresponde al sector oficial y en los que priman asuntos de política, seguridad, entretenimiento y deportes (Bonilla, Cadelo y Téllez, 2004, pp 39-48).

También, desde la óptica de los estudios sociológicos del emisor, aparece la teoría del *Gatekeeper*, traducida al español como 'el cuidador, el portero o el seleccionador de la información'. Es, en últimas, quien decide qué se convierte en noticia y qué no. El término apareció en 1947, aunque desde un campo distinto al periodismo. Lo usó el psicólogo Kurt Lewin para describir procesos de modificación en hábitos alimenticios de ciertos grupos sociales. De ahí lo tomó David Manning White, en 1950, para describir el flujo de noticias en los periódicos. Concluyó que existe una subjetividad en los periodistas para escoger qué se publica y qué no, que consulta la experiencia profesional, las actitudes y las expectativas del *Gatekeeper* (Pena de Oliveira, 2009, pp 143-145). Este enfoque perfila, también, el carácter de los distintos periódicos de acuerdo con sus posturas editoriales, puesto que siempre habrá un interés determinado en lo que se publica. La prensa es, entonces, un instrumento del que se vale alguien para convencer a otros de su propia visión del mundo y de la sociedad (Fernández, 1994).

La prensa, de igual manera, se ha estudiado desde las organizaciones que hay detrás de los periódicos, lo cual revela un sinnúmero de vasos comunicantes con distintos actores sociales. Los periódicos son un negocio y la información una mercancía (Ramonet, 2003, pp 147-148). Por esto, el factor económico es un fuerte condicionante a la hora de encender la rotativa. Desde 1955, el sociólogo y periodista Warren Breed estudió las dinámicas

en las salas de redacción y el control que se ejerce desde las directivas de la organización sobre los redactores. Allí observó cómo las reglas de juego, en materia organizacional, ejercen influencia en las decisiones de los periodistas. Siempre existirá la tendencia natural, a veces inconsciente, de seguir los postulados de las normas generales del periódico al momento de hacer una elección (Breed, 1955).

## Método

En los tres estudios referenciados en el presente artículo fue necesario poner en diálogo varias herramientas y conceptos derivados de la comunicación, el periodismo, la historia y la sociología con el fin de construir los retratos, de todas formas, parciales, de las sociedades donde operaron los periódicos objeto de análisis y, a su vez, comprender las claves desde las cuáles esos medios construyeron realidad.

De ahí nace la interpretación que esta investigación hace al MHD (Wodak y Meyer, 2001; Manrique-Grisales, 2020; Manrique-Grisales *et al.*, 2021; Manrique-Grisales *et al.*, 2022) como una herramienta orientada a buscar las dinámicas imbricadas en los eventos discursivos, desde una mirada multidisciplinaria. Es así como se articulan aspectos de la teoría de la agenda *setting* en sus distintas etapas (McCombs y Shaw, 1972; McCombs y Valenzuela, 2007; McCombs, 1992; Casals Carro, 2009; Guzmán y Martínez-Prediger, 2010; Aruguete, 2017) con aspectos de la teoría del *newsmaking* y la construcción del acontecimiento (Tuchman, 1983; Verón, 1987; Shoemaker y D. Reese, 1996; Charaudeau, 2003). Así mismo, se integró a la metodología el *framing* o teoría del encuadre, que desde los años 50 se ha ocupado de estudiar el fragmento de realidad que seleccionan los medios de comunicación para influir en sus públicos. Son los periodistas quienes enmarcan la realidad, condicionados por sus rutinas profesionales de producción de información, para decidir qué hecho se convierte en noticia (Entman, 1993; Ardèvol-Abreu, 2015; Lotero-Echeverri, 2020).

De esta manera, se configura un método de análisis mixto que permite reunir aspectos del contexto, las relaciones de poder, las controversias, los sucesos y la propaganda, etc., con las formas como al interior de los medios se aborda la realidad en la confección de las noticias. En los tres estudios, el MHD se desarrolló como una herramienta que permite analizar el contenido noticioso de los periódicos para conocer, tanto su agenda informativa como sus intencionalidades discursivas, y comprender mejor la construcción social de realidad que se hace desde la prensa. (Berger y Luckmann, 2001).

El MHD adaptó el modelo de capas de cebolla (McCombs, 1992) para producir tres grandes zonas de análisis (Figura 1). En la capa más externa, que opera como el *input* a lo más destacado de las noticias, se ubica la agenda *setter*, los “hacedores externos de noticias” (Aruguete, 2017, p. 41) que permite identificar a los personajes, las instituciones, los temas, los territorios, los sucesos y los conflictos que, generalmente, dan vida a los titulares de la prensa. En la capa intermedia se encuentran las demás agendas (*building, cutter* y *surfing*) con las que se construye realidad desde la mirada particular del editor y los patrocinadores de la publicación. Se establecieron las siguientes categorías para abarcar la construcción de realidad: prosperidad y marginalidad, ideología y valores, estilos de vida, entretenimiento, publicidad y propaganda.

En la capa más interna se ubica la construcción del acontecimiento que permite catalogar los discursos de la prensa con base en conceptos de *newsmaking* (Tuchman, 1983; Shoemaker y D. Reese, 1996) y construcción del acontecimiento (Verón, 1987; Charaudeau, 2003) mediante los cuales se establecen cinco niveles que contemplan el tránsito de los hechos, desde los datos hasta la invitación a la acción:

- Nivel 1: género seco (datos + contexto)  $N_1=D + C$
- Nivel 2: Interpretación (datos + contexto + visión de experto)  $N_2=D+C+VE$
- Nivel 3: Valoración (datos + contexto + opinión)  $N_3=D+C+O$
- Nivel 4: Postura (contexto + opinión del medio)  $N_4=C+OM$
- Nivel 5: Exhortación (opinión del medio + invitación a la acción)  $N_5=OM+IA$

Esta forma de catalogar los discursos permite obviar la tradicional clasificación de los contenidos en géneros periodísticos (noticia, crónica, entrevista, reportaje, editorial, comentario o columna de opinión). Esto, a su vez, ayuda a entender mejor las hibridaciones discursivas presentes en la construcción de los acontecimientos, por parte de los medios que forman parte de la muestra. Subyace en esta manera de organizar las formas del discurso periodístico una transición de doble vía entre la información y la opinión, así como la posibilidad de tender puentes entre las distintas formas de narrar la realidad, de la mano de las intencionalidades comunicativas del enunciador en la transmisión de información (Rivero, 2003, p. 338).

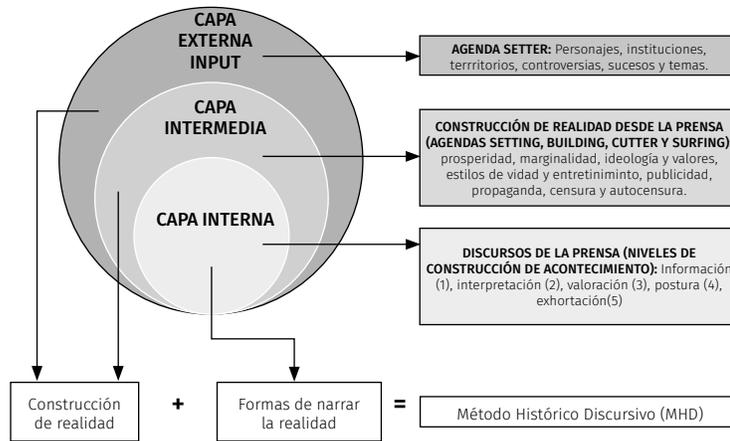
Ahora bien, al dato y al contexto (Nivel 1), propios del género seco (Bastienier, 2001, p.p 31-53), se van incorporando otros elementos, como visiones externas de la realidad informada (Nivel 2) a través de voces de expertos o autoridades en la materia (interpretación). La transición a la opinión (Nivel 3) aparece cuando se emiten juicios valorativos sobre la realidad narrada (valoración). Cuando el enunciador toma posición frente a la realidad registrada (Nivel 4), surgen las posturas que para el caso de la presente

investigación se circunscriben a las del medio (postura). Finalmente, ubicamos la exhortación (Nivel 5) como forma discursiva en la que se invita a la acción o a tomar partido.

El género seco corresponde a lo que Bastenier (2001), siguiendo a Barthes (1953), considera una “escritura blanca” (p. 34), sin adornos, sin opiniones, únicamente referida a los hechos (datos) y al contexto en que ocurren los mismos. La interpretación, de acuerdo con Gomis (1991), es la forma como el periodismo aborda la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla. “La interpretación periodística permite descifrar y comprender por medio del lenguaje la realidad de las cosas que han sucedido en el mundo” (p. 36). Derivada de su condición de conocimiento, se ha estimado conveniente agregar a este nivel la visión del experto que cuenta con elementos de juicio suficientes, para orientar al público lector sobre distintas materias que hacen parte del universo informativo de la prensa. Aquí se conjugan no solo los datos y el contexto, sino también la mirada particular de quien conoce los temas y profundiza en los mismos.

En la misma línea de la interpretación, aparece en el Nivel 3 la valoración en la que el discurso pasa de lo informativo a la opinión. Es lo que Marín (2006) llama “la importancia del enjuiciamiento periodístico” y que puede revelar en el comentarista (opinador) la capacidad, por ejemplo, para “prever y prevenir acontecimientos” (p. 321). En el Nivel 4 aparece la postura asumida por el medio y que en la tradición de la prensa se aproxima a lo que se conoce como *Editorial*. Es la forma como el medio cataloga la realidad y toma partido en favor o en contra de determinado objeto de información. La Editorial resume “la posición doctrinaria o política de las empresas periodísticas frente a los hechos de interés colectivo” (Marín, 2006, p. 70). Más allá de expresar una postura frente a la realidad, en el Nivel 5 se ubica la exhortación como un cambio de estado en el que se invita a pasar de la contemplación a la acción, como señala la definición encontrada en la vigésima primera edición del *Diccionario de la Lengua Española* (1994): “Exhortar (del lat. *exhortari*) tr. Incitar a uno con palabras, razones y ruegos a que haga o deje de hacer alguna cosa” (RAE, 1994, p. 933).

**Figura 1. Representación del Método Histórico Discursivo**



Fuente: Elaboración propia con base en Manrique-Grisales (2020).

Como puede apreciarse en la Figura 1, dos de las capas de la cebolla se centran en la construcción de realidad (la externa y la intermedia) mientras que la tercera (la interna) se ocupa de la intencionalidad de los discursos de la prensa.

### La muestra

En los tres estudios en los que se aplicó el MHD se seleccionaron en total 1446 artículos tomados de las versiones en línea de los periódicos *El País* (Cali), *Expreso* (Guayaquil), *El Tiempo* (Bogotá) y *El Comercio* (Quito), así como de una versión facsimilar digitalizada del *Papel Periódico de Santafé de Bogotá* (Bogotá). Para cada uno de los estudios, se establecieron criterios de inclusión/exclusión en las muestras, con el fin de apuntar a los objetos de información y a las categorías de análisis en cada una de las capas del MHD. La muestra en los tres estudios se discrimina como aparece en la Tabla 1.

**Tabla 1. Discriminación de la muestra en los tres estudios analizados mediante el MHD**

Estudio	Periódicos	Número de artículos	Ventana temporal
La prensa en modo pandemia: una aproximación a las agendas informativas de <i>Expreso</i> y <i>El País</i> sobre COVID-19 (2020). Publicado en <i>Revista española de Comunicación en salud</i> . (Manrique-Grisales, 2020).	elpais.com.co	180	29 de febrero a 13 de abril 2020
	expreso.ec	173	
Pandemia en Ecuador y Colombia: El virus de la corrupción que registró la prensa (2021) Publicado en <i>Comillas Journal of International Relations</i> . (Manrique-Grisales et al., 2021).	eltiempo.com	46	1 de mayo a 31 de julio de 2020
	elcomercio.com	58	
	elpais.com.co	19	
	expreso.ec	40	
Construcción social de realidad y memoria en el <i>Papel Periódico de Santafé de Bogotá (1791-1797)</i> (2022). Publicado en <i>Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"</i> . (Manrique-Grisales et al., 2022).	Papel periódico de Santafé de Bogotá	930	9 de febrero de 1791 a 6 de enero de 1797

Fuente: Elaboración propia

Las categorías de análisis del MHD se cargaron en una tabla construida en el programa Excel® en la que, además, se identifican los artículos publicados con fecha, titular número de edición o registro digital.<sup>1</sup> Igualmente, para identificar a qué hace referencia cada uno de los elementos que integran una capa se realizó un ejercicio de catalogación de las variables (Tabla 2). Adicionalmente, en el estudio *Pandemia en Ecuador y Colombia: El virus de la corrupción que registró la prensa* (Manrique-Grisales et al., 2021) se empleó el software NVivo para la captura y posterior análisis de 159 archivos digitalizados de los periódicos *El Tiempo*, *El País*, *El Comercio* y *Expreso* en un intervalo comprendido entre el 1 de mayo y el 31 de julio de 2020.

El uso de esta herramienta tecnológica contribuyó a tener, no sólo más representaciones gráficas de los resultados del estudio, sino también una mayor oportunidad de cruces entre las variables estudiadas.

Tabla 2. *Identificación de las variables del MHD*

<sup>1</sup> Ver datos de los estudios en: <https://bit.ly/3lUxzkp>

**Tabla 2. Identificación de las variables del MHD**

Capas de cebolla	A qué hace referencia	Cómo se identifica
Capa externa: Los protagonistas (agenda setter)	Los personajes, los territorios, las instituciones, los sucesos, los eventos, los conflictos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Quién es el protagonista de la información?</li> <li>• ¿Dónde ocurrieron los hechos o a qué lugar hace referencia la información?</li> <li>• ¿Qué institución es destacada en la información?</li> <li>• ¿Cuáles son los hechos (sucesos y eventos) que más interesan al periódico?</li> <li>• ¿Qué asunto controversial es abordado?</li> </ul>
Capa intermedia: (Agendas setting, building, cutter y surfing)	Ideología y valores, fuentes, propaganda, publicidad, censura y autocensura, prosperidad, marginalidad, estilos de vida.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menciones a la ideología y los valores defendidos por el periódico (línea editorial)</li> <li>• Anunciantes</li> <li>• Relaciones con los poderes</li> <li>• Mordazas para publicar, no publicar o callar</li> <li>• Visión de la prosperidad y la marginalidad</li> <li>• Hechos relacionados con las tradiciones, costumbres y estilos de vida</li> </ul>
Capa interna: Niveles de discurso de la prensa	Nivel 1: Información Nivel 2: Interpretación Nivel 3: Valoración Nivel 4: Postura Nivel 5: Exhortación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información: (datos + contexto) <math>N_1 = D + C</math></li> <li>• Interpretación: (datos + contexto + visión de experto) <math>N_2 = D + C + VE</math></li> <li>• Valoración: (datos + contexto + opinión) <math>N_3 = D + C + O</math></li> <li>• Postura (contexto + opinión del medio) <math>N_4 = C + OM</math></li> <li>• Exhortación: (opinión del medio + invitación a la acción) <math>N_5 = OM + IA</math></li> </ul>

Fuente: Tomado de Manrique-Grisales et al., 2022.

## Resultados del MHD en los tres estudios

El MHD se aplicó en tres estudios publicados entre 2020 y 2022. Dos relacionados con la forma como algunos periódicos se ocuparon de la emergencia sanitaria originada en la COVID-19 en Colombia y Ecuador, y otro, de corte histórico, en el que, con el mismo método, se abordó la construcción social de realidad y memoria en el *Papel Periódico de Santafé de Bogotá*, primera publicación periódica que tuvo Colombia en la última década del siglo XVIII. En los tres estudios se emplearon las mismas categorías de análisis para observar las particularidades de cada fenómeno estudiado y tomar el pulso a los contextos sociales, políticos y culturales de cada sociedad analizada a partir de lo que informó la prensa.

Desde el punto de vista de los protagonistas de la información, fue claro que los periódicos estudiados estuvieron del lado del poder, pues se destacan figuras de autoridad que tomaron decisiones en torno a la pandemia y, en el caso del *Papel Periódico de Santafé de Bogotá*, sobre los temas de guerra, economía política, ciencia y religión, entre otros.

La primera capa del MHD, que define en buena parte los titulares y el *frame* informativo, privilegió las actuaciones de gobernantes en la atención de la crisis sanitaria por la COVID-19, y el protagonismo de los organismos de control en las investigaciones por temas de corrupción en Colombia y Ecuador. En un primer momento, fueron noticia los enfrentamientos políticos entre la alcaldesa de Guayaquil y el poder central en Ecuador, así como la persecución, por parte del propio alcalde de la ciudad, en las calles de Cali, de los infractores de la cuarentena obligatoria. Abundaron, además, las informaciones sobre el número de muertos, sobre todo en Guayaquil, y decretos para atender la emergencia sanitaria y el desabastecimiento, así como las restricciones a la movilidad de los ciudadanos. Posteriormente, se presentaría en los titulares a los procuradores, contralores y fiscales de Ecuador y Colombia por las investigaciones y capturas relacionadas con la corrupción en la compra de insumos médicos y kits para atender la población (Manrique-Grisales, 2020; Manrique-Grisales *et al.*, 2021). Por su parte, en la agenda informativa de finales del siglo XVIII, fueron protagonistas de la información el rey Carlos IV, el virrey José de Ezpeleta y la iglesia católica, a quienes la propaganda presentó no sólo como elementos de autoridad, sino como factores de prosperidad y felicidad en el virreinato de la Nueva Granada. El monarca español fue mencionado en decretos reales y actos administrativos relacionados con la acuñación de monedas, el comercio de esclavos, los ascensos de militares, el nombramiento de funcionarios y las donaciones para la guerra. También las figuras del rey y el clero fueron mencionadas de forma reiterada en los acontecimientos de la denominada Guerra de la Convención, entre España y Francia (1793 y 1795) que desde el *Papel Periódico de Santafé de Bogotá* fue

catalogada como una cruzada en contra de los enemigos de la religión y el orden divino (Manrique-Grisales *et al.*, 2022).

En la segunda capa del MHD se evidencian la ideología y los valores defendidos por los periódicos, las fuentes informativas, la propaganda y las posturas editoriales en torno a los temas de interés general. La aproximación a los resultados de esta capa se hizo, tanto desde los acontecimientos narrados, como desde los contextos sociales, políticos, económicos, históricos y culturales que influyen en la forma particular como cada medio construye la realidad. Para los resultados de esta capa se contó con las apreciaciones de los expertos Juan Carlos Calderón Vivanco (Ecuador) y Norvey Quevedo (Colombia) con quienes se realizaron entrevistas semiestructuradas. También se consultaron algunos trabajos del investigador colombiano Renán Silva, en torno a la Ilustración a finales del siglo XVIII en el virreinato de la Nueva Granada. En las noticias fue evidente, por ejemplo, el enfrentamiento entre poderes regionales y centrales en Ecuador; el sentido de autoridad médica y política del alcalde de Cali, la influencia informativa de las oficinas de comunicaciones de las entidades públicas y privadas o la sumisión del *Papel Periódico de Santafé de Bogotá* a los preceptos de la corona y la iglesia católica a finales del Siglo XVIII.

Tanto *El País* (Cali) como *Expreso* (Guayaquil), en el primer estudio, dieron más importancia a la información oficial y a los datos epidemiológicos que al análisis a fondo de lo que ocurría en materia social con la COVID-19, las causas de los comportamientos de los ciudadanos frente a las restricciones de movilidad o la cultura de la prevención, más allá de los anuncios de las autoridades sanitarias. Los reporteros hicieron evidente sus problemas de movilidad para el cubrimiento de los hechos, mientras que en la fase de contratación para la atención de la emergencia sanitaria, abordada en el segundo estudio, emergieron no sólo los temas de corrupción, sino también la fuerte influencia de las oficinas de comunicaciones de los organismos de control a nivel nacional tanto de Colombia como de Ecuador (Quevedo, 2021; Calderón Vivanco, 2020). Procuradores, contralores y fiscales comenzaron a remplazar a los mandatarios locales y a las estadísticas en el desarrollo de las informaciones. En lo relacionado con el *Papel Periódico de Santafé de Bogotá*, la propaganda en torno a la corona española, la iglesia católica y la prosperidad del virreinato desde la mirada de la Ilustración, marcaron el rumbo de la agenda informativa entre 1791 y 1797. El editor de la publicación, Manuel del Socorro Rodríguez, mantuvo una línea editorial inspirada en su condición de leal súbdito del rey de España y del virrey de la Nueva Granada, José de Ezpeleta, principal promotor y financiador del semanario (Silva, 2004, p. 49).

En la tercera capa, donde se analizan los discursos de la prensa y sus intencionalidades, en los estudios sobre la COVID-19 fue claro el valor

del dato por encima de la interpretación o la valoración del mismo, con elementos propios de la investigación periodística. Para el caso de la última década del siglo XVIII primaron la interpretación y la valoración, teniendo en cuenta que la actualidad informativa viajaba por barco desde España, en forma de relaciones de sucesos, cartas oficiales y otros documentos que tardaban en llegar, al menos, tres meses a la capital del virreinato. Esa circunstancia hacía que el editor del *Papel Periódico de Santafé de Bogotá* proyectara acontecimientos y, en algunos casos, recreara otros sobre los que no tenía conocimiento directo e inmediato. También fueron frecuentes las exhortaciones a los lectores a contribuir en causas de la corona, como la guerra contra Francia, la construcción del hospicio de pobres o el cementerio destinado a las personas de bajos recursos económicos. El semanario santafereño, de igual manera, se ocupó de formas antiguas de narrar y registrar acontecimientos, como los emblemas y jeroglíficos que adornaron las paredes blancas del templo de los padres capuchinos, consagrado el 9 de octubre de 1791. Estas piezas propagandísticas, equiparables a los modernos carteles, también aparecieron en la plaza mayor y algunos edificios públicos de la capital del virreinato, con motivo del ascenso del virrey Ezpeleta a teniente general del ejército español.

**Tabla 3. Síntesis de los resultados de los tres estudios desarrollados mediante el MHD**

Estudio	Primera capa	Segunda capa	Tercera capa
<p><b>Título:</b> La prensa en modo pandemia (2020).</p> <p><b>Corpus de análisis:</b> versiones digitales de los periódicos <i>Expreso</i> de Guayaquil y <i>El País</i> de Cali.</p>	<p>Interés político en la atención de la crisis sanitaria, sectores afectados por la cuarentena y medidas sanitarias.</p> <p>Son protagonistas los alcaldes de Guayaquil y Cali.</p>	<p>La prensa se nutrió de datos epidemiológicos y reflejó, sin profundizar en las causas, los estilos de vida y la indisciplina social que agravaron la crisis sanitaria en Guayaquil y Cali.</p>	<p>Predominan los datos oficiales por encima del análisis.</p> <p>Los periódicos renunciaron a la investigación de los efectos sociales de la pandemia.</p>
<p><b>Título:</b> Pandemia en Ecuador y Colombia: El virus de la corrupción que registró la prensa (2021).</p> <p><b>Corpus de análisis:</b> <i>El Tiempo</i> y <i>El País</i> (Colombia). <i>El Comercio</i> y <i>Expreso</i> (Ecuador).</p>	<p>Los datos epidemiológicos son remplazados por las actuaciones de los organismos de control (allanamientos, capturas, investigaciones sobre corrupción).</p> <p>Son protagonistas los procuradores, contralores y fiscales.</p>	<p>Los periódicos analizados se apegaron a las informaciones emanadas de las oficinas de comunicaciones de los organismos de control.</p> <p>Primó la información oficial.</p>	<p>Se dio prioridad a los datos emanados de los organismos de control.</p> <p>Poca interpretación y análisis superficiales de la corrupción por parte de los periódicos.</p> <p>Nuevamente, la prensa investigó poco por su cuenta.</p>

Estudio	Primera capa	Segunda capa	Tercera capa
<p><b>Título:</b> Construcción social de realidad y memoria en el <i>Papel Periódico de Santafé de Bogotá</i> (1791-1797).</p> <p><b>Corpus de análisis:</b> El <i>Papel Periódico de Santafé de Bogotá</i> (2022).</p>	El rey de España, el virrey de la Nueva Granada y la iglesia católica figuran como los principales protagonistas de la agenda mediática.	Primó la propaganda oficial en favor de la corona y el clero, en función de las ideas de bien común y prosperidad de la Ilustración, impulsadas por la élite santafereña.	<p>Predominaron la interpretación y la valoración de los acontecimientos, especialmente en el tema de las guerras imperiales de finales del siglo XVIII.</p> <p>También se exhortó a los lectores a apoyar las causas del rey Carlos IV.</p>

Fuente: Elaboración propia con base en Manrique-Grisales, 2020; Manrique-Grisales et al., 2021 y Manrique-Grisales et al., 2022.

## Discusión y conclusiones

La construcción de metodologías para el estudio de la prensa se suma a las iniciativas desarrolladas en la última década del siglo XX y comienzos del siglo XXI, bajo la idea de construir una teoría del periodismo (Gomis, 1991; Pena de Oliveira, 2009). La discusión continúa y cada vez aparecen nuevos elementos, como la hibridación de la información en el nuevo ecosistema mediático; lo que hace que un eventual estatuto epistemológico para el periodismo continúe siendo algo escurridizo. Se siguen cerrando periódicos en versiones impresas o estos pasan a hacer parte de otros negocios, en los que la información no es lo más importante, aunque esto no implica que la audiencia esté desinformada o eche de menos el programa de televisión o de radio que se acaba, o el periódico que ya no está en el kiosco.

Por esta razón es importante insistir en las metodologías para estudiar lo que pasa en el universo informativo, independientemente del rumbo que vayan tomando los medios como empresa. Hay que recordar que si bien los periódicos nacieron de la mano de las ideas políticas, hoy muchos de ellos hacen parte de conglomerados económicos que los salvaron de su desaparición, como sucedió en Estados Unidos con el *Washington Post*, ahora en propiedad del magnate de Amazon, Jeff Besos. En estas operaciones se trata de preservar la influencia que aún tienen los periódicos en la opinión pública como fuente de información, conjuntamente con los intereses que defienden como parte de un *holding* empresarial.

El lector se preguntará seguramente por qué razón en este estudio se incluyen periódicos del siglo XXI y uno del siglo XVIII. La razón fundamental obedece a la apuesta investigativa de probar un método como el MHD en

épocas distintas, sobre la hipótesis de que la prensa de todas las épocas conserva unos rasgos distintivos que se mantienen en el tiempo y que dan, precisamente, origen a esta propuesta metodológica (Manrique-Grisales, 2022, p. 177). Hablamos entonces de las capas de la cebolla, que se convierten en ámbitos, y de sus elementos constitutivos, que fungen como descriptores e indicadores (ver Tabla 2).

Gracias al MHD, se identificaron algunas pistas desde las cuales se narró la realidad del año 2020 con la crisis sanitaria causada por la COVID-19 y la realidad de la última década del siglo XVIII, con la aparición del primer periódico que circuló en Colombia. El ensamble metodológico del MHD en los tres estudios permitió codificar las distintas categorías de análisis, para poder describir los procesos de construcción social de realidad en los periódicos de la muestra. De ahí que la principal conclusión se relacione con la posibilidad que ofrece la adaptación del MHD de analizar la prensa de cualquier época, relacionando aspectos de la agenda *setting*, el *newsmaking* y el *framing* con las intencionalidades discursivas de quienes tienen la tarea de informar.

Se observó, además, que en tiempos de crisis es más notoria la influencia de las oficinas de comunicaciones que centralizan la información, lo cual impide que los reporteros construyan sus propios relatos, como se reveló en los estudios en torno a la prensa y la COVID-19. También es claro que sucedió lo mismo con la información que circuló entre 1793 y 1795 en torno a la guerra entre España y Francia, cuando el aparato propagandístico de la monarquía española controló lo que se publicaba, tanto en la península ibérica, como en los territorios de ultramar.

Gracias a la digitalización de la información, los contenidos, las fotos, los audios y los *fulles* de televisión llegan al móvil del periodista, sin que este tenga que salir a la calle a hacer reporterismo. Para el periodista y director de la Agencia de Periodismo Investigativo (API), Norvey Quevedo, el periodismo se ha visto superado por el papel de las oficinas de comunicaciones que hoy inundan el panorama informativo y construyen agenda desde sus intereses. En este mismo sentido, en el siglo XVIII la información emanaba directamente de la corte, bajo el precepto de que los periódicos del régimen eran, también, los depositarios de la “historia oficial” del reino (Kagan, 2012, p. 89).

Queda planteada la posibilidad de abarcar periodos más amplios de análisis con el MHD, combinándolo con herramientas tecnológicas de análisis de datos cualitativos, como los programas NVivo o Atlas TI, para capturar muestras en formato digital y cargar las categorías de las distintas capas, con el fin de realizar más inferencias desde los resultados. Asimismo, se abre la posibilidad de procesar datos no estructurados (noticias, columnas de opinión, editoriales, etc.) con inteligencia artificial.

## Referencias

- Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social* 70, pp. 423-450. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053>
- Aruguete, N. (2017). Agenda building. Revisión de la literatura sobre el proceso de construcción de la agenda mediática. *Signo y Pensamiento*, 36(70), pp. 36-52. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp36-70.abrl>
- Bastenier, M. A. (2001). *El blanco móvil. Curso de periodismo*. Santillana.
- Berger, P. y Luckmann, T. (2001). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu editores.
- Bonilla, J. I., Cadelo, A. y Téllez, M. P. (2004). Las agendas. Visibilidades, territorialidades y asuntos de la información. En J. I. Bonilla y A. Cadavid Bringe (Eds.). *¿Qué es noticia? Agendas, periodistas y ciudadanías* (pp. 29-58). Antropos.
- Breed, W. (1955). Social control in the newsroom. *Social Forces*, 33. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/2573002>
- Casals, M. J. (2009). *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la teoría periodística*. Editorial Fragua.
- Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social (The discourse of information. The construction of the social mirror)*. Gedisa.
- Entman, R. M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43, pp. 51-58. <https://bit.ly/2y3PfaX>
- Fernández, G. (1994). *Agonía a la hora del cierre. El minuto de silencio que puede hacer cambiar al periodismo*. Trillas.
- Fishman, M. (1983). *La fabricación de la noticia*. Tres Tiempos.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Como se forma el presente*. Paidós.
- Guzmán, M. y Martínez, C. (2010). Agenda Setting - Agenda Cutting - Agenda Surfing: una aproximación a las actuales aplicaciones de la teoría. En L. Luchessi (Ed.). *Nuevos escenarios detrás de las noticias*. La Crujía.
- Kagan, R. L. (2012). Las «plumas teñidas» de Felipe IV: ¿Periodismo o propaganda? En R. Chartier y C. Espejo (Eds.). *La aparición del periodismo en Europa. Comunicación y propaganda en el Barroco* (pp. 87-102). Ediciones de Historia.
- Lin, Y., Chen, M. y Flowerdew, J. (2021). 'Same, same but different': representations of Chinese mainland and Hong Kong people in the press in post-1997 Hong Kong. *Critical Discourse Studies*, pp. 1-20. <https://doi.org/10.1080/17405904.2021.1905015>
- Lotero-Echeverri, G. (2020). *Tratamiento informativo sobre el exilio masivo de venezolanos hacia Colombia*. [Tesis doctoral, Universidad de Huelva]. Repositorio Institucional de la Universidad de Huelva. <http://hdl.handle.net/10272/19153>
- Manrique-Grisales, J. (2020). La prensa en modo pandemia: una aproximación a las agendas informativas de Expreso y El País sobre COVID-19. *Revista Española de Comunicación en Salud*, pp. 142-157. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5450>
- Manrique-Grisales, J., Punín Larrea, M. I. y Sánchez Carrión, G. C. (2021). Pandemia en Ecuador y Colombia: *Comillas Journal of International Relations*, 22(22), pp. 42-53. <https://doi.org/10.14422/CIR.I22.Y2021.003>

- Manrique-Grisales, J. (2022). *Análisis comparado de la prensa colombiana del siglo XVIII y el siglo XXI. Dos miradas a la construcción de realidad y memoria* [Tesis doctoral, Universidad de Huelva]. Repositorio Institucional de la Universidad de Huelva. <https://hdl.handle.net/10272/21380>
- Manrique-Grisales, J., González Cruz, D. y Gadea Aiello, W. F. (2022). Construcción social de realidad y memoria en El Papel Periódico de Santafé de Bogotá (1791-1797). *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social «Disertaciones»*, 15(2), pp. 1-19. <https://doi.org/10.12804/REVISTAS.UROSARIO.EDU.CO/DISERTACIONES/A.11189>
- Marín, C. (2006). *Manual de Periodismo*. Random House Mondadori.
- Martínez-Monterrosa, A. (2010). Periodismo cognitivo como estrategia en el aula de clases. *Signo y Pensamiento*, 29(56), pp. 102-112.
- Martini, S. (2007). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Grupo Editorial Norma.
- McChesney, R. (2013). Aquello que fue ahora, y esto es entonces: Walter Lipmann y la crisis del periodismo. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 18, pp. 39-49. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ciyc.2013.v18.41713](https://doi.org/10.5209/rev_ciyc.2013.v18.41713)
- McCombs, M. E. (1992). Explorers and Surveyors: Expanding Strategies for Agenda-Setting Research. *Journalism Quarterly*, 69(4), pp. 813-824. <https://doi.org/10.1177/107769909206900402>
- McCombs, M. E. y Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Miladi, N. (2020). The discursive representation of Islam and Muslims in the British tabloid press. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 10, pp. 117-138. [https://doi.org/https://doi.org/10.1386/ajms\\_00024\\_1](https://doi.org/https://doi.org/10.1386/ajms_00024_1)
- Palau, A. M. y Palomo, J. (2021). The Role of the News Media in Fighting Corruption Practices: A Case Study of Spain. *Journalism Studies*, 22(7), pp. 839-859. <https://doi.org/https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2021.1895871>
- Pena de Oliveira, F. (2009). *Teoría del periodismo*. Alfaomega Grupo Editor.
- Pollach, I. y Hansen, L. V. (2021). Tone variation in financial news: A comparison of companies, journalists and financial analysts. *European Journal of Communication*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0267323121999524>
- Quevedo, N. (2021). *Primeros indicios de corrupción en manejo de recursos por Covid-19*. Agencia de Periodismo Investigativo. <https://bit.ly/327dlxP>
- Ramonet, I. (2003). *La tiranía de la comunicación*. Mondadori.
- Real Academia Española. (1994). *Diccionario de la Lengua Española*. Tomo I (Vigésima primera edición). Espasa Calpe.
- Rivero, M. (2003). Los inicios de la comunicación: la intencionalidad comunicativa y el significado como procesos graduales. *Anuario de Psicología/The UB Journal of Psychology*, 34(3), pp. 337-356. <http://revistes.ub.edu/index.php/Anuario-psicologia/article/view/8736/10914>
- Shoemaker, P. J., & D. Reese, S. (1996). *Mediating the message. Theories of influences on Mass Media Content*. Longman Group.
- Silva, R. (2004). *Prensa y Revolución a finales del siglo XVIII*. La Carreta Editores

- Sintes-Olivella, M., Franch, P., Yeste-Piquer, E. y Zilles, K. (2021). Europe Abhors Donald Trump: The Opinion on the 2020 U.S. Presidential Elections and Their Candidates in the European Newspapers. *American Behavioral Scientist*.  
<https://doi.org/10.1177/00027642211005534>
- Tuchman, G. (1980). *Making News. A Study in the Construction of Reality*. Free Press.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Editorial Gustavo Gili.
- Verón, E. (2002). *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island* (3.ª ed.). Gedisa.
- Wodak, R. y Meyer, M. (2001). *Methods of Critical Discourse Analysis*. SAGE Publications Inc.  
<http://dx.doi.org/10.4135/9780857028020.n4>
- Wolf, M. (1985). *La investigación en la comunicación de masas: crítica y perspectivas*. Paidós.