

**“LA USCO VISTA DESDE LA PRENSA LOCAL”
IMAGEN PÚBLICA DE LA UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA PROMOVIDA POR LA NACIÓN
Y EL DIARIO DEL HUILA EN EL PERIODO 2003 – 2007**

**JULIO DEIVIS BURGOS GUTIÉRREZ
SANDRA MILENA CADENA SANTOS
WILSON ROBERTO PERDOMO CORTÉS**

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
NEIVA
2010**

**“LA USCO VISTA DESDE LA PRENSA LOCAL”
IMAGEN PÚBLICA DE LA UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA PROMOVIDA POR LA NACIÓN
Y EL DIARIO DEL HUILA EN EL PERIODO 2003 – 2007**

**JULIO DEIVIS BURGOS GUTIÉRREZ
SANDRA MILENA CADENA SANTOS
WILSON ROBERTO PERDOMO CORTÉS**

**Monografía de grado presentada como requisito parcial para optar al título de
Comunicador Social y Periodista**

**Director
BENJAMÍN ALARCÓN YUSTRES
Especialista en Comunicación y Creatividad para la Docencia**

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
NEIVA
2010**

Nota de Aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Neiva, marzo de 2010

DEDICATORIA

Agradezco a Dios; a mi familia por el apoyo incondicional y cariño de siempre; a Sandra y a Wilson por la paciencia, solidaridad y siempre amistad. A mis profesores, especialmente a Benjamín por sus sabios y oportunos consejos. Igualmente, a todas aquellas personas que me apoyaron en este proceso de mi vida.

Agradecimientos de Julio

Agradezco a todas y cada una de las personas que han vivido conmigo la realización de esta tesis, por brindarme su colaboración, ánimo, apoyo y sobre todo amistad.

Agradecimientos de Wilson

Agradezco a Dios por guiarnos e iluminar nuestras mentes para realizar este trabajo de grado, a mi madre y hermanas por su amor y apoyo incondicional, a mis compañeros Wilson y Julio por su paciencia y trabajo constante, a los amigos que siempre recuerdo y a mis profesores que con sus sabios consejos contribuyeron a la formación de lo que ahora somos... Gracias a todos ellos, por haber creído en mí.

Agradecimientos de Sandra

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan sus agradecimientos a:

CONTENIDO

	Pág
Nota de Aceptación.....	3
.....	3
Neiva, marzo de 2010	3
CONTENIDO	6
CONCLUSIONES.....	87

LISTA DE CUADROS

	Pág
Cuadro 1. Tipo de publicaciones del Diario del Huila relacionadas con la Universidad Surcolombiana en el periodo 2003 – 2007	43
Cuadro 2. Tipo de publicaciones del Diario La Nación relacionadas con la Universidad Surcolombiana en el periodo 2003 – 2007	45
Cuadro 3. Género Periodístico de las Publicaciones de Tipo Informativo del Diario del Huila relacionadas con la Universidad Surcolombiana en el periodo 2003 – 2007	48
Cuadro 4. Género Periodístico de las Publicaciones de Tipo Informativo del Diario La Nación relacionadas con la Universidad Surcolombiana en el periodo 2003 – 2007	50
Cuadro 5. Categorías Temáticas de las Publicaciones Informativas del Diario del Huila relacionadas con la Universidad Surcolombiana en el periodo 2003 – 2007	52
Cuadro 6. Categorías Temáticas de las Publicaciones Informativas del Diario La Nación relacionadas con la Universidad Surcolombiana en el periodo 2003 – 2007	54
Cuadro 7. Publicaciones de Tipo Opinión del Diario del Huila Relacionadas con la Universidad Surcolombiana en el Periodo 2003 – 2007	57

Cuadro 8. Publicaciones de Tipo Opinión del Diario La Nación Relacionadas con la Universidad Surcolombiana en el Periodo 2003 – 2007	59
Cuadro 9. Publicaciones de Tipo Informativo del Diario La Nación Seleccionadas para aplicar el análisis crítico del discurso	62
Cuadro 10. Publicaciones de Tipo Informativo del Diario del Huila Seleccionadas para aplicar el análisis crítico del discurso	63
Cuadro 11. Editoriales del Diario del Huila y Diario La Nación Seleccionadas para aplicar el análisis crítico del discurso	63

LISTA DE ANEXOS

- ANEXO A. Transcripción de entrevistas
- ANEXO B. Pesquisas del Diario del Huila
- ANEXO C. Pesquisas del Diario La Nación

GLOSARIO

MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Instrumentos empleados para comunicar e informar masivamente a la sociedad sobre asuntos políticos, económicos, sociales, culturales, etc. Estos promueven imágenes, discursos, representaciones y estereotipos sociales a través de formatos audiovisuales, radiofónicos, impresos o digitales.

COMUNICACIÓN: Proceso mediante el cual los individuos se encuentran en escenarios comunes, consciente o inconscientemente, y se expresan con el fin de tomar decisiones, establecer relaciones, construir consensos, entre otros.

ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO: Según Van Dijk, el *análisis crítico del discurso* es una disciplina interdisciplinaria que analiza textos de la lingüística, la narrativa, la retórica y el periodismo, entre otros, a través de la comprensión de los diferentes contextos del discurso inmersos en los procesos cognitivos de la producción y recepción, así como por las dimensiones socioculturales del uso del lenguaje y la comunicación.

ESTEREOTIPOS: Son frases, palabras o imágenes que reflejan representaciones sociales de la realidad, retomadas de la sociedad y reforzadas por los medios de comunicación y/o viceversa. Sustentan los imaginarios sociales esquematizando y encerrando percepciones sobre la realidad de manera positiva o negativa.

DISCURSO PERIODÍSTICO: Información nueva difundida, promovida y/o ofertada a través de los medios de comunicación en formatos periodísticos.

INFORMACIÓN: Es el resultado de un proceso de transmisión de datos con una implicación semántica. Condicionada por las líneas editoriales de los medios masivos de comunicación, y por la subjetividad del periodista quien selecciona y determina el tema, enfoque, las fuentes, etc.

UNIVERSIDAD: Es un escenario de aprendizaje continuo y encuentro académico donde confluyen el Intercambio de saberes, cosmogonías, entre múltiples culturas, razas, opiniones, creencias, religiones, tribus urbanas, partidos políticos.

IMAGEN PÚBLICA: proceso de elaboración de percepciones que los individuos construyen sobre personajes, empresas, instituciones, partidos políticos y organizaciones, que se fundamentan a través de juicios de valor elaborados a partir de las particularidades culturales, históricas, económicas, sociales, políticas y étnicas. Que se construyen a partir de la difusión de mensajes, imágenes, percepciones, símbolos y códigos que toda persona o institución promueve sobre sí misma o son impulsados por discursos periodísticos divulgados por los medios de comunicación masivos.

RESUMEN

En la ciudad de Neiva existen dos medios de comunicación impresos locales con cobertura e incidencia regional. Ambas casas editoriales son de un mismo dueño y aparentemente tienen políticas editoriales contrarias. Aproximarse a sus relatos diarios sobre la Universidad Surcolombiana, para explorar sus discursos nos permitirá determinar qué clase de imagen pública promovieron sobre esta institución superior educativa.

INTRODUCCIÓN

El presente documento parte del interés personal de los autores por explorar la clase de información publicada por los medios de comunicación impresos locales sobre la Universidad Surcolombiana.

La investigación pretende dar respuesta al interrogante: ¿Cuál es la imagen pública de la Universidad Surcolombiana promovida desde los diarios impresos locales La Nación y el Diario del Huila entre los años 2003 y 2007?

El documento se desarrolla en cuatro capítulos: el primero, expone los antecedentes, el planteamiento del problema, y las partes de rigor de toda investigación de esta naturaleza. El segundo capítulo, presenta la metodología adoptada, el tercero, muestra los resultados de la parte cuantitativa, las noticias y análisis de la muestra seleccionada, el cuarto y último cita las conclusiones.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A medida que se aceleraba la mundialización liberal y superada la fase industrial, la globalización experimentó un nuevo tipo de capitalismo: el financiero, de especulación. En este escenario “el poder es actualmente detentado por un conjunto de grupos económicos planetarios y de empresas globales cuyo peso en los negocios del mundo resulta a veces más importante que el de los gobiernos y los Estados”.¹

¹ RAMONET, Ignacio. El quinto Poder. Edición on line de Le Monde Diplomatique 2003. p. 2

Hoy día entre los medios de comunicación de masas existe una tendencia cada vez más clara a agruparse “en el seno de inmensas estructuras para conformar grupos mediáticos con vocación mundial”², beneficiados por sus posibilidades de expansión gracias a las bondades de los cambios tecnológicos de la denominada ‘revolución digital’, entre ellas, el surgimiento y auge de la Internet, la cual permite una nueva forma de expresarse, informarse, distraerse y en suma, de comunicarse.

Desde entonces, las empresas mediáticas se ven tentadas a conformar “grupos” para reunir en su seno a todos los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión), pero además a todas las actividades de lo que Ignacio Ramonet llama los sectores de la cultura de masas, de la comunicación y la información.

Estas megaempresas contemporáneas, mediante mecanismos de concentración, se apoderan de los sectores mediáticos más diversos en numerosos países y de esta manera se convierten, por su peso económico y su importancia ideológica, en los principales actores de la globalización.

En este escenario, la comunicación se ha transformado en un gran negocio, los medios masivos invaden millones de hogares con bienes y productos al servicio del mercado que nada tienen que ver con las necesidades y problemáticas de la humanidad. Lo que conduce a que la sociedad esté cada vez más influenciada por el fenómeno de la industria cultural y a que tanto el arte como el pensamiento crítico, la veracidad y la objetividad en la información esté desapareciendo, debido a que el entretenimiento se ha convertido en el eje fundamental de la información para los medios masivos.

Medios como la prensa, la televisión, la radio, la Internet y en general todo lo que conforma la denominada industria cultural, se ha transformado en un instrumento de los grandes monopolios económicos para la dominación de las masas, reduciendo buena parte de la información a escuetas notas sobre publicidad, propaganda política y farándula.

Al haberse convertido la comunicación (extendida a la informática, la electrónica y la telefonía) en la industria pesada de nuestro tiempo, estos grandes grupos pretenden ampliar su dimensión a través de incesantes adquisiciones y presionan a los gobiernos para que anulen las leyes que limitan las concentraciones o impiden la constitución de monopolios o duopolios.³

² *Ibíd.*

³ En El quinto poder de Ramonet. Presionada por los grandes grupos mediáticos estadounidenses, la Federal Communications Commission (FCC) de Estados Unidos autorizó, el 4 de junio de 2003, la flexibilización de los límites a la concentración: una empresa podría controlar hasta el 45% de la audiencia nacional (contra el 35%, en la actualidad). La decisión debía entrar en vigor el 4 de septiembre de 2003, pero debido a que algunos ven en ella “una grave amenaza para la

Además, “estas empresas mediáticas gigantes, estos productores en cadena de símbolos, multiplican la difusión de mensajes de todo tipo”⁴ que promueven prejuicios, representaciones sociales, estereotipos, modos de vida, percepciones e imágenes, moldeados en buena parte a través de discursos periodísticos que van configurando y reforzando la opinión pública entre los ciudadanos acerca de los acontecimientos sociales.

Para María Teresa Herrán los estereotipos “son representaciones sociales, reducciones reiteradas de la realidad, moldes rígidos que sustentan nuestros imaginarios y son alimentados por ellos”⁵. Son “frases o palabras que por ser usadas o repetidas en exceso, han perdido su valor, significado, originalidad”⁶.

Según Herrán y en relación con los medios masivos de comunicación, “las investigaciones sobre estereotipos reflejan que son inevitables, que esquematizan y encierran y que pueden ser negativos o positivos”.⁷

Para Jesús Martín Barbero, los medios enfocan, ponen los reflectores sobre una parte de la realidad.⁸ Es decir, los medios refuerzan estereotipos latentes en la sociedad.

Entonces, bien podríamos afirmar que hay una relación de doble vía: de existencia y de reforzamiento de los estereotipos en la sociedad como parte de los imaginarios colectivos, porque son esquemas culturales preexistentes.

1.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN COLOMBIA

En Colombia, grandes grupos económicos nacionales y extranjeros están concentrando importantes empresas de producción de comunicación de masas: El grupo Planeta es dueño del periódico El Tiempo y de la Revista Cambio; El grupo Prisa es propietario de Caracol Radio; El grupo Nacional de Medios de Comunicación, reúne a los diarios regionales: el Colombiano de Medellín, El País de Cali, El Universal de Cartagena, Vanguardia Liberal de Bucaramanga y La República de Bogotá. Por su parte, El grupo Santo Domingo es dueño del diario El Espectador y de Caracol Televisión. Y finalmente, el grupo Ardila Lülle es propietario de RCN radio y televisión.

democracia”, fue suspendida por la Corte Suprema.

⁴ RAMONET, Ignacio. El quinto poder. Edición on line de Le Monde Diplomatique, 2003. P. 10

⁵HERRAN, María Teresa. Manual: "Cubrimiento periodístico responsable del desplazamiento forzado". Capítulo I, Percepciones, Estereotipos y Prejuicios. 2005. P. 19

⁶ Ibíd.

⁷ Ibíd.

⁸ Ibíd.

En cuanto al ejercicio del periodismo en el país, el experimentado periodista y catedrático Hernán Darío Restrepo, señala que entre los problemas más comunes de la profesión se encuentran la indiferencia de los directores para capacitar reporteros y para actualizarse ellos mismos; el bajo nivel de investigación y documentación de los temas que se les encomiendan a los periodistas, la fijación obsesiva en las masacres y desastres naturales como temas únicos de la agenda informativa de las regiones, y el limitado acceso de la población a los medios, puestos al servicio de unas minorías poderosas e influyentes.⁹

⁹ RESTREPO, Javier Darío. La clamorosa guerra de los espejos. Colombia: Revista Número. Edición 28. 2001. P. 39

Otra mirada sobre el panorama de los medios de comunicación en Colombia fue elaborada por la Revista Cambio a propósito del papel que éstos cumplen actualmente. En el artículo se mencionan las amenazas y asesinatos a periodistas, editores, jefes de redacción y comunicadores alternativos por parte de los grupos armados al margen de la ley, sobre todo en la periferia; de la misma manera, las presiones del gobierno en el centro del país parecen generar en los periodistas y en consecuencia en los medios de comunicación del país autocensura¹⁰, lo que produce, falta de independencia, de criterios profesionales, imparcialidad, singularidad de fuentes, superficialidad y poco análisis.

En su artículo "*La clamorosa guerra de los espejos*", Restrepo aduce "en esas condiciones, la sociedad que se mira en los medios sólo encuentra un espejo manchado. Las observaciones de Colombia dejan entrever que en ese espejo se reflejan imágenes diferentes y a veces contradictorias: una es la del país que reflejan los reporteros, en directo contacto con la realidad nacional, pero condicionados a la hora de la edición y redacción de sus versiones, y otra, la de sus editores, jefes de redacción y directores. Son imágenes distintas del mismo país".¹¹

De la misma manera, los medios de comunicación se ven enfrentados a la competencia informativa, un problema que si bien genera grandes conflictos dentro del ejercicio periodístico, convierte a la sociedad en la más afectada con la desinformación que esta genera.

En este orden de ideas, la competencia entre las agencias de noticias promueve la rapidez en la transmisión de los sucesos noticiosos, hecho que en la mayoría de los casos deja como resultado la manipulación de la información en el afán de sacar conclusiones apresuradas.

El lenguaje periodístico es manipulador en una triple vertiente: por su uso, por su forma, y por su contenido. Por su uso, porque es un instrumento de mediación social; por su forma, porque las reglas que se utilizan para conseguir un "estilo periodístico" están orientadas a hacer que el lector crea en el autor del texto, son estrategias persuasivas que conducen a la manipulación; y por su contenido, porque el léxico utilizado por la Prensa está controlado por la ideología y por la escala de valores morales de la Empresa Editora. Los medios utilizan una serie de códigos éticos y estéticos en el uso del lenguaje, estos códigos conforman la realidad de acuerdo a ese lenguaje, luego adaptan la realidad a sus códigos y eso es lo que transmiten, manipulando al lector.¹²

¹⁰ Revista cambio. Los medios al tablero. Colombia: Casas Editorial El Tiempo, 2008. p. 46

¹¹ *Ibíd.*

¹² CHACÓN, Gutiérrez Inmaculada. La mediación documental en: www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern4/chacon.html

La cobertura casi instantánea de los acontecimientos noticiosos provoca que el análisis de la información transmitida se realice antes de que toda la información haya sido verificada. En consecuencia, la sociedad receptora de los medios recibe una única versión de la realidad ingenua del discurso ideológico implícito en las noticias y de los efectos en la conducta y el diario vivir de las personas.

En lo atinente a la figuración de las universidades públicas del país y luego de una revisión a las publicaciones On line de los diarios El Espectador y El Tiempo, se encontró que los centros de estudios superiores en Colombia aparecen en mayor medida comprometidos con acciones lejanas de su función principal en la construcción de conocimiento. Si bien existen menciones a procesos académicos, de proyección social e investigativos, estos tienen poco despliegue periodístico. Por el contrario, son protagonistas en situaciones de violencia, protestas, procesos electorales no legítimos, corrupción, infiltraciones de grupos armados ilegales, etc.

1.2 PANORAMA REGIONAL

En el ámbito local la situación no es diferente, los medios se caracterizan por la ligereza en el cubrimiento de los hechos, carentes de investigación y visibilizando únicamente la versión de fuentes oficiales, dando prioridad al sensacionalismo o a la chiva sobre la farándula política Nacional y Local.

Mientras tanto, los periodistas, muchos de ellos formados con base en la experiencia, compiten por la pauta local para nivelar su salario, lo cual los convierte consciente o inconscientemente en aliados del comercio local poniendo en duda la imparcialidad en el cubrimiento de los acontecimientos.

Otro de los problemas del periodismo local es la poca formación teórica en ámbitos como el análisis de estructura y coyuntura, falencias reflejadas en la superficialidad en el tratamiento de los hechos y en el poco olfato para detectar problemas relevantes del Departamento.

Sin embargo, los periodistas de la región argumentan que los medios de comunicación no les permiten investigar profundamente los temas debido a la premura con la que tienen que trabajar para publicar las notas diariamente¹³.

¹³ Taller a periodistas. Trabajo infantil: Retos y Desafíos del Periodismo, Neiva, 5 de julio de 2008.

A esta problemática, se le suma el poco tiempo que tienen los periodistas al aire para transmitir sus notas y el reducido espacio en los medios impresos para escribir los reportajes, crónicas y noticias debido a la pauta publicitaria y a la propaganda publicada en los medios locales.

Otro aspecto problematizante en el periodismo local, es que los comunicadores no se forman y especializan en temas puntuales, sino que trabajan tanto temas culturales como políticos, económicos por asignación o empatía con el tema, lo cual los hace perder comprensión y análisis de los temas específicos¹⁴.

¹⁴ *Ibíd.*

De otra parte, el Grupo JOM (cuya cabeza es el reconocido empresario huilense Jesús Antonio Oviedo Pérez) dueño de más de veinticinco empresas en Latinoamérica, es propietario del Diario La Nación y en septiembre de 2006 tomó en alquiler El Diario del Huila. Ambos periódicos con circulación regional y nacional.

Esta concentración de medios de comunicación ha generado una situación de tensión latente entre políticos, empresarios y ciudadanos en general que ven con recelo el monopolio de la prensa en manos de un solo dueño.

Dicha situación pareció llegar a su punto álgido, en las elecciones de dirección local y regional de los partidos políticos en el 2007, cuando los miembros del partido liberal del departamento del Huila protestaron porque según ellos, en los periódicos de Oviedo siempre publicaron encuestas sobre intención de voto favorables a los candidatos conservadores, que a la postre resultaron ganadores.

Sin embargo, ambas casas editoriales trabajan por separado, “seguimos siendo empresas distintas. Cada una tiene su propio equipo de trabajo, tanto en la dirección, la jefatura de redacción y nosotros los periodistas cada día tenemos que ser más exigentes porque son dos negocios, dos empresas diferentes”¹⁵.

En cuanto al tema de la pauta publicitaria, “seguimos viendo que algunas empresas del sector privado y organismos oficiales ejercen una presión sutil por la publicación de notas, son casos aislados, pero se dan”¹⁶.

1.3 CARACTERIZACIÓN DE LA UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

De otra parte, la Universidad Surcolombiana, en los últimos años (2003-2007) atravesó por constantes procesos de conmoción en sus ámbitos administrativo, académico y estudiantil. En cuanto a lo administrativo, la USCO designó cuatro rectores durante el periodo mencionado: Eduardo Beltrán, Edgar Machado, Ricardo Mosquera y Eduardo Pastrana. Lo anterior refleja la crisis de gobernabilidad y liderazgo vivida por el alma máter en esos años.

La gobernabilidad en la Universidad Surcolombiana se ha debilitado por la penetración de la política en los procesos institucionales. En los procesos de elección de rector y decanos se han introducido a la institución con mayor intensidad las costumbres políticas del país.¹⁷

¹⁵ Entrevista a Heber Zabaleta Parra. Editor Diario La Nación. Neiva, 4 de junio de 2008.

¹⁶ Entrevista a Carlos Andrés Pérez. Editor del Diario del Huila. Neiva, 6 de Junio de 2008.

¹⁷ UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA. Diagnostico de la Comunidad Académica 2007.

En el ámbito académico vivió tres paros indefinidos. El primero ocurrido en noviembre de 2003 a causa de una huelga de hambre de algunas estudiantes y un campamento estudiantil exigiendo el cambio del mecanismo de elección de rector.

El segundo, en abril de 2005 por un pliego de peticiones presentado por los estudiantes exigiendo el mejoramiento de las condiciones académicas en las distintas facultades y programas de la Universidad Surcolombiana; por último, en mayo de 2007 la comunidad universitaria entró en cese de actividades solicitando el cambio del mecanismo de elección de rector y la reforma del estatuto universitario. El paro comenzó con una huelga de hambre por parte de dos universitarios, la toma de la oficina de Registro y Control por parte algunos estudiantes y un campamento universitario en las instalaciones de la sede central de la USCO.

Durante este período en el ámbito estudiantil se han presentado constantes amenazas a líderes universitarios, persecuciones académicas y algunos estudiantes detenidos, como fue el caso de Alejandro García, estudiante de la Facultad de Derecho, quien fue retenido siete meses en la Penitenciaría de Rivera, porque – según la Fiscalía- al momento de allanar su casa después de una protesta en la Universidad, Alejandro tenía bajo su poder varios explosivos. Otro de los casos fue el de Silvestre Solano, estudiante de Biología de la Universidad Surcolombiana, presuntamente vinculado a las milicias urbanas de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia FARC y acusado de tener bajo su poder material publicitario de esta organización.

1.4 PROBLEMA A ABORDAR

La Universidad Surcolombiana tiene como misión “la formación integral de ciudadanos profesionales a través de la asimilación, producción, aplicación y difusión de conocimientos científico, humanístico, tecnológico, artístico y cultural, con espíritu crítico, para que aborden eficazmente la solución de los problemas del desarrollo humano integral de la Región Surcolombiana con proyección nacional e internacional, dentro de un marco de libertad de pensamiento, pluralismo ideológico y de conformidad con una ética que consolide la solidaridad y la dignidad humana”.

La Usco es una institución de educación superior de carácter público, y acción regional, en la que convergen aproximadamente ocho mil estudiantes, mil docentes y trescientos administrativos de diferentes procedencias, estratos, culturas, ideologías políticas, intereses y edades que realizan acciones y prácticas distintas. En este orden de ideas la universidad construye, reconstruye, contextualiza y aplica el conocimiento propio convirtiéndolo en válido, útil y pertinente para contribuir a la formación científica y social de la Región Surcolombiana.

Así mismo, los distintos actores de la Universidad Surcolombiana generan procesos relacionados con sus intereses, procedencias y demás características que producen información que transita por la institución a través de comunicados, informes, rumores, conversaciones, asambleas, panfletos, periódicos, entre otros. De esta manera se genera una retroalimentación entre la universidad y la sociedad regional a través de sus estudiantes, egresados, docentes, administrativos y la sociedad misma, quienes construyen y alimentan representaciones sociales, percepciones y estereotipos e imágenes sobre los actores y procesos que convergen en la universidad.

En este contexto, los medios de comunicación locales transmiten discursos periodísticos relacionados con la Universidad Surcolombiana que promueven la imagen pública de la institución.

Sin embargo, en los últimos años, la Universidad Surcolombiana ha sido visibilizada por estos medios a través de los acontecimientos extra-académicos que suceden en el campus universitario, es decir, las marchas, alteraciones al orden público, elecciones de rector, fraudes electorales, desfalcos económicos, entre otros.

Aunque en la universidad se presentan este tipo de problemáticas, también es cierto que se producen informaciones relacionadas con investigaciones, cultura universitaria, ciudadanía, deportes, debates, foros, entre otros, que en pocas ocasiones son registradas en los medios impresos locales.

Esta situación genera que en los medios locales se promuevan imágenes parcializadas, generalmente negativas, sobre las dinámicas que se viven al interior de la institución.

Es preciso reconocer que la Universidad Surcolombiana, es un escenario único en la región, pues se caracteriza porque en ella confluyen múltiples culturas, razas, tribus urbanas, partidos políticos, entre otras organizaciones, integradas por personas con diferentes opiniones, creencias, religiones, subjetividades, procesos, historias y procedencias que realizan y promueven prácticas distintas que responden a intereses y propósitos disímiles: estrictamente académicos, algunos políticos, deportivos o artísticos.

Teniendo en cuenta las anteriores características, la universidad debe ser vista y analizada tanto por la sociedad como por los medios locales impresos, reconociendo las múltiples diferencias que confluyen y que la hacen conflictiva y no imaginada sólo por los hechos negativos que alteran los procesos cotidianos propios de su carácter.

Parece que los periodistas de la región no enmarcan las noticias de la Universidad Surcolombiana en su contexto de acuerdo a los procesos vividos al interior de la institución, por lo cual generan una construcción sesgada de la realidad distorsionando la imagen pública de la institución.

Partiendo de lo anterior, la pregunta que guiará este trabajo de grado es ¿Cuál es la imagen pública de la Universidad Surcolombiana promovida desde los diarios impresos locales La Nación y el Diario del Huila entre los años 2003 y 2007?

2. JUSTIFICACIÓN

Asistimos a lo que muchos llaman *la era y la sociedad de la información*¹⁸ que gira en torno a mensajes masificados, medios de comunicación globalizados, televisión satelital y telefonía móvil, imágenes locales o familiares que transitan por todo el mundo a través de la Internet, todo esto como consecuencia del desarrollo y auge de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's).

De acuerdo con lo anterior, no sólo resulta imposible dejar de recibir grandes volúmenes de información, sino que además los medios de comunicación construyen – reconstruyen, reproducen y socializan imágenes, representaciones, percepciones, estereotipos y prejuicios que afectan e influyen directamente en la vida de las personas.

Los medios de comunicación, en particular cuando registran hechos noticiosos sobre un determinado tema, constituyen a través de sus discursos periodísticos decisiones de la gente en situaciones específicas y orientan en general a la opinión pública, es por este motivo, entre otros, que algunos teóricos de la comunicación los denominaron alguna vez como el *cuarto poder* de la sociedad.

Sin embargo, este poder parece haber desaparecido porque los medios de comunicación se han aliado con grandes conglomerados económicos y grupos políticos que velan por sus propios intereses y hacen de la prensa un aparato parcializado y propagandístico. María Teresa Herrán afirma que “la neutralidad y la objetividad son entelequias, igual que afirmar que la prensa es un cuarto poder”¹⁹.

¹⁸ CASTELLS, Manuel. *La era de la información*, La sociedad Red, Alianza, Madrid, 1998.

¹⁹ HERRAN. María Teresa. *Confusiones del Periodismo*. Medios Para la Paz. P. 16

En este contexto es preciso reconocer la importancia y determinación que tienen los medios de comunicación en la sociedad, pero sobre todo la responsabilidad ética y social que sobre ellos recae. La imparcialidad, objetividad y neutralidad a la cual deben obedecer los medios de comunicación a la hora de registrar los hechos, ha quedado a un lado por la influencia de la clase política y adinerada que los maneja.

Se analizaron los periódicos Diario del Huila y La Nación porque son los únicos que existen de carácter regional en el Departamento del Huila, por lo cual registran más hechos de la Universidad Surcolombiana e influyen en la población del sur del país.

Además, reconocemos la importancia que tienen estos medios en la vida cotidiana de los habitantes de la región, debido a la proximidad que tienen con los problemas y situaciones particulares del Huila, por lo cual se convierten en mecanismos eficaces e inevitables para enterarse de las principales noticias del Departamento y de la Universidad Surcolombiana y formar la imagen pública.

De otro lado, consideramos trascendental analizar la imagen pública de la Universidad Surcolombiana (USCO) promovidas por el Diario del Huila y La Nación, teniendo en cuenta que la USCO es la única institución académica de educación superior pública del departamento del Huila y representa el pensamiento, la investigación y el conocimiento científico de la región y los conflictos propios de su naturaleza.

Otro punto significativo para analizar la imagen pública de la Usco expuesta por la prensa local, es lo sucedido durante los últimos años en el claustro universitario donde se han presentado diversas investigaciones, eventos, debates, foros y personajes destacados en la esfera local y nacional; al igual que hechos de protesta como las huelgas de hambre de algunos estudiantes en el 2003 y 2007 para presionar el cambio de mecanismo de elección de rector, la toma de algunas instalaciones de la universidad por parte de los estudiantes, los campamentos universitarios, los continuos tropes, las diversas manifestaciones y marchas y los múltiples cambios de rector.

Así las cosas, analizamos el espacio temporal 2003 - 2007, partiendo de la idea que durante este período se han producido avances significativos en aspectos tecnológicos, académicos y de infraestructura que han transformado a la Universidad Surcolombiana, además de convertirla en un bastión y una plataforma importante en la esfera política del departamento que influencia la toma de decisiones en las coyunturas electorales.

Igualmente, fue pertinente analizar el período en mención teniendo en cuenta que obedece a la historia reciente de la Universidad Surcolombiana, la cual ha atravesado por acontecimientos y procesos de afección a nivel de gobernabilidad, política, de liderazgo y académicos, por mencionar sólo algunos.

En ese sentido, la investigación desarrollada en este proyecto de grado respondió a la necesidad de analizar la imagen pública que sobre la Universidad Surcolombiana han promovido los diarios impresos locales, La Nación y El Diario del Huila.

Es necesario tener en cuenta que la institución se caracteriza porque en ella se viven dinámicas conflictivas, propias de todas las organizaciones, integradas por seres humanos con subjetividades, procesos, historias, procedencias, culturas e ideologías disímiles que promueven o realizan actividades muy variadas y con propósitos distintos: rigurosamente académicos algunos, otros políticos, otros artísticos, deportivos, etc. Situación que la convierte en objeto de las miradas de la sociedad y de los medios de comunicación por los grandes volúmenes de información que circulan en su interior.

Con todo esto, la sociedad ha recreado diferentes imágenes públicas de la institución, algunas promovidas por los medios, otros adquiridos por la experiencia directa y otros alimentados por el rumor, entre otros.

En este orden de ideas es necesario analizar la Imagen pública que promueven los medios locales impresos de comunicación sobre la Universidad Surcolombiana, ya que estos refuerzan percepciones a partir de sus discursos periodísticos y a su vez configuran y difunden juicios de valor negativos o positivos entre la sociedad.

Ante este panorama es relevante desarrollar el presente trabajo de grado teniendo en cuenta que no existe un estudio riguroso sobre la imagen pública de la Universidad Surcolombiana promovida por la prensa local.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar cuál es la imagen pública de la Universidad Surcolombiana promovida desde los diarios impresos locales La Nación y el Diario del Huila entre los años 2003 y 2007.

3.2 Objetivos Específicos

1. Caracterizar cuales fueron las narrativas que los medios de comunicación locales impresos, Diario del Huila y La Nación utilizaron para abordar los temas relacionados con la Universidad Surcolombiana.
2. Analizar las publicaciones periodísticas del Diario del Huila y La Nación relacionadas con la Universidad Surcolombiana para establecer qué tipo de universidad se presentó a los lectores.
3. Establecer qué tipo de imagen pública promovieron los medios locales impresos, Diario del Huila y La Nación, sobre los actores de la Universidad Surcolombiana entre los años 2003 y 2007.

4. CONTEXTO Y ANTECEDENTES DE LA UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

La Universidad Surcolombiana nace el 17 de diciembre de 1968, mediante la ley 55 con el nombre de Instituto Tecnológico Universitario Surcolombiano (ITUSCO), gracias al interés de los académicos de la región y a los diversos estamentos de la sociedad huilense, quienes presionaron al gobierno nacional por la creación de una universidad en el departamento del Huila.

El 30 de marzo de 1970, ITUSCO inició labores con tres programas de tecnología en: Administración de Empresas, Administración Educativa y Contaduría Pública. En 1973, se abre la tecnología en Español y Literatura.

Las presiones y esfuerzos adelantados por los estamentos políticos y sociales de la región para transformar el Instituto Tecnológico Universitario Surcolombiano (ITUSCO), en la Universidad Surcolombiana se consolidan con la Ley 13 de 1976. Sin embargo, la competencia de la Universidad Surcolombiana se limitaba sólo al ofrecimiento de programas académicos establecidos por la Universidad Nacional de Colombia, por ello, la naciente institución creó otros programas que luego oficializó ante el ICFES (Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior).

Hasta 1980, la Universidad Surcolombiana ofrecía nueve programas (Preescolar, Lingüística y Literatura, Administración Educativa, Educación Física, Matemáticas y Física, Contaduría, Administración de Empresas, Ingeniería Agrícola y Enfermería). Atendía a 1.879 estudiantes, con 99 profesores de tiempo completo y algunos de medio tiempo y cátedra. Hasta esa fecha, no se había ofrecido ningún programa de postgrado.

En este mismo año la USCO creó los programas de Medicina e Ingeniería de Petróleos, e incursionó en la Educación a Distancia con los programas de Tecnología Agropecuaria y Tecnología Educativa. El número de estudiantes aumentó de 1879 a 2.958 y el de profesores de tiempo completo pasó de 99 a 102 y se incrementó en forma significativa el número de profesores catedráticos.

A partir de 1983 empezó la oferta a distancia de carreras tecnológicas en las sedes de

Pitalito, Garzón y la Plata, algunas en convenio con las Universidades del Tolima, el Quindío y la Nacional de Colombia; la cobertura se estimaba en 4.275 estudiantes.²⁰

En cuanto al tema de la planeación, la Universidad Surcolombiana, inició su proceso con el primer Plan Quinquenal de Desarrollo 1985 - 1989, contenido en cuatro volúmenes en concordancia con el Plan de Desarrollo Departamental, que creó cuatro polos de desarrollo en el Huila: Neiva, Garzón, Pitalito y La Plata. De esta manera surgió la idea de crear sedes en cada uno de estos polos de desarrollo, iniciando con programas a distancia como el de Tecnología Educativa. Cabe resaltar que desde la creación de la Universidad hasta la fecha se han formulado cuatro Planes quinquenales de Desarrollo.

El Plan 1985 – 1989 mostró incoherencias entre su formulación y sus niveles de ejecución como consecuencia de la debilidad de la cultura institucional de planeación.

²⁰ ACUERDO NUMERO 0020 DE 2003. 13 de mayo. Por el cual se adopta el Proyecto Educativo Universitario P.E.U. Consejo Superior Universitario Universidad Surcolombiana. pp. 2 – 6.

El segundo Plan de Desarrollo Institucional y de Facultades, 1990 – 1994, estuvo orientado hacia el fortalecimiento interno de la Universidad mediante la articulación de sus operaciones académicas con las exigencias del desarrollo de la región y del país. La vigencia de este Plan de Desarrollo se prolongó hasta 1996.

La Universidad Surcolombiana diseñó el tercer Plan de Desarrollo Institucional 1997-2001, que tuvo como objetivo la acreditación social. Este Plan estaba organizado en ocho capítulos. Se destacó el análisis de la situación estratégica de la Universidad y se plantearon las estrategias de integración académica y de descentralización de decisiones como las más relevantes para orientar su desarrollo hacia la consolidación de la credibilidad y la ganancia de la calidad necesaria para la acreditación social. En este plan se estructuraron cuatro proyectos estratégicos: integración académica, modernización tecnológica, descentralización de decisiones y mejoramiento del clima organizacional.

En el año 2003 se formuló el Proyecto Educativo Universitario (PEU) conforme a las directrices establecidas por el Sistema de Universidades Estatales (SUE), pero casi nunca es consultado por los agentes internos y externos de la USCO para fundamentar decisiones o para gestionar proyectos. El PEU ha sido asumido como una formalidad para demostrar ante la administración central del Estado que se cumple este requisito y soportar las solicitudes manifestando la intención de mejoramiento. Sin embargo, durante el proceso de formulación del PEU se desarrolló y acumuló conocimiento, información y aprendizaje sistematizable y útil como capital de conocimiento de la USCO.

Para el año 2000, la Universidad Surcolombiana sufrió cambios entre los que se destacan, la conformación del nuevo Consejo Estudiantil, la certificación del programa de Derecho y la culminación del período como rector de Jorge Polanía.

El programa de Derecho presentó inconvenientes relacionados con el registro calificado y otros requisitos para su funcionamiento. El responsable de este proceso fue el abogado Alberto Yépez Barreiro, quien por intereses personales optó por crear La Facultad de Derecho en lugar de inscribir el naciente programa a la ya existente Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, para ejercer la decanatura y así concursar por una plaza en el Consejo de Estado.

Quienes estaban cursando las materias finales se vieron perjudicados: los estudiantes debieron parar las clases porque el ICFES se negaba a autorizar el registro y la administración no tenía el compromiso político de hacer la gestión ante el Ministerio de Educación, entonces sucedieron una serie de protestas en Neiva y en Bogotá para ejercer presión.

Finalmente, la Universidad de Caldas hizo la evaluación como par académico y desarrolló una serie de seminarios como requisito para conceder el registro calificado al Programa de Derecho.

En el segundo semestre del 2000, terminaba el período de la administración del rector Jorge Polanía, por lo cual se convocaron a nuevas elecciones.

En septiembre del mismo año, el Consejo Superior Universitario nombró a la docente Aura Elena Bernal, como nueva rectora de la institución, luego de descartar el nombre del profesor Jesús Antonio Motta -su más cercano contendor, por no cumplir con el requisito de la homologación y convalidación de títulos obtenidos en el exterior.

Dentro del plan de gobierno de Bernal se contempló la posibilidad de realizar obras al interior de la Universidad Surcolombiana, con una inversión cercana a los 10.201 millones de pesos, que aportaría el Gobierno Nacional.²¹ Básicamente se desarrollarían tres proyectos: la construcción de una biblioteca, la sede de La Facultad de Economía y un bloque de aulas en la Facultad de Salud. Además, no se descartaba la idea de crear la Constituyente Universitaria.

Sin embargo, en los primeros días de noviembre se empezaron a sentir los síntomas de la grave situación financiera que enfrentaría la administración de Bernal. Por un lado, El Ministerio de Hacienda no transfirió los recursos que había prometido, por otro, los fallos proferidos por la Corte Constitucional, junto al Tribunal Administrativo, obligaron a la Universidad Surcolombiana a reconocer la prima técnica de algunos funcionarios cuya cifra ascendía a los 1.800 millones de pesos.

A los catedráticos, funcionarios, ocasionales y trabajadores de planta, se les canceló el 50 % correspondiente al incremento salarial y el 50 % restante, se pagaría días después si el Gobierno Nacional cumplía su promesa de desembolsar el dinero prometido. De igual forma, la administración Bernal se comprometió a gestionar los dineros para cancelar la prima técnica y los 400 millones de pesos que se adeudaban al Fondo Nacional del Ahorro. Ante este panorama financiero, la administración decidió salirle al paso a la situación: aumentó desmesuradamente los costos de las matrículas y servicios como habilitaciones, certificados, constancias, entre otros.

Por su parte, los estudiantes, la Asociación de Profesores Universitarios (ASPU), los integrantes de Sintraunicol, y demás empleados, solicitaron a Bernal prudencia a la hora de manejar los problemas.

²¹ Redactor de actualidad Neiva: Diario La Nación. Año 2000, sección actualidad, p.3.

Para el primer período académico de 2001 la crisis continuaba. Aunque el déficit sobrepasaba los 3.200 millones de pesos²², la administración esperaba subsanarlos con la venta de servicios y captación de recursos –previa gestión- a entidades del orden nacional.

Entre las acciones lideradas por la rectora Bernal, se cuentan el ahorro de una cifra que sobrepasaba los 1.000 millones de pesos; la captación de aportes del Gobierno Departamental por 830 millones de pesos y otros 700 millones de pesos por parte del Gobierno Nacional. Con este dinero se logró salir a flote. Las deudas correspondientes a la prima técnica y al Fondo Nacional del Ahorro, seguían vigentes.

Igualmente, se aprobó un Plan de austeridad²³ que proponía reducir los gastos en todos los sectores, por lo cual, se disminuyó la contratación de personal, de manera que fueron contratados sólo aquellos que garantizaran el funcionamiento de la institución.

Así mismo, se anunció una serie de reformas que estarían incluidas dentro del nuevo esquema de la Constituyente Universitaria, para elevar la calidad de la educación mediante el mejoramiento de los métodos de investigación y la infraestructura tecnológica.

De esta manera la USCO, inició una nueva etapa con el firme propósito de salir adelante y superar las dificultades departamentales y nacionales que afectaron su funcionamiento.

No obstante, en febrero de 2001, el Procurador Séptimo delegado ante el Consejo de Estado solicitó decretar la nulidad de la elección de Aura Elena Bernal como rectora de la USCO, por considerar que algunos directivos habían cometido irregularidades en la interpretación de la Autonomía Universitaria, pasando por alto los parámetros de la elección existentes.

Así lo reveló la Procuraduría General de la Nación, al sostener que el Consejo Superior Universitario, debió designar al candidato que tuviera mayor puntaje en la valoración de la hoja de vida, además de tener en cuenta los resultados de la votación de docentes, estudiantes, egresados, trabajadores y empleados. Sin embargo, el CSU, obvió las normas y consideró otras para el proceso de consulta en la elección del rector de la institución.

Finalmente, la Procuraduría argumentó que de acuerdo a los resultados finales, el nuevo rector de la Universidad Surcolombiana sería el profesor Jesús Motta Manrique.

²² Redactor de actualidad Neiva. Sigue apretón en la Usco. En: Diario La Nación, Neiva (sábado 3 de febrero de 2001). Sección actualidad, p.3.

²³ Redactor de actualidad Neiva. Sigue apretón en la Usco. En: Diario La Nación, Neiva (sábado 3 de febrero de 2001). Sección actualidad, p.3.

Un mes después y ante el inconformismo que se presentaba por las declaraciones del Procurador Séptimo delegado, Aura Elena Bernal presentó su balance de gestión con resultados positivos, gracias a la puesta en marcha del “Plan de ajuste”. Pese a las dificultades de la institución, los programas académicos de las siete facultades, sus 35 programas de Pregrado y 13 de Posgrado estuvieron activos. Se desarrollaron 29 proyectos de investigación, con una inversión de más de 820 millones de pesos reunidos a través de aportes de la Nación, cofinanciados por Colciencias, Hocol, Banco de la República e Incora entre otras entidades.

Se demandó ante el Consejo de Estado el proceso de elección. La sentencia ordenaba una nueva convocatoria a elecciones de rector, puesto que las anteriores se consideraban nulas; además, inhabilitaba a los profesores Bernal y Motta. Sin embargo, el Consejo Superior Universitario de la Usco nombró a éste último en el cargo.

César Rincón, representante de los estudiantes ante el Consejo Superior Universitario, votó a favor de la designación del profesor Motta como rector de la Usco, por ello, el Movimiento Estudiantil se pronunció a través de derechos de petición y vías de hecho (Obstaculización de vías, cese de actividades académicas, pedreas, etc.). A pesar de lo sucedido, Jesús Antonio Motta continuó en la rectoría

Paralelamente, el 7 de Junio de 2001, en medio de un candente debate y protestas callejeras por parte de los maestros y trabajadores de la Usco, la Comisión Primera de la Cámara de Representantes, aprobó en el séptimo debate el controvertido proyecto de Acto Legislativo 012, que modificaba el régimen de transferencia de los fondos destinados para salud y educación a los gobiernos regionales.

El 13 de Junio, los estudiantes se enfrentaron a piedra con la Policía Antimotines, por tres horas cerca de 150 estudiantes se congregaron en la institución, bloqueando la vía que comunica al centro con el norte de la ciudad, finalmente fueron repelidos con gases lacrimógenos. El rector de la Usco, Jesús Antonio Mota afirmó: “se trató de un pequeño grupo de encapuchados y no todos eran estudiantes”.

El 12 de agosto del mismo año, el estudiante Jorge Eliécer Cortés Hernández, interpuso una acción de tutela para exigir el derecho a la igualdad en el pago de matrícula. Los estímulos o prebendas que establecía el acuerdo 024 del 18 de Julio de 1997, fueron derogadas según acta 002 del 23 de enero de 1998.

El Tribunal Superior del Distrito Judicial de Neiva, a través de la Sala Penal de Decisión, falló a favor de Cortés Hernández, y de paso claudicó las prebendas de profesores, estudiantes y trabajadores.

Sin embargo, “Jesús Motta realizó una jugada maestra y logró subsanar en cuatro meses, el déficit económico de la Universidad Surcolombiana, a través de un convenio que efectuó con la gobernación, alrededor de 1000 millones de pesos solucionarían la crisis”, puntualizó Jorge Eliécer Cortés. Pero, al salir de su cargo, se descubrió la manipulación de las cifras en los informes financieros, lo cual evidenciaba una crisis más profunda.

Meses después, el Consejo de Estado, emitió un fallo en el que se pronunciaba y le revocaba el mandato. El vicerrector administrativo Eduardo Beltrán, fue elegido rector encargado mientras se aclaraba la situación.

4.1 PERIODO 2003- 2007

En el 2003 el vicerrector Eduardo Beltrán Cuéllar pasó a ser el nuevo rector encargado de la Universidad Surcolombiana por los problemas en el proceso de designación de rector, en el cual el señor Jesús Motta había sido elegido por el Consejo Superior Universitario (CSU) por lo cual el Consejo de Estado le revocó el mandato abriendo en la USCO una nueva crisis institucional.

Durante el período de Eduardo Beltrán como rector de la USCO se abrieron las discusiones en torno al mecanismo de elección de rector, sin embargo, en algunos sectores del movimiento estudiantil se desconfiaba del nuevo rector, mientras que los trabajadores se aislaban de este proceso argumentando que podían salir perjudicados si opinaban a favor o en contra del cambio de mecanismo de elección.

En este contexto, en la Universidad Surcolombiana se realizó una reunión del Consejo Superior Universitario en la cual se aprobó la propuesta de Eduardo Beltrán de cambiar el mecanismo de elección de rector que consistía en que el Consejo Superior Universitario fuera el único involucrado en la designación de este.

Desde ese momento los estudiantes de la Universidad Surcolombiana se declararon alarmados por la decisión del CSU y comenzaron un proceso asambleario con el fin de protestar por tal decisión y hacer saber a la comunidad huilense lo que acontecía en la USCO.

La comunidad Universitaria que reunía a los estudiantes, profesores y trabajadores de la institución, realizó diversas acciones para visibilizar el problema. Se desarrollaron marchas, asambleas, foros, obras de teatro, reuniones estudiantiles por programas, comunicados, entre otras cosas y a pesar de esto los medios de comunicación registraron los hechos como acontecimientos aislados. Mientras tanto, la comunidad universitaria comenzó un proceso de recolección y discusión de propuestas para elegir rector con el fin de unificar propuestas para presentárselas al CSU.

Sin embargo, algunos estudiantes realizaron acciones violentas como tomarse las vías de la ciudad y enfrentarse con la fuerza pública para hacer saber a los medios de comunicación y a la comunidad huilense en general los problemas de la Universidad Surcolombiana.

Fue así como en Julio del 2003 el Consejo Superior universitario se reunió para escuchar a los diferentes estamentos universitarios sobre aspectos estructurales de la institución, pero sobre todo para expresarse con relación al estatuto electoral. La reunión se llevó a cabo en completa calma y los Consejeros escucharon atentamente a los voceros de los estudiantes, trabajadores y profesores con el objetivo de tener en cuenta sus opiniones a la hora de tomar decisiones sobre el futuro de la USCO.

No obstante, el ambiente en la USCO se fue tornando más radical y polarizado en cuanto al tema de la designación de Rector. José Miguel Cristancho representante de los Profesores ante el CSU, acumuló las propuestas existentes en la comunidad universitaria, en la que le solicitaba al CSU que fueran los estudiantes, trabajadores y profesores los que designaran autónomamente por medio del voto a los rectores.

En la reunión del Consejo Superior Universitario se presentaron dos propuestas: La primera, la del Profesor Cristancho antes mencionada y la segunda, la idea que proponía que los rectores de la institución fueran elegidos únicamente por decisión de los miembros del CSU.

La propuesta aprobada por el CSU planteaba que los diferentes sectores de la comunidad universitaria (Estudiantes, profesores, Consejo Académico, egresados y sector productivo) presentaran candidatos a la rectoría y el CSU votara de acuerdo al perfil profesional de los candidatos para elegir el nuevo rector.

La respuesta por parte de los estudiantes, trabajadores y docentes fue declarar a la USCO en asamblea permanente para exigirle al CSU revocar la nueva medida porque violaba la Autonomía y democracia universitaria.

La asamblea fue acompañada con cuentería, cine, discusiones y manifestaciones políticas, comunicados, exposiciones artísticas, etc. No obstante, los medios de comunicación no tomaron en cuenta estos hechos a la luz del contexto académico ni le dieron la continuidad y el análisis necesario para su comprensión.

Pasado un mes del comienzo del paro universitario (Noviembre de 2003), Eduardo Beltrán en cabeza de la administración de la USCO y el Consejo Superior Universitario desvirtuaban la manifestación y llamaban al cierre del semestre académico y de la universidad.

El movimiento estudiantil que dirigía la protesta se encontraba debilitado, pues algunos estudiantes se habían marchado para los municipios de su procedencia y otros simplemente no asistían a la universidad.

En este contexto un grupo de jóvenes universitarias decidieron declararse en huelga de hambre para llamar la atención de los medios de comunicación, la región, la administración de la USCO y el CSU, pero sobre todo para recuperar la fuerza del movimiento universitario e insistir en el cambio de mecanismo de elección de rector.

La acción de las jóvenes estudiantes provocó que los universitarios renovarían sus ánimos y las acompañaran masivamente en la USCO con un campamento universitario llamado *“por la defensa de la autonomía y la democracia, resistencia universitaria”*.

Los medios de comunicación comenzaron a prestarle atención a lo que acontecía en la USCO y a la salud de las huelguistas e hicieron saber a la comunidad huilense los motivos de la protesta y las versiones oficiales sobre los hechos. Durante esta etapa, es necesario precisar que se llevó a cabo una rueda de prensa donde las jóvenes en huelga de hambre manifestaron sus planteamientos a los diferentes medios de comunicación de la región y el país.

Al cabo de unas semanas y cuando la situación se encontraba más delicada debido al debilitamiento de la salud de las estudiantes y de continuas protestas pacíficas y un enfrentamiento con la fuerza pública, el CSU en sesión extraordinaria decidió abrir la posibilidad de reformar el Estatuto General de la Universidad en cuanto al mecanismo de elección de rector y designar a Edgar Machado como rector encargado.

La comunidad universitaria conformó una comisión delegada en las negociaciones, encargada de reformar el estatuto electoral. El CSU declaró a la Usco en vacaciones de final de año y convocó el inicio de clases para terminar semestre en enero de 2004.

En el primer semestre de 2004 la comisión negociadora estableció un nuevo mecanismo para la elección de rector construido a partir de todas las propuestas planteadas. El mecanismo sería aquel en el cual todos los candidatos se podían inscribir y si su hoja de vida cumplía con los requisitos mínimos, presentaban su propuesta ante los miembros del CSU, quienes decidían y escogían una terna de candidatos que finalmente la comunidad elegía por votación ponderada.

Los estudiantes que habían participado activamente en la protesta quedaron en total inconformismo y decidieron abstenerse en el proceso electoral por considerar el mecanismo viciado y antidemocrático, pues sostenían que el proceso de elección de rector debía ser por voto universal entre trabajadores, estudiantes y profesores, sin ninguna discriminación ni incidencia por parte del Consejo Superior Universitario.

Luego de las diferentes protestas en la USCO, el 2004 comenzó en relativa calma, el Rector Edgar Machado mantuvo relación directa con los estamentos universitarios y los estudiantes se encontraban terminando semestre realizando exámenes finales.

En marzo de 2004 un grupo de estudiantes se enfrentaron con la policía, hechos que dejaron múltiples heridos de ambos bandos. Luego de los enfrentamientos, organismos de inteligencia de la policía realizaron un allanamiento al apartamento de un estudiante de Derecho y posteriormente a la casa de su novia en los que presuntamente encontraron material subversivo y bélico.

El hecho dejó a Alejandro García en los calabozos del CTI y posteriormente en la cárcel de Rivera, los medios de comunicación regionales registraron la noticia desde la versión oficial. Meses después el estudiante fue puesto en libertad porque no había pruebas que lo inculparan, los medios de comunicación no registraron este hecho.

Con el nuevo mecanismo de elección de rector, en el 2004 se llevaron a cabo las elecciones para escoger al nuevo administrador, la terna seleccionada por el CSU estaba integrada por Luís Alberto Cerquera Escobar, Aura Elena Bernal y Ricardo Mosquera Mesa. Los estudiantes y profesores que habían exigido el cambio de mecanismo de elección se declararon en abstención en el proceso.

El candidato Mosquera con 1000 votos aproximadamente, ganó la consulta y fue elegido como nuevo rector de la Universidad Surcolombiana. El movimiento estudiantil, aunque logró que la mayoría de la población universitaria no participara del proceso electoral, se encontraba en crisis debido a no conseguir los objetivos planteados.

El 2004 fue un año relativamente tranquilo en materia política, académica e investigativa.

El 2005 comenzó en la Universidad Surcolombiana con un proceso estudiantil por programas y facultades, en el cual se recopilaban en reuniones de estudiantes las principales problemáticas y necesidades de los programas académicos en materia administrativa, docente, técnica, tecnológica y física; con el fin de adjuntar un pliego de exigencias para presentarlo a la administración de la USCO.

En abril, en el marco del Paro Nacional Educativo, la Universidad Surcolombiana organizó una marcha nocturna por las principales calles de Neiva llamada "*Carnaval Fúnebre*", con el objetivo de dar a conocer las problemáticas de la universidad y en general de la situación de la educación superior en Colombia.

Múltiples expresiones artísticas acompañaron la marcha: Zanqueros, obras teatrales, títeres, carteles, entre otros. Además, cada estudiante, trabajador y docente llevaba una vela encendida ofrecida a la educación superior que se encontraba en crisis.

La región Surcolombiana se enteró de la situación de la USCO al observar la marcha y al cubrimiento que los medios de comunicación le hicieron al evento, teniendo en cuenta la masiva participación de la comunidad universitaria. *“La Falta de profesores, el mal estado de las aulas, laboratorios y bibliotecas además de los altos costos de las matrículas fueron los motivos del paro”*.²⁴

El paro se extendió debido a que el pliego de peticiones que los estudiantes habían desarrollado no fue recibido por la administración de la Universidad ni por el Consejo Superior Universitario. Los estudiantes realizaron foros, asambleas, reuniones por programas, obras artísticas. Por último, un grupo de universitarios decidieron tomarse las calles vecinas a la universidad y en consecuencia enfrentarse a la fuerza pública para según ellos *“enterar al Huila del futuro que van a correr las universidades públicas con las políticas actuales del gobierno nacional”*²⁵

La confrontación dejó como consecuencias múltiples heridos y algunos estudiantes detenidos. Los medios de comunicación de la región registraron el hecho como un acto aislado de lo que estaba pasando en la universidad y dieron prioridad a las versiones de la rectoría de la institución y la policía.

Durante este semestre, Ricardo Mosquera Mesa, Rector de la USCO, viajó a Beijing con el fin de presentar la Universidad a los rectores y docentes de instituciones Chinas y crear convenios de intercambios de estudiantes y profesores, culturales, investigativos y académicos.

Las semanas transcurrieron mientras el paro continuaba en la Universidad Surcolombiana entre actos culturales, asambleas, obras de teatro y cuentería. A mediados de mayo el Consejo Superior Universitario instauró una mesa de trabajo para buscar una salida académica a la crisis interna.

La figura propuesta no satisfacía a estudiantes y profesores quienes habían solicitado la conformación de una comisión negociadora, la cual debía ser integrada por igual número de representantes de la comunidad universitaria y de los directivos de la institución, con propósitos decisorios y plenamente abierta a la discusión y formulación de inquietudes.

24

BAUTISTA, Oviedo Eduardo y otros. *Movimiento Estudiantil de la Universidad Surcolombiana y su Discurso Comunicativo Escrito 2002-2005. Tesis de grado Comunicador Social y Periodista. Neiva: Universidad Surcolombiana Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, 2006. Pág. 83*

²⁵ *Ibíd.*

Por su parte, el CSU decidió no tener en cuenta la propuesta y en su lugar determinó conformar una mesa de trabajo, sin carácter decisorio, conformada por once personas; ocho del CSU y el Consejo Académico, los tres cupos restantes serían ocupados por un estudiante, un profesor y un administrativo de la institución.

El 17 de mayo, la situación se complicó aún más. En una asamblea de profesores y estudiantes se determinó continuar con el cese de actividades. Ante la situación, el rector Mosquera declaró que al interior de la Usco existía un movimiento promovido por unos pocos que se habían perpetuado en un liderazgo sin fuerza suficiente. Además, solicitó a las facultades rendir informe sobre la asistencia de los profesores a clases para determinar si realmente había cese de actividades.

La postura de la rectoría avivó los ánimos de profesores y estudiantes, quienes vieron la medida como una actitud intimidatoria de la rectoría para obligar a los maestros a dictar clases, o en su defecto, a abrir procesos disciplinarios por el incumplimiento de sus actividades.

El 19 de mayo, el Consejo Académico de la Universidad Surcolombiana, encontró mecanismos viables para superar la situación de paro que enfrentaba la Usco y sirvió como puente conciliador entre la rectoría y los dirigentes de la protesta para bajarle el tono a la discordia y llegar a acuerdos puntuales que beneficiaran la institución. Durante la siguiente asamblea universitaria se discutió la propuesta y se fijó el levantamiento del paro para el lunes 23 de Mayo de 2005, fecha en la que se reanudaron las actividades académicas con el ánimo de salvar el semestre y darle continuidad a los procesos académicos.

En el año 2006, la situación de la Universidad transcurrió entre el desarrollo de proyectos académicos, investigativos y administrativos de los distintos programas de la USCO. En Octubre, el Rector Ricardo Mosquera Mesa, renuncia a su cargo ante el Consejo Superior Universitario, quedando encargado de la Institución por seis meses el Ingeniero Agrícola Eduardo Pastrana, con el objetivo primordial de organizar las nuevas elecciones de Rector en la USCO.

En Abril de 2007 se inició el proceso de elección de Rector en la Universidad, en él se postularon múltiples precandidatos de los cuales el Consejo Superior Universitario seleccionó la terna conformada por los docentes Armando Criollo, Nelson López y Luis Alberto Cerquera.

“Tras un largo período de campañas, notas judiciales, tutelas, anuncios de paro y desmanes; tres aspirantes y una opción de voto en blanco se disputan las elecciones en la USCO”²⁶. De esta manera la prensa local resumía el proceso que atravesaba la institución, mostrando la crisis que surgía a raíz de las disputas por la Rectoría.

El problema se agudizó debido a una serie de irregularidades presentadas el día de las elecciones. Actos prohibidos como el entregar publicidad cerca de las urnas, la existencia de jurados con emblemas de candidatos y choques entre partidarios de los mismos, fueron hechos que se presentaron de manera continua durante las elecciones.

Al final de la jornada, hubo manifestaciones de inconformismo por parte de los candidatos y sus seguidores, lo que produjo que hasta altas horas de la noche, el Consejo Superior Universitario no pudiera retirar las urnas de la Facultad de Salud de la USCO.

Con este suceso, la Universidad entró en un período de crisis manifestado en la incertidumbre por saber el nombre del nuevo rector, dentro del ambiente estudiantil creció el rumor de supuestos fraudes e irregularidades en las elecciones, trayendo consigo que algunos universitarios protestaran saliendo a las calles y enfrentándose con la Fuerza Pública.

Días después y pese a los disturbios ocasionados por la protesta, el Médico Luis Alberto Cerquera fue anunciado como virtual ganador de las elecciones, a pesar que el resultado había dejado al voto en blanco con mayor número de votaciones en la contienda electoral.

Ésta situación provocó que debido al inconformismo, dos estudiantes de la USCO decidieran iniciar una huelga de hambre, al mismo tiempo algunos estudiantes se tomaron las oficinas de Registro y Control Académico, lo que produjo que la Universidad se declarara en cese de actividades.

A estas protestas se le sumó el campamento organizado por los estudiantes en las instalaciones de la sede central de la USCO, con el fin de acompañar a los huelguistas y presionar al Consejo Electoral para que revocara su decisión.

Después de 20 días aproximadamente, la situación al interior de la Universidad se normalizó gracias a las negociaciones entre la administración y los estudiantes que dieron como resultado la creación de una comisión encargada de reformar el estatuto electoral.

4.2 RESEÑA HISTÓRICA DEL DIARIO LA NACIÓN

²⁶ DIARIO DEL HUILA, 19 de Abril de 2007.

La historia del Diario La Nación está ligada a su casa matriz: la Editora Surcolombiana. Ésta inició labores desde febrero de 1994, organizando su infraestructura general, el diseño del periódico, registros legales, adquisición de equipos y talento humano.

De esta manera, el 15 de junio de 1994, circuló la edición No. 01 del Diario La Nación, con 16 páginas en blanco y negro en tamaño tabloide. Su fundación fue posible gracias a la sinergia entre un grupo de empresarios y periodistas, en cabeza del empresario Jesús Oviedo Pérez y el periodista Fermín Segura Trujillo.

El Diario circuló inicialmente en la ciudad de Neiva. En 1995, inició su distribución en los municipios y poblaciones de los departamentos del Huila, Caquetá, Putumayo y Bogotá.

Cinco años después de su fundación y gracias al servicio aéreo, El Diario La Nación circulaba en las principales ciudades al país como Bogotá, Cali y Medellín donde existe presencia de colonias opitas.

Entre 1998 y 2000, el Diario consolidó la publicación a través la Internet.

Posteriormente, el Diario publicó revistas y anexos que le dieron mayor posibilidad de ser leído por públicos especializados. Son ejemplos, la revistas Güípas y Símbolos, con doce años de circulación.

Igualmente, el Diario La nación ha publicado ediciones sub-regionales: Uno para el sur del Huila, especialmente para Pitalito, que aparece todos los martes, otro para el Caquetá que circula todos los viernes y finalmente una edición para Garzón, en la zona centro.

Adicionalmente, cuenta con revista de salud, farándula, vehículos, construcción, aniversarios, día de la madre, navidad, etc., las cuales han permitido la consolidación del periódico.

El Diario La Nación lleva diez años consecutivos -desde que empezaron los estudios generales de medios y de lecturabilidad- como el primer medio de comunicación escrito de la Región Surcolombiana, superando a los diarios de circulación nacional y al Diario del Huila. De esta manera se ha consolidado como el periódico número uno del sur del país.

Desde su fundación, ha ganado todos los premios Reinaldo Matiz Trujillo en la categoría de mejor trabajo en prensa. El equipo de periodistas y comunicadores sociales, son en su mayoría profesionales, algunos egresados de las universidades locales como la Universidad Surcolombiana y la Universidad Cooperativa de Colombia.

Hoy día, cuenta con catorce años en el medio periodístico, su edición se destaca gracias a la tecnología de punta de la Editora Surcolombiana, la cual ha sido certificada con el sello ISO 9001 de ICONTEC y también por sus procesos de estándares de tipo y calidad de carácter internacional.

4.3 RESEÑA HISTÓRICA DEL DIARIO DEL HUILA

Se remonta a 1966 gracias a las ideas de Max Duque Gómez y Max Duque Palma, padre e hijo. Los dos coincidieron en la necesidad de crear en el Departamento del Huila, un periódico que reflejara el sentir de las comunidades y que al mismo tiempo sirviera como medio para expresar las ideas del Partido Conservador. Sin embargo, tiempo después y con los cambios ocurridos en la época, el DIARIO DEL HUILA decidió abrir sus puertas a otros partidos y corrientes ideológicas, lo que trajo para el periódico avances significativos en sus primeras emisiones.

El 8 de Agosto de 1966 se cumplieron a cabalidad los preparativos de lo que sería la primera publicaciones del Diario, desde ese día empezó a circular por los municipios del Huila, un periódico que poco tiempo después se vio afectado por la muerte de Max Duque Gómez, lo que generó que su hijo tomara las riendas de la naciente empresa. Tiempo después un accidente de tránsito acabó con su vida e hizo que su esposa, María Rengifo de Duque, tomara las riendas del medio impreso.

El Diario del Huila continuó con sus publicaciones a cargo de María Rengifo de Duque y en 1996 presentó un formato totalmente renovado, el periódico dejó atrás su formato tabloide y cambió su imagen en tamaño universal, así mismo pasó del blanco y negro al color.

Para llegar a este punto se invirtió gran cantidad de dinero en tecnología y en la contratación de periodistas profesionales, quienes a su vez contaron con la asesoría de expertos para lograr que la nueva imagen del Diario del Huila no fuera cuestión de unos pocos días.

Con este panorama, el Diario del Huila quedó en manos de los hermanos Duque Rengifo inicialmente, y hoy en manos de Jesús Oviedo Pérez, quien tomó en alquiler el medio impreso y es el encargado de llevar la información noticiosa a los municipios de la Región Surcolombiana.

Actualmente el Diario del Huila es uno de los principales medios de comunicación de la Región Surcolombiana, además de sus emisiones impresas, posee un despliegue periodístico en una página web, en el que los ciudadanos pueden acceder a la información actualizada de la región.

5. METODOLOGÍA

Para desarrollar el presente trabajo de grado se aplicaron diferentes instrumentos propios de la investigación cuantitativa y cualitativa, debido a la naturaleza de la investigación. En primer lugar, se diseñaron y aplicaron matrices cuantitativas de recolección de la información relacionada con la Universidad Surcolombiana para clasificarla de acuerdo a unos criterios de selección preestablecidos. A estas se le realizaron varios filtros, para seleccionar finalmente 20 publicaciones informativas y cuatro de tipo opinión, a las que se les aplicó el Análisis Crítico del Discurso, según los postulados de Van Dijk y Chaim Perelman.

Es decir, primero se utilizaron los métodos propios de la investigación cuantitativa para acopiar, clasificar y decantar la información y luego se empleó la investigación cualitativa para determinar el objeto de la investigación.

5.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

Inicialmente revisamos todas las ediciones impresas del Diario La Nación y el Diario del Huila de domingo a domingo, desde enero de 2003 hasta diciembre de 2007, para identificar todas las informaciones relacionadas con la Universidad Surcolombiana.

5.2 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Se diseñaron tres matrices de recolección de información, para organizar y tabular lo más relevante en cuanto a las narrativas periodísticas. Luego se realizó un análisis comparativo cuantitativo entre los medios de comunicación impresos locales, a la luz de los acontecimientos relacionados con la Universidad Surcolombiana entre los años 2003 y 2007.

5.3 PRIMERA MATRIZ DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Esta primera matriz de recolección de información, a la que denominamos “pesquisa”, consta de dos cuadros. El primero, indaga por la fecha, tipo de artículo (Si es informativo o de opinión), género periodístico, número de página, presencia de apoyo visual, de fuentes y el tipo de información de acuerdo a las variables de gobernabilidad, extra academia o academia.

En la primera matriz cuantitativa de recolección de información se identificaron y clasificaron las publicaciones relacionadas con la Universidad Surcolombiana de acuerdo a las características generales del texto que comprenden:

- Tipo de información. Informativas: Noticias, crónicas, reportajes, entrevistas, breves, entre otras.
- De opinión: Comprenden las columnas y editoriales.
- Pagadas por la universidad: Son las publicaciones que la Universidad Surcolombiana ha pagado a los medios de comunicación impresos para proyectar a la universidad o visibilizar informaciones relevantes de los procesos internos institucionales. Cabe anotar que en la presente investigación no se tuvieron en cuenta este tipo de informaciones para tabular las características formales y generales del texto, puesto que el objeto de investigación radica en analizar la imagen pública de la Universidad Surcolombiana promovida desde los discursos periodísticos no pagados en los medios de comunicación impresos locales.

Una vez identificado el tipo de información de las publicaciones periodísticas relacionadas con la Universidad Surcolombiana, se recogieron las características formales del texto en un segundo cuadro que daba cuenta de la fecha, título, número y tipo de página, ubicación en la misma; tamaño del carácter, número de párrafos e intertítulos de las informaciones.

5.3.1 Variables: Las notas se clasificaron de acuerdo a las variables sobre gobernabilidad, extra-academia y academia. Esta última comprende las sub variables de investigación, la docencia y la proyección social. Se definieron cada una de estas de la siguiente manera:

5.3.1.1 Gobernabilidad: Es la información que tiene que ver con las acciones y decisiones del gobierno de la universidad. Comprende la cultura democrática, la transparencia de los procesos, el modo de ejercer el poder en la gestión de los recursos económicos y sociales.

5.3.1.2 Extra-académica: Es la información que se genera al margen de la academia. Por lo regular como resultado de una decisión del gobierno universitario (paros académicos, marchas, tropes, fallos judiciales, etc.) o de un hecho extraordinario ligado a la universidad (robos, asesinatos, desfalcos, etc.)

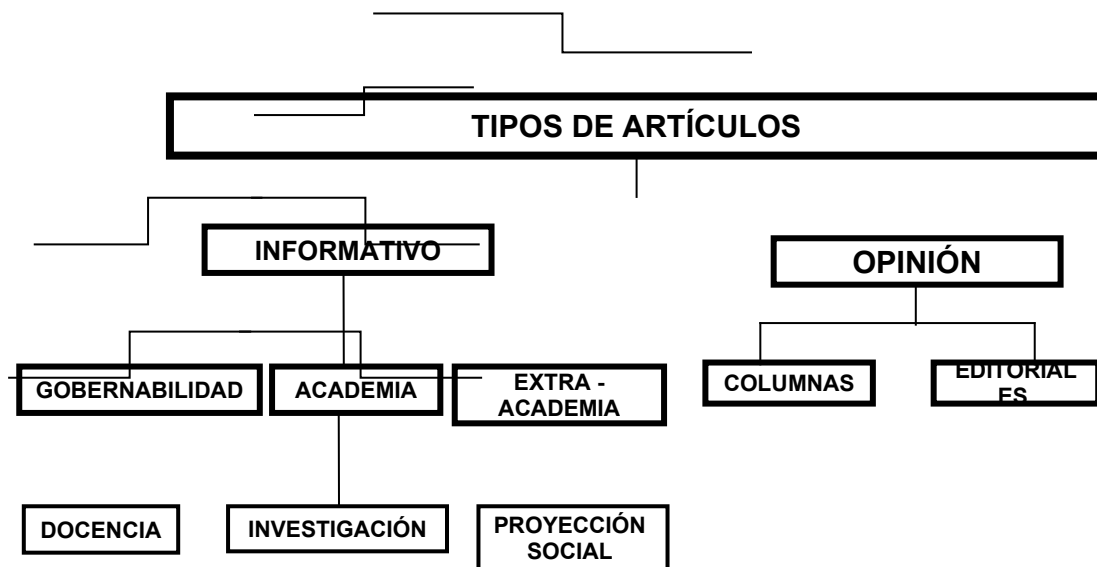
5.3.1.3 Académica: Se refiere a los distintos procesos relacionados con la producción de conocimiento y la intervención social. Este tipo de información se subdivide en:

5.3.1.3.1 Proyección social: Es todo lo que tiene que ver con el mejoramiento, conocimiento y actitudes que se relacionan con el desarrollo institucional y configuran la realidad social de la universidad hacia su entorno.

5.3.1.3.2 Investigación: Es la información de la Usco relacionada con la promoción y conformación de los saberes científico, tecnológico, humanístico, artístico y cultural de los institutos, centros, grupos, semilleros y proyectos de la comunidad académica.

5.3.1.3 Docencia: Tiene que ver con la información sobre la elaboración de metodologías, pedagogías, planes de formación, evaluación y diseño curricular.

Esquema 1. Clasificación de la información analizada en el periodo 2003- 2007.



5.4 SEGUNDA MATRIZ: IDENTIFICACIÓN DE LA PERIODICIDAD DE LAS INFORMACIONES

En esta matriz se identificó la frecuencia y comportamiento de las informaciones relacionadas con la institución, publicadas en el Diario del Huila y el Diario La Nación. Para ello, se ubicaron en un libro de Excel los calendarios desde enero de 2003 hasta diciembre de 2007, para clasificar las informaciones de acuerdo al despliegue de estas en cada uno de los medios.

Se aplicó este criterio de selección porque se considera que las informaciones con mayor despliegue y figuración en portada, o en editoriales pueden generar mayor incidencia en la construcción de la imagen pública de la Universidad Surcolombiana.

Las convenciones utilizadas fueron:

- a. Cuando hay una información
- b. Cuando hay dos o más informaciones sin portada
- c. Cuando hay una información con portada o cubre dos páginas
- d. Cuando hay editoriales
- e. Cuando hay información pagada por la Usco.

5.5. TERCERA MATRIZ DE TABULACIÓN DE INFORMACIÓN ACOPIADA

Se elaboró una tercera matriz para tabular la información de acuerdo a la periodicidad diaria, mensual, semestral y anual. Además se tabularon las informaciones acopiadas sobre las características generales y formales del texto de acuerdo a las publicaciones de tipo informativo y opinión.

Posteriormente, se diseñaron las gráficas de esta matriz, para luego analizar y cruzar la información de ambos diarios de acuerdo a la frecuencia y comportamiento diario, mensual, semestral y anual.

5.6 MATRICES GENERALES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CUANTITATIVA.

Después de clasificar toda la información relacionada con la Universidad Surcolombiana en el periodo 2003 – 2007, se procedió a realizar una serie de matrices generales con los temas señalados en las anteriores, es decir, se consolidó la información total de los cinco años analizados en unos pocos cuadros para analizar las tendencias y comportamientos de la información publicada en el tiempo señalado.

5.7 ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO

Después, se seleccionaron 20 publicaciones relevantes de tipo informativo durante los cinco años (es decir, dos noticias semestrales, una por cada periódico).

Se analizó el contenido del discurso periodístico desde los planteamientos de Van Dijk. Sobre éstas se aplicaron una descomposición de párrafos en concordancia con las postulaciones de Van Dijk, según las cuales es posible reconocer la macroestructura del discurso y las implicaciones semánticas de las palabras u oraciones: macroestructura, superestructura del texto, gramática del relato, y las categorías del esquema periodístico como son: el resumen (titular y encabezamiento) la tesis, los argumentos, los fundamentos, el episodio, las consecuencias, las reacciones verbales y el comentario, con el propósito de identificar el discurso inmerso en el artículo periodístico.

Igualmente, se seleccionaron cuatro editoriales durante el periodo en mención. (Es decir, uno por cada año). Cabe aclarar que en el año 2006 no existieron publicaciones periodísticas editoriales, por lo cual no se tuvo en cuenta este año para el análisis crítico del discurso argumentativo.

Se analizaron estos editoriales de acuerdo con los postulados de Chaim Perelman contenidos en su libro “El Tratado de la argumentación”, el cual propone como método del análisis crítico del discurso argumentativo, la sustracción de la tesis, argumentos, fundamentos, garante y conclusiones para identificar el punto de vista del medio de comunicación impreso.

Las publicaciones de tipo informativo se clasificaron estrictamente de acuerdo a los siguientes criterios:

- ✓ Que la nota periodística de tipo informativo haya sido publicada con fotografía en la portada del medio escrito y desarrollada en el interior del periódico.
- ✓ Cuando existieron dos o más publicaciones con las características mencionadas, se seleccionó el de mayor número de párrafos en el desarrollo de la información.
- ✓ Cuando no existieron publicaciones periodísticas de tipo informativo en la portada con fotografía, se escogió el informe especial con mayor número de párrafos.
- ✓ Cuando no existieron publicaciones con los criterios anteriores, se seleccionaron las publicaciones que aparecieron en la portada sin fotografía, con despliegue al interior y con mayor número de párrafos.
- ✓ Cuando no existieron publicaciones con los criterios anteriores, se escogieron las informaciones con mayor número de párrafos.

Consideramos que los criterios de selección mencionados fueron los más pertinentes para clasificar las informaciones analizadas, pues obedecen a la importancia que el medio periodístico le dio al suceso durante el día, reflejado en el despliegue.

5.7.1. Criterios de selección para clasificar las informaciones analizadas.

5.7.1.1 Criterio uno:

- Información de mayor trascendencia para el medio escrito impreso durante el día.
- Mayor impacto visual en el lector
- Mayor oportunidad de generar imagen pública

5.7.1.2 Criterio dos:

- Mayor despliegue e importancia periodística
- Mayor información
- Mayor oportunidad de generar imagen pública

5.7.1.3 Criterio tres:

- El medio consideró que el suceso ameritaba una investigación profunda
- Generalmente, los informes especiales presentan diversas fuentes, lo cual ofrece varios puntos de vista respecto al tema
- Fue el producto de una investigación
- Mayor oportunidad de generar imagen pública

5.7.1.4 Criterio cuatro:

- Fue una de las noticias más importantes para el medio periodístico impreso durante el día
- Mayor oportunidad de generar imagen pública

5.7.1.5 Criterio cinco:

- Mayor despliegue dentro del medio impreso
- Mayor oportunidad de generar imagen pública

5.7.1.6. Criterios para la selección de los editoriales se tuvieron en cuenta los siguientes criterios.

- Se escogió un editorial del medio de comunicación impreso que más editorializó en el año sobre la Universidad Surcolombiana.

- Se seleccionó el editorial del medio de comunicación impreso con mayor proximidad en el tiempo (pasado – futuro) a la publicación informativa a la cual se le aplicó el análisis crítico del discurso.

Para la aplicación de estos criterios se consideró que el medio de comunicación que más editorializó sobre la Universidad Surcolombiana tuvo mayor oportunidad de generar imagen pública durante el año.

El criterio del segundo caso, se debe a que la información escogida para realizar el análisis crítico del discurso fue la de mayor trascendencia para el medio escrito impreso durante el día, con mayor impacto visual en el lector y mayor oportunidad de incidir en la construcción de imagen pública, por lo cual el tema del editorial tuvo relación con esta información.

5.8 ENTREVISTAS

Para enriquecer el contexto reciente de la Universidad Surcolombiana, aplicamos entrevistas estructuradas a personajes relacionados con el ámbito administrativo, docente y político cuya proximidad con la institución y la Región Surcolombiana aportó elementos esenciales al momento de analizar los datos arrojados durante la investigación.

Cabe mencionar que las entrevistas se realizaron cara a cara y vía electrónica.

Los personajes entrevistados fueron: en el ámbito administrativo, Édgar Machado, ex rector de la Usco.

En el ámbito docente se entrevistó al profesor William Fernando Torres Silva, adscrito a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. De la misma manera se entrevistó al docente Alfredo Morelos de la Ossa, adscrito a la Facultad de Ciencias de la Salud.

En cuanto al sector político se entrevistó a Hugo Tovar Marroquín, ex representante al CSU, por la presidencia de la república en el periodo 2003 – 2007.

6. MARCO TEÓRICO

Análisis Crítico del Discurso (ACD)

Diferentes autores han teorizado sobre la manera de comprender y analizar las estructuras del discurso, sin embargo en esta investigación se retomaron los planteamientos expuestos por Teun Van Dijk.

El análisis crítico del discurso es un campo de estudio transdisciplinario que comprende textos de la lingüística, análisis de la narrativa y la retórica. También abarca diferentes factores relacionados con el contexto y las representaciones sociales. Su interés comprende “las conversaciones cotidianas, como los relatos, textos, libros, discurso oficial, periodístico y leyes”.²⁷[1] Además, se interesa por el análisis de los diferentes contextos del discurso, es decir, por los procesos cognitivos de la producción y la recepción, y por las dimensiones socioculturales del uso del lenguaje y la comunicación.

Para Teun Van Dijk, el significado del discurso está definido por tópicos o macroestructuras semánticas, que definen la unidad global del discurso como los titulares, los resúmenes o las conclusiones. Es decir, aquella información que mejor recordación tiene de un discurso, y por tanto, mayor es el impacto en la mente de los actores sociales²⁸.

Así las cosas, el estudio del discurso propuesto por Van Dijk supone asumir el análisis desde tres dimensiones a) el uso del lenguaje, b) la comunicación de creencias (cognición) y c) la interacción en situaciones de índole social (contexto), por esto, dice que “son varias las disciplinas que participan en los estudios del discurso: como la lingüística (para el estudio específico del lenguaje y su utilización), la psicología (para el estudio de las creencias y de cómo estas se comunican) y las ciencias sociales (para el análisis de las interacciones en situaciones sociales)”.²⁹

De igual manera, el Análisis Crítico del Discurso se interesa por el ejercicio ilegítimo del poder, es decir por sus abusos y posterior dominación de los recursos económicos y simbólicos, a partir del control mental y acciones de las formas sutiles e indirectas del

²⁷ VAN DIJK, Teun A. *La noticia como discurso. 1ª Edición. Ediciones Paidós. 1990. Pág. 14.*

²⁸ DIJK, Teun A. *Compilación. El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso I. Una introducción multidisciplinaria Editorial Gedisa S.A. 2000. Pág. 34*

²⁹ VAN DIJK, Teun A. *Compilación. El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso I. Una introducción multidisciplinaria. Editorial Gedisa S.A. Pp23.*

texto, contexto y habla. Este interés por el poder se debe a que Van Dijk considera al discurso como una “realización de poder”³⁰, puesto que condiciona el control sobre los recursos materiales y simbólicos.

Los analistas del discurso se interesan en problemas sociales importantes. Es decir, su trabajo está más orientado a los problemas que a las teorías. El análisis, la descripción y la formulación de teorías desempeñan sin duda un papel, especialmente en la medida en que permiten comprender mejor la desigualdad social basada en el género, la filiación étnica, la clase, el origen, la religión, el lenguaje, la orientación sexual y otros criterios que definen diferencias entre las personas. Su meta última es no sólo científica, sino también social y política, a saber, el cambio. En este caso, decimos que el análisis social del discurso adopta la forma de un análisis crítico del discurso.³¹

En otras palabras, el objetivo general del análisis social del discurso es comprender la relación entre las estructuras del discurso y los contextos sociales locales y globales. Para lograr esta labor, se incluye “otro aspecto fundamental de la interacción social y la sociedad, esto es, las representaciones mentales socialmente adquiridas y compartidas que definen a las culturas y los grupos, y que organizan y supervisan sus creencias además de sus prácticas sociales y discursos”.³²

Para Van Dijk, el discurso y sus usuarios mantienen una relación “dialéctica” con el contexto: “además de estar sujetos a las restricciones sociales del mismo, también contribuyen a él, lo construyen o lo modifican”,³³ a partir de la manifestación de sus intereses colectivos, de etnia, clase, género, etc.

En el Análisis Crítico del discurso, el contexto se entiende como construcciones o representaciones mentales (con una base social), o modelos en la memoria. Es decir, están determinadas a las mediaciones mentales de los actores sociales que constantemente están interpretando o construyendo su realidad de acuerdo a sus intereses.

³⁰ VAN DIJK, Teun A. Compilación. *El discurso como interacción de la sociedad. Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria*. Editorial Gedisa S.A. Pág 44

³¹ DIJK, Teun A. Compilación. *El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso I. Una introducción multidisciplinaria* Editorial Gedisa S.A. 2000. Pág 50

³² VAN DIJK, Teun A. Compilación. *El discurso como interacción de la sociedad. Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria*. Editorial Gedisa S.A Pág 65

³³ *Ibid.* Pág 46

Los contextos, al igual que el discurso, no son objetivos, en el sentido de que están constituidos por hechos sociales que todos los participantes interpretan y consideran relevantes de la misma manera. Son interpretados o contruidos, y estratégica y continuamente producidos como hechos relevantes por y para los participantes.³⁴

Como el significado y otras propiedades del discurso también se manejan mentalmente, esto explica el vínculo fundamental entre el discurso y el contexto: en tanto representaciones subjetivas, los modelos mentales de los contextos pueden así supervisar directamente la producción y la comprensión del habla y el texto. Sin embargo, los contextos no están más fijos o determinados que el propio discurso, ya que pueden “ser flexibles y cambiantes, se pueden negociar, especialmente en la interacción conversacional”.³⁵

En otras palabras, los discursos puedan estar condicionados por los contextos, pero también ejercen influencia sobre ellos y los construyen.

Los grupos de poder regulan las acciones de los otros mediante el control de las mentes (conocimientos, actitudes, ideologías) de grupos y lo hacen principalmente mediante el discurso. Además, tienen acceso (y pueden controlarlos) no sólo a los recursos materiales escasos sino también a los recursos simbólicos, como el conocimiento, la educación, la fama, el respeto e incluso el propio discurso público. Es decir, el discurso no es únicamente un medio para la realización del poder, como lo son otras acciones de los poderosos, sino también y al mismo tiempo un recurso de poder. De esta manera, las diversas elites de poder controlan (el acceso a) muchos tipos de discursos públicos, por ejemplo en la política y la administración, los medios, la educación, etc.³⁶

En síntesis, para Van Dijk, el acceso preferencial al discurso público es un recurso vital de poder. Este acceso puede controlarse de muchos modos sutiles, más allá de la propiedad y el control directo del contenido del discurso. El acceso puede organizarse e institucionalizarse rutinariamente, por ejemplo, mediante campañas de información,

³⁴ VAN DIJK, Teun A. Compilación. *El discurso como interacción de la sociedad. Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria*. Editorial Gedisa S.A Pág 38.

³⁵ *Íbid*

³⁶ *Íbid* Pág 44

entrevistas, conferencias de prensa, comunicados de prensa y otros géneros discursivos dirigidos a los periodistas. De esta manera, información aparentemente objetiva puede darse a conocer de muchos modos diferentes, y de esa forma parecerá creíble, se le dará crédito y será difundida. Lo que es válido para los medios en general es verdad para el control del discurso por parte de grupos sociales poderosos.³⁷

Para el autor, la comprensión de la noticia atraviesa dos filtros. El primero, tiene que ver con la mediación entre los mensajes de los medios de comunicación y el segundo con el comportamiento de las audiencias frente a los discursos que estos promueven. “El proceso de comprensión y representación de las noticias constituye un acontecimiento social, por lo tanto en su interpretación asumen normas, valores, objetivos e intereses socialmente compartidos”.³⁸ Para el público, las noticias ayudan a “actualizar sus modelos personales del mundo”, y son leídas de acuerdo a su nivel de importancia para interactuar socialmente en el día a en temas actuales.

La percepción y atención del público³⁹, está condicionada por los deseos, como el de leer el periódico y ligada a la identificación de los formatos periodísticos, la distribución de los títulos, y en mayor medida por la información visual. Estas características controlan la atención y percepción de los lectores. Sin embargo, en muchos casos, del titular que contenga la noticia dependerá el seguir leyendo o no. Este último paso se ve limitado por tiempo, situación y objetivos de lectura.

El primer paso para comprender la noticia es decodificar e interpretar sus titulares. A partir de allí se forman nuevas opiniones y se activan las existentes. Este proceso depende del conocimiento que tenga el lector del suceso, por lo tanto, se debe promocionar un esquema con argumentos, para facilitar su comprensión, pues cuando se conoce un acontecimiento, mejor se comprende el discurso periodístico. La letra y la ubicación del titular también influyen.

Después se pasa a la representación del texto que permite establecer un sistema situacional, que una vez construido se dice que el ítem periodístico ha sido comprendido.

La construcción de la noticia surge en medio de una interacción social que a su vez implica la inserción del periodista en un contexto, es decir, abarca su relación con otros

³⁷ Pág 45

³⁸ RIVERA, Dallys Lorena y otros. *Tesis de grado: Periodismo ambiental: una propuesta para periodistas y medios de comunicación a partir de los ecosistemas estratégicos del Huila*. Tesis de grado Comunicador Social y Periodista. Neiva: Universidad Surcolombiana Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, 2006. Pág. 47

³⁹ VAN DIJK, Teun A. *La noticia como discurso*. 1ª Edición. Ediciones Paidós. 1990. Pág 202

periodistas, este aspecto influye en sus conocimientos, creencias, actitudes, objetivos e ideologías que son compartidos por un mismo grupo. Por lo tanto, los procesos de comprensión son controlados por cogniciones sociales de individuos que pertenecen a grupos determinados.

En la interpretación de los hechos como acontecimientos periodísticos hay una percepción y evaluación (criterios informativos) que depende de la perspectiva, punto de vista y posición del periodista (si presenció o no el hecho). Estos criterios, implícitos en la observación de la rutina periodística generan la selección y decisión de lo que es relevante o no periodísticamente.⁴⁰

Para esta selección hay un filtro que tiene en cuenta el interés del público, la magnitud del hecho y las consecuencias negativas. Pero éstas características están condicionadas por algunas limitaciones como la hora, a su vez relacionada con las limitaciones de cierre de edición y periodicidad de la publicación. Situación que responde a la accesibilidad del lugar de los hechos y actores, definidos por esquemas como status, participación en sucesos negativos o espectaculares y accesibilidad.

Este filtro es considerado un sistema de control definido por el interés, por la novedad, la diferencia, y el periodista debe alimentarlo para atraer al destinatario.

Como se había anotado anteriormente, al igual que en la producción del discurso, en la noticia se cruzan los procesos cognitivos y de interacción social de grupos sociales determinados, los cuales, al adquirir nueva información sobre un hecho o argumento conocido y compartido socialmente, se combina con los modelos situacionales promovidos por el medio difusor. Es decir, que los modelos periodísticos no se basan en situaciones nuevas o arbitrarias, porque estos esquemas contienen argumentos compartidos socialmente por el grupo.

El mérito en la producción informativa, según Van Dijk, es la creación de un modelo situacional,⁴¹ en la memoria episódica, o sea, una imagen o representación de la situación del hecho social en un contexto social determinado. La percepción de éste, está mediada por los valores, normas y creencias de los grupos sociales afectados por la información.

⁴⁰ RIVERA, Dallys Lorena y otros. *Tesis de grado: Periodismo ambiental: una propuesta para periodistas y medios de comunicación a partir de los ecosistemas estratégicos del Huila*. Tesis de grado Comunicador Social y Periodista. Neiva: Universidad Surcolombiana Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, 2006. Pág. 45

⁴¹ VAN DIJK, Teun A. *La noticia como discurso*. 1ª Edición. Ediciones Paidós. 1990. Pág 152

En síntesis, bien se podría afirmar que en cuanto a la comprensión de la noticia, los grupos sociales en general, tienden a olvidar las notas promovidas en los medios, porque en su lugar, construyen modelos, o imágenes mentales que al ser publicadas ayudan a configurar, construyen, refuerzan la imagen pública de actores sociales e instituciones.

Tomando en cuenta lo anterior sobre la noticia y los apuntes sobre las creencias, se entiende que todas las personas pertenecen a un determinado contexto en el cual comparten una ideología. Van Dijk manifiesta que ésta es la base de las representaciones sociales compartidas por los miembros de un grupo, que a su vez permite organizar creencias sociales acerca de lo que sucede, interpretar los hechos como buenos o malos y actuar consecuentemente. En general las ideologías permiten comprender el mundo de una manera particular.⁴²

En el mismo sentido, Van Dijk considera que los discursos (Todos, y de cualquier clase, incluidos los periodísticos), son fundamentales en la formulación de ideologías, aunque no son el único medio de construcción, ya que los miembros de un grupo necesitan y utilizan el lenguaje, el texto, la conversación y en general la comunicación para aprender, adquirir, modificar, confirmar, articular y transmitir las ideologías. Por lo tanto considera que para saber qué apariencias tienen las ideologías, cómo se crean, cambian y reproducen es necesario estudiar detalladamente las manifestaciones discursivas de una sociedad.⁴³

En otras palabras, Van Dijk afirma que el discurso permite la expresión directa y explícita de las ideologías.⁴⁴ De acuerdo a este argumento, la presente investigación explorará aquellos discursos promovidos por los medios de comunicación que promueven y refuerzan modelos situacionales sobre los acontecimientos, personajes e instituciones y en particular sobre la imagen pública de la Universidad Surcolombiana en el periodo 2003 - 2007.

⁴² Van Dijk. Teun A. *Ideología, Un enfoque multidisciplinario*. Editorial Gedisa. 1998, pág. 21

⁴³ *Íbid.* pág 21 – 22

⁴⁴ *Íbid.* Pág 245

6.1 MARCO REFERENCIAL

A continuación referenciaremos algunos textos de carácter académico y periodístico que aportaron herramientas para analizar la imagen pública de la Universidad Surcolombiana promovida por La Nación y el Diario del Huila durante el 2003 al 2007, para ello desarrollaremos un panorama general sobre comunicación, análisis crítico del discurso e imagen pública.

LA NOTICIA COMO DISCURSO, COMPRENSIÓN, ESTRUCTURA Y PRODUCCIÓN DE LA INFORMACIÓN, de Teun Van Dijk , tiene como objeto proponer un nuevo marco teórico para el estudio de las noticias en prensa. Pretende analizar las noticias como un tipo de texto o discurso periodístico y en sus diferentes niveles o dimensiones de la descripción para caracterizarlos. Para ello, se plantea fundamentalmente dos preguntas. La primera, acerca de las especificidades estructurales del discurso periodístico comparadas con otros discursos, porque el autor considera la noticia como un tipo especial de narrativa diferente a otros tipos de relatos como los cuentos, las novelas, etc.

Para especificar por qué y cómo los relatos periodísticos son diferentes, el autor sugiere trabajar teniendo en cuenta la categoría análisis crítico del discurso por ser una ciencia interdisciplinaria que incluye textos de la lingüística y análisis de la narrativa y la retórica. Además, se interesa por el análisis de los diferentes contextos del discurso, es decir, por los procesos cognitivos de la producción y la recepción, y por las dimensiones socioculturales del uso del lenguaje y la comunicación.

La segunda pregunta tiene que ver con los procesos implicados en la producción, la comprensión y los usos de la noticia en el contexto de los medios de comunicación de masas. Particularmente, las complejas relaciones entre el texto de la noticia y el contexto; es decir, ¿de qué manera las restricciones cognitiva y social determinan las estructuras de la noticia y cómo se ven influidos la comprensión y los usos de la noticia por sus estructuras textuales?

Como el objeto de la obra se centra en las estructuras del discurso periodístico y de los procesos de la cognición social en la producción y la comprensión de las noticias, el autor propone una teoría parcial (“Sociocognitiva”) para los ‘Esquemas periodísticos’ (Las formas y categorías convencionales de los artículos de la prensa) y desde un punto de vista cognitivo considera los procesos de la memoria implícitos en la comprensión, la representación y la rememoración de la noticia por parte del lector en cuanto a los procesos de reconstrucción de los sucesos periodísticos en lo que se refiere al conocimiento y la actualización de las creencias. Esto permite aclarar el rol de los valores de la noticia y las ideologías en la producción y el entendimiento de la noticia. Ya que estos valores e ideologías son también inherentemente sociales, cree poder construir un puente entre los estudios psicológico y sociológico de la noticia.

Luego de revisar los anteriores estudios realizados en Norteamérica y Europa sobre el particular, el autor observa que la tarea se encuentra aún en sus primeras etapas y para ello propone éste nuevo enfoque.

El texto anteriormente reseñado orientó la metodología del trabajo de investigación “La Usco a través de la prensa local”, puesto que sirvió para clasificar y analizar los tipos de discurso, temas, estilo periodístico, lenguaje, fotografías, fuentes y formatos de las publicaciones registradas por los medios de comunicación locales impresos sobre la Universidad Surcolombiana.

Retomamos el texto para realizar el análisis de las publicaciones descomponiendo por párrafos de acuerdo a la idea principal, presuposiciones, macroestructura, uso del lenguaje y relación texto-contexto. De la misma manera el documento sirvió para conocer la evolución del concepto metodológico del análisis crítico del discurso, su carácter interdisciplinario, la intencionalidad de los discursos periodísticos de los medios de comunicación y las dimensiones retóricas.

En Latinoamérica, el libro **RAZÓN Y PASIÓN DE LA PRENSA POPULAR. UN ESTUDIO SOBRE LA CULTURA POPULAR, CULTURA DE MASAS Y CULTURA POLÍTICA** de Guillermo Sunkel, profesor de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile, es una investigación sobre los diarios populares de masas y “sus formas de representación de lo popular durante el período final de la democracia chilena”⁴⁵ que intenta resolver el interrogante ¿Cuáles eran las formas de representación del pueblo que asumían los diarios populares de masas durante el período final de la democracia chilena?.

La razón por la cual se retoma este texto para la investigación obedece a que el autor realiza un análisis cuantitativo de las publicaciones de tipo informativo y describe puntualmente el despliegue porcentual del desarrollo de las noticias en los diferentes diarios relacionadas con el pueblo chileno. Para ello Sunkel escoge el período de análisis de acuerdo a los cuatro meses que anteceden las elecciones de 1964 y 1970, analizando los periódicos cada tres días.

Sunkel presenta una descripción cuantitativa del despliegue que tuvieron las noticias relacionadas con el pueblo chileno en los periódicos populares, este texto se revisa como guía para realizar el análisis cuantitativo descriptivo de las informaciones relacionadas con las Usco en el periodo comprendido entre el 2003-2007.

Se tuvo en cuenta dicho análisis para realizar la descripción del tipo de información, tema, género periodístico, fotografías, las fuentes y formatos de las publicaciones relacionadas con la Universidad Surcolombiana.

En el ámbito nacional, María Teresa Herrán; Arturo Guerrero y Diana Losada, en el libro **MANUAL PARA EL CUBRIMIENTO PERIODÍSTICO RESPONSABLE DEL DESPLAZAMIENTO FORZADO**, plantean unos conceptos claves para entender los prejuicios, percepciones y estereotipos que socializan los medios a través de los discursos periodísticos de una situación específica.

Los autores hacen una definición completa de términos relacionados con imagen pública tales como estereotipos, prejuicios y percepciones, por lo que dichas explicaciones contribuyeron a la creación de los conceptos operativos enunciados en esta investigación.

María Teresa Herrán define el término Estereotipo como “representaciones sociales, reducciones reiteradas de la realidad, moldes rígidos que sustentan nuestros imaginarios y son alimentados por ellos”⁴⁶. Son “frases o palabras que por ser usadas o repetidas en exceso, han perdido su valor, significado, originalidad”⁴⁷. Según Herrán y en relación con los medios masivos de comunicación, “las investigaciones sobre estereotipos reflejan que son inevitables, que esquematizan y encierran y que pueden ser negativos o positivos”.⁴⁸

Asimismo, Herrán afirma que “del estereotipo se pasa al prejuicio, una actitud cuyo contenido cargado de afectividad puede excluir o incluir a la persona, pueblo o situación.”

⁴⁶HERRAN, María Teresa. Manual: "Cubrimiento periodístico responsable del desplazamiento forzado". Capítulo I, Percepciones, Estereotipos y Prejuicios 2005.

⁴⁷ Ibíd.

⁴⁸ Ibíd.

El Manual realiza un análisis de contenido del lenguaje utilizado por los periodistas para informar sobre el desplazamiento forzado, tomando como insumo notas periodísticas donde se visibilizan prejuicios, estereotipos y percepciones de los comunicadores sociales sobre este tema.

De la misma manera, el texto contribuyó a esta investigación en la medida en que contiene un análisis detallado de contenido de prensa del tratamiento dado a las noticias sobre el desplazamiento forzado, en él se reseña lenguaje, fuentes utilizadas, estilo periodístico, entre otras herramientas sustanciales para tomarlo como semejanza a esta investigación y tener en cuenta algunas de ellas para el desarrollo del análisis que correspondió a este trabajo de grado.

De acuerdo a lo anterior, se consideró que el libro de María Teresa Herrán fue una herramienta fundamental para la investigación, teniendo en cuenta que suministró insumos teóricos claros y pertinentes sobre categorías como estereotipos, percepciones y prejuicios, además de mostrar claramente cómo estos se manifiestan a través del lenguaje utilizado por los periodistas en sus notas.

Asimismo, el texto proporcionó herramientas que permiten deducir la manera como a través del lenguaje, fuentes utilizadas o estilo periodístico se pueden generar estereotipos o una imagen pública sesgada sobre cualquier tema, por otro lado, aportó particularidades sobre el deber ser del cubrimiento periodístico sobre temas y acontecimientos violentos, ya que según los autores del Manual “el periodista debe tener la habilidad para cruzar información. Hay una caracterización del conflicto armado que atraviesa muchos ámbitos a nivel nacional y local, el periodista no puede segmentar la información, debe estar en capacidad de ver las partes dentro del todo, y su conexión entre cada una de ellas, sólo así podrá prestar el servicio social al que está llamado”⁴⁹.

En Colombia también se destaca el texto **ESCRIBIR PARA LA VIDA, PERIODISMO Y COMUNIDAD**, en el que Germán Ortégón Pérez describe los pasos que se deben tener en cuenta para el desarrollo y análisis de una investigación periodística.

El libro sirvió de ayuda para la investigación ya que en el texto se definen y caracterizan los diferentes géneros periodísticos tales como la noticia, la entrevista, el reportaje, la crónica, el editorial, la crítica, la columna y el artículo.

De acuerdo con lo anterior el texto brindó herramientas necesarias para fortalecer la identificación de los diferentes géneros periodísticos que se registraron en las publicaciones analizadas.

⁴⁹ Conferencia de Presentación del Manual para el cubrimiento responsable del Desplazamiento Forzado. Septiembre 22 de 2005. Bogotá-Colombia.

German Ortégón Pérez asegura que el periodismo se ejerce a través de múltiples formas de expresión denominadas géneros: categorías que se ordenan según rasgos comunes de forma y contenido. Los géneros periodísticos fueron adoptados como técnicas sociales bajo los cuales se debe operar y ejecutar las funciones de informar, opinar, explicar y entender el quehacer del periodismo.

Estos géneros se distinguen entre sí por su naturaleza informativa, interpretativa o híbrida de sus contenidos. Por ejemplo, en el de carácter informativo de los acontecimientos se incluyen la noticia, la entrevista y el reportaje. En el interpretativo, cercano al opinativo, se encuentran el artículo y el editorial. En tanto en el híbrido se encuentra la crónica.

Ortégón Pérez define las categorías de los géneros periodísticos de la siguiente manera:

NOTICIA: Se caracteriza por basarse en hechos reales, situaciones, pensamientos e ideas, elementos que deben ser no solo interesantes sino importantes para la comunidad a quien se dirige el escrito. La noticia debe ser exacta (datos que deben ser verificables), equilibrada (se informa los detalles importantes de un hecho noticioso con una relación adecuada), objetiva (informar de la forma más imparcial y honesta que se pueda) y reciente (que corresponda a proximidad en el tiempo).

Toda noticia se escribe en orden de importancia decreciente o en forma de pirámide invertida y responde a seis interrogantes básicos de redacción: ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué?

ENTREVISTA: Se define como el acto de formular preguntas para obtener opiniones, ideas, explicaciones o información especial sobre un tema de interés público o sobre una persona importante. Se puede hablar de la entrevista noticiosa, de perfil, de simposio y de opinión.

Noticiosa: Se obtiene información, opinión y explicación de una persona que maneja un tema determinado y actual.

De perfil: Enfoca a una persona cuyo estilo de vida o logros son de interés para el público o la comunidad en general.

Simposio: Un grupo de personas responde una o varias preguntas relacionadas entre sí, sobre un tema de interés actual.

De opinión: Se utiliza para recoger comentarios, opiniones y juicios de personajes sobre noticias del momento o sobre temas de interés permanente.

REPORTAJE: Para Ortégón Pérez el reportaje es el género más completo de todos. En él caben las revelaciones noticiosas, la vivacidad de una o más entrevistas, las notas cortas de la columna y el relato secuencial de la crónica, al igual que se interpretan los hechos.

El reportaje va más allá de los hechos superficiales de la noticia ofreciendo al lector información detallada de los antecedentes, interpretación basada en hechos y con frecuencia análisis de su significado.

Existen varias clases de reportajes:

Reportaje demostrativo: Tiene como meta probar una tesis, investigar un suceso o explicar un problema según el enfoque.

Reportaje descriptivo: El periodista deberá retratar situaciones, personajes y cosas.

Reportaje narrativo: Es el relato de un suceso, la historia de un acontecimiento y puede semejarse a la crónica.

Reportaje instructivo: Divulga conocimiento científico o técnico.

Reportaje de entretenimiento: Su función principal es hacer pasar un rato divertido al lector y tiene semejanza con la novela corta y el cuento.

CRÓNICA: Se ocupa fundamentalmente de narrar cómo sucedió un determinado hecho; recrea la atmósfera en que se producen los sucesos públicos. Es un acercamiento entre la literatura y el periodismo.

Germán Ortega Pérez cita a Vicente Leñeros quien propone unas características de las crónicas:

Relato: Pretende hacer la historia de un suceso. Se entiende como la exposición en orden cronológico de cada uno de los momentos y elementos que hacen importante un acontecimiento.

Público: Debe escribirse en un lenguaje claro y sencillo, comprensible para el común de los lectores.

Oportuno: Debe ofrecerse en el momento preciso, cuando acaba de ocurrir si se trata de un hecho de actualidad. Esto no significa que un hecho pasado no pueda ser abordado por el periodista.

Cómo sucedió: en la crónica se responde a los seis interrogantes de la noticia, pero, tiene como diferencia que la crónica se sustenta particularmente en el **cómo**.

EL EDITORIAL: Es donde se expresa el pensamiento del medio; allí se ve reflejada la posición de la dirección frente a los problemas de la ciudadanía.

En los diarios se puede hablar de editoriales interpretativos y críticos o persuasivos:

- **Interpretativos:** Su mayor propósito es informar y explicar, así mismo define términos y temas, analiza los motivos de las personas o sugiere las consecuencias de diversas acciones.

- **Crítico o persuasivo:** Señala lo bueno o lo malo de algún problema comunitario o de alguna situación mencionada en las noticias de los principales diarios y que puede interesar a las gentes del sector. En este escrito su propósito es influir sobre la población.

LA CRÍTICA: Ortega Pérez define la crítica como una descripción informativa sobre el contenido o cualidades de una expresión artística, libro, teatro, película, concierto, ópera, grabación, exhibición de arte o a una pintura o escultura individual o colectiva.

LA COLUMNA: son aquellos textos que aparecen en un mismo lugar, con una periodicidad fija, con un título permanente, escritos por una misma persona, un mismo estilo de presentación y cuyo principal fin es informar sobre hechos de interés público o hacer algunos comentarios. Tiene como característica principal el presentar el mayor número de informaciones y comentarios en el menor espacio posible.

EL ARTÍCULO: El artículo tal como el editorial se encargan exclusivamente de enjuiciar los hechos de interés público. Son los géneros más subjetivos del periodismo, ya que expresan el pensamiento del periodista y el de la casa editorial. El artículo siempre será un género de opinión. Su temática, por lo diversa, puede ser utilizada para instruir, informar, polemizar o comentar.

De otra parte, Ortega Pérez hace un recorrido por las fuentes, clasificándolas y explicándolas, lo que contribuyó al análisis de las publicaciones relacionadas con la Universidad Surcolombiana.

Germán Ortega Pérez define las fuentes como personas particulares o representantes de entidades que brindan testimonios en los que se basan las noticias.

La fuente de información es la vida social: los individuos, los grupos sociales y las instituciones. Pero, estas fuentes se encuentran así mismo en las partes de un conflicto o en las relaciones de cooperación, aún más, en las costumbres, hábitos, tradiciones, actitudes y expresiones de los protagonistas de la comunidad.

Entre la fuente y la noticia existe una relación directa, por lo que se hace necesario una buena selección de las fuentes, ya que aquí se condiciona el trabajo periodístico dentro de cualquier medio de comunicación.

Ortega Pérez define cinco clases de fuentes:

- **Propias:** Aquellas que el periodista elige o las que le sean asignadas por el director del medio, según el tema.

- **Institucionales:** las procedentes de diferentes instituciones que ejercen el poder como el financiero, el político, el religioso y el social.
- **Espontáneas:** Las conforman toda la sociedad, la gente del común.
- **Confidenciales:** llamadas en algunos medios como anónimas, se caracterizan por poseer información muy escasa y apreciable, sobre todo de tipo político, judicial y económico; los informes se brindan con la condición de ocultar el nombre.
- **Interés humano:** Se clasifican en generales, animales, niños, humor, aventura, enfermedades, curiosidad.
 - **Generales:** Comisarías de policía, estación de bomberos, cárceles y hospitales.
 - **Animales:** Zoológicos, acuarios, perreras, museos y circos.
 - **Niños:** Escuelas, Jardines, Guarderías, Orfanatos, ICBF, personas perdidas.
 - **Humor:** Discursos, entrevistas, convenciones, deportes y gimnasios.
 - **Aventura:** Aeropuertos, barcos, salvavidas, minas y club de viajes.
 - **Enfermedades:** Hospitales, funerarias, asilos y casas de caridad.
 - **Curiosidad:** Reunión de inventores, exposición de hobby, museos, teatros y sociedades culturales.

Por otro lado el autor revela los diferentes parámetros de impresión para un medio de comunicación escrito; diagramación, ilustraciones, tamaños y estilos de fuente, fotografías, pie de fotos, etc. Herramientas que permitieron deducir y comparar dichas características con las registradas en las publicaciones analizadas para de esta manera obtener las conclusiones respecto al análisis cuantitativo.

De otra parte, María teresa Cortés y Justo Morales Álvarez en el libro: **APROXIMACIÓN DISCURSIVA DE LAS COMPETENCIAS COMUNICATIVAS EN LA FORMACIÓN DEL PERIODISTA**, hacen referencia a las perspectivas teóricas sobre el análisis y la comprensión del discurso mediático periodístico desde elaboraciones teórico-prácticas en las distintas dimensiones del lenguaje.

Además, estos autores definen los distintos conceptos implicados en la argumentación periodística y realizan un bosquejo sobre los distintos tópicos del discurso mediático-periodístico como lo son el periodista, el lector, la planeación, entre otros.

El texto de Cortés y Morales permitió identificar las teorías fundamentales para la comprensión del análisis crítico del discurso y orientar la presente investigación teórica y metodológicamente en los diferentes discursos mediáticos y conceptos claves para entenderlos desde todas sus dimensiones.

En el ámbito regional, Martha Cecilia Graffe Narváz en la Monografía de grado **HUILA, CAQUETÁ Y PUTUMAYO, UNA MIRADA SOBRE SUS PROCESOS ENTRE 1980 Y 1989 DESDE LA PRENSA NACIONAL**, desarrolló un estudio acerca del “imaginario que sobre el conflicto en el Huila, Caquetá y Putumayo proponen al país los periódicos El Tiempo y El Espectador en el período entre 1980 y 1989.

El texto describe de forma cuantitativa las noticias registradas sobre el conflicto presentado en la región surcolombiana con el ánimo de explorar y determinar el impacto que sobre el público producen las noticias que diariamente circulan por los medios de comunicación. Graffe entiende el periódico “como un instrumento de producción y socialización de los hechos noticiosos que con el tiempo, se convierten en archivos históricos de una visión de la realidad”.

Este documento sirvió como guía metodológica para desarrollar el trabajo propuesto, porque se apoya en el análisis crítico del discurso como herramienta de investigación para esclarecer, clasificar y analizar el enfoque, tipos de discurso, temas, estilo periodístico, lenguaje, fotografías, tipos de fuentes y formatos presentados por los medios de comunicación locales impresos en las publicaciones noticiosas.

Posteriormente, el texto ayudó a entender y establecer de qué manera se puede cruzar la información acopiada y trabajada desde el análisis crítico del discurso y la(s) categoría(s) de análisis propuesta(s) para responder al objeto de la investigación.

De otro lado, Dallys Lorena Rivera, Jeniffer Polanía e Ingrid Tatiana Ortiz, en la Monografía de Grado: **PERIODISMO AMBIENTAL, UNA PROPUESTA PARA PERIODISTAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN A PARTIR DE LOS ECOSISTEMAS ESTRATÉGICOS DEL HUILA**. El interrogante es ¿Cuáles propuestas y estrategias se deben reconocer para mejorar la calidad y cobertura del periodismo ambiental en el Huila, a partir de sus ecosistemas estratégicos?

Dicha investigación combinó la metodología cualitativa a través de la entrevista semiestructurada a periodistas y el análisis crítico del discurso a textos de prensa, con herramientas cuantitativas como la encuesta a pobladores.

Los contenidos conceptuales se dedicaron a los temas de imaginario social y al análisis del discurso. García Canclini y Baczko entienden el imaginario social como “informaciones fragmentarias obtenidas a través de los medios de comunicación, conocimientos suministrados por las instituciones de educación formal e informal; imágenes diversas que perviven en la memoria de grupos e individuos, fotos, audiovisuales, música, etc; juicios de valor de tipo colectivo o individual sobre la importancia del significado de un asunto dado; expresiones emocionales que se relacionan con sentimientos de empatía o animadversión, sentido de pertenencia y arraigo, así como sentimientos de identidad cultural”.

Además Dallys Lorena Rivera Soto y otros, señalan que los imaginarios se modifican según las circunstancias variables del entorno sociocultural o natural.

El estudio del análisis crítico del discurso lo retoman de Van Dijk, quien señala que el significado del discurso está definido por macroestructuras semánticas que representan el significado global, controlan la coherencia total, los significados locales, la comprensión total y la memoria del discurso y en consecuencia son las que tienen mayor impacto sobre la comunidad lectora⁵⁰.

En las conclusiones alcanzadas sobre el análisis crítico del discurso **Periodismo Ambiental, una propuesta para periodistas y medios de comunicación a partir de los ecosistemas estratégicos del Huila** se destacan que **1)** “el lenguaje utilizado en las noticias relacionadas con desastres naturales demuestra el interés por connotar lástima, alarma o declarar una situación de emergencia”. **2)** Una alta dependencia a los boletines de prensa, al exaltar las acciones que realizan las instituciones como el caso de la CAM. **3)** Las comunidades son vistas como las principales causantes de los problemas ambientales.

Entre los aportes más relevantes del texto de Dallys Lorena Rivera Soto y otros, se destaca la mirada metodológica sobre la promoción del tema ambiental a partir de los discursos periodísticos y cómo estos temas pueden ser abordados y promovidos por los medios e influir en la opinión pública.

En cuanto al proceso de recolección de información se destaca la combinación de la metodología cualitativa la cual utiliza entrevistas y análisis crítico del discurso, con herramientas cuantitativas tales como la encuesta a pobladores.

El Imperio retórico: Retórica y argumentación, de Chaim Perelman, propone una revalorización de las clases de procedimientos argumentativos según las necesidades y la situación y recupera en el sentido original, positivo y productivo el concepto de retórica elaborado por Aristóteles y Platón.

⁵⁰ VAN Dijk Teun A. Discurso y Dominación. En Grandes Conferencias en la Facultad de Ciencias Humanas. No.4 (Feb. 2004): p 8.

Este texto nos proporciona las categorías metodológicas para analizar las informaciones de opinión. A través de los planteamientos de Chaim Perelman identificamos la estructura de los argumentos. “Los argumentos más complejos y que requieren mayor sustentación se pueden identificar seis elementos, tres obligatorios y tres opcionales; los elementos obligatorios son: un punto de vista o conclusión, una fundamentación y un garante. Son elementos opcionales, pero no menos importantes: un condicionamiento de la conclusión, una concesión y una refutación.” *El Imperio retórico: Retórica y argumentación, de Chaim Perelman, Estructura de un argumento, Pg 63.*

El punto de vista o conclusión se entiende como la idea central del argumento, que “resume una convicción a favor de una tesis que se defiende”⁵¹. Están sustentadas en creencias o actitudes hacia la forma de ver y entender el mundo. Los condicionamientos del punto de vista son premisas que se expresan para delimitar la validez del alcance de los argumentos.

La fundamentación de un argumento “está conformada por las razones que sustentan o justifican al punto de vista para que merezca la confianza y la aceptación del destinatario”⁵². A estos enunciados que constituyen la fundamentación, también se les conoce con el nombre de premisas, las cuales se sustentan principalmente en opiniones, creencias, valores, presuposiciones, hechos, evidencias, indicios, datos estadísticos y testimonios de autoridades en el tema.

Por su parte, los garantes son “principios cuya validez se presume aceptada en el seno de una sociedad. Se basan en leyes, normas sociales, convenciones culturales y en conclusiones racionales fruto de experiencia y el conocimiento del mundo de los seres razonables”⁵³. La concesión es el reconocimiento que el autor hace a una posición argumentativa adversa a la que se defiende, con el objeto de mostrar que se conoce esa posición, pero que no se comparte porque se considera limitada o equivocada. Mientras que la refutación es la parte del argumento donde se invalida la concesión.

⁵¹ *El Imperio retórico: Retórica y argumentación, de Chaim Perelman, Estructura de un argumento, Pg 64.*

⁵² *Ibíd, Pg. 66.*

⁵³ *Ibíd. Pg. 73.*

6. 2 MARCO CONCEPTUAL

6.2.1 Imagen Pública. Por lo general, ha sido abordado desde el punto de vista de la publicidad y la propaganda. Sin embargo, hemos retomado algunos enfoques conceptuales que distintos estudiosos han formulado sobre el término.

Andrés Valdez Zepeda⁵⁴, en el ensayo *“Un Acercamiento a la Epistemología De la Imagen Pública”* considera que la imagen juega un papel muy importante en las sociedades contemporáneas. Según él, “La imagen es la percepción, representación, modelización e idealización de la realidad. Es la percepción que los individuos tienen de la realidad, de los hechos, fenómenos y procesos que se generan en su entorno. Es la representación mental de esa realidad en su complejidad y diversidad. Es la modelización que hace el sujeto de esa realidad basada en su cultura, su idiosincrasia, las mediaciones sociales y su experiencia. Es la idealización de la realidad abierta a múltiples y, muchas veces, encontradas visualizaciones”.

⁵⁴ VALDEZ, Zepeda Andrés. Jefe del Departamento de Administración. División de Gestión Empresarial. <http://www.cucea.udg.mx/ncentro/directorio/info.php?> Doctorado en estudios Latinoamericanos con especialidad en Ciencia Política, 1997, University of New Mexico. U.S.A.

Además, señala que la imagen está condicionada a lo cultural e histórico. Teniendo en cuenta que es percibida bajo ciertos hábitos perceptivos, costumbres, experiencias y tradiciones culturales a través de los años.

En el ámbito público, la imagen es la percepción y representación mental que una persona tiene de otra, la cual se contribuye a partir de la relación entre individuos en un momento y espacio determinados.

Valdez Zepeda, considera que “percibir es apreciar las propiedades del hecho y su entorno, es, de algún modo, una escala de evaluación del mundo. La percepción de las imágenes se da a través de los sentidos. En lo particular, bajo el predominio de la vista como un canal preferido o categórico del ser humano, ya que el 83 % de las decisiones que tomamos la hacemos a través de lo que percibimos por la vista”.

La imagen es dinámica: se construye a través del tiempo a partir de nuestros actos, palabras, actitudes, apariencias e incluso, omisiones, pudiendo ser creada de acuerdo con nuestros intereses y decisiones. Esto implica la creación de una imagen acorde con nuestros objetivos y planes, apunta Valdez Zepeda.

A manera de conclusión Andrés Valdez Zepeda, afirma que “debido a la prominencia que el ser humano le ha dado a la imagen y del papel que ésta juega en las sociedades modernas, se han constituido en un factor real de poder, que genera valor y una serie de ventajas, que puede ser utilizado como instrumento de persuasión y cortejo para construir consensos, visualización y legitimidad social. De hecho, la imagen es poder. Esta tiene efectos, puede modificar una conducta o movilizar una emoción”.

De otro lado, Citlalic Peralta⁵⁵ en el texto “*Nociones de Imagen Pública*” asegura que la imagen pública es de gran importancia para las personas, personajes, empresas, instituciones, partidos y organizaciones, ya que ésta representa un aspecto fundamental de las comunicaciones estratégicas que los actores comunicativos establecen de forma consciente o no, con los actores-destinatarios de sus mensajes.

Define a la imagen pública de la siguiente manera: “es la percepción dominante que una colectividad establece respecto de un actor, institución o referente cultural, con base en las impresiones y la información pública que recibe”.

Citlalic Peralta considera que es indispensable entender el concepto de imagen pública con base en tres aspectos. El primero, entender que la imagen representa un efecto

⁵⁵ Lic. PERALTA, Citlalic. Consultora en imagen y relaciones públicas. Colaboradora de la Cátedra de Investigación en Comunicación Estratégica y Cibercultura del ITESM Campus Estado de México, México

interno en el cual intervienen algunos factores externos que condicionan el sentido de la expresividad. El segundo, que la imagen pública representa un juicio de valor cultural. Y por último, que el desarrollo de una imagen pública involucra un proceso de comunicación dirigido.

En el artículo *“El estudio de la imagen pública: ¿la clave del éxito?”* de Iván Abreu Sojo⁵⁶ se asegura que “en términos de opinión pública, la imagen equivale a la opinión, no en el sentido platónico, sino como reputación, aprecio y consideración general de los otros” además señala que cualquier acción, gesto o manifestación y de acuerdo a los símbolos usados y las acciones ejecutadas en el ámbito de lo público y lo privado, contribuyen y determinan la formación de una imagen pública del hombre, institución, empresa, etc.

La imagen pública no es un objeto o una cosa material que se encuentra en el espacio exterior, sino una representación mental, un fenómeno imaginario. Fuera del público, de una colectividad, las imágenes públicas no existen.

Además, el autor del texto señala respecto al análisis de contenido, que este “ofrece, como se sabe, múltiples posibilidades, siendo una metodología de investigación sumamente importante cuando se trata de investigar la imagen pública de las personas y ciertas instituciones”.

En conclusión, se puede afirmar que toda persona o institución difunde mensajes, imágenes, percepciones que fusionadas con las particularidades culturales, históricas, económicas, sociales, políticas, étnicas, entre otros aspectos de los receptores, además de los discursos periodísticos promovidos por los medios de comunicación, constituyen la imagen pública.

⁵⁶ SOJO Abreu Iván. Profesor de la Universidad Central de Venezuela (Caracas). El estudio de la imagen pública: ¿la clave del éxito? Texto publicado en la Revista Latina de Comunicación Social, número 39, marzo de 2001, La Laguna (Tenerife).

6.3 CONCEPTOS OPERATIVOS

6.3.1 Imagen Pública. Consideramos que la imagen pública es un proceso de elaboración de representaciones que los individuos construyen sobre personajes, empresas, instituciones, partidos y organizaciones, que se fundamentan a través de juicios de valor elaborados a partir de las particularidades culturales, históricas, económicas, sociales, políticas y étnicas.

Además, se construye a partir de la difusión de mensajes, imágenes, percepciones, símbolos y códigos que toda persona o institución promueve sobre sí misma o son impulsados por discursos periodísticos divulgados por los medios de comunicación masivos.

6.3.2 Medios de Comunicación. Los medios de comunicación son instrumentos mediante los cuales se comunica e informa masivamente a la sociedad sobre asuntos políticos, económicos, sociales, culturales, etc. Estos promueven discursos, representaciones y estereotipos sociales a través de formatos audiovisuales, radiofónicos, impresos o digitales.

6.3.3 Comunicación. Es el proceso mediante el cual los individuos se encuentran en escenarios comunes, consciente o inconscientemente, y se expresan con el fin de tomar decisiones, establecer relaciones, construir consensos, entre otros.

6.3.4 Análisis Crítico del Discurso. Retomamos el concepto de Van Dijk, que entiende el análisis crítico del discurso como una disciplina interdisciplinaria que analiza textos de la lingüística, la narrativa, la retórica y el periodismo, entre otros, a través de la comprensión de los diferentes contextos del discurso inmersos en los procesos cognitivos de la producción y recepción, así como por las dimensiones socioculturales del uso del lenguaje y la comunicación.

6.3.5 Estereotipos. Son frases, palabras o imágenes que reflejan representaciones sociales de la realidad, retomadas de la sociedad y reforzadas por los medios de comunicación y/o viceversa. Sustentan los imaginarios sociales esquematizando y encerrando percepciones sobre la realidad de manera positiva o negativa.

6.3.6 Discurso Periodístico. Información nueva difundida, promovida y/o ofertada a través de los medios de comunicación en formatos periodísticos.

6.3.7 Discurso Mediático. María teresa Cortés y Justo Morales Álvarez en el libro Aproximación Discursiva de las Competencias Comunicativas en la Formación del Periodista, definen el discurso mediático como “aquel que transita a través de los medios como una actividad humana controlada ideológica e intencional y con propósitos específicos; con un nivel de intervención consciente del discurso en el contexto social de acuerdo a objetivos políticos, económicos e institucionales”.

6.3.8 Información. Entendemos la información como el resultado de un proceso de transmisión de datos con una implicación semántica. Condicionada por las líneas editoriales de los medios masivos de comunicación, y por la subjetividad del periodista quien selecciona y determina el tema, enfoque, las fuentes, etc.

6.3.9 Universidad. Es un escenario de aprendizaje continuo y encuentro académico donde confluyen el Intercambio de saberes, cosmogonías, entre múltiples culturas, razas, opiniones, creencias, religiones, tribus urbanas, partidos políticos, etc., que confluyen con el objetivo de formarse profesionalmente, pero también de sentar una voz analítica y crítica de los acontecimientos políticos, económicos, sociales y culturales del municipio, región, país y el mundo, manifestados a través de diferentes formas como obras de teatro, foros, tertulias, marchas, comunicados, asambleas, pliegos de exigencias, que muchas veces son invisibilizadas por los medios de comunicación.

7. HALLAZGOS Y CONCLUSIONES

7.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO

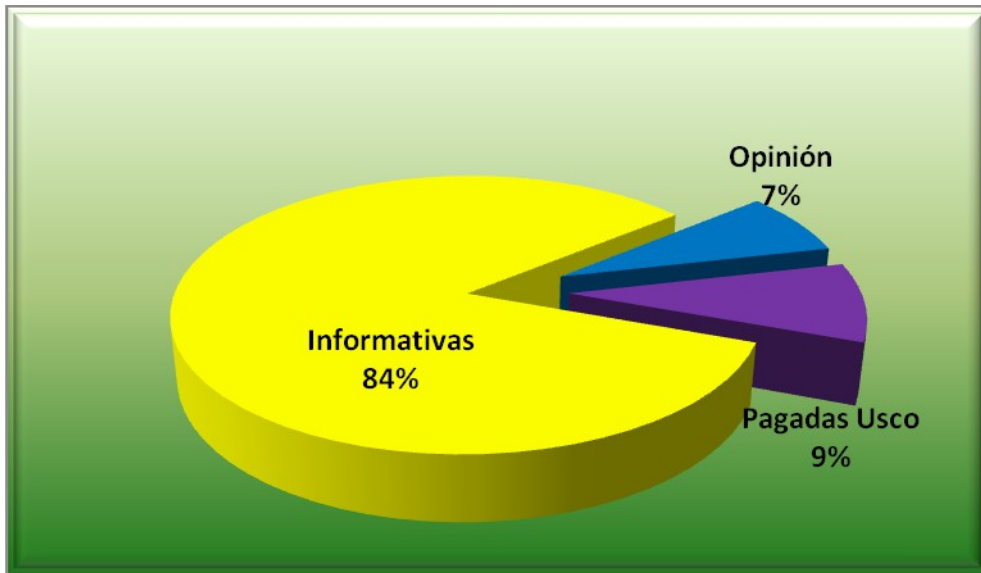
Los siguientes son los resultados y el análisis comparativo de las publicaciones relacionadas con la Universidad Surcolombiana. Identificadas en los medios impresos locales Diario del Huila y La Nación durante el periodo 2003 – 2007.

7.1.1. Tipos de Publicaciones

Cuadro 1. Tipo de publicaciones del **Diario del Huila** relacionadas con la Universidad Surcolombiana en el periodo 2003 – 2007

Año	Periodos	Tipo de publicaciones			Total
		Informativas	Opinión	Pagadas Usco	
2003	A	12	1	7	20
	B	71	7	8	86
	Total	83	8	15	106
2004	A	77	5	0	82
	B	68	6	5	79
	Total	145	11	5	161
2005	A	32	3	9	44
	B	33	6	9	48
	Total	65	9	18	92
2006	A	17	0	5	22
	B	44	2	4	50
	Total	61	2	9	72
2007	A	55	6	0	61
	B	21	2	0	23
	Total	76	8	0	84
Total		430	38	47	515

Gráfica 1. Tipo de Publicaciones del Diario del Huila en el Periodo 2003 - 2007

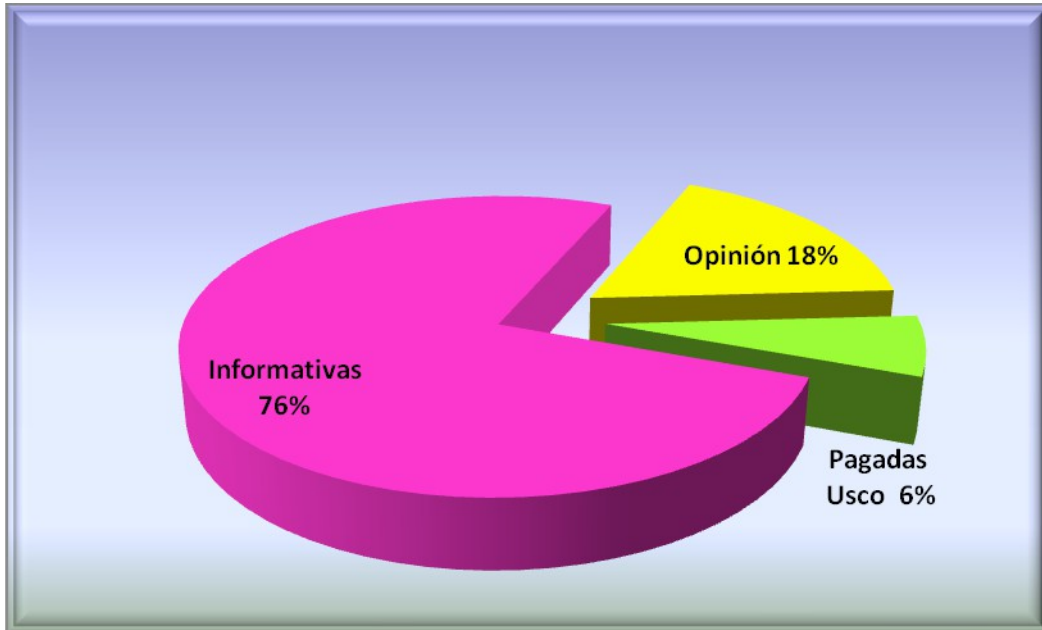


El Diario del Huila publicó **515** informaciones, de éstas, el 84% son informativas, es decir 430 publicaciones.

Cuadro 2. Tipo de publicaciones del **Diario La Nación** relacionadas con la Universidad Surcolombiana en el periodo 2003 – 2007

Año	Periodos	Tipo de publicaciones			Total
		Informativas	Opinión	Pagadas Usco	
2003	A	28	2	0	30
	B	46	11	0	57
	Total	74	13	0	87
2004	A	71	27	0	98
	B	44	10	5	59
	Total	115	37	5	157
2005	A	42	10	7	59
	B	29	9	11	49
	Total	71	19	18	108
2006	A	23	0	5	28
	B	17	7	5	29
	Total	40	7	10	57
2007	A	69	17		86
	B	31	0	1	32
	Total	100	17	1	118
Total		400	93	34	527

Gráfica 2. Tipo de Publicaciones del Diario La Nación en el Periodo 2003 - 2007



En el **Diario La Nación** se publicaron 527 informaciones sobre la Usco, de las cuales el 76% fueron de tipo informativo.

Durante el periodo comprendido entre el 2003 y el 2007, los medios de comunicación impresos locales publicaron 1042 informaciones relacionadas con la Universidad Surcolombiana.

Lo anterior indica que los medios de comunicación impresos locales durante el periodo analizado publicaron informaciones regularmente de tipo informativo, en el género de noticia o breve. En el Diario del Huila el 79% de las informaciones de tipo informativo fueron noticias y el 17% fueron breves. Mientras que en La Nación el 92% fueron noticias y el 4% breves.

Los medios locales impresos normalmente no publican reportajes, análisis, informes, crónicas o entrevistas sobre la Universidad Surcolombiana. En este periodo, sólo figuraron en los tabloides: una crónica, siete reportajes, un perfil y seis análisis.

Durante el inicio del periodo de Ricardo Mosquera Mesa como rector de la Universidad Surcolombiana (año 2004) se publicaron más informaciones en los medios de comunicación. En el 2004 el Diario del Huila publicó 161 informaciones sobre la Universidad Surcolombiana que equivalen al 31% del total de publicaciones durante el periodo, mientras que en La Nación en el 2004 se registraron 157 publicaciones que corresponden al 30%.

Las **informaciones pagadas** por la Usco presentaron un comportamiento similar durante el periodo 2003- 2007. El 2005 fue el año en el cual se publicaron más informaciones pagadas en ambos medios; 38% en el Diario del Huila y 53% en La Nación.

Durante el periodo 2003-2007 se registraron 47 informaciones pagadas por la Universidad Surcolombiana publicadas por el Diario del Huila y 34 en La Nación.

Durante el periodo de Ricardo Mosquera Mesa como rector de la Usco aumentó el número de publicaciones pagadas en los medios. En el año 2005 se registraron 18 informaciones pagadas publicadas en cada uno de los medios de comunicación analizados, con un incremento de más del triple al registrado en los años anteriores.

La tendencia encontrada demuestra que la Universidad Surcolombiana pauta con mayor regularidad en el Diario del Huila.

Con todo lo anterior, se puede afirmar que Durante el periodo de Ricardo Mosquera Mesa la Universidad Surcolombiana apareció con mayor regularidad en los medios locales impresos.

El fenómeno se relaciona con el inicio de la administración de Ricardo Mosquera Mesa, quien según algunos docentes de la Universidad Surcolombiana, Mosquera fue el rector que más se interesó en impulsar en los medios de comunicación una imagen favorable de su gestión administrativa.

“Lo que yo pude observar del doctor Mosquera Mesa es que él hacía gala de exaltar sus enormes capacidades intelectuales y administrativas, que tampoco se vieron reflejadas en el curso del desarrollo académico de la universidad. Pero, Mosquera sí se promocionaba mucho, promovía mucho su imagen en los medios de

comunicación. Casi se podría decir que tenía unos alfiles en los medios de comunicación⁵⁷

En el terreno de proyección social en la administración de Mosquera es cuando más se introduce el tema de la mercantilización de la proyección social de la universidad y ahí también hay que decir desde mi perspectiva, que la proyección social que hizo la universidad fue la del doctor Mosquera para que volviera a la arena política⁵⁸

7.1.2. Publicaciones Informativas por Género Periodístico

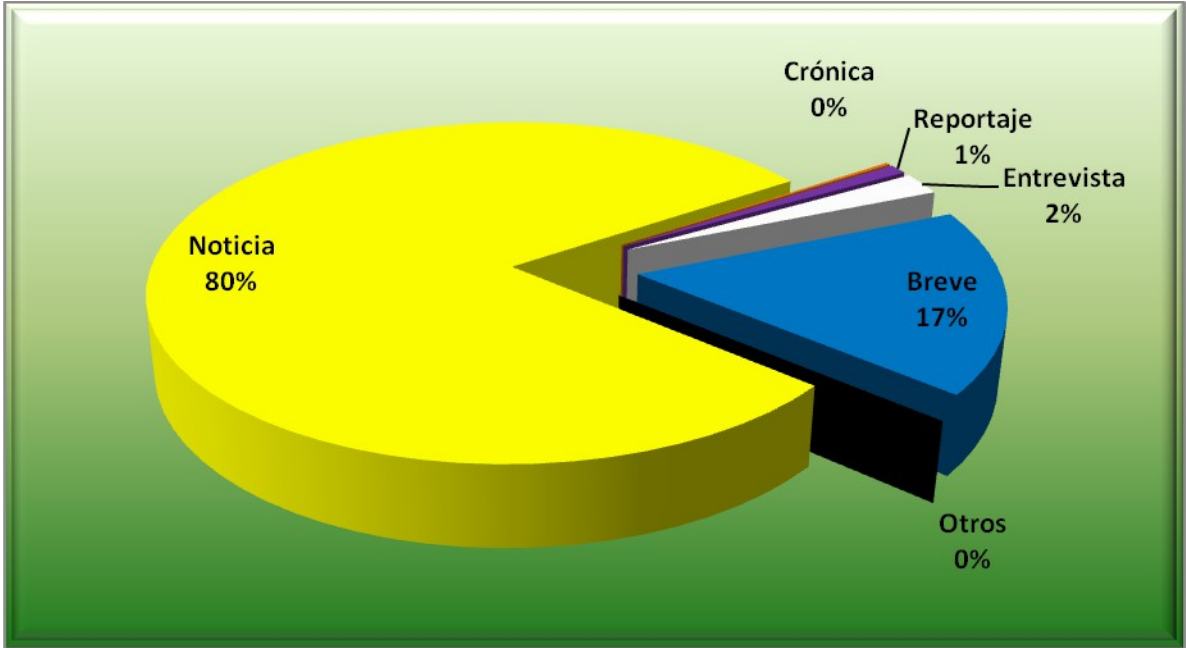
Cuadro 3. Género Periodístico de las Publicaciones de Tipo Informativo del **Diario del Huila** relacionadas con la Universidad Surcolombiana en el periodo 2003 – 2007

Año	Periodos	Género Periodístico Tipo Informativo						
		Noticia	Crónica	Reportaje	Entrevista	Breve	Perfil	Total
2003	A	9	0	0	0	3	0	12
	B	52	0	0	0	19		71
	Total	61	0	0	0	22	0	83
2004	A	53	0	3	1	20	0	77
	B	51	0	0	1	16	0	68
	Total	104	0	3	2	36	0	145
2005	A	29	0	0	0	2	1	32
	B	28	0	1	2	2		33
	Total	57	0	1	2	4	0	65
2006	A	13	0	0	0	4	0	17
	B	38	1	0	2	3	0	44
	Total	51	1	0	2	7	0	61
2007	A	48	0	0	3	4	0	55
	B	20	0	0	0	1	0	21
	Total	68	0	0	3	5	0	76
Total		341	1	4	9	74	0	430

⁵⁷ Entrevista Alfonso Morelos de la Ossa

⁵⁸ Entrevista William Fernando Torres

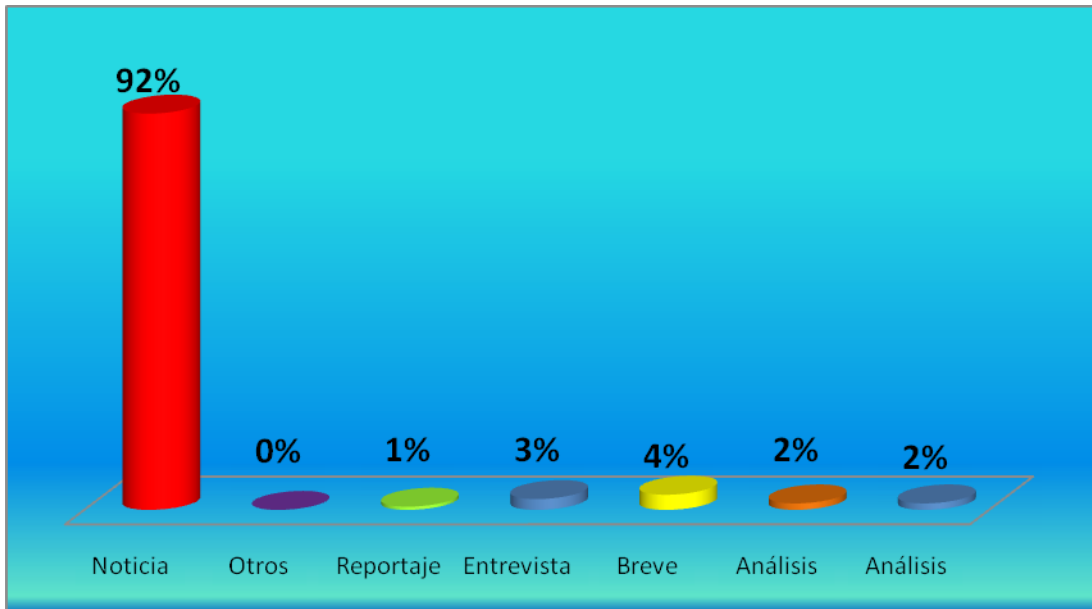
Gráfica 3. Género Periodístico de las Publicaciones de Tipo Informativo del Diario del Huila en el Periodo 2003 - 2007



Cuadro 4. Género Periodístico de las Publicaciones de Tipo Informativo del **Diario La Nación** relacionadas con la Universidad Surcolombiana en el periodo 2003 – 2007

Año	Periodos	Género Periodístico Tipo Informativo							
		Noticia	Crónica	Reportaje	Entrevista	Breve	Perfil	Análisis	Total
2003	A	27				1			28
	B	38		1	1	6			46
	Total	65	0	1	1	7	0		74
2004	A	63		1	5	1	1		71
	B	39			2	2		1	44
	Total	102	0	1	7	3	1	1	115
2005	A	40						2	42
	B	28						1	29
	Total	68	0	0	0	0	0	3	71
2006	A	19				4			23
	B	16						1	17
	Total	35	0	0	0	4	0	1	40
2007	A	66		1	2				69
	B	30						1	31
	Total	96	0	1	2	0	0	1	100
Total		366	0	3	10	14	1	6	400

Gráfica 4. Género Periodístico de las Publicaciones de Tipo Informativo del Diario La Nación en el Periodo 2003 - 2007



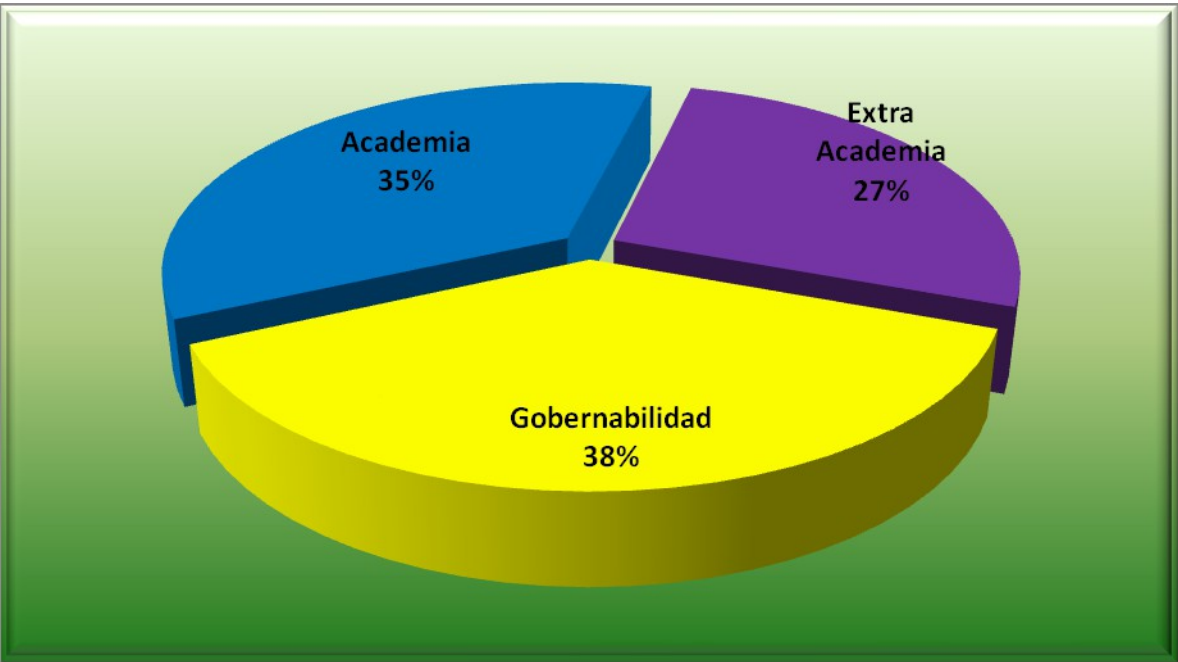
Durante el periodo comprendido entre el 2003 y el 2007, las publicaciones de **tipo informativo** (Noticias, reportajes, crónicas, breves, entrevistas, crónicas, informes y otras), presentaron la misma tendencia que la mencionada anteriormente, es decir, que en la administración Mosquera Mesa (año 2004), la Universidad Surcolombiana registró el 34% de las informaciones de éste tipo. Por su parte, el Diario La Nación publicó el 28% de las publicaciones informativas el año 2004.

7.1.3 Publicaciones por Categorías Temáticas

Cuadro 5. Categorías Temáticas de las Publicaciones Informativas del **Diario del Huila** relacionadas con la Universidad Surcolombiana en el periodo 2003 – 2007

Año	Periodos	Categorías Temáticas						Total
		Gobernabilidad	Academia			Total Academia	Extra Academia	
			Proyección Social	Docencia	Investigación			
2003	A	1	7		1	8	3	12
	B	31	26		3	29	11	71
	Total	32	33	0	4	37	14	83
2004	A	43	9	5	3	17	17	77
	B	18	18	6	4	28	22	68
	Total	61	27	11	7	45	39	145
2005	A	12	7		2	9	11	32
	B	11	8	6	2	16	6	33
	Total	23	15	6	4	25	17	65
2006	A	1	4	1	1	6	10	17
	B	17	17	3		20	7	44
	Total	18	21	4	1	26	17	61
2007	A	25	2		5	7	23	55
	B	3	12		1	13	5	21
	Total	28	14	0	6	20	28	76
Total		162	110	21	22	153	115	430

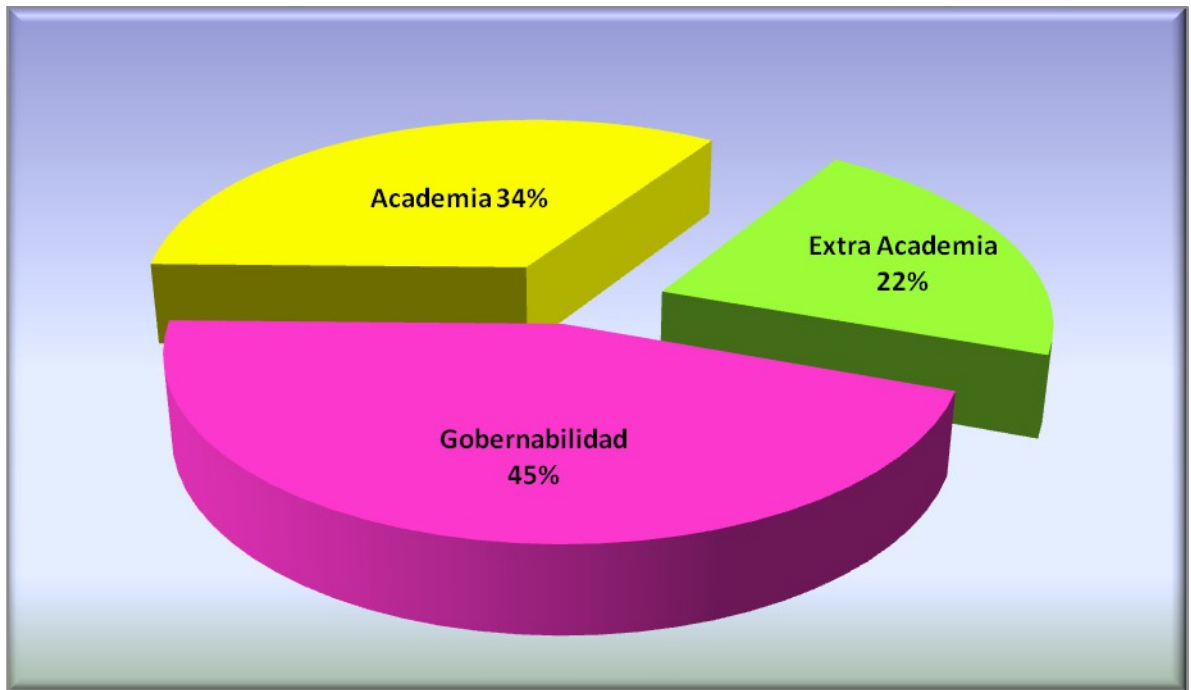
Gráfica 5. Categorías Temáticas de las Publicaciones de Tipo Informativo del Diario del Huila en el Periodo 2003 - 2007



Cuadro 6. Categorías Temáticas de las Publicaciones Informativas del **Diario La Nación** relacionadas con la Universidad Surcolombiana en el periodo 2003 – 2007

Año	Periodos	Categorías Temáticas						Total
		Gobernabilidad	Academia			Total Academia	Extra Academia	
			Proyección Social	Docencia	Investigación			
2003	A	4	14		2	16	8	28
	B	8	12	1	3	16	22	46
	Total	12	26	1	5	32	30	74
2004	A	54	9	1	3	13	4	71
	B	25	6		7	13	6	44
	Total	79	15	1	10	26	10	115
2005	A	8	11	4		15	19	42
	B	5	9	6		15	9	29
	Total	13	20	10	0	30	28	71
2006	A	4	9			9	10	23
	B	7	10			10		17
	Total	11	19	0	0	19	10	40
2007	A	60	3			3	6	69
	B	4	23	2		25	2	31
	Total	64	26	2	0	28	8	100
Total		179	106	14	15	135	86	400

Gráfica 6. Categorías Temáticas de las Publicaciones de Tipo Informativo del Diario La Nación en el Periodo 2003 - 2007



Categorías temáticas de las informaciones de tipo Informativo:

Comparando la cantidad de informaciones publicadas de tipo informativo en los medios de comunicación durante el periodo analizado se observa que existe un equilibrio notable entre ellos, teniendo en cuenta que mientras en el Diario de Huila se publicaron 430 en La Nación fueron 400.

El Diario del Huila publicó el 38% de las informaciones de tipo informativo sobre temas de gobernabilidad que corresponden a 162 publicaciones. El 36% corresponde a publicaciones relacionadas con la academia de la Universidad Surcolombiana y el 27% obedecen a temas extra académicos.

Los temas extra académicos son aquellas informaciones que se generan al margen de la academia. Por lo regular como resultado de una decisión del gobierno universitario (paros académicos, marchas, tropes, fallos judiciales, etc,) o de un hecho extraordinario ligado

a la universidad (Robos, asesinatos, desfalcos, etc).

A la luz de los datos se puede afirmar que el Diario del Huila publicó en mayor medida informaciones de tipo informativo que tenían que ver con la gobernabilidad o con temas extra académicos de la Universidad Surcolombiana, teniendo en cuenta que al sumar estos dos porcentajes equivalen al 65% del total de informaciones de tipo informativo del período analizado.

En el Diario La Nación se registraron 400 informaciones de tipo informativo relacionadas con la Universidad Surcolombiana, de las cuales el 45% corresponden a temas de gobernabilidad que equivalen a 179 informaciones; el 34% corresponden a temas académicos (135 publicaciones) y el 22% fueron informaciones sobre procesos extra académicos de la Usco.

Entre las informaciones publicadas por La Nación sobre la gobernabilidad y los procesos extra académicos de la Surcolombiana suman 265 publicaciones que equivalen al 67% del total de informaciones de tipo informativo.

En ese sentido se plantean las siguientes premisas:

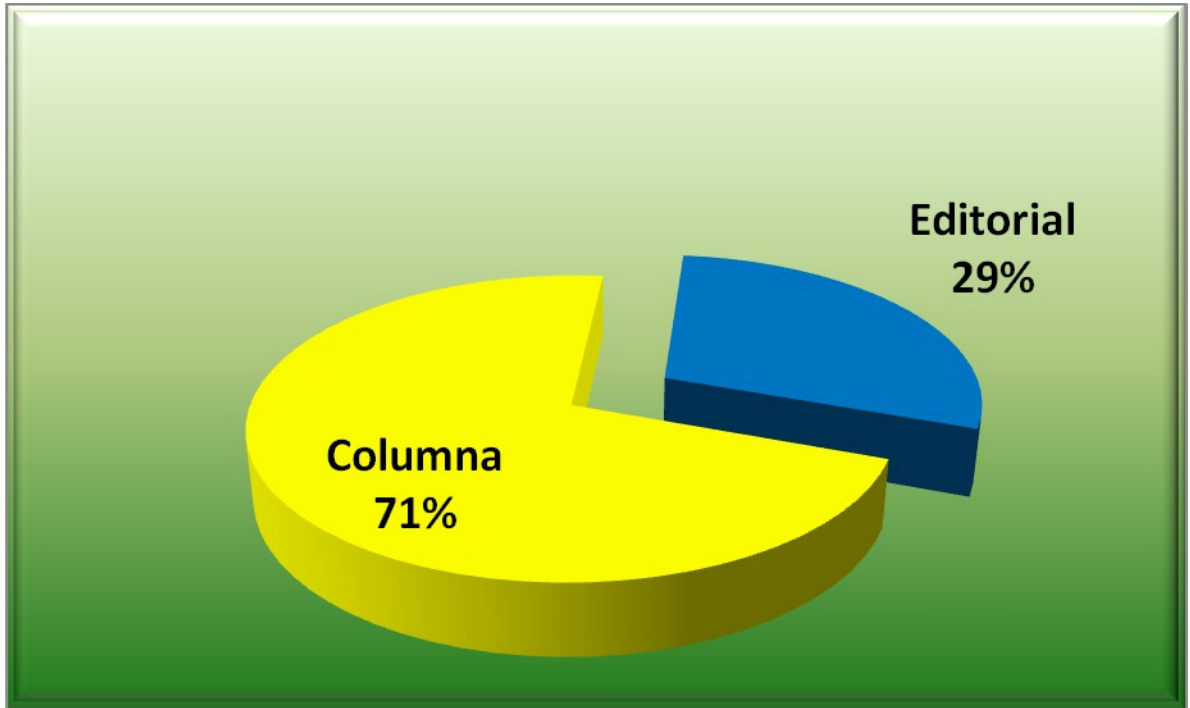
1. La Universidad Surcolombiana no produce noticias relacionadas con temas académicos.
2. Los medios de comunicación impresos locales se interesan más por publicar informaciones de tipo informativo sobre los temas que no tienen que ver con la academia de la Universidad Surcolombiana.
3. En consecuencia, los medios promocionan con mayor regularidad temas de gobernabilidad que tienen que ver las acciones y decisiones del gobierno de la universidad que comprende la cultura democrática, la transparencia de los procesos, el modo de ejercer el poder en la gestión de los recursos económicos y sociales. (Procesos electorales) y los temas extra académicos.
4. Lo anterior puede indicar que la Universidad Surcolombiana no está cumpliendo con su misión institucional o por el contrario que a la Usco no le interesa promocionar sus procesos académicos en los medios de comunicación locales.

7.1.4 Publicaciones Informativas por Género Periodístico

Cuadro 7. Publicaciones de Tipo Opinión del **Diario del Huila** Relacionadas con la Universidad Surcolombiana en el Periodo 2003 – 2007

Año	Periodos	Tipo Opinión		
		Columna	Editorial	Total
2003	A	1		1
	B	6	1	7
	Total	7	1	8
2004	A	3	2	5
	B	3	3	6
	Total	6	5	11
2005	A	2	1	3
	B	4	2	6
	Total	6	3	9
2006	A	0	0	0
	B	2	0	2
	Total	2	0	2
2007	A	4	2	6
	B	2	0	2
	Total	6	2	8
Total		27	11	38

Gráfica 7. Publicaciones de Tipo Opinión del Diario del Huila Publicadas en el Periodo 2003 - 2007



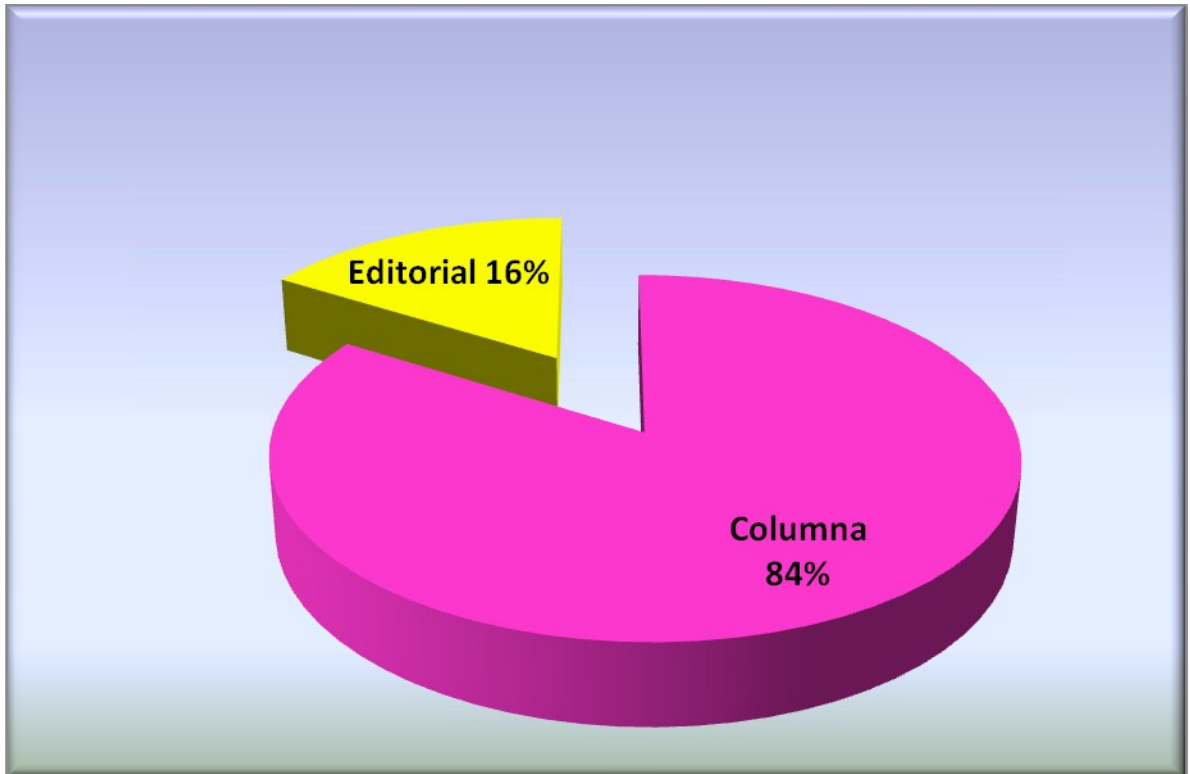
Cuadro 8. Publicaciones de Tipo Opinión del **Diario La Nación** Relacionadas con la Universidad Surcolombiana en el Periodo

2003 – 2007

Año	Periodos	Tipo Opinión		
		Columna	Editorial	Total
2003	A	1	1	2
	B	8	3	11
	Total	9	4	13
2004	A	24	3	27
	B	8	2	10
	Total	32	5	37
2005	A	8	2	10
	B	9		9
	Total	17	2	19
2006	A	0	0	0
	B	5	2	7
	Total	5	2	7
2007	A	15	2	17
	B	0	0	0
	Total	15	2	17
Total		78	15	93

Gráfica 8. Publicaciones de Tipo Opinión del Diarrio La Nación Publicadas en el

Periodo 2003 - 2007



De otro lado entre el 2003 y 2007 se registraron 38 **informaciones de opinión** en el Diario del Huila y 93 en La Nación. Es preciso señalar que el **2004** es el año en el cual se presenta un mayor porcentaje de publicaciones de opinión en ambos medios; 29% en el Diario del Huila que equivalen a 6 columnas y 5 editoriales y 37% en La Nación que corresponden a 32 columnas y 5 editoriales.

Publicaciones de Opinión

Entre en 2003 y 2007 se registraron 38 publicaciones de opinión en Diario del Huila y 93 en La Nación.

71% de las informaciones de opinión publicadas por el Diario del Huila fueron Columnas mientras que el 29% fueron editoriales. De otro lado, en el Diario la Nación el 84% de las informaciones de opinión fueron columnas y 16% editoriales.

Es preciso señalar que los columnistas y editorialistas del Diario del Huila no opinan con

mucha regularidad sobre los procesos de la Universidad Surcolombiana mientras que en La Nación se desarrollan constantes análisis de opinión sobre la Usco.

Durante el periodo de Mosquera Mesa La Nación publicó un mayor porcentaje de informaciones de opinión, 37 en el 2004 y 20 en el 2005, en su mayoría escritas por funcionarios de su administración. Jorge Elías Guebelly, Winston Morales, Ricardo Mosquera, entre otros.

Durante el periodo de Ricardo Mosquera Mesa como rector de la Usco aumentó el número de publicaciones pagadas en los medios. En el año 2005 se registraron 18 informaciones pagadas publicadas en cada uno de los medios de comunicación analizados, con un incremento de más del triple al registrado en los años anteriores.

Por último, existe una tendencia general por parte de los medios de comunicación impresos locales de opinar por intermedio de sus columnistas acerca de la Universidad Surcolombiana con el fin de comprometerse directamente a través de editoriales.

7.3 ANÁLISIS DEL DISCURSO

El siguiente es el análisis cualitativo de 24 publicaciones periodísticas escogidas de acuerdo a los criterios mencionados en la metodología del presente trabajo de grado, de las cuales, 20 publicaciones son de tipo informativo (Es decir, dos noticias semestrales, una por cada periódico).

Igualmente, se seleccionaron cuatro editoriales durante el período en mención. (Es decir, uno por cada año). Cabe aclarar que en el año 2006 no se registraron publicaciones periodísticas editoriales, por lo cual no se tuvo en cuenta este año para el análisis crítico del discurso argumentativo.

Cuadro 9. Publicaciones de tipo informativo del *Diario la Nación* seleccionadas para aplicar el análisis crítico del discurso.

Año/Semestre	Tema	Fecha	Fotografías		Párrafos		Criterio Selección
			Portada	Interior	Portada	Interior	
2003/A	Gobernabilidad	Jueves 23 de Enero de 2003	0	1	2	8	4
2003/B	Extra-academia	Miércoles 9 de diciembre de 2003	1	2	1	7	2
2004/A	Gobernabilidad	Viernes 19 de marzo de 2004	1	7		14	2
2004/B	Extra-academia	Viernes 19 de Noviembre de 2004	1	4		7	1
2005/A	Proyección Social	Jueves 30 de marzo de 2005	0	8	0	22	3
2005/B	Extra-academia	Miércoles 21 de septiembre de 2005	1	5	1	22	2
2006/A	Extra-academia	Martes 28 de marzo de 2006	1	0			
2006/B	Gobernabilidad	Sábado 28 de octubre de 2006	1	1	1	8	1
2007/A	Gobernabilidad	Jueves 22 de marzo de 2007	1	4		18	2
2007/B	Academia	Lunes 8 de Octubre de 2007	1	2	2	10	1

6.3.1 Publicaciones de tipo informativo seleccionadas para aplicar el análisis crítico del discurso.

Cuadro 10. Publicaciones de tipo informativo del **Diario del Huila**
 Seleccionadas para aplicar el análisis crítico del discurso.

Año/Semestre	Tema	Fecha	Fotografías		Párrafos		Criterio Selección
			Portada	Interior	Portada	Interior	
2003/A	Gobernabilidad	Jueves 23/01/2003	1	0	¿?	7	2
2003/B	Gobernabilidad	Jueves 11/12/03	1	3	1	15	2
2004/A	Gobernabilidad	Viernes 14 de mayo de 2004	1	4	3	12	2
2004/B	Extra-academia	Domingo 12 de septiembre de 2005	0	5	2	29	4
2005/A	Extra-academia	Viernes 06 de mayo de 2005	1	8		16	2
2005/B	Gobernabilidad	Martes 20 de septiembre de 2005	1	6		24	2
2006/A	Extra-academia	Domingo 2 de abril de 2006	0	3	2	33	4
2006/B	Gobernabilidad	Sábado 28 de octubre de 2006	1	1	1	8	1
2007/A	Extra-academia	Jueves 10 de mayo 2007	1	1	1	13	2
2007/B	Extra-academia	Lunes 30 de julio de 2007	1	1	1	13	1

Cuadro 11. Editoriales del **Diario del Huila** y **Diario La Nación** Seleccionadas para aplicar el análisis crítico del discurso.

Año/Semestre	Medio Impreso Local	Fecha	Criterio Selección
2003	La Nación	Jueves 11 de diciembre de 2003	Uno y Dos
2004	D. del Huila	Viernes 14 de mayo de 2004	Uno y Dos
2005	D. del Huila	Miércoles 21 de septiembre de 2005	Uno y Dos
2006	No hay editoriales	En este	Año
2007	Diario La Nación	Domingo 15 de abril de 2007	Uno y Dos

CONCLUSIONES



En el análisis de las publicaciones seleccionadas en la presente investigación se identifican carencias en la construcción de los relatos periodísticos. Los medios locales impresos abordaron los temas relacionados con la Universidad Surcolombiana desconociendo los diferentes contextos que dan respuesta a los por qué de las situaciones particulares que ocurren en la institución.

Usualmente, la información presentada a los lectores no menciona las causas y consecuencias de las acciones que suceden al interior de la institución. En las noticias analizadas, las protestas estudiantiles y profesoras se muestran como hechos aislados de los procesos académicos, de las decisiones del Consejo Superior Universitario y de la administración de turno.

Igualmente, en los relatos periodísticos predomina la voz oficial en la mayoría de las publicaciones, omitiendo las posturas de otros estamentos de la Universidad (Profesores, estudiantes, trabajadores, comunidad huilense, etc.); por lo cual se ofrece a los lectores una sola mirada del acontecer institucional.

Los periodistas de los medios locales impresos toman partido en la exposición de la noticia, al emplear adjetivos, apelativos, frases valorativas y vocablos que descalifican o exaltan las acciones de los miembros de la Universidad.

También se encontró una tendencia a generalizar sobre el número de personas que participan en situaciones que involucran el nombre de la Universidad Surcolombiana. Esta tendencia se evidencia en la atribución que realizan los medios en las noticias de orden público relacionadas con la Universidad Surcolombiana. Cuando hacen referencia a los participantes de las protestas se menciona con *“los estudiantes de la Universidad Surcolombiana”*, así ocurre con las informaciones que relacionan a los militantes de grupos izquierdistas de la Usco con las guerrillas de las Farc o del ELN, como ocurrió en la noticia publicada el domingo 2 de abril por el Diario del Huila. Esta tendencia genera en los lectores una imagen pública negativa sobre los estudiantes de la Usco.

De otro lado, luego de analizar la muestra de 20 narraciones informativas y cuatro de tipo opinión publicada en los diarios impresos locales, en el periodo comprendido entre el 2003 y el 2007, se halló una tendencia general en ambos medios por publicar con mayor despliegue periodístico las informaciones relacionadas con las categorías temáticas de gobernabilidad y extra academia, con un total de nueve publicaciones cada una.

Aunque en la universidad se presentan este tipo de informaciones relacionadas con estas problemáticas, también es cierto que se producen informaciones relacionadas con investigaciones, cultura universitaria, ciudadanía, deportes, debates, foros, entre otros, que en pocas ocasiones son registradas en los medios impresos locales.

Se entiende por informaciones de gobernabilidad a aquellas que tiene que ver con las acciones y decisiones del gobierno de la universidad. Comprende la cultura democrática, la transparencia de los procesos, el modo de ejercer el poder en la gestión de los recursos económicos y sociales.

Mientras que las informaciones extra-académicas son publicaciones que se generan al margen de la academia. Por lo regular como resultado de una decisión del gobierno universitario (paros académicos, marchas, tropes, fallos judiciales, etc) o de un hecho extraordinario ligado a la universidad (robos, asesinatos, desfalcos, etc).

Esta investigación comprende que los medios de comunicación publican discursos periodísticos que promueven – refuerzan una mirada sobre los acontecimientos, personajes e instituciones y en particular sobre la imagen pública, por lo tanto consideramos que los medios de comunicación locales impresos del departamento del Huila promovieron con mayor regularidad una imagen pública negativa de la Universidad Surcolombiana al predominar informaciones relacionadas con la gobernabilidad y con hechos que se generan al margen de la academia.

Durante este periodo, ambos medios mostraron poco interés en publicar informaciones con amplio despliegue periodístico en los temas relacionados con la academia, es decir, aquellos que se refieren a los distintos procesos afines con la producción de conocimiento e intervención y proyección social de la Universidad Surcolombiana. El registro fue de seis publicaciones en total.

Es preciso mencionar que el tratamiento periodístico dado a las informaciones relacionadas con temas extra-académicos y de la gobernabilidad de la Universidad Surcolombiana, fueron registrados por los medios de comunicación como hechos aislados, carentes de análisis, con poco seguimiento periodístico y desligados de la parte académica de la universidad.

Esto se evidenció en informaciones como la registrada sobre la captura de un estudiante de la Universidad Surcolombiana, durante la administración de Edgar Machado. Los medios de comunicación regionales registraron esta noticia desde la versión oficial, mostrando al universitario como delincuente y terrorista. Meses después el estudiante fue puesto en libertad porque no había pruebas que lo inculparan, ni el Diario del Huila ni la Nación, publicaron algún tipo de información para resarcir la información sobre su captura.

La imagen pública que permaneció en la memoria colectiva de los lectores de estos medios, fue que en la Universidad Surcolombiana existen estudiantes revoltosos que portan explosivos para agredir a la fuerza pública.

Se entiende que es indispensable entender el concepto de imagen pública con base en tres aspectos. El primero, entender que la imagen representa un efecto interno en el cual intervienen algunos factores externos que condicionan el sentido de la expresividad. El segundo, que la imagen pública representa un juicio de valor cultural. Y por último, que el desarrollo de una imagen pública involucra un proceso de comunicación dirigido, según los planteamientos de Citlalic Peralta.

Otra evidencia del tratamiento periodístico y la de la imagen pública promovida por los medios locales impresos sobre la gobernabilidad y los procesos internos de la universidad es la noticia del jueves 23 de enero de 2003, que corresponde a la categoría temática de gobernabilidad, específicamente se refiere al tema de la ampliación del período de encargo del rector Beltrán Cuéllar *“por su buena gestión”* y la carencia de un mecanismo claro y transparente para un nuevo proceso de elección de rector.

La imagen pública más común asociada a este tema resalta la buena gestión del rector encargado, además indica que la gobernabilidad de la Universidad Surcolombiana presenta falencias, que el mecanismo de elección de rector ha sido manipulado y poco claro y transparente. Así mismo, que no existe un método que garantice la eficacia de las elecciones de rector, que no hay conformidad unánime de la comunidad universitaria respecto al mecanismo de elección, que la universidad no se viene desarrollando de manera normal y que no ha existido objetividad en las elecciones de rector, tal como lo reflejan las siguientes frases: *“evaluó el desempeño de Beltrán Cuéllar...el cual fue calificado de positivo”, “transparencia”, “reglas del juego claras”, “parámetros claros y transparentes”, “que no permita que se manipule”, “conformación del método eficaz”, “con más objetividad”, “asegurar su normal desarrollo”.*

Mientras que la imagen pública asociada al rector encargado de la institución es de carácter positiva.

Además, al revisar la tendencia de publicaciones en ambos medios de comunicación impresos locales, se encontró un aumento considerable en el número de informaciones relacionadas con la institución en la administración del rector Ricardo Mosquera Mesa (2004 – 2006), sobre todo en las notas pagadas. En éstas, se nota un incremento del 300%, en consideración con las administraciones anteriores. La imagen promovida de la Usco en este periodo es abstracta y negativa. Es decir, los medios de comunicación impresos locales manejaron hábil y paralelamente dos discursos completamente diferentes. Por un lado, mencionan que en la institución hay problemas de corrupción, violencia y malos manejos administrativos, pero no se mencionan responsables. Por el otro, siempre promovieron una imagen positiva del rector, protagonista indiscutible de las acciones al interior de la universidad.

Igualmente, se triplicaron las publicaciones de tipo opinión. La mayoría para favorecer la imagen personal del rector Mosquera y su buena gestión como administrador de la Universidad Surcolombiana, quien posteriormente renunciaría a su cargo para lanzarse como precandidato liberal a la Alcaldía de Neiva.

En términos de imagen pública, y siguiendo los postulados de Valdez, es evidente que la estrategia de Mosquera al utilizar a la Usco como trampolín político, manifiesta una clara manipulación de la información para construir consensos entre los lectores y, legitimarse socialmente en aras de movilizarlos a una votación que en últimas no lo favoreció.

En síntesis y de acuerdo con los planteamientos de Van Dijk, citados en esta investigación, encontramos que los medios de comunicación y los grupos sociales poderosos (En este caso, la administración de Mosquera, sus adalides en la arena política, periodistas y docentes), se valieron del *acceso preferencial del discurso público* para promover la imagen favorable del rector Mosquera como administrador competente y académico emérito en el ámbito universitario, en aras de aquilatar su imagen política.

Esta elaborada estrategia de publicidad y promoción se *institucionalizó rutinariamente*, a lo largo de tres años en los diarios locales, mediante informaciones pagadas y columnas de opinión que hablaban más de la buena gestión de Mosquera que de los méritos misionales de la Universidad. De esta manera, la información al pasarse por los medios se difundió como cierta, con el interés de crear un *modelo situacional* en la *memoria episódica* en las audiencias con la pretensión – fallida – de acrecentar el caudal electoral en la campaña para la Alcaldía.

En cuanto a la imagen pública de la Universidad Surcolombiana promovida por los diarios locales impresos en el periodo comprendido entre el 2003 y el 2007, se encontró una tendencia de los medios por cubrir y promover generalmente los temas de manera diferencial, de acuerdo a los actores que hacen parte de la comunidad universitaria y a procesos que se viven al interior de la institución: las funciones de la institución; la gobernabilidad de la institución; los rectores; el Consejo Superior Universitario; y los estudiantes.

Funciones de la Usco

La imagen pública promovida desde los medios de comunicación impresos locales sobre la Universidad Surcolombiana como ente encargado de la construcción de conocimiento nuevo, válido y útil es el de una institución que peca por “inercia académica”, ya que *“para nadie es un secreto que se está quedando corta y que tiene el reto de superar rápidamente los vicios e irregularidades que estudiantes, maestros y personal administrativo han denunciado y que la Contraloría ha confirmado en buena parte”*. Esta clase de afirmaciones se encuentran en muchos de los textos revisados, reforzando a los lectores la imagen negativa sobre la institución.

Los relatos periodísticos, no exploran las causas que generan los desórdenes y revueltas en la Usco, expresan situaciones anteriores recientes pero de manera limitada, de manera que el lector no alcanza a comprender la naturaleza o raíz del hecho.

De otra parte, los adelantos, investigaciones y aportes de la institución al entorno local y regional se mencionan en escasas ocasiones o son invisibilizados. Al igual que la producción intelectual de sus investigadores. La proyección social se limita al cubrimiento de eventos.

Gobernabilidad de la Usco

En todas las publicaciones citadas, salvo una, la mención sobre los responsables de la situación de “corrupción” e “inestabilidad institucional” es abstracta e imprecisa. En la mayoría de los casos los procesos de gobernabilidad de la Universidad son promovidos como “poco claros y manipulables”, pero, sin mencionar nunca las acciones y/o actores concretos. *“A la universidad hay que sacarla del atolladero a que la han conducido la politiquería y los procedimientos equivocados”*. Paradójicamente, en estos casos se desconocen las funciones de los miembros del Consejo Superior Universitario y el rector – encargados de la alta dirección de la Universidad -. *“La Usco tiene ahora el reto de demostrar que no es cierto que le quede grande la autonomía universitaria y que está en capacidad de funcionar como un laboratorio de la democracia y las ideas”*. Así las cosas, la imagen pública promovida desde los medios locales impresos sobre la gobernabilidad de

la Universidad Surcolombiana es confusa e inexacta porque se promueven dos discursos diferentes. Por un lado, se reseña la eficiencia de las directivas de la institución y por otro, se critica la corrupción del alma máter.

Rectores y Consejo Superior Universitario

Las anteriores noticias y columnas analizadas presentaron las siguientes construcciones de imagen pública asociadas al rector de turno y al Consejo Superior Universitario de la Universidad Surcolombiana.

Las gestiones de los rectores y del Consejo Superior son exaltadas continuamente por los medios de comunicación impresos. Sus decisiones y actuaciones son mostradas como “acertadas”, “maduras”, “con mucha responsabilidad”, y enmarcadas siempre en beneficio de la universidad Surcolombiana. Eduardo Beltrán, Edgar Machado, Ricardo Mosquera, Eduardo Pastrana y Luis Alberto Cerquera fueron visibilizados a través de los discursos periodísticos publicados por los medios de comunicación impresos, proyectando una imagen favorable, distante de los procesos internos que atravesó la universidad durante el periodo analizado. (Paros académicos, enfrentamientos entre algunos estudiantes y la fuerza pública, huelgas de hambre, marchas, etc.)

En el ámbito público, la imagen es la percepción y representación mental que una persona tiene de otra, la cual se contribuye a partir de la relación entre individuos en un momento y espacio determinados⁵⁹.

Además, esta tendencia es consecuente con la concepción de Valdez Zepeda⁶⁰, que asegura que la imagen es dinámica: se construye a través del tiempo a partir de nuestros actos, palabras, actitudes, apariencias e incluso, omisiones, pudiendo ser creada de acuerdo con nuestros intereses y decisiones. Esto implica la creación de una imagen acorde con nuestros objetivos y planes. Los medios de comunicación orientaron la imagen pública de los rectores de la Usco, según los intereses de los propietarios de los medios – con el propósito de asegurar publicidad por parte de la universidad – y las intenciones de los administradores – para promover su imagen con fines políticos, especialmente este fue el caso de Ricardo Mosquera Mesa-.

De otro lado, pero en concordancia con lo anterior, el Consejo Superior de la Universidad Surcolombiana, aún cuando es citado por terceros en las publicaciones de los medios de comunicación locales impresos, el organismo es promovido como un baluarte de la institución, con en este ejemplo: “señaló que el Consejo Superior se ha pronunciado en

⁵⁹ Andrés Valdez Zepeda, en el ensayo “Un Acercamiento a la Epistemología De la Imagen Pública.

⁶⁰ VALDEZ, Zepeda Andrés. Jefe del Departamento de Administración. División de Gestión Empresarial. <http://www.cucea.udg.mx/ncentro/directorio/info.php?> Doctorado en estudios Latinoamericanos con especialidad en Ciencia Política, 1997, University of New Mexico. U.S.A.

varias oportunidades sobre la defensa de la universidad pública, la autonomía universitaria y la promoción de acciones que conduzcan a la USCO hacia la acreditación, y el fortalecimiento de los programas educativos, la investigación y la docencia”.

En escasas ocasiones, el organismo es mostrado desfavorablemente, y cuando el testimonio o el relato periodístico lo amerita, rápidamente, esta afirmación es desvirtuada, en la mayoría de los casos, para exaltar el compromiso del Consejo Superior, resaltando sus cualidades de organización y participación. Un ejemplo de este caso es el siguiente: ““Hay mucho inconformismo. Lo cierto es que la decisión - del Consejo Superior Universitario - no fue académica, fue política”, explicó Miller Dussán, visiblemente sorprendido. Sin embargo, los miembros del organismo estimaron que hubo un consenso y fue democrático. El rector Eduardo Pastrana, quien asistió con voz pero sin voto, consideró que pese al inconformismo la decisión se tomó con altura. Realmente hubo una decisión madura por parte del Consejo Superior y pese a que pueden existir algunos sectores inconformes con la decisión, realmente, resuelve en gran medida la situación de la elección de rector. Con toda la altura y calidad del debate se dieron las votaciones y se llegó a esa decisión en forma transparente y madura””.

Entre las menciones de las acciones de los rectores de turno de la Universidad Surcolombiana se destaca la exaltación excesiva de sus gestiones, aun cuando estos ni siquiera han comenzado el ejercicio de sus funciones, “La credibilidad y el respeto de que goza - Édgar Machado - en los estamentos de la comunidad universitaria, le facilitarán su labor en procura de recuperar la armonía y la normalidad en el interior de la entidad...El profesor Machado ya fue rector de la Institución y desempeñó también la rectoría de la Universidad del Tolima. En esas dos oportunidades realizó su gestión con eficacia y especial transparencia. Su formación humanística, su conocimiento de la realidad universitaria y su temperamento ecuánime lo convierten en la persona más indicada para dirigir la casa de estudios en momentos en que el conflicto ha exacerbado los ánimos”.

El caso más notorio de este favorecimiento a la imagen personal de un rector se presentó durante la elección y gestión de Ricardo Mosquera Mesa: “Una vez más la razón se impuso para llevar a la Rectoría a una persona capaz, quizá ideal, cuya misión va más allá del alcance de su periodo”. Estas versiones difundidas desde la prensa local sobre Mosquera Mesa permitieron consolidar su imagen de “economista con amplia trayectoria en el campo académico, político y diplomático” no sólo al interior de la Usco, sino fuera de ella. “Mosquera tiene bastante terreno recorrido en estas lides y es conocedor como el que más de los factores que han conducido a la Usco a la peor de las crisis. Es reconocida su amplia experiencia, y en principio eso es prenda de garantía”.

Ricardo Mosquera Mesa, hábilmente utilizó sus dotes de político de vieja data para auto promoverse a partir de la publicación continua de una columna de opinión desde donde condenaba la “inercia académica” de la institución que lideraba, al tiempo que exaltaba su

condición de líder y estratega. Esta práctica también fue seguida por sus vicerrectores como un mecanismo de persuasión para allanar el terreno a las elecciones del 2006 a la alcaldía de Neiva, que a la postre fue perdida por Mosquera al enfrentarse por un político de trayectoria incipiente.

La tendencia de los medios locales a salvaguardar la imagen de las directivas de la Usco obedece al interés de estos en mantener buenas relaciones con las élites políticas y económicas de la región, quienes tienen representación o forman parte del Consejo Superior Universitario e inciden en la contratación directa de publicidad de esta casa de estudios con las empresas editoriales. En el periodo estudiado, se encontró que en promedio, cada 22 días, aparecía publicada una página pagada por la Universidad Surcolombiana en los medios citados, difundiendo las actividades propias de la institución.

Estudiantes

La imagen pública es la percepción dominante que una colectividad establece respecto de un actor, institución o referente cultural, con base en las impresiones y la información pública que recibe⁶¹. Así pues, es bien sabido que los estudiantes de la Universidad Surcolombiana y en general los de las universidades públicas son vistos por la ciudadanía como “izquierdosos, revoltosos y revolucionarios”. Esta imagen se ha construido a través de los años por la información que los mismos estudiantes han generado a través de los tropes y desordenes que protagonizan constantemente. Sin embargo, es preciso reconocer que en la actualidad los medios de comunicación son los principales promotores de la imagen pública de la realidad.

Los medios de comunicación locales impresos, en la mayoría de las publicaciones revisadas, las acciones de los estudiantes de la Universidad Surcolombiana se presentan alejadas de las aulas. Es decir, en temas de tipo extra-académico. En esas informaciones se les sustrae de su rol de estudiantes para reseñarlos sólo a través de su participación en protestas violentas generadas en rechazo por decisiones tomadas por la alta dirección de la institución o simplemente como hechos aislados sin justificación alguna. Esta sustracción consciente de los sujetos promueve la imagen pública que de universitarios están más interesados en protestar que en estudiar. *“Los estudiantes se enfrentaron a la fuerza pública, mientras lanzaban arengas en las cuales exigían “autonomía universitaria por las elecciones de rector”.*

El caso más notable se notó en la publicación de una nota periodística titulada *“Estudiantes de la Usco protagonizan desórdenes”*, desde la cual, de entrada se culpaba a los estudiantes de una situación negativa. En textos como este, el periodista se permite opinar sobre hechos que no puede probar (Del sumario de la misma nota) *“Durante las*

⁶¹ Citlalic Peralta en el texto *“Nociones de Imagen Pública”*

pedreas fueron lanzadas varias bombas incendiarias que obligaron a la Policía a tomar drásticas medidas para retomar el control de la situación”.

Además el relato es apoyado por fotografías de los estudiantes atacando a los policías, lo cual refuerza la imagen de que los estudiantes son violentos. Las reiteraciones sobre las manifestaciones de vandalismo de los estudiantes ante las decisiones de sus directivos refuerzan el estereotipo entre los lectores de los periódicos de que los universitarios son incapaces de asumir con madurez política los diferentes procesos de gobernabilidad al interior de la institución, así como su desprecio por emplear formas de protesta diferentes a la violencia. *“Durante tres horas estudiantes de la Universidad Surcolombiana, Usco, se enfrentaron con la Policía y mantuvieron aislados a los barrios. El grupo de manifestantes, que lanzaron papas explosivas y botellas con gasolina a la Fuerza Pública, protestaban por el recorte del presupuesto de la institución, la autonomía universitaria y la acreditación de los programas”.*

Se entiende los estereotipo son frases, palabras o imágenes que reflejan representaciones sociales de la realidad, retomadas de la sociedad y reforzadas por los medios de comunicación y/o viceversa. Sustentan los imaginarios sociales esquematizando y encerrando percepciones sobre la realidad de manera positiva o negativa

De otra parte, al mencionar a los estudiantes surcolombianos - generalmente involucrados en situaciones violentas -, los medios de comunicación impresos locales no precisan el número y el sector implicado. *“Un grupo de jóvenes encapuchados que, al parecer, pertenecen a la comunidad estudiantil de la Universidad Surcolombiana, USCO, salieron a la vía, donde quemaron llantas, obstruyeron el paso vehicular y se enfrentaron a la Fuerza Pública con artefactos explosivos”.* Esta afirmación imprecisa sugiere que todos los alumnos de la institución son actores activos de las diferentes situaciones violentas.

Además la noticia del 2 de abril de 2006 publicada por el Diario del Huila, titulada *Guerrilla se está infiltrando en la academia, pág 3 a*, produce un efecto de estigmatización generalizada sobre los miembros de la comunicada universitaria de la Usco, las universidades públicas del país y en especial sobre los grupos estudiantiles que confluyen en la Universidad Surcolombiana.

Esa publicación promueve la idea entre los lectores mediante un discurso apoyado en un lenguaje altamente ofensivo y militar, que los estudiantes críticos o miembros de grupos de izquierda son guerrilleros. El relato se sustenta principalmente con el argumento de que la prueba de que los estudiantes son guerrilleros son los enfrentamientos a piedra que cada cierto periodo sostienen grupos de estudiantes con la policía.

Desde el punto de vista de la ética periodística, la publicación del diario del Huila incurre en numerosos errores. Primero, se apoya principalmente en las fuentes oficiales, según el

medio, organismos del Estado dedicados a la inteligencia en defensa de los intereses de la democracia. En ninguna parte de la publicación se visibilizan actores propios de la universidad.

En conclusión se puede afirmar que los medios de comunicación locales impresos presentan a los estudiantes de la Surcolombiana como terroristas, agentes de la guerrilla y con poco interés en la academia.

En conclusión, los medios locales impresos Diario La Nación y Diario del Huila, durante el periodo 2003 – 2007, promovieron una imagen pública de la Universidad Surcolombiana inexacta y confusa. Inexacta porque los hechos mostrados no corresponden a la realidad que vive la institución y confusa porque la redacción no es clara, ni precisa.

Puede terminar diciendo que es una imagen negativa, determinada por los intereses políticos que la han permeado y la utilizan como plataforma para continuar reproduciendo el statu quo político, social y económico de los grupos de poder en la Región Surcolombiana.

BIBLIOGRAFÍA

ACUERDO NUMERO 0020 DE 2003. 13 de mayo. Por el cual se adopta el Proyecto Educativo Universitario P.E.U. Consejo Superior Universitario Universidad Surcolombiana. pp. 2 – 6.

BAUTISTA, Oviedo Eduardo y otros. Movimiento Estudiantil de la Universidad Surcolombiana y su Discurso Comunicativo Escrito 2002-2005. Tesis de grado Comunicador Social y Periodista. Neiva: Universidad Surcolombiana Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, 2006. Pág. 83

CASTELLS, Manuel. La era de la información, La sociedad Red, Alianza, Madrid, 1998.

CHACÓN, Gutiérrez Inmaculada. La mediación documental en: www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuadern4/chacon.html.

CORTÉS, María Teresa; Morales Justo Alvarez. Aproximación Discursiva al Desarrollo de las Competencias Comunicativas en la Formación del Periodista. 2007.

EL TIEMPO, Manual de redacción. 5ª Edición, 2001.

Entrevista a Carlos Andrés Pérez. Editor del Diario del Huila. Neiva, 6 de Junio de 2008.

Entrevista a Heber Zabaleta Parra. Editor Diario La Nación. Neiva, 4 de junio de 2008.

GRAFFE, Martha. Huila – Caquetá – Putumayo. Una mirada sobre sus procesos entre 1980/89 desde la prensa nacional. Tesis Facultad de Ciencias Sociales Humanas. Usco. 2005.

HERRAN, María Teresa. Manual: "Cubrimiento periodístico responsable del desplazamiento forzado". Capitulo I, Percepciones, Estereotipos y Prejuicios. 2005. P. 19.

HERRAN, María Teresa. Confusiones del Periodismo. Medios Para la Paz. P. 16

McLuhan. Marshall. La sociedad de la información.

ORTEGÓN, P. Germán. Escribir Para La Vida, Periodismo Y Comunidad.

PERALTA, Citlalic. Consultora en imagen y relaciones públicas. Colaboradora de la Cátedra de Investigación en Comunicación Estratégica y Cibercultura del ITESM Campus Estado de México, México.

PERELMAN, Chaim. El Imperio retórico: Retórica y argumentación.

RAMONET, Ignacio. El quinto Poder. Edición on line de Le Monde Diplomatique 2003. p. 2

Redactor de actualidad Neiva. Sigue apretón en la Usco. En: Diario La Nación, Neiva (sábado 3 de febrero de 2001). Sección actualidad, p.3.

Redactor de actualidad Neiva. Sigue apretón en la Usco. En: Diario La Nación, Neiva (sábado 3 de febrero de 2001). Sección actualidad, p.3.

Redactor de actualidad Neiva: Diario La Nación. Año 2000, sección actualidad, p.3.

RESTREPO, Javier Darío. La clamorosa guerra de los espejos. Colombia: Revista Número. Edición 28. 2001. P. 39.

Revista cambio. Los medios al tablero. Colombia: Casas Editorial El Tiempo, 2008. p. 46.

SOJO Abreu Iván. El estudio de la imagen pública: ¿la clave del éxito? Texto publicado en la Revista Latina de Comunicación Social, número 39, marzo de 2001, La Laguna (Tenerife).

Taller a periodistas. Trabajo infantil: Retos y Desafíos del Periodismo, Neiva, 5 de julio de 2008.

TORRES, Silva William Fernando y otros. INSURGENTES. Editorial Universidad Surcolombiana. 2003.

TORRES, William Fernando; Salazar, Mercedes y Rodríguez Luís Carlos. Historias de la sierra y el desierto. Conflictos culturales en el Huila entre 1940 – 1995. Universidad Surcolombiana, ICAN, Red de Solidaridad Social. Editora Láser Impresores.

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA. Diagnostico de la Comunidad Académica 2007.

VAN DIJK, Teun A. La noticia como discurso. 1ª Edición. Ediciones Paidós. 1990.

DIJK, Teun A. Compilación. El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso I. Una introducción multidisciplinaria Editorial Gedisa S.A. 2000.

VAN DIJK, Teun A. Compilación. El discurso como interacción de la sociedad. Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria. Editorial Gedisa S.A

Van Dijk, Teun A. Ideología, Un enfoque multidisciplinario. Editorial Gedisa. 1998.

VALDEZ, Zepeda Andrés. Jefe del Departamento de Administración. División de Gestión Empresarial. <http://www.cucea.udg.mx/ncentro/directorio/info.php?> Doctorado en estudios Latinoamericanos con especialidad en Ciencia Política, 1997, University of New Mexico. U.S.A.

VAN dijk, Teun. (Compilador) El discurso como estructura y procesos. Volumen I Barcelona: Gedisa 2000.

ANEXOS

ANEXO A. Transcripción de entrevistas

ANEXO B. Pesquisas del Diario del Huila

ANEXO C. Pesquisas del Diario La Nación

