

# El Periodismo de las Elecciones

Seguimiento a Medios - Elecciones Autoridades Locales  
COLOMBIA - 2011





# Realización

## *Equipo Técnico Seguimiento a Medios – MOE*

---

**Alejandra Barrios Cabrera**

*Directora Nacional*

*Misión de observación Electoral –MOE-*

Fabián Hernández Cadena

*Editor general y coordinador Investigación  
Seguimiento a Medios 2011*

*Misión de observación Electoral –MOE-*

**Luz Adriana Peña Peña**

*Asistente Comunicación y Seguimiento a Medios*

*Misión de observación Electoral –MOE-*

**Eddie Parada Salazar**

*Programador del Software*

**Spiral Studio**

*Regional Atlántico*

**Carmen Rosa Mendivil Calderón**

*Investigador Universidad Autónoma del Caribe*

*Asistentes de Investigación*

**Aixa Limeth Mendoza Bittar**

**Lucas de Jesús Pérez Torres**

**Cheyenne Liceth Lujan Jaimes**

**Luz Stella Hernández Gallego**

**Liliam Sofía Meza Villanueva**

**Franklin Castro Hernández**

**Alejandro Echávez**

**Carlos Alfonso García R.**

**Juan David Vega**

*Regional Bogotá*

**Danghelly Zúñiga**

*Investigadora Universidad del Rosario*

**Álvaro Duque**

*Investigador Universidad del Rosario*

*Asistentes de Investigación*

**Erika Rivas**

**Camilo José Charry**

**Fabio Arias**

**Sergio Andrés Rodríguez**

**Ginna Marcela Santisteban**

**Raúl Alberto Acosta Peña**

*Investigador Universidad Jorge Tadeo Lozano*

*Asistentes de Investigación*

**Katherine Vega Garzón**

**Jake Sebastián Estrada**

**Javier Correa Correa**

**Investigador Universidad Central**

**Juan Camilo Hernández Rodríguez**

*Investigador Universidad de la Sabana*

**Juan David Cárdenas Ruíz**

*Investigador Universidad de la Sabana*

*Asistentes de investigación:*

**Angélica Molinas González**

**Andrés Beltrán Narváez**

*Regional Cauca*

**Piedad Ruiz Echeverry**

*Investigadora Universidad del Cauca*

*Asistente de Investigación:*

**Olga Portilla Dorado**

**Fabián Castellanos Fandiño**

**Sergio Correa Nache**

*Regional Meta*

**Derly Johana Moreno Flechas**

*Investigadora Universidad de los Llanos  
Observatorio del Territorio*

**Paola Montoya Posada**

*Investigadora Universidad de los Llanos Observatorio  
del Territorio*

*Asistente de Investigación:*

**Oscar Otálora Romero**

**Mily Anyi Suárez Baquero**

**Eliana Castañeda Yucuma**

**Martha Janet Díaz prieto**

**Andrea Carolina Mora Cúvelo**

*Regional Nariño*

**Francisco Torres Gómez**

*Investigador Universidad Mariana de Pasto*

---

*Asistente de Investigación:*

**Elsy Ortega Eraso (Docente)**  
**Mario Moreno Muñoz (Docente)**  
**Juliana Valencia Salas**  
**Juan Jacobo Ortega Moreno**  
**Raquel Zambrano Sáenz**  
**Gabriela Eraso Villota**  
**Diana Alborno Marín**  
**Ángela Rocío Mora**

*Regional Norte de Santander*

**Edgar Allan Niño Prato**  
*Investigador Universidad de Pamplona*

*Asistente de Investigación:*

**Rosa Inés Gálvez Álvarez**  
**Deisy Carolina Marín Acevedo**  
**Luz Karina Yunque Jaimés**  
**Alexander Mauricio Daza Arteaga**  
**Yorleiby Montes Medina**  
**Paola Andrea Ordoñez**  
**Ricardo Javier Vega**

*Regional Quindío*

**Betty Martínez Salazar**  
*Investigadora Universidad del Quindío*

*Asistente de Investigación:*

**Estefanía Arango Arbeláez**  
**Diego Alejandro Velásquez Sánchez**  
**David Steven Salazar Fernández**  
**Ismar Alberto Portilla Ortega**

*Regional Risaralda*

**Alexandra Agudelo Ramírez**  
*Investigador Universidad Tecnológica de Pereira*

*Asistente de Investigación:*

**Leandro Toro Valencia**  
**Anderson Paul Gil Pérez**  
**Christian Camilo Calderón Gil**  
**Ewin Arturo Rojas Franco**

**Julián Andrés Flores**  
**Katherine Flores Rodríguez**  
**Estefanía Infante Sánchez**  
**Jorge Luis Gómez Ospina**  
**Jhon Alejandro Vásquez Usquiano**

*Regional Santander*

**Manfry Gómez Ditta**  
*Investigador Universidad Autónoma de Bucaramanga –UNAB–*

*Asistente de Investigación:*

**Daniela Puentes Rueda**  
**Pilar Andrea Salcedo Amorocho**  
**Belkis Paola Mora Sáreaz**

*Regional Valle del Cauca*

**Mónica Marión Cataño Otálora**  
*Investigador Pontificia Universidad Javeriana de Cali*

---

*Diseño y Diagramación:*

**By Creategas.com**

**Álvaro Nieto** *Director Comercial*  
**Pablo Villegas** *Director de Arte*  
**Andrés Camacho** *Diseñador Gráfico*

*Impreso en:*

**Torre Blanca Agencia Gráfica**  
**www.torreblanca.com.co**

---

ISBN: 978-958-99791-6-7

**Bogotá, Colombia**  
Octubre, 2011

# SEGUIMIENTO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN

*Elecciones Autoridades Locales 2011*

La Misión de Observación Electoral entiende que la ciudadanía debe tener acceso a la información transparente y oportuna para poder ejercer sus derechos y deberes plenamente. Los medios de comunicación masivos, principales ejes de información para gran parte de la y los ciudadanos tienen acá una responsabilidad preponderante. Hacer un seguimiento a los productos informativos que estos transmiten es más que necesario de cara a lograr una ciudadanía informada, activa y responsable.

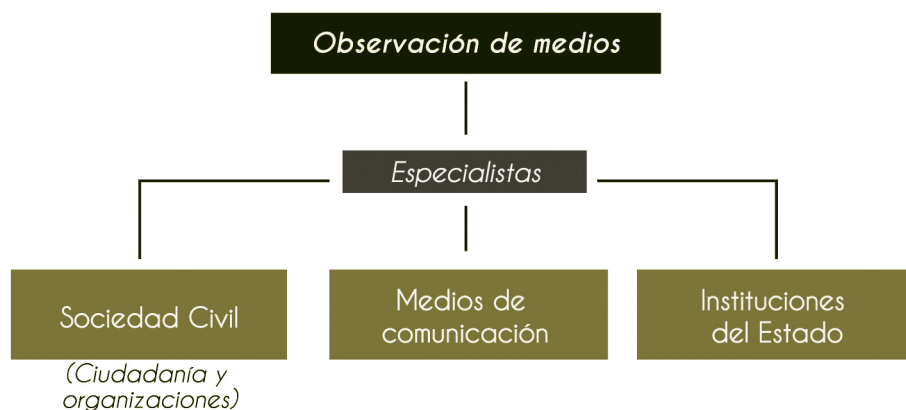
Se propone entonces hacer un seguimiento sistemático del cubrimiento que los medios de comunicación dan sobre los candidatos, sus campañas y programas políticos durante el proceso electoral y además hace un seguimiento al cubrimiento que hacen los medios de las reformas político-electorales para promover, conjuntamente, un mayor acceso de los ciudadanos a información transparente y oportuna ya que se parte de la premisa de la información como bien público.

## *Objetivo General*

Conformar con la ayuda de una Plataforma de Universidades un grupo de estudiantes y docentes que permita la medición cuantitativa y cualitativa de la forma como aparecen en los medios de comunicación los alcaldes, gobernadores y concejales que están en proceso de entregar su cargo público.

## Objetivos Específicos

- Evaluar en términos cualitativos la calidad de la información política que transmiten los medios de comunicación.
- Apoyar a la comunidad de especialistas de una fuente de información sistematizada para hacer el seguimiento al espacio público en que se constituyen los medios de comunicación.
- Ofrecer a los periodistas e industrias mediáticas una retroalimentación enriquecida por otros puntos de vista para colaborar en el mejoramiento de la calidad de la producción informativa



- Evaluar que tan importantes resultan los temas de rendición de cuentas y resultados de candidatos que deben entregar mandato.
- Generar espacios de reflexión y debate sobre los resultados del seguimiento, que potencien el análisis e interpretación de los datos y que puedan alimentar la construcción de herramientas de divulgación de los mismos.
- Fortalecer los observatorios propios de cada universidad con la posibilidad de comparar y compartir metodologías entre expertos nacionales.
- Formular en conjunto con la universidades una metodología de monitoreo de medios en la que sea posible difundir periódicamente los resultados de éste ejercicio, reuniones con expertos, agentes políticos y medios de comunicación.

## METODOLOGÍA

La Misión de Observación Electoral -MOE- en concertación con la plataforma de universidades que hacen parte del Observatorio de Medios, elabora este análisis a partir del seguimiento a 25 medios de comunicación nacionales y regionales (Prensa – Radio – Televisión), efectuado desde el 17 de abril hasta el 06 de noviembre de 2011.

### *Preguntas rectoras*

*¿Cómo se cubren los candidatos de Alcaldía, Gobernación y Concejo en los medios de comunicación nacional y regional?*

*¿Existe equilibrio informativo en el espacio que los medios de comunicación asignan a los candidatos?*

*¿Cuál es el tratamiento periodístico que dan los medios de comunicación a los actores del proceso electoral?*

*¿Cuáles son los temas bandera que aparecen en los medios sobre el proceso electoral de autoridades locales 2011?*

*¿Cuáles son los temas que los candidatos tratan en los medios y cuáles son los que se enfatizan?*

Consecuentes con una concepción ampliada del proceso electoral, concebido este como el momento en el que los diferentes actores políticos entran en competencia por el poder, bajo la vigilancia y control de las autoridades electorales, así como la efectiva participación de la sociedad civil, el seguimiento de medios y campañas electorales estuvo en cuenta:

- En prensa escrita se analizó la sección política, portada y secciones de análisis incluyendo las columnas de opinión, debido a lo importante que resulta para un estudio como éstos, conocer la posición editorial de los periódicos monitoreados, teniendo en cuenta que de ésta depende en buena medida la información que se publica en el periódico.
- En televisión y radio se realizó seguimiento al noticiero de mayor impacto a nivel nacional y local.

La captura de los datos se hizo a partir del software de seguimiento que la Misión de Observación Electoral adaptó para almacenar la información correspondiente a las Variables de Seguimiento establecidas.

Para este informe se tomaron registro de 5817 notas periodísticas (5144 Prensa; 264 Televisión; 409 Radio)



# ANÁLISIS DESAGREGADO DE RESULTADOS

*Las prácticas electorales, de los medios de comunicación.*

*Por: Fabián Hernández Cadena*

*Editor y Coordinador del Seguimiento de Medios de comunicación 2011*

El escenario electoral es primordialmente un escenario de comunicación donde miles de candidatos se someten al escrutinio público para ser favorecidos, o no, por sus electores. En esa relación entre el discurso político electoral y el ciudadano encargado de tomar una decisión se ubican cada día mayor cantidad de canales.

Un primer grupo de esos canales son los mecanismos de encuentro directo político-ciudadano. Allí se ubican desde las plazas públicas de debate, reuniones barriales, hasta las redes sociales, donde la mediación pasa más por el formato que usa la red social, que por una edición de un tercero ajeno a la campaña.

Otro grupo de canales por donde se desarrolla la información electoral, son los medios masivos de comunicación, las encuestas privadas, los encuentros con líderes de opinión, charlas y foros de expertos. En estos la información es analizada y transmitida por agentes ajenos a la campaña. Son terrenos de incertidumbre donde los candidatos no controlan absolutamente todo lo que llega a la ciudadanía que solo recibe lo que profesionales de la comunicación, periodistas, o elites de opinión, quieren mostrar por una u otra razón o circunstancia.

Es aquí donde radica la importancia de un seguimiento sistemático y riguroso de los medios de comunicación. ¿Qué información mediada nos está llegando? ¿Qué decisiones electorales puedo tomar con esa información? ¿Qué tanta deliberación se presenta en los medios? ¿Qué tanto equilibrio existe en la información sobre el proceso electoral? En últimas, ¿Cómo se comportan los medios en las elecciones?

Este estudio tratará de resolver estas inquietudes, desde la mirada de una plataforma de 13 universidades que en 10 regiones del país analizaron día a día las notas periodísticas que se emitieron desde 25 medios de comunicación en prensa, radio y televisión.

## *Tránsitos informativos: de la agenda del candidato a la de los medios.*

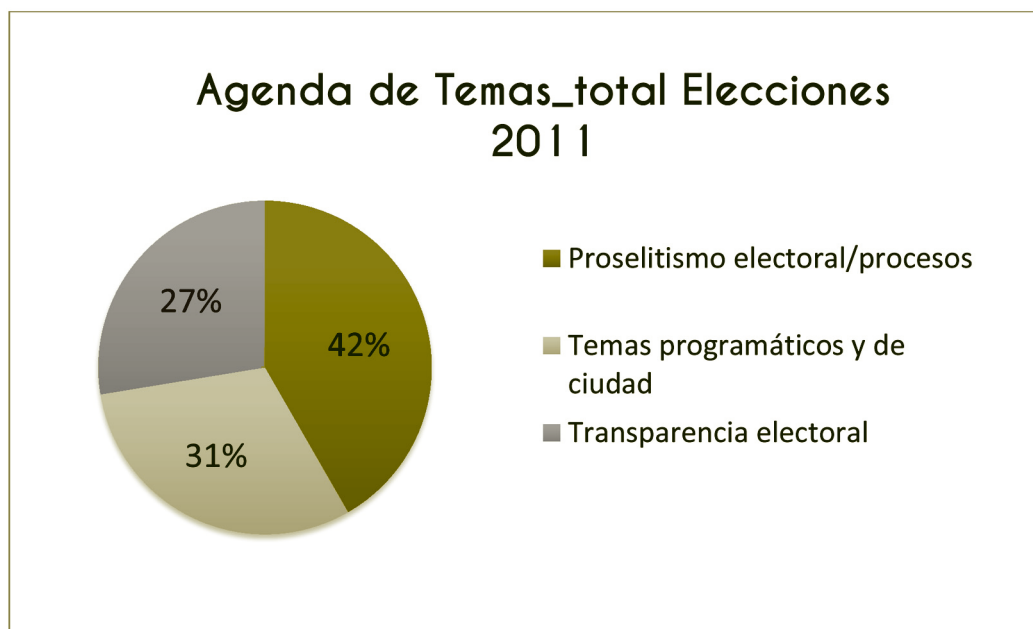
Hace 4 años, en las elecciones locales de 2007, el principal tema que presentaron los medios de comunicación fue el denominado “proselitismo electoral” con un

75% de la información monitoreada. Se denominan así todas las notas periodísticas que siguen el qué hacer del candidato, sin mencionar sus propuestas o temas de campaña; simplemente recurre a hacer una “bitácora”. Esta información en sí no ayuda al ciudadano a tomar una decisión informada. Lo que sí lo hace hablar de los programas de gobierno, del desarrollo transparente del proceso, de las redes clientelares de los candidatos y de la financiación de sus campañas. Cuando se habla mucho del qué hacer de la campaña se asume una victoria de jefes de prensa de campaña y de las estrategias de marketing político. Es cuando la agenda del candidato domina la de los medios de comunicación.


En el 2011 en las elecciones de Congreso y Presidente, la agenda de medios cambió radicalmente. Los temas de proselitismo electoral bajaron a un 33% y surgieron como temas las garantías electorales, la financiación de campañas, los delitos

electorales y la relación de políticos con grupos armados al margen de la ley; esto último, de cara a la grave crisis institucional generada a partir de fenómenos como la parapolítica. Dichas circunstancias presionaron a los medios de comunicación a diversificar mucho más los temas de los que se habla en los procesos electorales.

En estas elecciones de autoridades locales de 2011 el foco temático cambió nuevamente y para retratarlo mejor, la MOE agrupó todos los asuntos de la agenda mediática en tres grandes categorías: Temas programáticos y de ciudad (Salud, infraestructura, situación social, pobreza, etc.), temas de transparencia electoral (delitos electorales, observación y vigilancia, avales e investigaciones a candidatos, financiación de las campañas, etc.) y temas de proselitismo y proceso electoral (Inscripción de candidatos, encuestas, acto de campaña, vida privada del candidato, resultados electorales).



Gráfica 1. Agenda de Temas total Elecciones 2011 Fuente. Datos y cálculos MOE

En el promedio total de temas registrados en los 25 medios de comunicación monitoreados encontramos que en estas elecciones los asuntos que más aparecieron fueron el “proselitismo electoral y logística electoral” con 42%, cifra considerablemente mejor que la de hace  cuatro años en las pasadas elecciones locales de 2007 (75%); pero, y al tiempo, peor que el porcentaje en las elecciones de Congreso y Presidente del año 2010 (33%) .


Porcentaje de información dedicada al proceso electoral y proselitismo de los candidatos	
Llano Siete Días	92,64%
Radio 1040	71,67%
Semana 	58,33%
Noticias Caracol	55,56%
Caucavisión	54,35%
Extra (Nariño)	50,00%
El País	48,21%
Diario del Sur	46,01%
Caracol Radio (Cadena Básica)	44,44%
RCN Radio (Cadena Básica)	44,36%
El Espectador	43,42%
El Tiempo	42,10%
Noticias RCN	38,82%
La Opinión	38,12%
La Tarde	37,50%
La Crónica del Quindío	32,50%
El Diario del Otún	31,06%
La W	29,90%
El Nuevo Siglo	29,33%
El Frente	28,41%
El Heraldo	26,14%
Vanguardia Liberal	25,22%
Extra (Llanos)	25,21%
El Liberal	24,23%
Noticiero 90 minutos	22,73%

Tabla 1. Fuente: Datos y cálculos MOE

El restante 58% de los temas se divide, sin mayores diferencias, entre temas de transparencia y temas de ciudad, porcentaje positivo en la medida en que estos temas permiten una ciudadanía informada y la alerta sobre su democracia local.

La tabla nos muestra de manera comparada el porcentaje que cada medio de comunicación asignó al proceso electoral y a los hechos de campaña. Quienes se encuentran en la parte sombreada superior, son quienes están por encima del promedio nacional.

Los medios de comunicación que se encuentran en la parte sombreada de la tabla, son medios que privilegian la información de las campañas y los procesos logísticos de las elecciones. Entre los temas que cubren estos medios están: apariciones en plazas públicas, concentraciones con seguidores, vida privada del candidato, confrontaciones entre candidatos, inscripciones de candidaturas, consultas internas, resultados electorales, comportamientos de los seguidores.

La Tabla 2 analiza cuantitativamente el porcentaje usado por los medios de comunicación para mostrar programas de gobierno de los candidatos y temas de importancia para la ciudad.

El perfil de los medios de comunicación que se encuentran por encima del porcentaje nacional (sombreados) cubrieron temas como: situación social, políticas de género, infraestructura, políticas de medios ambiente, salud, educación, pobreza, seguridad, conflicto armado, comunicaciones, situación política, servicios públicos. Vale la pena resaltar que solamente el periódico El Liberal, de Popayán, tuvo estos temas en más de la mitad de sus notas y cubrimiento.

Porcentaje de información dedicada a programas de gobierno y temas de la ciudad


El Liberal	51,32%
Extra (Llanos)	47,92%
Noticiero 90 minutos 	47,40%
El Heraldo	45,27%
Vanguardia Liberal	44,69%
El Nuevo Siglo	40,75%
El Frente	38,64%
La Crónica del Quindío	36,25%
El Diario del Otún	35,69%
El Tiempo	34,19%
La Tarde	31,80%
Diario del Sur	31,12%
Extra (Nariño)	28,47%
La Opinión	23,76%
El Espectador	23,49%
Caucavisión	21,74%
La W	21,65%
Radio 1040	21,50%
RCN Radio (Cadena Básica)	14,29%
Noticias RCN	13,82%
Noticias Caracol	10,32%
El País	7,17%
Caracol Radio (Cadena Básica)	6,48%
Semana	4,17%

Tabla 2. Fuente: Datos y cálculos MOE

Investigaciones de la MOE en anteriores procesos electorales demuestran que el porcentaje global de visibilidad de temas programáticos se ha mantenido prácticamente alrededor del 30% de la información electoral. No obstante, la mitad de los medios monitoreados ni siquiera llegan a ese porcentaje y si bien no hablan de programas de gobierno, sí hacen énfasis en los hechos que atentan contra la transparencia electoral. En este grupo se encuentran: Caracol Radio, La W, La Opinión, Noticias RCN, El País, El Espectador, RCN Radio cadena básica, Noticias Caracol y Semana.

Aparte, se encuentran los medios que están por debajo del promedio nacional

de notas periodísticas que hablan de programas de gobierno y que también están debajo del promedio de notas que hablan sobre la transparencia de las elecciones. Entre estos medios se encuentran el periódico Extra de Nariño, y los noticieros de televisión Caucavisión de Popayán y la Radio 1040.

Porcentaje de información dedicada a temas de transparencia electoral


Caracol Radio (Cadena Básica)	49,07%
La W	48,45%
Noticias RCN	47,37%
El País	44,62%
RCN Radio (Cadena Básica)	41,35%
La Opinión 	38,12%
Semana	37,50%
Noticias Caracol	34,13%
El Diario del Otún	33,24%
El Espectador	33,10%
El Frente	32,95%
La Crónica del Quindío	31,25%
La Tarde	30,70%
Vanguardia Liberal	30,09%
El Nuevo Siglo	29,92%
Noticiero 90 minutos	29,87%
El Heraldo	28,59%
Extra (Llanos)	26,87%
El Liberal	24,45%
Caucavisión	23,91%
El Tiempo	23,71%
Diario del Sur	22,87%
Extra (Nariño)	21,53%
Llano Siete Días	7,36%
Radio 1040	6,83%

Tabla 3. Fuente: Datos y cálculos MOE

La tabla 3 analiza el porcentaje usado por los medios de comunicación para visibilizar problemas, riesgos y alertas de hechos que pudieran atentar contra la transparencia del proceso. Estos medios visibilizaron, por encima del promedio nacional, temas de investigaciones a candidatos y funcionarios, observación y vigilancia electoral, financiación de

campañas, garantías electorales, intervención en política de servidores públicos, presiones al ejercicio electoral, avales y responsabilidad política, tema central en estas elecciones.

### *¿Le apuestan los medios a alguien? Sesgos y adjetivaciones de los medios de comunicación.*

En el escenario electoral a los medios de comunicación se les exige objetividad, veracidad y equilibrio. En ese sentido, para la plataforma de Seguimiento a medios de la MOE fue importante constatar el nivel de adjetivación y sesgo que periodistas hicieron sobre fuentes y actores de información.

Es importante mencionar que esa medición se hizo sobre el lenguaje usado por el periodista y no por el lenguaje que cita a la fuente o la parafrasea; es decir, a la fuente se le permite una opinión sesgada o adjetivada ya que su fundamento es dar su percepción sobre un hecho. Una noticia sobre la apertura de una investigación a un candidato, por ejemplo, sería tomada como imparcial o neutra si el periodista relata el hecho y cita fuentes que explican las razones de la investigación sin calificarla positiva o negativamente.

A continuación se presenta el porcentaje de sesgo en el lenguaje que usa el periodista en la presentación de la información ordenado porcentualmente de mayor a menor neutralidad.

Distribución	Desfavorece	Neutro	Favorece
Vanguardia Liberal	0,00%	97,03%	2,97%
Radio 1040	3,57%	91,96%	4,46%
Noticias Caracol	5,26%	91,45%	3,29%
Noticiero 90 minutos	3,23%	90,32%	6,45%
El Tiempo	2,44%	88,11%	9,45%
El País	1,18%	86,27%	12,55%
Semana	0,00%	85,00%	15,00%
Extra (Llanos)	4,91%	82,82%	12,27%
El Liberal	3,47%	81,39%	15,14%
La Opinión	4,35%	76,09%	19,57%
El Heraldó	2,89%	76,07%	21,04%
Caucavisión	1,06%	68,09%	30,85%
Caracol Radio (Cadena Básica)	18,26%	65,22%	16,52%
El Espectador	12,12%	57,58%	30,30%
Noticias RCN	9,40%	57,05%	33,56%
La Crónica del Quindío	0,00%	55,00%	45,00%
La Tarde	6,97%	54,92%	38,11%
El Diario del Otún	11,76%	54,55%	33,69%
El Nuevo Siglo	8,78%	53,38%	37,84%
Diario del Sur	3,80%	40,93%	55,27%
La W	44,00%	35,00%	21,00%
RCN Radio (Cadena Básica)	19,67%	32,79%	47,54%
Extra (Nariño)			
*Se omiten 2 medios en donde no se examinó esta variable	4,17%	27,78%	68,06%

Tabla 4. Fuente: Datos y cálculos MOE



Se encuentra que en 19 de los 23 medios analizados, la información fue neutral en primera instancia. Llama la atención el comportamiento de las radios nacionales La W, RCN Cadena Básica y Caracol Radio que son los medios de comunicación que presentan sesgos negativos más altos, porcentualmente hablando.

Otra variable que nos permite examinar el equilibrio informativo es la ponderación de las fuentes, en la que se observa la posición de éstas frente a la información y el grado de contraste que hay entre ellas. Cuando una nota informativa plantea varias posiciones o miradas sobre un tema, el ciudadano tiene la posibilidad de tener opciones para tomar una postura propia. En un escenario electoral los candidatos utilizan los medios para hacer promesas de solución de algunas necesidades que tiene la ciudadanía. Frente a esto, solo mediante expertos o usando voces en contraste se puede informar a la ciudadanía, por ejemplo, en si dichas promesas se pueden cumplir o no.

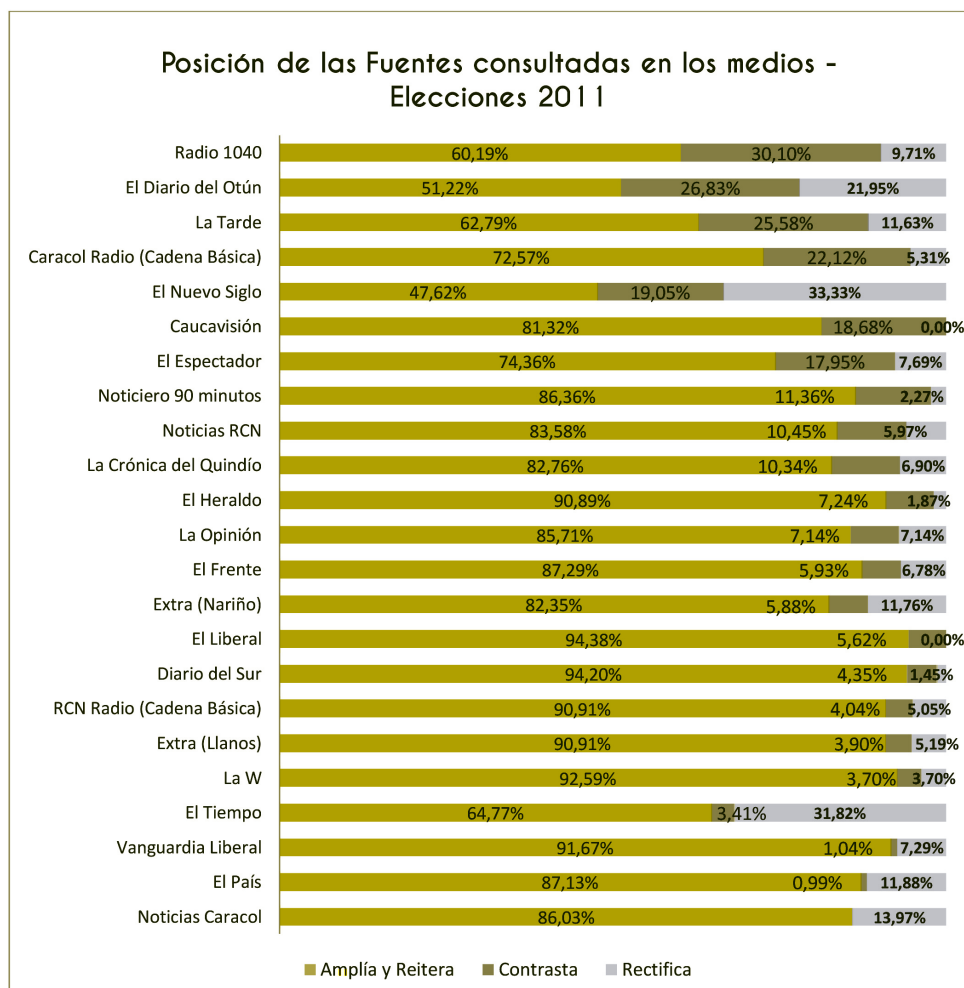


Tabla 5. Fuente: Datos y cálculos MOE

Al comparar cuantitativamente la posición de las fuentes de información en el proceso electoral se encuentra que en general los medios de comunicación se limitan a citar fuentes que “amplían o reiteran” informaciones. La gráfica 5 presenta los medios de comunicación ordenados de mayor a menor contraste de fuentes en la nota periodística analizada. Vale resaltar que se analizó nota por nota y que en algunos informativos la opinión del candidato contrario se mostró en una nota periodística distinta. Por consiguiente, para efectos de este estudio, cada nota periodística carecía de contraste.

En el total de 6.195 notas periodísticas analizadas se registraron 5817 fuentes de información, lo que indica que el promedio nacional de fuentes por nota es de 1.1 fuentes por nota. Promedio muy bajo que debellamar la atención de la ciudadanía y los medios de comunicación. Un análisis más detallado del tema, dará cuenta que existe un gran porcentaje de información que aparece sin fuente. Vale la pena anticipar una relación directa entre las notas con una fuente o sin fuente en el formato periodístico de noticias breves en el caso de la prensa escrita, y sección especial en televisión.

## *El rol de las candidatas y la ley de cuotas.*

A pesar de haber sido aprobada una ley de cuotas que obliga a los partidos y movimientos políticos a que las listas a elecciones plurinominales tengan mínimo un 30% del género contrario, lo que a la postre generaría una cifra record en presentación de mujeres en las listas, en los medios de comunicación la visibilidad de candidatas no supera el 16%.

Como se observa en la Tabla 6, en la visibilidad de candidatas y candidatos en medios de comunicación, en ningún medio hubo paridad. Sobresalen los

Distribución	Candidatas	Candidatos
La Opinión	2,48%	97,52%
El Diario del Otún	2,76%	97,24%
Caucavisión	4,40%	95,60%
Diario del Sur	6,38%	93,62%
La Tarde	8,10%	91,90%
El Liberal	10,51%	89,49%
Noticias Caracol	10,67%	89,33%
La W	11,00%	89,00%
Extra (Nariño)	11,11%	88,89%
El Nuevo Siglo	12,75%	87,25%
Radio 1040	13,10%	86,90%
Noticias RCN	13,14%	86,86%
Noticiero 90 minutos	13,25%	86,75%
El Tiempo	14,11%	85,89%
Semana	15,00%	85,00%
El País	16,09%	83,91%
El Heraldó	16,40%	83,60%
El Frente	17,48%	82,52%
El Espectador	17,95%	82,05%
Extra (Llanos)	18,46%	81,54%
Caracol Radio (Cadena Básica)	20,87%	79,13%
RCN Radio (Cadena Básica)	22,95%	77,05%
Vanguardia Liberal	37,37%	62,63%
La Crónica del Quindío	63,16%	36,84%

Tabla 6. Fuente: Datos y cálculos MOE

periódicos La Crónica del Quindío y Vanguardia Liberal, que mostraron un 30% más de actores mujeres en una relación con la cantidad de candidatas inscritas para estas elecciones.

En cuanto a los temas de género, tan sólo se llegó a un cubrimiento del 4% en los periódicos y el 1% en noticieros de radio y televisión. Temas como la “violencia machista”, “inclusión/exclusión laboral”, “salud sexual y reproductiva”,

“participación política de la mujer” entre otros, no ocuparon relevancia en las agendas de candidatos o candidatas y por consiguiente tampoco lo hicieron en los medios de comunicación.

Como se observa en la Tabla 6, en la visibilidad de candidatas y candidatos en medios de comunicación, en ningún medio hubo paridad. Sobresalen los periódicos La Crónica del Quindío y Vanguardia Liberal, que mostraron un 30% más de actores mujeres en una relación con la cantidad de candidatas inscritas para estas elecciones.

En cuanto a los temas de género, tan sólo se llegó a un cubrimiento del 4% en los periódicos y el 1% en noticieros de radio y televisión. Temas como la “violencia machista”, “inclusión/exclusión laboral”, “salud sexual y reproductiva”, “participación política de la mujer” entre otros, no ocuparon relevancia en las agendas de candidatos o candidatas y por consiguiente tampoco lo hicieron en los medios de comunicación.

### *Algunas premisas que se constatan y otras que se deben replantear.*

- **Los medios de comunicación deben presentar información veraz y objetiva.** Aunque es positivo que el gran porcentaje de información aparece como neutral o imparcial, al examinar la cantidad de fuentes que se usan por nota periodística y el grado de contraste que hay entre las voces que aparecen, el panorama de objetividad y equilibrio se oscurece de manera determinante. La ciudadanía en un proceso electoral debe escuchar las voces de los candidatos en un debate que los saque de los “slogan de campaña” y los ubique en los problemas de la ciudad. Eso se logra con mayor

cantidad de voces expertas en los temas y con distintas posturas.

- **La calidad de la información de un medio varía según la infraestructura del medio.** Los recursos con los que cuenta un periodista para realizar su labor, así como los factores sociales que lo rodean, no parecen una limitante o una oportunidad para hacer mejor periodismo electoral. Este estudio muestra variables positivas en medios locales con mejores promedios que grandes industrias mediáticas nacionales y viceversa. Pareciera entonces, y puede ser una hipótesis, que el comportamiento electoral está más influenciado por las decisiones políticas editoriales que por la infraestructura profesional y económica del medio.
- **La visibilidad que le da el medio de comunicación a determinados hechos repercuten en lo que piensan los públicos sobre esos acontecimientos.** En estas elecciones los medios de comunicación trataron de mantener un equilibrio entre la información de los temas de ciudad y programas de gobierno, los temas de transparencia y garantías electorales y las notas periodísticas sobre los hechos de la campaña pública y logística del proceso, siendo esto último, lo que más se visibilizó. El periodismo para la toma de decisiones exige la responsabilidad de abrir las agendas y generar deliberación.
- **El Marketing político y los comunicadores en campañas, han generado una especialización del tratamiento de la información de candidatos.** La existencia de comunicadores y periodistas en las campañas políticas impactaron fuertemente el cubrimiento de las elecciones. El impacto se nota en noticias que tienden a mostrar solamente lo



que dice el candidato y su “slogan de campaña”. Los mensajes fabricados desde la campaña, tienden a ser asimilados más fácil por los medios de comunicación al venir con el formato de noticia donde la voz del candidato viene escrita lista para ser transmitida por la prensa, sin contraste y sin otras voces.

- **Los medios de comunicación juegan un papel, más no son el único ni el más importante elemento para que el ciudadano vote por determinado candidato.** A lo largo del estudio se observa como los medios de comunicación privilegiaron la aparición de unos candidatos frente a otros, tanto por el número de menciones, como por el grado de favorabilidad que le dieron los periodistas. También se observa que, a la hora de cubrir candidatos, temas como los “avales y responsabilidad política de los partidos” fueron los temas más relevantes. Estas alertas sobre candidatos “riesgo” por inhabilidades o investigaciones fueron ampliamente mencionadas por los medios. Aun así, muchos de estos candidatos alertados ganaron y otros, en los que los medios cifraban su favorabilidad, perdieron.
- **Un proceso electoral fundamentalmente de hombres.** Pese a la importancia que se está dando a los temas de participación política de la mujer y temas de género, y a los avances de la legislación en acciones de discriminación positiva para garantizar

derechos y oportunidades a las mujeres, el proceso electoral sigue siendo fundamentalmente un escenario de hombres. Esto plantea una reflexión en dos sentidos: por un lado, la necesidad de un papel activo del periodismo en visibilizar cada vez más a candidatas y sus programas de gobierno; y por otro, la profesionalización de las campañas políticas de las mujeres en términos de sus estrategias de medios, sus discursos y el posicionamiento de su imagen política.

- **Esperamos que la lectura crítica de estos resultados sirva para construir ciudadanos más reflexivos con la información que reciben de los medios masivos de comunicación.** También esperamos que sirva de insumo a periodistas y medios de comunicación para encarar los procesos electorales con una responsabilidad más cercana a generar deliberación en el ciudadano que a mostrar las prácticas politiqueras de los candidatos. El proceso electoral debe ser más que una carrera de candidatos por un puesto público. En ese sentido proponemos el cubrimiento del proceso electoral como una hoja de ruta para que ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil puedan hacer un verdadero seguimiento, control, veeduría a los elegidos, y sean agentes de rendición de cuentas de los salientes mandatarios.

# ATLÁNTICO



## *La arena política en el Caribe: despliegues y debates de la prensa desde la “Arenosa”*

*Por: Carmen Rosa Mendivil C.  
Investigadora Universidad Autónoma del Caribe*

La Universidad Autónoma del Caribe - UAC, fundada en 1967, es una institución de educación superior, privada, de reconocida trayectoria en Barranquilla, que hace 40 años ofreció al Caribe Colombiano el primer programa de Comunicación Social – Periodismo. La UAC es la única universidad en Barranquilla que cuenta con una emisora (RCU 94.1) y un canal (Canal 23) con difusión en espacios comerciales para la divulgación de la cultura y la academia.

El programa de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad, fiel a la misión de contribuir al desarrollo y a la reflexión crítica de la realidad en la Región, acepta la invitación de la Misión de Observación Electoral – MOE y a través de un convenio, realizan un acuerdo de intensiones para realizar una serie de acercamientos y análisis sobre el cubrimiento de los medios de la Región, eligiendo el diario El Heraldo de Barranquilla.

### *Caracterización del medio monitoreado*

El periódico El Heraldo es reconocido por su slogan “Líder en la Costa”, por lo que se identifica como uno de los diarios más influyentes y de mayor tradición en la Región. Aunque su casa matriz se encuentra en Barranquilla, su tiraje con cerca de 196.000 ejemplares diarios se distribuye a todos los departamentos de la Región Caribe. Cuenta con el portal [www.elheraldo.co](http://www.elheraldo.co) paralelo a su edición impresa, un portal informativo que tiene alrededor de 3.256.740 visitas mensuales.

El Heraldo se autodenomina como “el grupo de medios líder en información, circulación y publicidad en la Región Caribe colombiana, vocero, defensor y orientador de la opinión de nuestros lectores a quienes ofrecemos información independiente, pertinente y actualizada.”

Este diario emerge en la ciudad de Barranquilla en el año 1933 con un enfoque partidista expresado en su afiliación a la corriente Liberal. En efecto, sus fundadores son reconocidos empresarios liberales quienes fundaron el medio como un “órgano de expresión del partido” en apoyo al candidato presidencial Alfonso López Pumarejo y de este modo contrarrestar los aportes a la opinión pública que emitían medios conservadores de la época como La Prensa y la Nación. Información más detallada sobre este medio de comunicación lo podrá encontrar en el multimedia anexo a esta publicación.

El Heraldo es miembro de la Sociedad Interamericana de Prensa - SIP y de la Asociación Colombiana de Editores de Diarios y Medios Informativos- Andiaros. También es socio fundador de Colprensa.

## *Metodología de seguimiento*

Bajo la coordinación de la docente coordinadora del proceso en la Universidad se realizó el monitoreo permanente entre el 17 de agosto y el 6 de noviembre para un total de 672 artículos periodísticos identificados.

En el proceso de sistematización participaron voluntariamente semilleros de investigación asociado al grupo Comunicación & Cultura del Programa de Comunicación Social - Periodismo, compuesto por estudiantes de primeros semestres del Programa, quienes recibieron inicialmente capacitación por parte de la MOE para el entrenamiento del manejo de un software proporcionado a la Universidad para sistematizar la información recopilada.

Cabe resaltar que en la sistematización no se realizó ninguna delimitación geográfica,

por tanto, se tomó el periódico como unidad de análisis y se sistematizaron datos de actores encontrados incluso de fuera de la región Caribe, aunque ésta última sea el área de influencia natural de El Heraldo.

## *Resultados*

### *Géneros Periodísticos usados El Heraldo*

En primer lugar figuran las “breves” con 330 notas que equivalen a un 49%. En segundo lugar se identificaron noticias con 250 notas equivalentes a un 37% de la información.

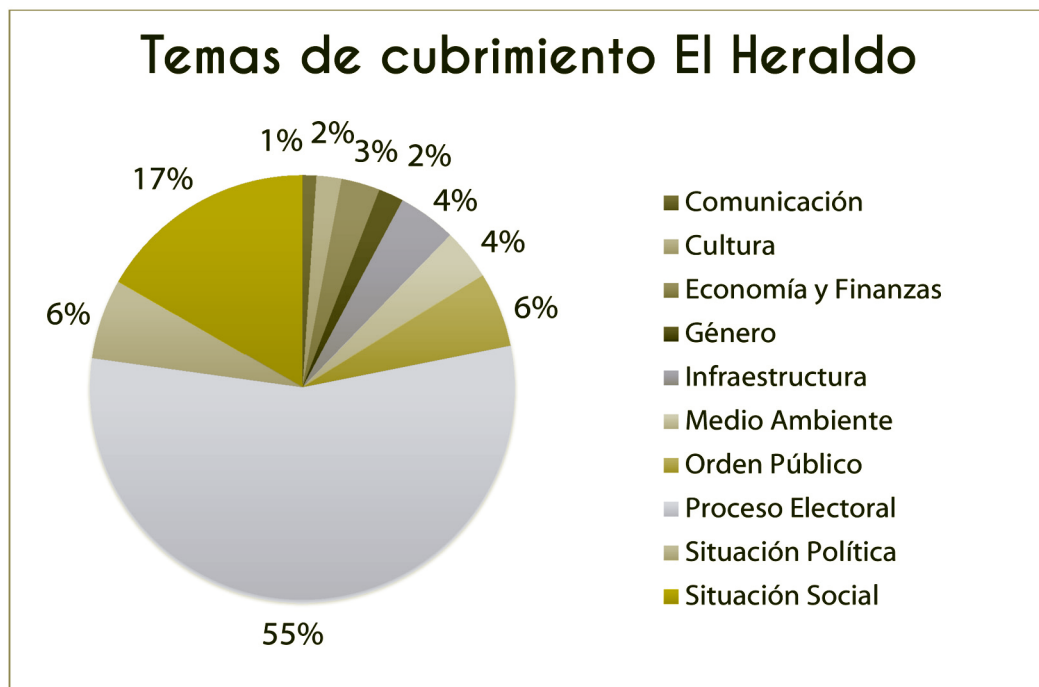
El hecho de que prácticamente la mitad de las notas sean “breves”, hace establecer un análisis sobre la profundidad en el tratamiento de los temas. Por sus características, las breves no superan un párrafo de extensión y responden reducidamente las principales preguntas que componen un Lead. Con una información tan escueta se eliminan otros datos importantes para los y las lectoras pues sólo se reducen a indicar las acciones de cierto candidato/a en un lugar determinado, sin espacio para contraste de fuentes o interenciones del mismo protagonista de la nota, en este caso candidatos/as. En consecuencia, es interesante analizar cómo en medio de un proceso electoral no se cuenta con notas más amplias sobre el actuar de las y los candidatos, en especial porque limita el espacio de análisis, no cuenta con firma del/a periodista que escribe, evitando hacer seguimientos o ampliaciones posteriores. Por otro lado, la sección especial de “Elecciones” propone un contraste interesante entre las breves y la ampliación de la información personal y laboral de quienes aspiraron a los cargos de administración pública.

De igual modo, llama la atención cómo se registran bajos números de los géneros investigativos para este tema, como el casodel reportaje con sólo 11 informes y el análisis noticioso con sólo 4 registros dado que estos son géneros que amplían y profundizan la información y podrían hacer parte de una herramienta para otorgar más insumos a la ciudadanía en el momento de tomar una decisión.

Por otro lado, es bastante interesante que el tercer lugar lo componen las columnas de opinión con sólo un 5% del total de los registros. Las columnas de opinión podrían ofrecer un contraste en el análisis de los planes de gobierno propuestos, dando espacio para que a partir de sus opiniones se propongan temas de discusión para alimentar los debates entre candidaturas, sin embargo, podría decirse que se subutilizó este recurso de expresión y veeduría ciudadana.

## *Temas de la Información*

En esta categoría de datos se presentan las temáticas de mayor cubrimiento alrededor de las candidaturas a las alcaldías, gobernaciones y concejos analizados.



Gráfica 1. Temas de cubrimiento El Heraldo

El 55% corresponde al tema “proceso electoral”, resultado esperado dada la filtración de notas del seguimiento. Sigue el tema de “situación social” y “economía y finanzas” y “orden público” en el mismo 6%. Estos temas se consideran abordados por la preocupación local en Barranquilla y el Atlántico con relación al pago de impuestos e inversión en infraestructura pública, el incremento de la delincuencia común y las bandas criminales y el cubrimiento de los servicios sociales como salud, educación y vivienda.

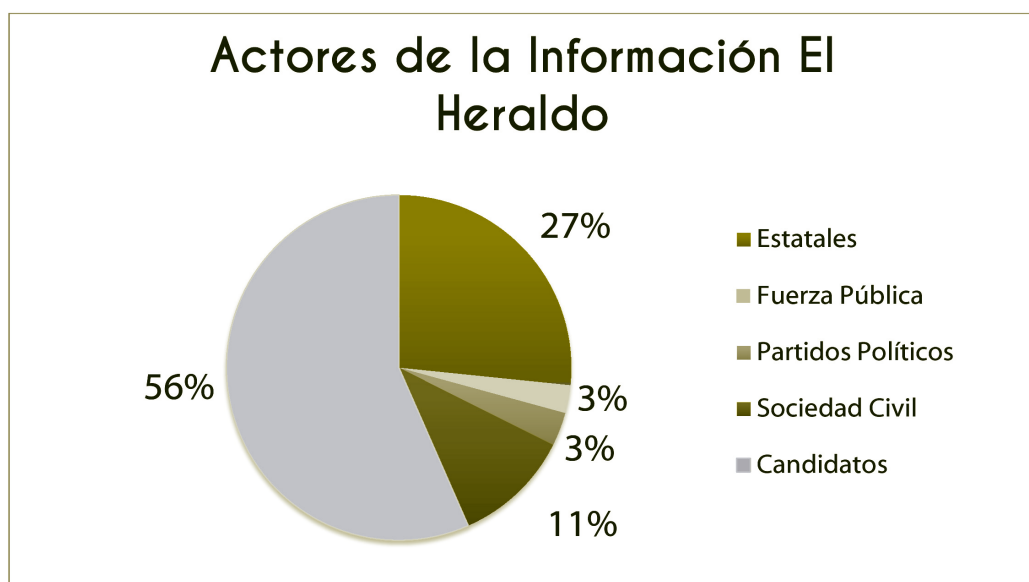
Dentro de la variable “proceso electoral” se evidencia que la mayoría de los temas registrados corresponden a: Proselitismo Electoral por el contexto natural en el que se desenvuelve el cubrimiento de los temas, seguido con casi la mitad de referencias el ítem Alianzas o Avaes entre campañas. En un tercer lugar de mención se encuentra Observación y Vigilancia Electoral. En este mismo ítem se encuentra con igual número de menciones las de Garantías Electorales y Delitos Electorales, a partir de medidas de prevención emanadas por la Registraduría Nacional del Estado Civil.

En el tema Situación Social resalta el de Educación y se genera la preocupación porque dada la situación de la emergencia invernal la ciudadanía afectada demanda soluciones a la escasez de espacios para la reubicación de planteles educativos afectados por las inundaciones.

## *Actores o protagonistas de la información*

Esta sección muestra las personas que se consideran “protagonistas” de la información pues sobre ellos/as están abocadas las notas registradas. La mención o no de un personaje puede aportar elementos a la ciudadanía para la toma de decisión sobre por quién votar, sin embargo, esto no podría considerarse decisivo al momento de elegir a quien le represente.

Uno de los aspectos que más llama la atención es el relacionado con quiénes aparecen en las notas, en especial porque una de las intenciones de esta investigación es precisamente analizar cómo son registrados los candidatos/as en este medio.



Gráfica 2. Actores de la Información El Herald

Más de la mitad de quienes protagonizan las notas son los mismos candidatos/as. Posteriormente se evidencia la participación de las fuentes Estatales. Se cuestiona sobre la visibilidad de la sociedad civil, un contraste natural a las noticias que tendrían el papel de equilibrar la balanza en la divulgación e investigación de los hechos.

## *Análisis de las menciones de candidatos en El Heraldó*

Tomando el ejemplo de las candidaturas a la Gobernación del Atlántico, que es el departamento del que más se encuentran registros, dentro del promedio, sería equilibrado que cada candidato tuviera un reporte promedio de 36 menciones, sin embargo, sólo superan la media de menciones Tito Crisien con 42, Jaime Amin con 69 y con el máximo José Antonio Segebrecon 71 menciones. (Ver estadísticas en el multimedia anexo

En cuanto a las candidaturas para alcaldía, supera visiblemente las referencias al Distrito de Barranquilla, en el que el promedio de menciones debería ser de 33 para cada uno/a, pero sólo supera la media Elsa Margarita Noguera de la Espriella con 81 menciones, seguida de Antonio Bohórquez con 32 menciones, a pesar que la aspiración a ocupar la alcaldía de Barranquilla estaba reñida entre la candidata Noguera y el candidato Juan García, quien solamente reporta 21 menciones entre los registros ingresados, muy por debajo de la media.

Seguido al Distrito de Barranquilla, el Periódico hace mención a las candidaturas del municipio de Soledad en el que se destaca a Franco Castellanos, seguido de las candidaturas a la Alcaldía de Bogotá en las que se hace evidente las menciones

a Gustavo Petro doblando a los demás candidatos presentados por el Diario.

## *Uso de fuentes de información*

Se evidencia que más de la mitad de los y las protagonistas de la información no son fuente, por tanto, frente al cubrimiento de los hechos se podría estar valorando más los comunicados de prensa oficiales, en este caso de las jefaturas de prensa de los/las candidatos/as, que la referencia directa de los mismos/as protagonistas de las notas. Este resultado va en concordancia con que la grán mayoría de registros corresponden a las breves que no dan lugar a expresiones evidentes dentro del texto de la nota.

En cuanto al tipo de fuente, la procedencia de la información se concentra en las fuentes oficiales, pero para el caso son en la mayoría de los registros emanadas de los mismos protagonistas de la información. Las fuentes documentales se reducen a un 4% sin embargo en medio del análisis de la información es posible que se hayan consultado fuentes documentales pero éstas no se hacen explícitas en el texto.

En cuanto al género de los actores, se encuentra una relación directa con el género de los/lascandidatos/as postulados/as para ocupar los cargos públicos, por tanto, si las fuentes consultadas son las oficiales de cada candidatura, existirá entonces una relación directamente proporcional entre las fuentes y las candidaturas. Esto arroja que el 83% del género registrado sea masculino. Partiendo del caso del Distrito de Barranquilla y el departamento del Atlántico, sólo dos mujeres se lanzaron a ocupar estos cargos en un total de 14 candidaturas. Esta realidad presentada da pie para cuestionar sobre la actuación de las mujeres en la esfera política hasta qué punto el Estado debe ser responsable

de la divulgación e incentivo para la participación femenina en los cargos públicos de la Región Caribe.

## *Conclusiones*

La información recabada, permitió verificar que el periódico genera un alto contenido de publicaciones relacionadas con el tema; una muestra de ello fue el amplio despliegue informativo que hizo el diario El Heraldo luego de que al realizar el monitoreo se detectaran 672 notas, cifra que se considera alta, por la publicación de cerca de 168 notas en promedio por mes.

En el apartado Identificación de la información se constató que de las notas, casi el 50%, corresponde a las “breves” que presenta una información muy específica sobre actividades y avances en las campañas pero desplaza al abordaje de otros géneros que implican contraste de fuentes como el reportaje y el análisis noticioso, además de entrevistas, que aunque se presentaron fueron de reducida publicación.

En las secciones más usuales para encontrar esta información se identificó la de Política, situación esperada dado el contexto de la información recabada. Por su parte se encontró carencia en la firma de los periodistas en sus notas, pero puede ser explicado por el alto número de notas breves que no suelen estar acompañadas por la firma de quien lo redacta sino tomarse como parte de la producción de la sección.

El Heraldo responde a la tendencia de los diarios como el uso de fotografías para apoyar sus notas, establecer titulares explícitos.

En cuanto a los actores o protagonistas de la información, se hizo evidente la tendencia a apoyar ciertos candidatos, expresado en el número elevado

de referencias sobre candidatos/as específicos, entre ellos los de continuidad de las administraciones salientes. Del mismo modo, se hace evidente la marcada consulta a fuentes oficiales más no documentales y se presume que responde a que la información puede provenir de los comunicados de prensa emitidos por las oficinas de prensa de las candidaturas vigentes en la contienda electoral. Por tanto, se hace explícita la misión de El Heraldo, en su objetivo de ser un órgano de divulgación del partido Liberal, dada su evidente inclinación a los/as candidatos/as de esta corriente política.

Los temas de la información se presentan la centralización de fuentes oficiales para la consulta de la información y entre éstas se evidencia la mayoritaria consulta a fuentes masculinas.

Por último, se condensa en su mayoría en Proceso Electoral y Situación Social. El primero se considera consecuente con la información central recogida y la Situación Social es el efecto natural de las demandas de la ciudadanía en la garantía de sus Derechos Económicos Social y Culturales, como mínimos de garantías que deben ser ofrecidas por el Estado.

## *Recomendaciones*

Si bien el interés primario de un periódico es informar, lo cierto es que es a través de éste donde se deben otorgar las herramientas a la ciudadanía para la toma de decisiones, en especial en un proceso democrático tan crucial como lo son las elecciones populares.

Se hace énfasis en este apartado, a manera de llamado sobre si la promoción explícita de candidatos días previos a las elecciones es una situación aceptable o por el contrario podría conducir las opiniones de los y las votantes, teniendo en cuenta el

nivel de influencia que alcanza un medio masivo como El Heraldo a nivel Regional.

Aunque no se pretende dictaminar sobre lo bueno o lo malo, se deja abierta la reflexión sobre la pertinencia de emitir abiertamente el apoyo a candidatos por parte de medios masivos como parte de su responsabilidad y compromiso social, o servir de plataforma informativa para que sean finalmente los y las electores los que decidan desde sus criterios y evaluaciones a las propuestas de planes de gobierno de candidaturas.

Por otro lado, se hace recomendación sobre la manera de cubrir las noticias y es acerca de la manera sistemática en que se aborda a los actores protagonistas de los hechos, sin dar lugar a otras versiones que contrasten lo sucedido. Se considera que contrastar permite dar otras opciones y aspectos relacionados con similares hechos y aporta criterios a las y los lectores para que deduzcan y analicen demás posibilidades, situación que no se deja extender a cabalidad por el alto número de notas breves que por su formato no lo permite.

Es necesario no perder de vista que se debe incrementar la labor de seguimiento y búsqueda de la verdad como valor principal del periodismo.

Como muestran los pocos cargos femeninos registrados en la información, el periódico podría apoyar a socializar las oportunidades que tienen las mujeres para acceder a cargos públicos, y generar reflexiones ciudadanas sobre el papel de las mujeres en la esfera pública, al lado de la labor que vienen desarrollando los cargos tradicionalmente masculinos. Por tanto, a partir de informes especiales, crónicas o reportajes, el medio podría divulgar las disposiciones nacionales que incentivan el acceso de las mujeres a ser administradoras locales de las entidades territoriales.

Frente a la concentración de las fuentes de la rama ejecutiva, se sugiere contrastar las informaciones con otros actores que puedan ser otras fuentes confiables consultadas, por ejemplo, a organizaciones no gubernamentales de reconocida trayectoria que trabajen los temas, gremios o analistas para hacer más equilibrada la información sin excluir a la sociedad civil.

A partir del auge del uso de recursos visuales, el aporte de la infografía es invaluable como otra manera de contar los hechos para exponer de manera más sencilla temas jurídicos, o lenguajes técnicos relacionados con las administraciones locales que la ciudadanía comúnmente no comprende. Esta podría ser una manera de entregar más herramientas a las y los lectores para hacer seguimiento a los hechos y a los planes de gobierno propuestos por sus mandatarios, así como conocimientos básicos del manejo de tarjetones, ubicación de puestos de votación, votos preferentes y demás información asociada que comúnmente genera confusiones a la ciudadanía.

Por último, se considera oportuno que el periódico agregue otros géneros para la publicación de la información, entre ellos crónicas, reportajes o informes especiales, de manera que se otorguen otros puntos de vista sobre los hechos más allá de presentar la noticia escueta o las reducidas breves que muchas veces hace que los sucesos pasen desapercibidos para la ciudadanía.



BOGOTÁ D.C.



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO  
Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario - 1653

## *Cobertura Noticiosa de las Elecciones para Autoridades Locales en el 2011*

*El Espectador, Nuevo Siglo y de la revista Semana*

*Por: Álvaro Duque<sup>1</sup> - Danghelly Zúñiga<sup>2</sup>  
Investigadores Universidad del Rosario*

Este análisis es el resultado de la observación de los artículos periodísticos de los diarios El Espectador<sup>3</sup> y El Nuevo Siglo<sup>4</sup> y de la revista Semana<sup>5</sup>, en el periodo comprendido entre el 17 de agosto y 6 de noviembre de 2011.

El objetivo principal de este monitoreo fue analizar la forma en la cual los medios informativos colombianos realizaron el cubrimiento informativo de las elecciones para Autoridades Locales en el 2011. Esto implicó recopilar y analizar la información que presentaron los medios indicados.

### *Metodología*

Este monitoreo se llevó a cabo entre agosto y noviembre de 2011. Se monitorearon tres medios informativos impresos de circulación nacional: dos diarios, El Espectador y Nuevo Siglo y una revista, Semana. Los asistentes de investigación revisaron los periódicos diariamente y consignaron los resultados de su búsqueda en la base de datos en línea del monitoreo. La información grabada se procesa y se obtienen las estadísticas para el análisis de la cobertura periodística en las elecciones de 2011.

1- Profesor adscrito al programa de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario. Ph.D. en Ciencia Política (Universidad de Turín). Correo electrónico: alvaro.duque@urosario.edu.co

2 - Profesora adscrita al programa de Periodismo y Opinión Pública de la Universidad del Rosario. MS. en Estudios Políticos (Universidad Nacional de Colombia). MS. en Comunicación y Doctoranda en Ciencias Sociales (Pontificia Universidad Javeriana). Correo electrónico: danghelly.zuniga@urosario.edu.co

3 - 318

4 - 404

5 - 16

La selección de las notas recolectadas estuvo dirigida por la referencia directa a la cobertura electoral para autoridades locales. No se incluyeron cartas de los lectores, avisos publicitarios, información internacional ni suplementos.

El análisis de las notas periodísticas se realizó con el cedazo de 17 variables, las cuales permiten tener el panorama general sobre la cobertura periodística que realizaron los medios informativos monitoreados en las elecciones de 2011. Con este tema principal y con el seguimiento de las referencias a los candidatos, sus actividades y temas presentados se detectaron los desequilibrios en la cobertura.

## *Análisis de la Información Periodística*

En este análisis se han tomado como parámetros generales de comparación la relación titular contenido; el género informativo; los recursos visuales utilizados; la existencia de contexto de la información y los temas de cubrimiento. A continuación se presenta el resultado por cada uno de esos apartados.

El proceso electoral fue el tema principal de cubrimiento de los medios monitoreados.

Las notas periodísticas sobre el cubrimiento de la contienda electoral en el 2011 en los dos diarios monitoreados se concentraron en las secciones local (Bogotá) y política:

	Sección Bogotá	Sección Política
El Espectador	92	93
El Nuevo Siglo	174	119

En la revista Semana se concentraron en las secciones Enfoque Político (3), Nación (3) y Política (3).

En los diarios El Espectador y El Nuevo Siglo es común encontrar las notas referidas al cubrimiento electoral sin firma: 157 notas en El Espectador y 250 en El Nuevo Siglo. En la revista Semana la firma fue del medio o de la sección en 11 de sus artículos.

### *a. Relación titular-contenido*

A la función identificadora que cumplen los titulares en los medios monitoreados se suman a las de definir la importancia del artículo y llamar la atención del lector.

6 - Sección; existencia de firma de autor; relación entre el titular y el contenido de la nota; géneros periodísticos usados; uso y tipo de recursos visuales; coherencia entre los recursos visuales usados y el contenido de la nota periodística; existencia de contexto de la información; tipo de contexto de la información que se ofrece; temas de cubrimiento; actores de la información; candidatos y partidos políticos mencionados; fuentes de información citadas; tipo, género y posición de la fuente.

Por estas razones los titulares le permiten al lector establecer un primer marco para aproximarse a la información que se le ofrece, con el titular se abre la puerta del medio informativo por el conocimiento compartido por sus lectores. Los titulares permiten al lector identificar en general el contenido del texto, el carácter narrativo o argumentativo al que se va a enfrentar y el tono con el que se trata la información. No se debe olvidar que la personalidad del medio informativo es la que dirige y da la impronta a sus titulares, que le permiten atraer a los lectores. En términos generales, en el ámbito periodístico, el contenido tendría que corresponder a lo que se presenta en el titular.

En el análisis de la relación entre el titular y el contenido de la nota en los medios monitoreados se encontraron diferencias. Mientras en El Espectador, en el 52% de las notas, hay una relación implícita entre el titular y el contenido, solo en el 47% hay una relación explícita. En cambio, en El Nuevo Siglo en el 26% de las notas hay una relación implícita entre el titular y la nota, pero en el 74% la hay explícita. Esto se puede explicar por el carácter particular de El Espectador, que se ha concentrado en el análisis más que en la presentación de información diaria, lo que le permite mayor juego entre la nota y los titulares.

En Semana se encontró un equilibrio, el 44% de las notas tienen un titular que demuestra una relación explícita con la nota y el 44% de las notas tienen una relación implícita.

## *b. Géneros periodísticos*

En el monitoreo se encontró que los géneros informativos más utilizados por los tres medios fueron 'breves'<sup>7</sup>, noticia y entrevista, seguidos por el género interpretativo, en particular la columna de opinión.

En El Espectador, el género que primó para presentar la información sobre las elecciones fue la nota breve. La noticia fue el género que privilegió El Nuevo Siglo. Le siguió la entrevista en El Nuevo Siglo y la columna de opinión en El Espectador. En Semana la noticia fue el género por excelencia para la presentación de la información.

## *c. Uso de recursos gráficos*

En El Espectador se encontró que en el 55% de las notas (cualquiera que fuera el género) se usaron recursos gráficos, mientras que el 45% no empleó este recurso. En El Nuevo Siglo se invierte la proporción, pues se encontró que el 48% de las notas sí usaron los recursos gráficos y el 52%, no.

---

7- La nota breve es, en términos generales, una noticia que presenta la información de forma rápida, concisa y condensada. En los medios impresos, generalmente no sobrepasa en longitud a un párrafo, lo que le facilita su ubicación espacial y permite a los diseñadores hacer más dinámica la lectura del medio impreso.

En Semana, el uso de recursos visuales sobresale pues en el 69% de las notas se usaron. La fotografía fue el recurso visual más utilizado en los tres medios

En cuanto a la coherencia entre los recursos visuales y el contenido de la nota en los medios monitoreados se encontró que sólo en un pequeño número de casos no existió una clara relación entre el contenido y el recurso visual. De ese modo, en El Espectador la relación se dio en el 6% de las notas; en El Nuevo Siglo, en el 2%; y en Semana, en el 9%.

#### *d. Contexto*

En cuanto al contexto se observa una diferencia importante porque mientras en El Espectador en el 96% de las notas hubo una clara exposición contextual y en Semana en el 88% de las notas, se encontró que en El Nuevo Siglo apenas en el 61% de las notas estudiadas hubo tal presentación del contexto.

#### *e. Temas de cubrimiento*

Los temas del cubrimiento estuvieron centrados principalmente en el proceso electoral y en los planes de trabajo sobre temas puntuales en la ciudad. En la información sobre el proceso electoral predominaron los siguientes temas: avales a candidatos; alianzas entre partidos; investigaciones a candidatos y funcionarios; posibles vínculos del narcotráfico con la política; presiones al ejercicio electoral; observación y vigilancia electoral; intervención en política de servidores públicos locales; inscripciones de candidatos; garantías electorales; financiación de las campañas; resultados de encuestas; delitos electorales; debates; consultas internas; confrontación entre candidatos y comportamiento del electorado. El orden público se referenció en

términos de seguridad para los candidatos y para el desarrollo normal de la contienda electoral.

#### *f. Actores*

Los candidatos y los partidos políticos fueron los actores más referenciados en la competencia electoral del 2011, pues aparecieron tímidamente referenciados otros sectores como los estatales, la fuerza pública y la sociedad civil.

Los actores de la información en este monitoreo fueron principalmente los candidatos y los partidos políticos, aunque con diferencias en la participación de la información. El Espectador y Semana referenciaron principalmente a los candidatos, mientras que El Nuevo Siglo privilegió la información del partido. En El Espectador los candidatos lideraron la lista de actores pues aparecieron en el 52% de las notas, seguido por los partidos políticos, que fueron referenciados en el 32% de las notas analizadas.

En Semana, los candidatos fueron referenciados en el 44% de las notas y los partidos políticos en el 40%.

En El Nuevo Siglo los partidos políticos aparecieron en el 86% de las notas y los candidatos sólo en el 12% de las piezas periodísticas estudiadas.

En El Espectador y en Semana la sociedad civil aparece tímidamente: en el 3% y el 9% de las notas, respectivamente. El sector estatal aparece en el 12 % de las notas de El Espectador, en 2%, de las de El Nuevo Siglo y en el 7% de las de Semana. En El Espectador aparece la fuerza pública en el 1% de las notas analizadas.

Los candidatos de la mayoría de las grandes ciudades del país fueron presentados al menos una vez en El Nuevo Siglo

aunque, como El Espectador y Semana, la información se concentró en los candidatos a la Alcaldía de Bogotá.

## *g. Fuentes*

En los tres medios monitoreados las fuentes usadas por los periodistas en notas breves, noticias, entrevistas y artículos de opinión tienden a no ser mencionadas. Al clasificar el tipo de fuentes (documental o declaración) y su origen (público y privado) se identificó que se privilegian las fuentes vivas del ámbito oficial. En cuanto al género, se siguen privilegiando las fuentes masculinas. La posición privilegiada expresada por las fuentes citadas fue la denominada amplia y reiterativa.

El Nuevo Siglo y Semana tienen más marcada la tendencia de no citación de la fuente con 85% y 96% respectivamente, superando ampliamente el porcentaje de notas en las cuales sí se hace la referencia a las fuentes (el 4% de las notas de El Nuevo Siglo y el 15% de las notas de Semana). El Espectador tiende a tener un relativo equilibrio en este aspecto: el 45% de las notas no hacen referencia a la fuente que brinda la información, aunque lo supera, por un pequeño margen, el porcentaje de

notas en las cuales sí se menciona la fuente, el 55%.

En el monitoreo se identificó que en los dos diarios, El Espectador y El Nuevo Siglo, se privilegiaron ampliamente las fuentes oficiales y sus declaraciones, con el 82% y 100% respectivamente. El Espectador citó fuentes no oficiales en un 4% de sus notas, aunque hizo referencia en un 14% de sus piezas periodísticas a información obtenida por fuentes documentales.

Las fuentes masculinas fueron las más citadas en el cubrimiento electoral -85% en El Espectador, 87% en El Nuevo Siglo y 85% en Semana-

En cuanto a la información suministrada por las fuentes, en los dos diarios se encontró que las fuentes tienden a brindar información amplia y reiterativa. En El Espectador se registró esta situación en el 75% de la información que brindaron las fuentes, en El Nuevo Siglo en el 50%. La información contrastante se registró poco, 17% en El Espectador y 15% en El Nuevo Siglo. Las rectificaciones fueron pocas, sin embargo se encontró que en El Nuevo Siglo que usó todas las fuentes oficiales, las declaraciones de rectificación fueron mayores (35%) que en El Espectador (8%) que utilizó fuentes oficiales en el 82 % de las notas estudiadas.



Universidad de Bogotá  
JORGE TADEO LOZANO

## Agendas setting, política y pública en conflicto permanente durante la construcción social de la realidad<sup>8</sup>.

Por: Raúl Alberto Acosta Peña<sup>9</sup>  
 Investigador Universidad Jorge Tadeo Lozano

Cada vez más, los académicos están avanzando más allá de los aspectos científicos de la teoría de la agenda-setting que describe y explica la influencia de los medios informativos sobre la opinión pública, hasta considerar también la contribución normativa de esta influencia para un público democrático activo preparado a dar su voto en una elección.

### *McCombs (2003)*

A través de los medios de comunicación social (radio, televisión, prensa impresa, internet, redes sociales) los ciudadanos se informan de lo que ocurre en esos lugares en los cuales no pueden estar; permitiéndoles imaginar una perspectiva y tener una mirada de la realidad social existente. En este actuary proceder de los medios de comunicación y en las carencias de los ciudadanos en torno a los procesos de comunicación “entendemos que las necesidades de información son mapas complejos que dependen de intereses particulares de las personas y qué es por los medios dónde los ciudadanos buscan satisfacer esta necesidad, encontramos que

8- Este proyecto hace parte de uno más amplio denominado “Seguimiento a medios de comunicación: elecciones de autoridades locales 2011”, del cual participan 15 universidades de todo el país y la Misión de Observación Electoral (MOE); como eje de coordinación de los procesos de investigación.

9- Docente-investigador del Programa de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano; doctorando en comunicación social de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina; comunicador social-periodista de la Universidad Externado de Colombia, magister en estudios políticos de la Pontificia Universidad Javeriana; con especialización en medios de comunicación de la Universidad de Los Andes y especialización en investigación y docencia universitaria de la Universidad Sergio Arboleda. Es importante destacar que esta investigación contó con la participación activa del semillero de investigación Inpolitics, del Programa de Comunicación Social-Periodismo. Los estudiantes que participaron en el seguimiento de monitoreo de medios de comunicación social fueron: Katherine Vega Garzón y Jake Sebastián Estrada.

la lectura e interpretación que los medios hacen de los procesos políticos influyen en construir, argumentar o socavar percepciones sobre lo que pasa, sobre lo que conviene, sobre lo que implica y de forma importante, sobre los conceptos de Democracia, Estado, Elecciones y gestión que hace la ciudadanía<sup>10</sup>.

En este orden de ideas, y para dar respuesta a las necesidades de explicación de la manera en que se escribe, presenta y narra la información sobre las campañas electorales de cuerpos colegiados (gobernadores, alcaldes, concejales, diputados y ediles), se estima adecuado abordar este análisis desde el marco que nos permite reflexionar sobre este tópico: la teoría de agenda setting, la cual tiene como premisa fundamental que son los medios de comunicación social los que establecen los temas de los cuales los ciudadanos hablamos cotidianamente (McCombs y ShawMc, 1972).

Asimismo, entendemos que son los medios de comunicación social los que establecen la agenda pública, es decir la agenda de los ciudadanos, y en tal dirección nos cuestionamos sobre quién establece la agenda política en campaña: los medios de comunicación o los mismos políticos; ya que los medios, al hacer énfasis en unos temas y al minimizar o dejar de nombrar otros, trazan líneas de discusión y el tono de estas en una campaña electoral.

Con base en lo anterior, en este informe de investigación se presentan los resultados del seguimiento de medios de comunicación social durante la campaña a la Alcaldía Mayor de Bogotá, que se realizó a través de tres noticieros de radio de emisoras del nivel nacional e internacional: La W Radio, RCN Radio y CARACOL Radio, durante la emisión de los noticieros de la mañana en el horario de 6:00 a.m. a 9:00 a.m., de lunes a viernes, excluyendo los días festivos.

En el análisis se observaron las interacciones que se presentaron en las agendas temáticas de los candidatos, los medios de comunicación y los ciudadanos, durante el proceso electoral, a través de las piezas periodísticas emitidas por los medios de comunicación monitoreados, y se analizaron variables como géneros periodísticos, tipos de fuentes, el género de las fuentes y la cantidad de fuentes utilizadas en los procesos de producción periodística.

Este informe es un resumen ejecutivo con los principales hallazgos. El informe completo, con anexos, se encuentra en el multimedia anexo a esta publicación.

## *Metodología utilizada*

El referente empírico utilizado para la observación electoral fueron las piezas periodísticas políticas de tres noticieros de radio de las emisoras CARACOL, RCN y La W Radio, cadenas básicas de nivel nacional e internacional, en sus emisiones de

noticias de 6:00 a.m. a 9:00 a.m., de lunes a viernes, excluyendo los días festivos.

El periodo tomado para el análisis del monitoreo de medios fue desde el 17 de agosto de 2011, hasta el 31 de octubre de 2011, es decir, se tomaron como muestra 53 días hábiles en los cuales se registraron 254 piezas periodísticas. La muestra tomada implica el ciento por ciento del universo propuesto para el seguimiento.

El análisis estuvo centrado en escudriñar las agendas temáticas de los candidatos a la Alcaldía Mayor de Bogotá, la agenda pública y la agenda de los medios de comunicación social, y para alcanzar dicho objetivo se plantearon los siguientes interrogantes que encauzaron esta investigación:

- ¿Cuál es el número de piezas periodísticas que presentó cada medio de comunicación social durante el periodo del seguimiento en campaña?
- ¿Quién presenta las notas periodísticas en los medios monitoreados?
- ¿Existe relación entre el titular y el contenido de la nota periodística?
- ¿Qué géneros periodísticos fueron los utilizados para informar sobre la campaña electoral?
- ¿Cuáles fueron los temas mencionados por los candidatos en La W, RCN y CARACOL Radio durante la campaña electoral a la Alcaldía Mayor de Bogotá?
- ¿Quiénes fueron los actores que intervinieron en el proceso electoral?
- ¿Cuál fue el porcentaje de las fuentes de información, que tipo de fuentes y cuál fue el género de las fuentes utilizadas durante la elaboración de las piezas periodísticas?

Ahora bien, para realizar el proceso de análisis de los datos obtenidos de la investigación se grabaron los tres noticieros en los horarios señalados en DVD, todos los días del seguimiento, las tres horas de cada uno de los noticieros de radio (CARACOL, RCN y La W Radio). Posteriormente, se editó (excluyó) toda la pauta publicitaria de los noticieros.

Finalmente, se digitó la información obtenida en el software que la Misión de Observación Electoral (MOE) diseñó para este proyecto de seguimiento a medios de comunicación social. De la muestra se seleccionaron las piezas periodísticas políticas que se produjeron y visibilizaron referidas a los temas que plantearon los candidatos en campaña; en tal contexto, entendemos como pieza periodística política cualquier mención a candidatos, instituciones electorales o hechos de campaña.

## *Perfil de los medios monitoreados*

### *CARACOL RADIO*

CARACOL RADIO nació en Medellín, Antioquia en el año de 1948 como la CADENA RADIAL COLOMBIANA S.A., cuando LA VOZ DE ANTIOQUÍA, una importante empresa en Medellín, tomó el control del 50% de las EMISORAS NUEVO 9 MUNDO, provenientes de Bogotá. El objetivo fue crear una red latina de radiodifusión que informara a la audiencia sobre los principales hechos que involucraban al país y al planeta, en general (Reseña histórica..., 2011).

La cadena de emisoras hizo parte de la empresa Coltejer que, posteriormente, pasó a ser propiedad de un grupo de empresarios encabezado por Fernando



Londoño Henao y Alfonso López Michelsen, expresidente colombiano. Desde el año 1987 perteneció al grupo empresarial Bavaria, propietarios de la cervecería del mismo nombre, en cabeza del industrial colombiano Julio Mario Santo Domingo, el cual entregó el control de la cadena radial al Grupo Empresarial Prisa, empresa española. (Reseña histórica..., 2011).

En este momento, Darío Arizmendi es el director de noticias de esta cadena radial y también del programa radial Hoy por Hoy, que se emite de 6:00 a.m. a 9:00 a.m., programa dedicado a los hechos de actualidad: noticias, entrevistas y análisis de asuntos de actualidad del país y el mundo.

## RADIO CADENA NACIONAL

RADIO CADENA NACIONAL (RCN) es el producto final de la iniciativa de los hermanos Enrique y Roberto Ramírez Gaviria y Rudesindo Echavarría, presidente de Fabricato que, mediante la unión de las emisoras NUEVA GRANADA DE BOGOTÁ y LA VOZ DE MEDELLÍN e incluyendo a grupos de importantes empresas industriales y otras varias radiodifusoras, se consolidó como una de las cadenas de radio más importantes del país, “empresa sólida y privada de la organización Industrial Ardila Lülle. El año de 1948 marca el colofón de una etapa de procesos radiales que 10 habrían de culminar con el nacimiento cronológico de la primera cadena de estaciones de radio en Colombia para emitir nacionalmente su programación” (RCN Radio..., 2009).

mediados de los años cincuenta, además de las dos emisoras fundadoras, RCN era propietaria de RADIO PACÍFICO (Cali), LA VOZ DE PEREIRA y RADIO SANTANDER (Bucaramanga), y contaba con otras 15 emisoras con el carácter de afiliadas

instaladas en las ciudades de Bogotá, Medellín, Girardot, Ibagué, Barranquilla, Cartagena, Santa Marta, Armenia, Manizales, Cartago, Buga, Palmira, Neiva, Popayán y Pasto, “RCN La Radio es el nuevo nombre de la franja noticiosa de 6:00 a.m. a 9:00 a.m. Este nombre fue producto de una reforma que se hizo en marzo de 2010, remplazando el antiguo nombre Radio sucesos RCN” (RCN Radio..., 2009). Hasta el 30 Junio de 2010 el director de esta franja era Juan Gossain.

## La W Radio Colombia

La W Radio Colombia nació en Bogotá en el año 2003, en el dial de la emisora CARACOL Estéreo, primera radio fórmula en FM que salió al aire en el año 1973. Según Pérez (1998) esta emisora se identificó por transmitir a sus oyentes música pop y balada en inglés bajo la dirección de Enrique París hasta 1998 y, luego, el encargado fue Manolo Bellón.

La emisora sigue la tendencia impuesta por CARACOL Estéreo que, al final de la década de los ochenta sacó al aire un programa desde las 5:30 a.m. hasta las 10:30 a.m., en el que se incluyó un formato noticioso y la posibilidad de que los oyentes interactuarán con los locutores por medio de las llamadas telefónicas. En esta época Otto Greiffesten y Manolo Bellón establecían las bases que más adelante generarían el informativo VIVA FM (Pérez y Castellanos, 1998).

En la cadena básica Julio Sánchez acompañaba a Yamid Amat en 6:00 A.M. 9:00 A.M. con entrevistas a los personajes de la actualidad internacional y breves notas musicales. CARACOL, trasladó este esquema a la frecuencia modulada. El proyecto cobró vida en abril de 1991 cuando la voz de John Gress hizo la presentación del programa y luego entró Julio Sánchez con su estilo de locución (Pérez y Castellanos, 1998, p. 36).

VIVA FM, transmitido desde las 6:00 a.m. a las 9:00 a.m., bajo la dirección de Julio Sánchez Cristo generó que la mayoría de las emisoras de la FM realizarán programas con este mismo formato. En 1996 el periodista salió de CARACOL y pasó a la FM (Estéreo) de RCN (Merayo, 2009).

Posteriormente, en 1998, en CARACOL Estéreo aumentó la información internacional por sus corresponsales alrededor del mundo, bajo la dirección de Roberto Pombo, con la participación de Diana Montoya, desde el Centro Internacional de Noticias en Miami, y de Hernán Peláez, Salvo Basile y Humberto Rodríguez Calderón. Todo ello hasta el 2003, cuando Julio Sánchez Cristo regresó y salió al aire la W Radio (Pérez y Castellanos, 1998).

Actualmente, Julio Sánchez Cristo sigue con su programa informativo de lunes a viernes de 5: 00 a.m. A 1:00 p.m. Con la compañía de Alberto Casas Santamaría y Camila Zuluaga, y respaldados por un equipo de corresponsales distribuidos en algunos lugares de la geografía mundial, este programase dedica a la presentación

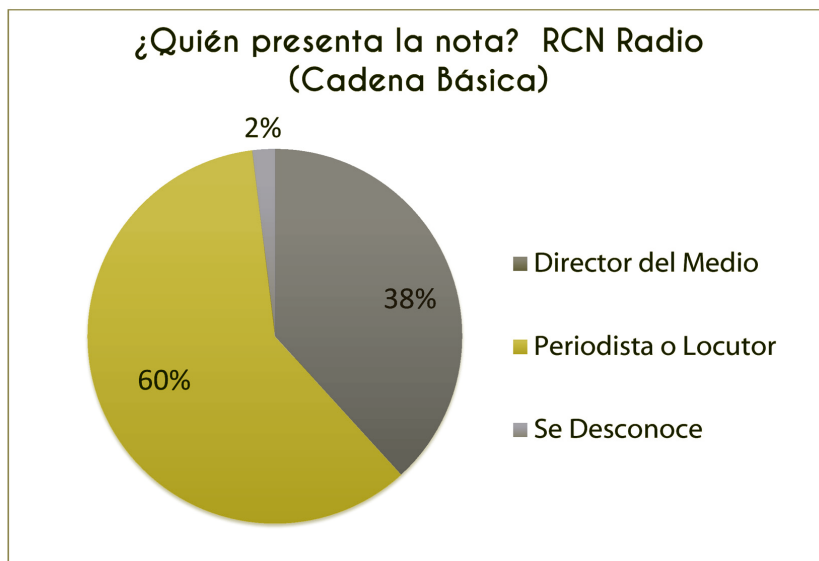
de noticias y, sobre todo, a realización de entrevistas a personajes de trayectorias destacadas a nivel internacional, nacional y local. Este programa se escucha en diversos puntos del planeta: Colombia, España, EE.UU. Francia, generando un espacio de opinión pública.

## *Hallazgos del reporte de medios de comunicación*

El análisis que se presenta a continuación el resultado de la campaña electoral a la Alcaldía Mayor de Bogotá en el año 2011, en los tres medios de comunicación observados: RCN Radio, CARACOL Radio y la W Radio.

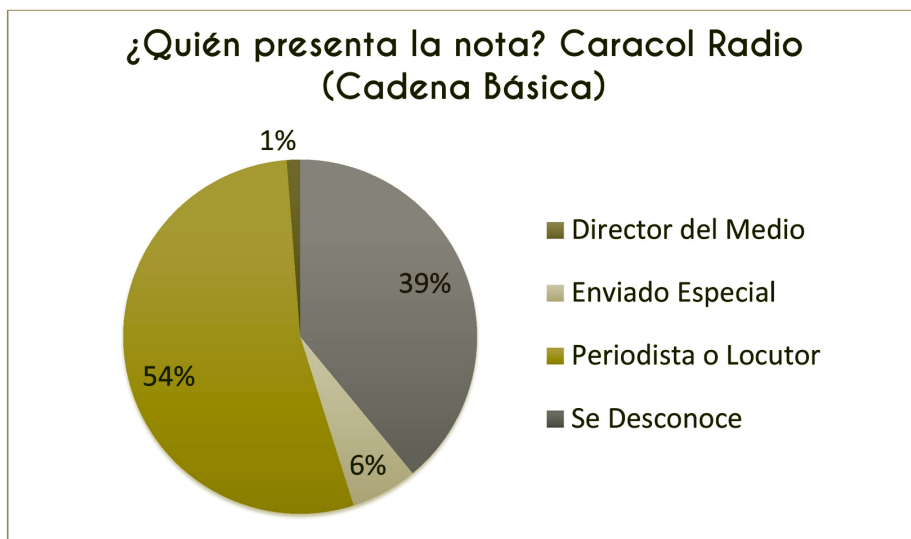
### *1. ¿Quién presenta las notas periodísticas en los medios monitoreados?*

Es importante resaltar que por el tipo de formato de La W Radio, brilló la imagen del director presentador de las

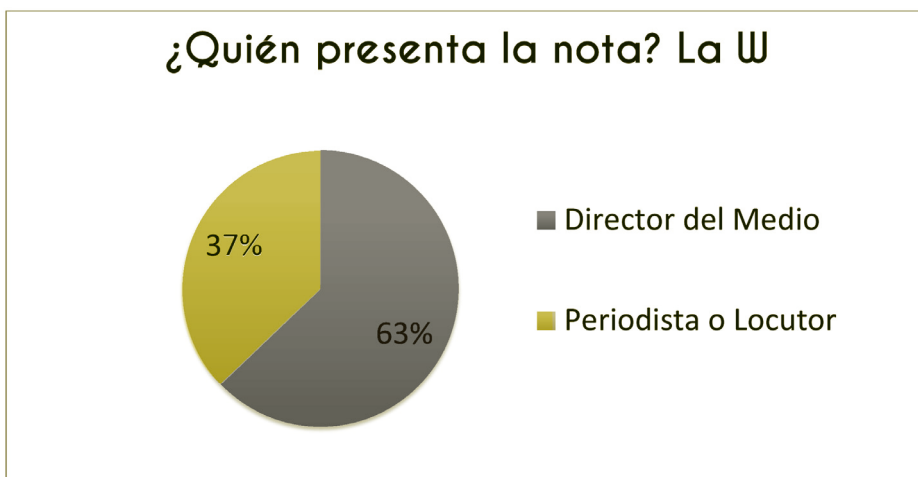


Gráfica 1. ¿Quién presenta la nota? RCN Radio (Cadena Básica)

piezas periodísticas con un 63% (ver gráfica.3); en cambio en las emisoras básicas de CARACOL y RCN se presentó un 39% (ver gráfico.2) y 38% (ver gráfica.1), respectivamente, al ser un formato de noticiero clásico en torno a estructura de presentación de la información.



Gráfica 2. ¿Quién presenta la nota? Caracol Radio (Cadena Básica)



Gráfica 3. ¿Quién presenta la nota? La W

Asimismo, se presentó la diferencia de formato de los tipos de informativos que se establece respecto al porcentaje de presentación de las notas por parte del periodista locutor, pues este tiene una mayor participación con un 60%, en el caso de RCN; 54% para CARACOL, y, finalmente, La W Radio con el 37%, certificando la diferencia en el formato de presentación de la información, pues la W Radio tiene un formato en el cual se presenta una fuerte interacción entre el director y los oyentes, a través de las llamadas telefónicas que se hacen para opinar sobre algunos temas que el medio decide que son de interés para la opinión pública (teoría de la agenda setting).

## *2. ¿Cuáles fueron los temas mencionados por los candidatos en La W, RCN y CARACOL Radio durante la campaña electoral a la Alcaldía Mayor de Bogotá?*

Se aclara que el seguimiento a medios de comunicación social se hizo durante una campaña política a La Alcaldía Mayor de Bogotá; sin embargo, es notoria la diferencia de los temas del cubrimiento. Aparece en el primer puesto, como temas en el cubrimiento noticioso, el tema proceso electoral: CARACOL Radio, el 93%; 85%, RCN y 79% La W Radio, con lo que se confirma claramente que la agenda política de los candidatos y la agenda temática de los medios definen, totalmente, la agenda temática de los ciudadanos, es decir, la agenda pública.

De acuerdo con lo observado en CARACOL Radio el tema que registró

un mayor porcentaje fue el proceso electoral con un 93%; sobre otros temas, como situación política se registró 5%, infraestructura 1%, y comunicaciones 1%.

En RCN Radio (el porcentaje fue del 85% para el tema de proceso electoral, seguido por orden público con el 5%, luego 4% para el tema economía y finanzas y, posteriormente, situación política con el 2%, dejando otros temas por debajo de estos porcentajes como: medio ambiente, cultura, ciencia y tecnología, infraestructura y medio ambiente con el 1%.

En La W Radio el tema más mencionado por los candidatos fue el referido al proceso electoral con un 79%. Luego estuvieron los temas de infraestructura 5%, situación política y comunicaciones 4%, cada uno; situación política y economía y finanzas 3% y 2% para medio ambiente.

Desagregando los datos, y de acuerdo con los hallazgos, la categoría proceso electoral fue de la que más hablaron los candidatos a la Alcaldía Mayor de Bogotá de la siguiente manera:

En CARACOL Radio temas de encuestas obtuvo 15 menciones; garantías electorales y observación y vigilancia electoral tuvieron 14 menciones; seguido por proselitismo electoral y avales o alianza entre partidos y/o campañas con 13 menciones cada una; inscripción de candidatos tuvo 10 menciones, y debates, 7 menciones. Estos son los temas de la campaña registrados.

En La W Radio los avales o alianzas entre partidos y/o campañas tuvo 23 menciones, encuestas 13 menciones, observación y vigilancia electoral e investigación a funcionarios registraron 8 menciones cada una; debates, 6 menciones; y proselitismo electoral, 3 menciones.

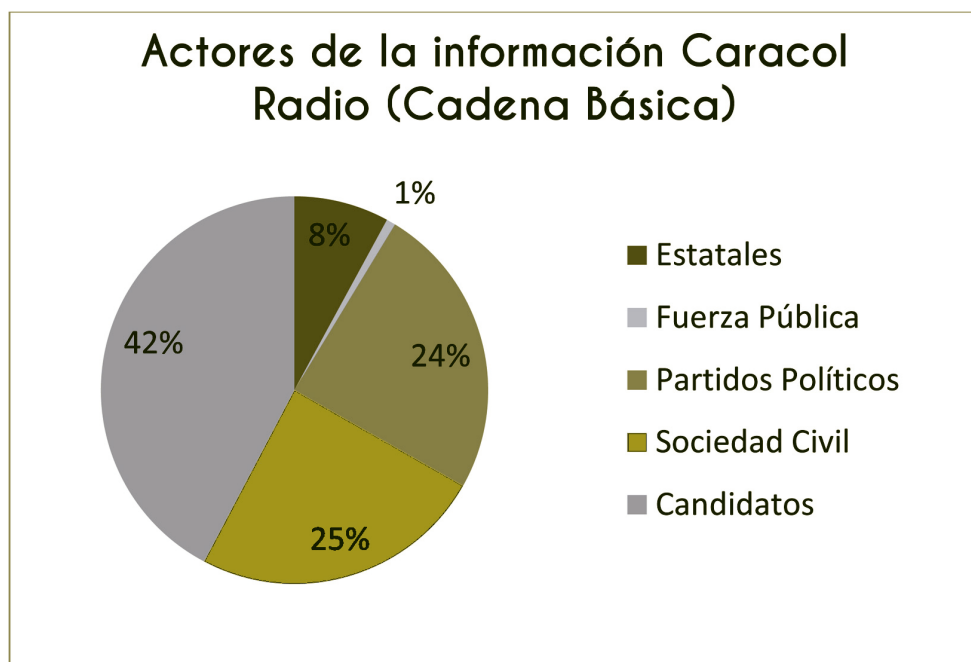
En RCN Radio proselitismo electoral tuvo 21 menciones; encuestas 15; garantías electorales, 12 menciones; observación y vigilancia electoral, 10 menciones; investigación a funcionarios, 9 menciones; debates, avales o alianza entre partidos y/o campañas y condena o sanción a funcionarios públicos, 8 menciones, cada uno.

En este punto ratificamos que, evidentemente, no existió una agenda pública diseñada, definida y defendida por los candidatos durante la campaña electoral. Los candidatos erigieron una agenda política dinámica que, durante los procesos de la campaña, fueron ajustando de acuerdo con la melodía que tocaban los medios de comunicación social, en nuestro caso se acomodaron a la agenda setting de La W Radio, CARACOL Radio y RCN Radio.

En el análisis comparado hay que anotar que Caracol Radio con un 49.07% y la W con 48.45%, son los medios que mayor porcentaje acumulado tienen en temas de transparencia electoral. RCN Radio también está por encima de la media con un 41.35%. Si tenemos en cuenta que el promedio que los medios monitoreados destinaron a esos temas fue del 27% nos encontramos que las radios nacionales abanderaron estos temas de manera más directa que el resto de medios de comunicación del país.

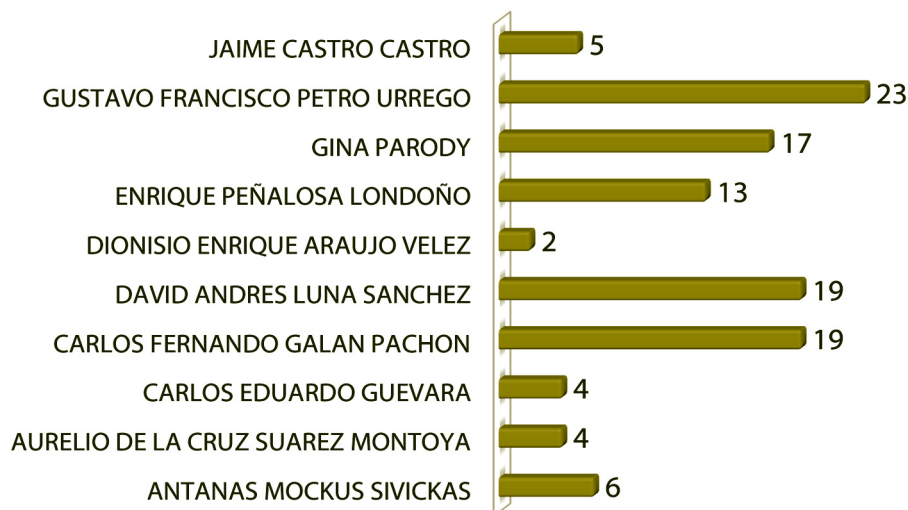
### 3. *¿Quiénes fueron los actores que intervinieron en el proceso electoral?*

Las gráficas 4 y 5 nos presentan los datos sobre cuáles fueron los actores de la información política durante la campaña electoral en CARACOL Radio, de lo que destacamos que principalmente, y como es lógico, estuvieron los candidatos 42%,



Gráfica 4. Actores de la información Caracol Radio (Cadena Básica)

### Candidatos a la ALCALDÍA - BOGOTÁ mencionados en Caracol Radio (Cadena Básica)



Gráfica 5. Candidatos a la ALCALDÍA - BOGOTÁ mencionados en Caracol Radio (Cadena Básica)

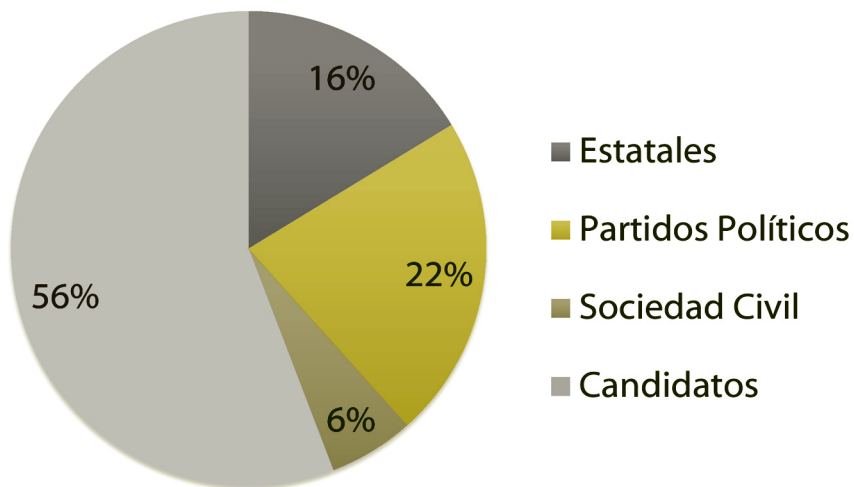
seguidos por la sociedad civil 25%, y posteriormente, los partidos políticos 24% y, finalmente, los actores estatales 8% y la fuerza pública 1%.

De otro lado, destacamos que los candidatos más visibilizados por esta cadena radial fueron el alcalde electo, Gustavo Francisco Petro Urrego, con 23 menciones; seguido por los candidatos David Andrés Luna Sánchez, partido liberal y Carlos Fernando Galán Pachón, partido Cambio Radical, con 19 menciones en este medio. Luego aparece la candidata independiente e inscrita por firmas: Gina Parody, con 17 menciones.

Las gráficas 6 y 7 nos presentan los datos sobre cuáles fueron los actores de la información política durante la campaña electoral en La W Radio, nuevamente, como es lógico, están los candidatos 56%, seguidos por los partidos políticos 22%, y posteriormente, los actores estatales 16%. Finalmente, está la sociedad civil 6%.

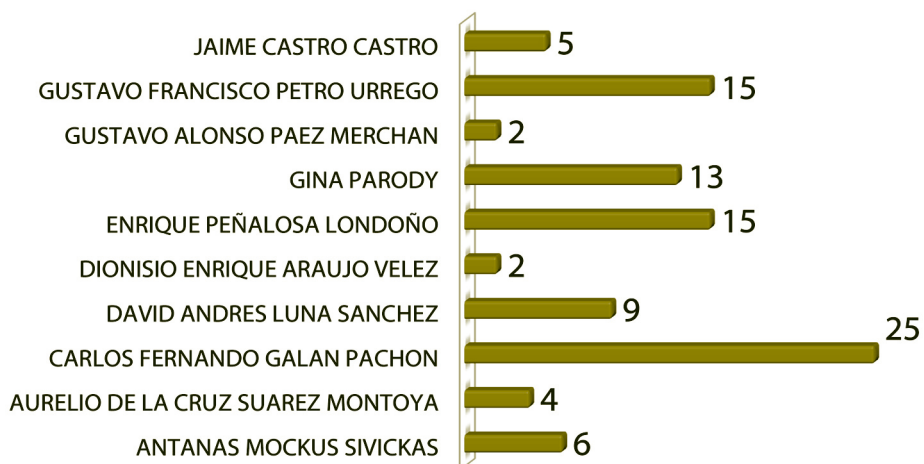
Con respecto a los candidatos más visibilizados por esta cadena radial (La W Radio), el primer lugar por número de menciones le correspondió a Carlos Fernando Galán Pachón, partido Cambio Radical con 25. Luego aparecen, el alcalde electo, Gustavo Francisco Petro Urrego, partido progresistas y Enrique Peñalosa Londoño, partido verde y partido de la U, con 15 menciones; seguidos por Gina Parody 13 menciones, candidata independiente, y el candidato David Andrés Luna Sánchez, partido liberal, con 9 menciones.

## Actores de la información La W



Gráfica 6. Actores de la información La W

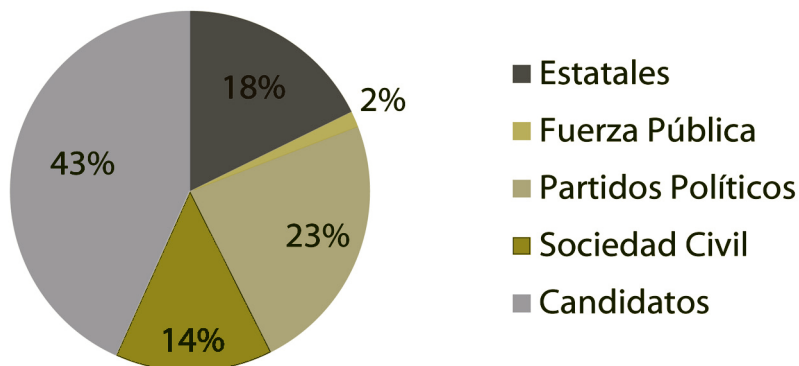
## Candidatos a la ALCALDÍA - BOGOTÁ mencionados en La W



Gráfica 7. Candidatos a la ALCALDÍA - BOGOTÁ mencionados en La W

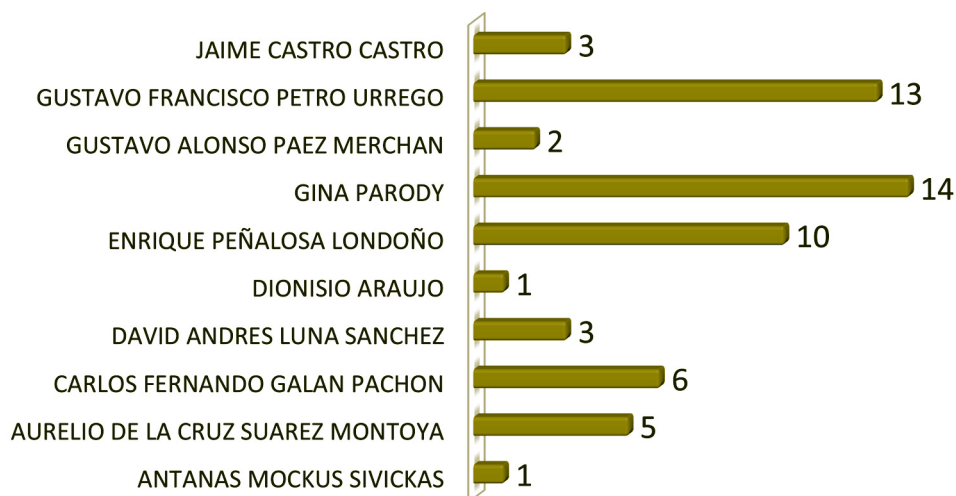
Las gráficas 8 y 9 nos presentan los datos sobre cuáles fueron los actores de la información política durante la campaña electoral en RCN Radio: los candidatos, 43%, seguidos por los partidos políticos 23%, y posteriormente, los actores estatales 18%. Luego está la sociedad civil 14%. Finalmente, se registra la Fuerza Pública con el 2%.

## Actores de la información RCN Radio (Cadena Básica)



Gráfica 8. Actores de la información RCN Radio (Cadena Básica)

## Candidatos a la ALCALDÍA - BOGOTÁ mencionados en RCN Radio (Cadena Básica)



Gráfica 9. Candidatos a la ALCALDÍA - BOGOTÁ mencionados en RCN Radio (Cadena Básica)



En cuanto a los candidatos más visibilizados por RCN Radio, el primer lugar, por número de menciones, le correspondió a Gina Parody con 14 menciones, candidata independiente; Luego aparece, el alcalde electo, Gustavo Francisco Petro Urrego, partido progresistas 13; lo sigue, Enrique Peñalosa Londoño, partido verde y partido de la U, con 10 menciones, y Carlos Fernando Galán Pachón, partido Cambio Radical con 6 menciones.

#### *4.Pregunta siete: ¿Cuál fue el porcentaje de las fuentes de información, que tipo de fuentes y cuál fue el género de las fuentes utilizadas durante la elaboración de las piezas periodísticas?*

El estudio evidencia que en CARACOL Radio la información transmitida contaba con un 77% de fuentes de información identificadas, las cuales fueron utilizadas para la elaboración de las piezas periodísticas.

El tipo de fuente que más se utilizó fue el no oficial, es decir, fuentes privadas: 49%; posteriormente, fuentes documentales, con el 30%, para dejar en el último lugar a las fuentes de carácter público, oficiales, con un 21%. En torno al género de las fuentes se comprueba que hubo una masculinización de la información política: 79%, durante este proceso electoral.

Para el caso de la W Radio la información transmitida contaba con un 61% de fuentes de información identificadas, las cuales fueron utilizadas para la elaboración de las piezas periodísticas. El tipo de fuente que más se utilizó fue la documental, 53%; la segunda fuente más utilizada fue la no oficial, es decir, fuentes privadas 41%; posteriormente, fuentes oficiales, es decir, de carácter público, 6%. En torno al género de las fuentes se comprueba que hubo una masculinización de la información política 89%, durante este proceso electoral.

Finalmente en RCN Radio la información transmitida contaba con un 92% de fuentes de información identificadas, las cuales fueron utilizadas para la elaboración de las piezas periodísticas. El tipo de fuente que más se utilizó fue las oficiales, es decir, las de carácter público con un 48%; la segunda fuente más utilizada fue la no oficial, es decir, fuentes privadas 38%; finalmente aparece la documental 14%. En torno al género de las fuentes se comprueba que hubo una masculinización de la información política 77%, durante este proceso electoral.

## Bibliografía

- Casermeyro de Pereson, A. (2003). «Los medios en las elecciones: la agenda setting en la Ciudad de Buenos Aires» [en línea]. Buenos Aires: Educa. Disponible en: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/educa/medios-elecciones-agenda.pdf> [consultado: 17 de abril de 2012].
- Adamo, O., García V. y Slavinsky G. (2007). Comunicación Política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Fishman, M. (1985). La fabricación de la noticia. Buenos Aires: Ediciones Tres Tiempos.
- «Julio Sánchez Cristo sigue dando en el blanco» (2007, Octubre 11). Recuperado el 15 Marzo, 2012, de <http://www.colarte.com/colarte/cons pintores.asp?idartista=15211>.
- López, M. (1995). Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación. Barcelona: Paidós.
- McCombs, Maxwell. En el prefacio de la tesis doctoral: «Los medios en las elecciones: la agenda setting en la Ciudad de Buenos Aires» [en línea], año (2003).
- McCombs, M.E. y D.L. Shaw (1972). The agenda-setting function of the mass media.
- Merayo, A. (2009). «La radio en Iberoamérica: evolución, diagnóstico, prospectiva» [Versión electrónica]. La radio en Colombia, Las noticias y las emisoras, 159.
- Pérez, G. & Castellanos, N. (1998). Caracol Estéreo. La radio del tercer Milenio. (pp. 201-202.203).
- Muraro, H. (2000). Políticos, periodistas y ciudadanos. De la video política al periodismo de investigación. México: Fondo de Cultura Económica.
- «RCN Radio Cadena Nacional: 60 años de historia». (2009). Disponible en <http://historiadelaradioencolombia.blogspot.com/2009/09/rcn-radio-cadena-nacional-60-anos-de.html>. (Consultado del 14 de febrero de 2011).
- «Reseña histórica de Caracol Radio». (2011). Disponible en <http://www.historiadeantioquia.info/medios-de-comunicacion-en-antioquia/resena-historica-de-caracol-radio.html> (Consultado el 14 de febrero de 2011)



UNIVERSIDAD  
CENTRAL

---

## Las Elecciones de El Tiempo en Bogotá

*Monitoreo al cubrimiento electoral por parte del periódico El Tiempo*

*Por: Javier Correa Correa  
Investigador Universidad Central*

### *De dónde se parte*

¿Cómo cubrió el periódico El Tiempo la información electoral regional durante el año 2010? ¿Cuál fue la calidad periodística de este periódico, considerado el más importante del país? ¿Qué actores aparecen relacionados con la información electoral? Son las preguntas que motivaron este análisis convocado por la Misión de Observación Electoral (MOE) y que, con respecto a ese diario, en la capital del país realizó la Carrera de Comunicación y Periodismo de la Universidad Central.

Para responder, el estudio examinó 450 artículos publicados entre el 17 de agosto y el 6 de noviembre de 2011 por El Tiempo, en el marco del proceso electoral para las elecciones regionales (gubernaciones, asambleas, alcaldías, concejos y juntas administradoras locales).

Fueron sistematizadas las notas en la plataforma de información diseñada por la MOE, en la que se consignaron aspectos como fecha de publicación, sección, autoría, título, sinopsis, relación entre titular y contenido, género periodístico, recursos visuales, coherencia entre los recursos visuales y el texto, tema principal, tema secundario, fuente, género de la fuente, posición de la fuente, nombre de los candidatos y sesgo de la información.

De dichas publicaciones, la mayoría fueron noticias (214), seguidas por breves (99), columnas de opinión (43) y análisis noticioso (41), lo cual señala la tendencia de suministrar información, aunque llama la atención que haya más columnas de opinión que análisis noticioso. En un segundo plano están otros géneros, como entrevista (25), crónica y reportaje (11), informe especial (10) y, por último, perfil (2), solo superado por editorial (5).

Aunque por ser de circulación nacional el periódico *El Tiempo* incluye información de todo el país, con respecto a las elecciones regionales ésta fue publicada en *Política* (85), *Nación* (61) y *Primer plano* (18), especialmente. El grueso de la información apareció en la sección *Bogotá* (224), donde se dio cabida al debate que adelantaban los candidatos al segundo cargo de elección popular más importante del país: la Alcaldía de Bogotá. En lo tocante a opinión, fueron publicadas 41 columnas, la mayoría referidas a las elecciones en la capital de la república.

## *La política en Bogotá*

Por tratarse de la capital del país, lo que suceda en Bogotá en términos políticos repercute en el resto de Colombia, en los ámbitos regional y local. Por tal razón, los partidos le apuestan a la escogencia de un candidato que garantice el triunfo o, al menos, una participación digna que permita el establecimiento de alianzas.

Eso motivó al ex presidente Álvaro Uribe a definir unos candidatos que a nombre de su colectividad –el Partido de la U– fueran elegidos como gobernadores y alcaldes de los más importantes departamentos y capitales, como Antioquia/Medellín, Santander/Bucaramanga, Atlántico/Barranquilla y Valle/Cali, y, obviamente, Cundinamarca y Bogotá. Por tal razón, y ante la evidente fuerza del Partido Verde, desde antes de que fueran oficialmente lanzadas las candidaturas, apoyó las pretensiones de Enrique Peñalosa, lo que implicó una división dentro de este último partido, del que se retiró Antanas Mockus y lanzó su candidatura, que declinó después cuando se dio cuenta de que iba camino al fracaso y adhirió a Gina Parody.

Lo que no calcularon Uribe y Peñalosa, así como los otros candidatos regionales,

fue el desgaste del ex mandatario, por lo que muchos se convirtieron en la factura de cobro ante las cada vez mayores denuncias de corrupción y violación de los derechos humanos durante los ocho años de su presidencia.

Esa situación fue aprovechada por varios candidatos, como Gustavo Petro, quien renunció al Polo Democrático Alternativo ante los también evidentes casos de corrupción durante el mandato de Samuel Moreno, que el mismo Petro había denunciado. Fundó Progresistas, un partido hecho a su medida –como Uribe lo había hecho con la U–, que congregó a una gran cantidad de votantes de la izquierda y el centro, así como a algunos de los partidos Liberal y Conservador y de la misma U que con sus votos le pasaban factura de cobro a Uribe.

Al final, Petro resultó elegido y, como colofón, los medios de comunicación también le han pasado factura de cobro frente al manejo de temas importantes y sensibles para los bogotanos.

## *Características de El Tiempo*

**“Desgraciadamente, como lamentaba Marshall McLuhan, el mensajero tiene tendencia a convertirse en el contenido del mensaje”**

*Ryszard Kapuscinski (1999)*

Según Pierre Bordieu (2001: 20), los medios de comunicación reproducen “la arbitrariedad cultural de las clases dominantes o de las clases dominadas. Dicho de otra forma, el alcance de estas proposiciones se halla definido por el hecho de que se refieren a toda formación social, entendida como sistemas de

relaciones de fuerza y de significados entre grupos o clases”.

En ese orden de ideas, es preciso revisar el papel desempeñado por *El Tiempo* en sus 100 años de vida. El periódico fue fundado en Medellín el 30 de enero de 1911 por Alfonso Villegas Restrepo, de raigambre conservadora, quien buscaba brindarle apoyo al gobierno de Carlos E. Restrepo, durante la hegemonía conservadora (1886-1930). Dos años después, el 30 de junio de 1913, el periódico fue adquirido por el cuñado de Villegas, Eduardo Santos, quien lo trasladó a Bogotá.

En el caso de *El Tiempo*, se ha denunciado manipulación informativa, como cuando la columnista Claudia López criticó el manejo que se le dio al programa *Agro Ingreso Seguro –AIS–* y un eventual conflicto de intereses con la candidatura de Juan Manuel Santos, lo que le valió que fuera despedida. Por las denuncias de violación a los derechos humanos y el mismo caso de AIS, fue cerrada la revista *Cambio*, que también formaba parte de la Casa Editorial *El Tiempo –CEET–*.

La CEET se ha consolidado como una de las más importantes empresas económicas del país y una de las 100 más grandes de Latinoamérica. Es un conglomerado de medios (*El Tiempo*, *City TV*, *Canal ET*, periódicos regionales como *Tolima 7 días*, *Llano 7 días* y *Boyacá 7 días*). En 2007, el grupo editorial español *Planeta*, tras una puja con el también grupo español *Prisa* –propietario de otros medios de comunicación en Colombia, como *Caracol–* adquirió el 55% de las acciones. En marzo de 2012, el banquero Luis Carlos Sarmiento adquirió el 80% de las acciones de la CEET.

## Resultados

La responsabilidad de la redacción de la información en los medios está en

sus periodistas, aunque una tendencia mundial ha hecho que se haya “sustituido a los antiguos héroes del periodismo por un número imponente de trabajadores de los media, prácticamente todos hundidos en el anonimato” (Kapuscinski, 1999), lo cual implica que se haya perdido la relación directa que se establecía cuando los artículos informativos, los reportajes y las crónicas tienen la firma de un responsable.

En lo referente a la información sobre el proceso electoral, la mayoría de artículos carecen de firma y solo un 18% fueron firmados, aunque es de destacar que un 13% están respaldados por unidades investigativas o de redacción creadas ex profeso.

Con respecto a las fuentes de información consultadas, *El Tiempo* las menciona de manera directa en apenas un 23%, lo cual refuerza el hecho de que los artículos no sean firmados, pues se desconoce de dónde proviene la información y, por lo tanto, si carece de veracidad absoluta.

En los casos en que sí se menciona la fuente, destaca el que en un 85% la información procede de fuentes oficiales, en un reforzamiento de una tendencia unánimista de los medios de comunicación en Colombia, que dan entera credibilidad a las fuentes oficiales y poco (13% para el caso de las elecciones) consultan a los demás actores de la vida política del país, como lo es la sociedad civil, principal interesada y afectada (positiva o negativamente) por la contienda electoral.

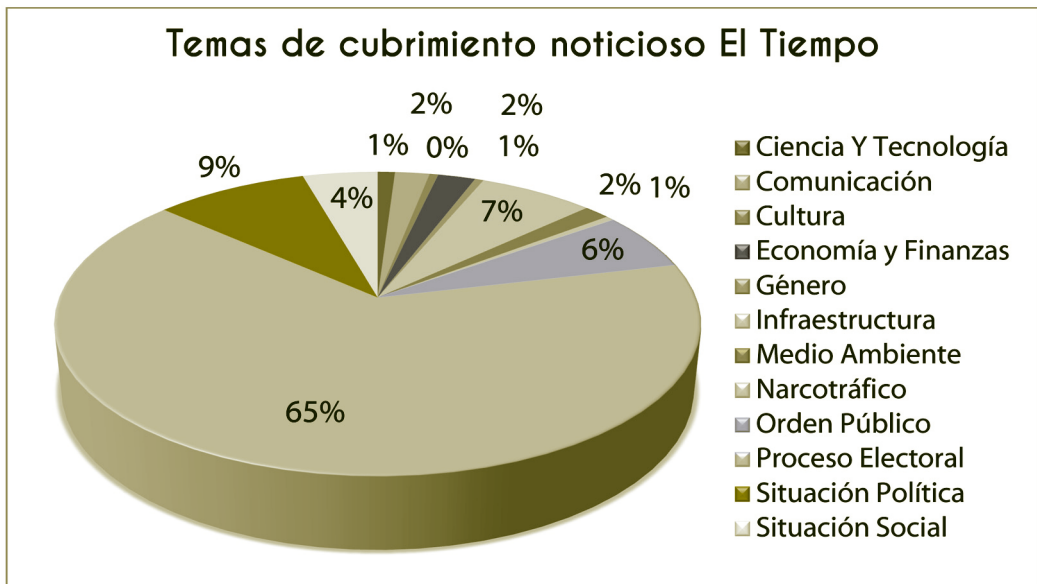
En los casos de debates por temas que afectan a la ciudadanía, la información es amplia y reitera lo informado (64%), pero apenas un 5% contrasta, lo que evidencia una línea directa de información que poco cuestiona lo dicho por las fuentes oficiales.

En lo referido al género de las fuentes, y por haber una candidata en la contienda bogotana (Gina Parody), se cuenta con una participación femenina del 14% en el

suministro de información, aunque sigue primando la información entregada por hombres (86%).

## Agenda de temas de El Tiempo

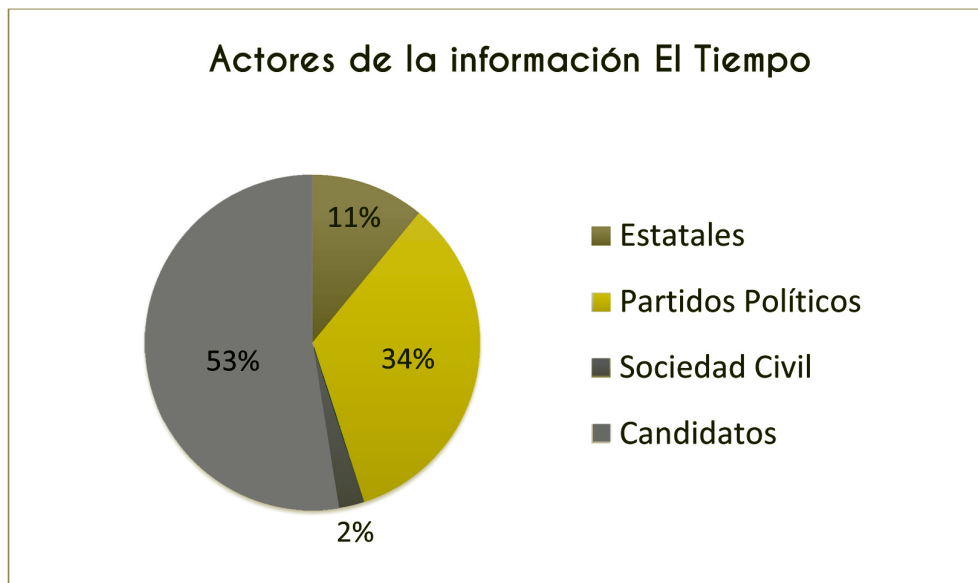
Si bien el análisis comprende lo publicado por El Tiempo en las elecciones regionales, en la campaña se abordaron diversos temas, algunos pocos propuestos por los medios y otros, por los candidatos. Sin duda la campaña en sí misma fue la que mayor porcentaje demandó (65%), seguida por la situación política del país y Bogotá (9%), lo cual reitera lo señalado hace más de medio siglo por Jorge Eliécer Gaitán, quien dijo que existe un “país político” por encima del “país real”. En pleno proceso de apertura económica con miras a la aplicación de los tratados de libre comercio, la infraestructura ocupó el 7%, la cultura el 6% y la situación social apenas el 4%.



Gráfica 1. Temas de cubrimiento noticioso El Tiempo

Los subtemas así lo comprueban: sobre educación hubo apenas 11 publicaciones, 4 sobre salud, 3 sobre empleo/desempleo, de a 2 sobre vivienda, infancia y adolescencia, pobreza, y apenas de a una publicación sobre ética y desplazamiento, aunque este último constituye una de las más importantes situaciones que afectan el país, derivada del conflicto armado interno, y Bogotá –con Soacha– es uno de los más grandes receptores de los 4 millones de desplazados.

Esta mínima importancia dada a los temas sociales se explica por la poca contextualización de las noticias, toda vez que apenas 132 notas enmarcaban los hechos en un proceso, como debe ser cualquier información periodística, mientras que 318 notas no lo hacían.



Gráfica 2. Actores de la información El Tiempo

Por ser El Tiempo un periódico de circulación nacional, la información general incluye todo el país, aunque hace énfasis en la contienda electoral en Bogotá. En algunos casos, y como se establecieron alianzas interpartidistas, podría pensarse que alguna colectividad no tuvo mayor despliegue o que su participación haya sido menor que otras, pero esto no es así. Por ejemplo, para el caso capitalino, el Partido de la U no presentó candidato propio sino que apoyó al candidato del Partido Verde, que tuvo amplia difusión.

No deja de llamar la atención que El Tiempo brindó apoyo al Partido Verde y a su candidato Enrique Peñalosa, con dos apariciones en primera página, acompañado del ex presidente Álvaro Uribe en recorridos proselitistas en Bogotá. Como se dijo arriba, el presidente Juan Manuel Santos, surgido de El Tiempo, fue elegido a nombre del Partido de la U para supuestamente darle continuidad al gobierno de Uribe, aunque haya habido distanciamientos desde cuando el primero asumió el gobierno el 7 de agosto de 2010.

Los candidatos para gobernaciones que fueron mencionados por el diario capitalino aparecen registrados en la Tabla.1 y en términos generales pareciera haber una equidad informativa, aunque es fácil deducir que, como en el caso de La Guajira, Magdalena, Meta y Risaralda solo figura uno de los candidatos y sus rivales políticos, no.

<b>Candidatos GOBERNACIÓN mencionados en <u>El Tiempo</u></b>		
GOBERNACIÓN - ARAUCA	CARLOS EDUARDO PINILLA RUIZ	2
	HÉLMER JOSE MUÑOZ PAREJA	1
GOBERNACIÓN - CALDAS	GABRIEL VALLEJO LOPEZ	1
GOBERNACIÓN - CAQUETA	ARNULFO GASCA TRUJILLO	2
GOBERNACIÓN - CASANARE	EFRÉN HERNÁNDEZ DÍAZ	1
	JORGE ELIESER PRIETO RIVEROS	1
	NELSON RICARDO MARIÑO VELANDIA	1
GOBERNACIÓN - CUNDINAMARCA	ÁLVARO CRUZ VARGAS	1
	EVERTH BUSTAMANTE GARCIA	1
GOBERNACIÓN - LA GUAJIRA	JUAN FRANCISCO GOMEZ CERCHAR	1
GOBERNACIÓN - MAGDALENA	JOSÉ LUIS PINEDO CAMPO	1
GOBERNACIÓN - META	ALAN JESUS JARA URZOLA	1
GOBERNACIÓN - RISARALDA	CARLOS ALBERTO BOTERO LOPEZ	1
GOBERNACIÓN - SANTANDER	RICHARD ALFONSO AGUILAR VILLA	1
	SERGIO FAJARDO VALDERRAMA	1
GOBERNACIÓN - SUCRE	GUSTAVO MONTES	1
	JULIO CÉSAR GUERRA TULENA	1
	RAMÓN EMIRO MUSKUS DUMAR	1

Tabla 1. Candidatos GOBERNACIÓN mencionados en El Tiempo

Aunque no incluimos en este análisis a los candidatos a alcaldías de municipios intermedios o pequeños, es preciso aclarar que algunos fueron mencionados únicamente cuando fueron víctimas de amenazas o atentados, o cuando se vieron involucrados en actos por fuera de la ley, la mayor parte de las veces por supuesta corrupción, delitos electorales o vínculos con grupos paramilitares.

Para Bogotá, El Tiempo mencionó la mayor cantidad de veces al candidato de Progresistas, Gustavo Petro –quien resultó elegido–, seguido por Gina Parody (Gina Alcalde), Enrique Peñalosa (Partido Verde), Carlos Fernando Galán (Partido Cambio Radical), David Luna (Partido Liberal), Aurelio Suárez (Polo Democrático Alternativo), Antanas Mockus –quien se había retirado del Partido Verde y renunció en mitad de la campaña para aliarse con Gina Parody–, Carlos Eduardo Guevara (Partido Mira), Dionisio Araújo (Partido Conservador, quien también declinó su candidatura y se alió con Peñalosa), y Gustavo Páez (PIN).



Candidatos ALCALDÍA mencionados en <u>El Tiempo</u>		
ALCALDÍA - BARRANQUILLA	ELSA MARGARITA NOGUERA DE LA ESPRIELLA	1
ALCALDÍA - BOGOTÁ D.C.	ANTANAS MOCKUS SIVICKAS	20
	AURELIO DE LA CRUZ SUAREZ MONTOYA	21
	CARLOS EDUARDO GUEVARA VILLABON	17
	CARLOS FERNANDO GALÁN PACHÓN	29
	DAVID ANDRES LUNA SANCHEZ	24
	DIONISIO ENRIQUE ARAUJO VELEZ	15
	ENRIQUE PEÑALOSA LONDOÑO	30
	GINA PARODY	36
	GUSTAVO ALONSO PÁEZ MERCHAN	8
	GUSTAVO FRANCISCO PETRO URREGO	39
	JAIME CASTRO CASTRO	17
ALCALDÍA - CALI	RODRIGO GUERRERO VELASCO	5
	SIGIFREDO LOPEZ TOBON	1
	VÍCTOR DELIO SÁNCHEZ GOMEZ	1
ALCALDÍA - MANIZALES	JORGE EDUARDO ROJAS GIRALDO	1
ALCALDÍA - MEDELLÍN	ANIBAL GAVIRIA CORREA	3
	LUIS EMILIO PÉREZ GUTIÉRREZ	4
ALCALDÍA - PAMPLONA	JOSÉ LUIS GONZÁLEZ RAMIREZ	1
ALCALDÍA - PEREIRA	ENRIQUE ANTONIO VÁSQUEZ ZULETA	1
ALCALDÍA - SANTA MARTA	CARLOS EDUARDO CAICEDO OMAR	1
ALCALDÍA - SOLEDAD (ATLÁNTICO)	JESÚS MIGUEL RUEDA CARREÑO	1
ALCALDÍA - VILLAVICENCIO	SUSANA CORREA BORRERO	4

Tabla 2. Candidatos ALCALDÍA mencionados en El Tiempo

## Conclusiones

Es importante precisar que aunque los medios de comunicación conducen eso que se llama opinión pública y, por ende, inciden en los resultados electorales, “Afirmar, como se hace a menudo, que ‘toda la humanidad’ está pendiente de lo que hacen o dicen los media es una exageración” (Kapuscinski, 1999) y, en ese sentido, es preciso decir que en los procesos electorales intervienen múltiples actores, como la maquinaria política, la burocracia, las presiones económicas y, en nuestro país, de los actores armados (legales e ilegales).

El periódico El Tiempo apoyó desde su editorial las pretensiones de Enrique Peñalosa y eso se vio reflejado en el manejo de la información, pues fue el único candidato

que en dos ocasiones apareció con foto en primera página (a tres columnas), en plena campaña, al lado del ex presidente Uribe.

El diario inclinó la balanza informativa hacia un candidato –Enrique Peñalosa– y en la “recta final” de la contienda dejó por fuera a la mayoría y solo incluyó a tres en los debates y priorizó en la información sobre ellos: Enrique Peñalosa, Gina Parody y Gustavo Petro, el último de los cuales resultó electo.

La noticia y las breves fueron las más utilizadas, con algunos informes especiales realizados por equipos de periodistas tanto en Bogotá como en las regiones.

La agenda informativa está signada por el cubrimiento de las actividades proselitistas y no por los temas sociales, que son dejados al azar o a lo que propongan las campañas. Solo en los debates televisivos –que los impresos reprodujeron– fueron abordados temas de manera secundaria. Es importante señalar que la Casa Editorial El Tiempo tiene dos canales de televisión y los debates fueron presentados como “alianzas” informativas.

## *Recomendaciones*

Debido a que los medios de comunicación y en este caso particular El Tiempo tienen intereses partidistas que sin duda inciden en el manejo informativo, es necesario plantear que la agenda temática durante los procesos electorales surja de la ciudadanía para el abordaje de temas de interés general y no referidos únicamente a la política y, menos aún, a la política partidista.

La Constitución Política de 1991 introdujo el concepto de democracia participativa, pero los medios de comunicación siguen aferrados a la representatividad, y limitan la participación a las urnas. Por tal razón, tras este monitoreo se sugiere que acaten lo ordenado en el artículo 20, según el cual

Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.

Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

Se subraya lo atinente a la responsabilidad social y a que la ciudadanía –los votantes– tiene derecho a “recibir información veraz e imparcial”, para que no sean los medios los que decidan qué candidatos merecen despliegue informativo dependiendo de los resultados de las encuestas.

En ese orden de ideas, la ciudadanía debe ser tenida en cuenta como fuente directa de información y no solo mediante dichas encuestas que, en la mayoría de las ocasiones, son elaboradas de forma tal que las opiniones se inclinan hacia un lado.

Por último, los periodistas que cubren información política deben trascender el estrecho margen de los partidos y cubrir otros campos, como ordena el periodismo moderno, que ha roto las barreras entre los campos informativos.

## *Referencias*

Adames, Luis Carlos (2011). Del centenario al bicentenario. Historias de gobiernos, periódicos y periodistas (1910-2010). Medellín: Editorial Lealon.

Bordieu, Pierre (2001). *Contrafuegos 2 Por un movimiento social europeo*. Barcelona: Editorial Anagrama.

Correa Correa, Javier (1990). *Papel del periodismo en la lucha por la democracia en Colombia –de Rojas a nuestros días–*. Tesis de grado. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Bogotá.

Kapuscinski, Ryszard(1999). “¿Reflejan los media la realidad del mundo? Nuevas censuras, sutiles manipulaciones”. En *Le Monde Diplomatique*. París. (Reproducido por el periódico *El Colombiano*. Medellín, Colombia, miércoles 28 de febrero de 2007).

República de Colombia (1991). *Constitución Política*. Disponible en <http://www.banrep.gov.co/regimen/resoluciones/cp91.pdf>

Vallejo Mejía, Maryluz (2006). *A plomo herido. Una crónica del periodismo en Colombia (1880-1980)*. Bogotá. Editorial Planeta.



## Universidad de La Sabana

---

# Análisis de las notas emitidas por noticias RCN (franja prime time) durante el proceso electoral de 2011

*Por: Juan Camilo Hernández Rodríguez - Juan David Cárdenas Ruiz  
Investigadores Universidad de la Sabana*

Gran parte de la salud democrática de una nación pasa por el sano desarrollo de las diferentes contiendas electorales y el acaecer durante el tiempo previo a éstas. En la actualidad, dichos procesos políticos, como cualquier otra esfera de la vida diaria, están permeados por el accionar y las lógicas propias de los medios masivos de comunicación, especialmente de su máximo expositor: la televisión.

Es tal la importancia de la pantalla chica en la política que Giovanni Sartori adecuó el término telecracia para sugerir que “la televisión condiciona fuertemente el proceso electoral, ya sea en la elección de los candidatos, bien en su modo de plantear la batalla electoral o en la forma de ayudar a vencer al vencedor”.

En todo proceso político, los intereses en juego son neurálgicos y los actores participantes se valen de cuanto recurso exista: poder político, económico, social, cultural y mediático para prevalecer en la agenda y en el cubrimiento que hacen los medios de comunicación masiva de, por ejemplo, las elecciones.

Partiendo de ello, El Observatorio de Medios de La Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana (OM), en convenio con la Misión de Observación Electoral (MOE), observó los contenidos presentados por Noticias RCN, telediario del Canal RCN en su emisión de las siete de la noche, lo cual permite adelantar que es un producto informativo que ocupa la franja “prime time” o el espacio de mayor audiencia en Colombia. Esto hace del noticiero un espacio referencia para el ciudadano a la hora de determinar los hechos substanciales de la realidad y tener algunas herramientas para comprenderlos y valorarlos.

## *Caracterización del medio (Noticias RCN)*

Radio Cadena Nacional (RCN) es un grupo de medios de comunicación con presencia en televisión, radio e internet y es propiedad de la organización Ardila Lule. Posee un canal privado de televisión abierta –de emisión nacional–, un canal internacional de noticias y una cadena de emisoras radiales en frecuencias en AM y FM. También está presente en internet y produce contenidos audiovisuales.

Debido a su naturaleza convergente, RCN cuenta con una poderosa infraestructura física y tecnológica que le permite tener algunas ventajas frente a otros medios a la hora del cubrimiento de los hechos noticiosos. Así por ejemplo, el canal con señal abierta tiene una importante presencia de contenidos informativos en su parrilla de programación: hay tres emisiones de Noticias RCN, de lunes a viernes, y dos durante los fines de semana. Además cuenta con una franja nocturna con programas de opinión y temas de coyuntura política.

En las últimas semanas, el Canal RCN suscribió un acuerdo estratégico con la cadena FOX, de pertenencia del conglomerado News Corporation, para crear un canal (Mundo Fox) en Estados Unidos orientado hacia la población hispana residente allí. Todos los contenidos informativos de este nuevo medio serán producidos por el equipo periodístico y de realizadores de NTN-24 (canal internacional de RCN).

## *Metodología De Seguimiento*

El OM analizó, entre el 1 de septiembre y el 9 de noviembre de 2011, sólo las notas emitidas por Noticias RCN sobre hechos conectados con las elecciones locales y regionales que se llevaron a cabo en el país el 30 de octubre. Con base en el material entregado por la MOE, el estudio se efectuó sobre 100 piezas o notas periodísticas.

La información observada por los investigadores de la Universidad de La Sabana fue registrada online en un software diseñado, de manera especial, por la MOE para esta tarea. Las categorías y variables de estudio también fueron delineadas con anterioridad por la MOE, por lo cual el OM no tuvo injerencia sobre la etapa de determinación de aquello que debía ser objeto de investigación en las emisiones de Noticias RCN ni la metodología que para su estudio se utilizaría.

## *Resultados*

### *Temas y actores preponderantes*

Del total de notas observadas por el OM, el 87% hicieron referencia estricta al proceso electoral mientras el 13% restante se distribuyó en alusión a temas como el orden público, la situación política y social y la infraestructura dispuesta para los comicios.

La jerarquía electoral que tienen los comicios de la capital colombiana se hizo evidente en la investigación. 57% de las piezas periodísticas hicieron mención a las elecciones en Bogotá, en comparación a un 43% del cubrimiento mediático a los procesos políticos de otras zonas del país.

Con respecto al cubrimiento de las elecciones a la Alcaldía de Bogotá, por parte de Noticias RCN, el OM evidenció un favorecimiento en la exposición de los tres candidatos que iban adelante en las encuestas. El 19% de las notas referían a Gustavo Petro; el 18%, a Enrique Peñalosa y el 17%, a Gina Parody.

Una mirada más amplia a los actores que protagonizan las noticias, el porcentaje de menciones se distribuyó de la siguiente manera: 53% para los actores estatales, 29% para los partidos y movimientos políticos, el 15% para actores de la sociedad civil y el 3% para la Fuerza Pública.

Ahora, la observación pormenorizada sobre los protagonistas clave, como lo son los partidos políticos, arroja que el Partido Liberal obtiene menciones en el 18% de las notas; Progresistas, en el 10%; Partido Verde, en el 9%; Partido de la U, en el 8%; Alianza Social Indígena, en el 8%; Cambio Radical, en el 7%, y Gina Parody Alcaldesa, en el 7%, entre otros.

### *Las plagas periodísticas se ciernen sobre la información*

Una mirada a las fuentes informativas de Noticias RCN pone de manifiesto un fenómeno que si bien no es mayoritario sí debe ser visto con atención. El 25% de las notas analizadas carecen de fuente.

En las notas que sí tienen fuentes identificadas se puede observar un

predominio absoluto del oficialismo (75%). Y sin lugar a dudas donde el mismo actor se erige como única fuente informativa, hay pérdida de credibilidad en el medio de comunicación y se merma la capacidad de análisis.

Así mismo, llama poderosamente la atención que el 29% de las notas que fueron emitidas en una “sección especial”, que para el caso de RCN tiene nombre propio: La Cosa Política. Este porcentaje sólo fue superado por un 36% de las piezas que se agruparon bajo “información general”.

La Cosa Política, sin lugar a vacilaciones, es una sección que representa fielmente el fenómeno denominado “infotainment” por autores como Krüger (1988), que refiere a aquellos “programas que combinan la información con el entretenimiento”

### *La información política como espectáculo*

El grado de importancia que se le concede a una determinada información en un noticiero está determinado, en gran parte, por su ubicación al interior de la estructura de este y bajo la sección o bloque informativo en el que se encuentra.

Llama poderosamente la atención, entonces, que el 29% de las notas fueron emitidas en una “sección especial”, que para el caso de RCN tiene nombre propio: La Cosa Política. Este porcentaje sólo fue superado por un 36% de las piezas que se agruparon bajo “información general” (ver Tabla N°. 1).

La Cosa Política, sin lugar a vacilaciones, es una sección que representa fielmente el fenómeno denominado “infotainment” por autores como Krüger (1988), que refiere a aquellos “programas que combinan la información con el entretenimiento”.

Este tipo de productos, pocos lo niegan, resultan muy rentables para las industrias mediáticas que se tomaron muy a pecho la proclama de que al ciudadano hay que evitarle cualquier esfuerzo de razonamiento y, por lo mismo, enfocan su tarea en brindar información “light”.

Así, lo que prima en las notas no es el fondo de los asuntos y menos la explicación de cómo estos afectan el proceso electoral sino lo meramente “espectacular”, dramático, gracioso o hasta morboso. Lo más problemático es que notas de tan alto calado político aparezcan en una sección donde el televidente da por hecho que todo es divertimento, y donde se tiende a no distinguir entre lo que es real y lo que es ficción.

*“El francés Pucheu (1978) consideraba que la política siempre se asemeja a una representación teatral y mucho antes Ortega y Gasset, en 1914 (ed. 1974) ya había advertido también contra esa tendencia dramática de la política, fácil de observar en tantas declaraciones altisonantes, gestos simbólicos y acciones expresivas que acercan las actividades políticas de cualquier época al espectáculo y la distancian de sus componentes de deliberación racional, toma de decisiones y desarrollo sistemático de planes técnicos” (Dader, 1998:124).*

SECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	# NOTAS	PORCENTAJE	FRECUENCIA X DÍA
<b>Información General</b>	36	36%	1.44
<b>Nacional</b>	15	15%	0.6
<b>Sección Especial</b>	29	29%	1.16
<b>Sección Especial Elecciones 2011</b>	20	20%	0.8

Tabla 1. Sección de la información

## A manera de recomendación

*El OM pide al telediario observado y a todos los medios colombianos que en cada instante de su ejercicio periodístico (pero especialmente en épocas electorales) recuerden su absoluto apego y respeto por la verdad, la responsabilidad y el equilibrio informativo. Téngase en cuenta que “un periodismo más analítico e interpretativo frente a los asuntos públicos puede guiar a la sociedad a tomar mejores decisiones, no sólo en tiempos electorales, sino en el día a día” (Gutiérrez et al, 2011:116).*

## *Bibliografía*

Dader, J. (1998). Tratado de comunicación política. Madrid: Cersa, 1998.

Gómez, J; Hernández, J; Gutiérrez, L; Arango, G. (2010). Los noticieros de la televisión colombiana “en observación”: una mirada desde la academia a estructura, cobertura y contenidos de los teletinformativos de la televisión abierta en Colombia. Revista Palabra Clave. Vol, 13, N°. 2. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=64916989002>

Gutiérrez, L; Gómez, J; Hernández, J; Arango, G. (2011). Los noticieros espejo o la liviandad de la información. Revista Anagramas. Vol, 9, N°. 18. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3719182>

Kruger, U. M. (1988). Infos-Infotainment-Entertainment? Media Perspektiven, V. 10.

Rodríguez, F. (2007). La propagación mediática del miedo. El caso del macroinforme sobre el acoso escolar. En: Espéculo. Revista de estudios literarios, N° 37. Disponible en: <http://www.ucm.es/info/especulo/numero37/miedome.html>

Sartori, G., Partidos y sistemas de partidos, Alianza Editorial, Madrid, 1999, pág. 66

Scheufele, Dietram; Tewksbury, David. Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. Journal Of Communication. N° 57. 2007.

Teramo, María Teresa. Calidad de la información periodística en la Argentina. Estudios de diarios y noticieros. Palabra Clave. Vol 9. N°6.



CAUCA



Universidad  
del Cauca

## Informe seguimiento a medios de comunicación durante el proceso electoral de 2011

*Por: Piedad Ruiz Echeverry  
Investigadora Universidad del Cauca*

Una de las líneas de investigación del Programa de Comunicación Social de la Universidad del Cauca es la de “Medios, Política y Sociedad”, dentro de la cual se inscriben en buena medida los ejercicios del Observatorio de medios. Dicho observatorio, más que un ente es concebido como un nicho de trabajo académico, el cual se ha comenzado a desarrollar a partir de propuestas de investigación y estudio adelantadas tanto por grupos de estudiantes en el contexto del desarrollo de sus trabajos de grado, como por parte de la proponente de la línea y el observatorio, profesora Piedad Ruiz.

Teniendo en cuenta esto, la propuesta de trabajo en red con otras universidades del país, coordinada por la MOE como organismo no gubernamental promotor de la democracia y la transparencia electoral, ha sido no sólo bien acogida, sino altamente estimada como una oportunidad de desarrollo de intereses comunes en lo académico y desde la apuesta de proyección social del Programa de Comunicación Social y de la Universidad del Cauca en general

Lo anterior explica la vinculación del Programa a seguimiento a medios durante el proceso electoral, realizado entre el 17 de agosto y el 6 de noviembre de 2011, para analizar el tratamiento periodístico dado por los medios locales al proceso electoral para la alcaldía de Popayán y la gobernación del Cauca. Como resultado de dicho monitoreo, se registraron y analizaron 256 artículos periodísticos en el diario El Liberal, 80 notas periodísticas en el noticiero Caucavisión y 155 notas entre periodísticas en la emisora Radio 1.040.

Se presentan a continuación una parte importante de la sistematización de los resultados y se comentan analíticamente los datos más interesantes identificados como hallazgos del proceso de monitoreo a medios en Popayán y el Cauca, a partir del ejercicio comparativo de los tres medios. En el CD de la multimedia anexa, puede encontrarse el análisis completo de cada medio, así como el comparativo aquí publicado

## Caracterización de los medios monitoreados

### *El Liberal*

Actualmente el Cauca cuenta con tres periódicos de circulación diaria: El Liberal, El Extra y el Q'hubo, de los cuales los dos últimos pueden calificarse como de corte sensacionalista, mientras El Liberal es calificado como "prensa seria" cuya misión es "informar de manera clara, veraz, ética y oportuna del acontecer departamental, nacional e internacional a los diferentes sectores de la población, con el fin de contribuir a la solución de las problemáticas sociales, así como a la formación y orientación de la opinión pública"

El Liberal, circuló por primera vez el 13 de marzo de 1938 y se convirtió rápidamente en uno de los medios más influyentes de la región, en buena medida por la participación de importantes personalidades en sus páginas. Empezando la década de los 90, se comenzó a sistematizar el proceso de montaje e impresión y actualmente el periódico tiene tanto su versión impresa como la digital en la web.

El Liberal tiene 16 páginas, divididas en doce secciones, a saber: Popayán, Opinión, Economía, Nacional, Internacional, Judicial, Sociales, Cauca, Salud, Política, Entretenimiento y Deportes. En ellas predomina el género de la noticia, y la columna de opinión, aunque en menor medida hay espacio para crónicas, reportajes y entrevistas. De las secciones se destacan para el trabajo del presente seguimiento, las de Popayán, Cauca, Nacional y Política ya que son las que contienen en su mayoría los temas relacionados con el proceso electoral.

### *Noticiero Caucavisión*

La oferta televisiva de Popayán en los últimos años ha sido ofrecida por las programadoras: Fundación EMTEL S.A con el canal 29 FETV, Cable Unión de Occidente con su Canal CNC TV (ya desaparecido) y TELMEX a través del canal 80. Estos canales no sólo emiten programación propia sino que dependen, en gran parte, de los espacios alquilados y programas realizados por algunas productoras de televisión de la ciudad

Cable Cauca S.A. surgió como iniciativa de un grupo de empresarios que vieron la necesidad de ofrecer el servicio de televisión por cable en Popayán. Así, en 1997 se registró en la Cámara de Comercio y se expandieron redes, aunque sólo en 1999 se obtuvo la aprobación de la licencia por la CNTV. Hoy en día Cable Cauca llega a todos los barrios de la ciudad de Popayán y a algunos municipios del Cauca, con más de 70 canales.

El canal local, denominado Caucavisión, se emite por la frecuencia 3, y tiene una programación desde las 6:00 am hasta las 11:00 pm. Sus realizadores son todos de la ciudad de Popayán, quienes hacen programas variados, entre los cuales está el noticiero monitoreado, el cual se emite en las noches de lunes a viernes durante una hora que va entre 7:00 y 8:00 pm.

### *Radio 1040*

La primera estación radial que hubo en Popayán fue la emblemática Voz de Belalcázar, la cual aún hoy funciona. En un segundo momento aparecieron Radio Popayán y la Voz del Cauca, cuyas denominaciones y propietarios han cambiado con los años, hasta variar la oferta radiofónica que hoy tiene la ciudad

Con los años dichas emisoras fueron cambiando de nombre y posteriormente se instituyeron otras emisoras ampliando la programación y la oferta de sus productos culturales.

En la actualidad, Popayán cuenta con cinco emisoras en la frecuencia A.M.<sup>11</sup> y siete en la F.M.<sup>12</sup>. En las estaciones radiales se encuentra programación y contenidos variados dirigidos a públicos también diversos, en procura de ampliar la cobertura en medio de las precarias condiciones técnicas de algunas de ellas.

La Red Sonora Radio 1040, emisora de carácter comercial, nació con el nombre de Ecos de Paletará hace 27 años y posteriormente fue afiliada a la cadena Caracol y luego a la cadena Radio Súper. Transcurrido un tiempo la emisora estuvo en manos de la cadena Armony Records durante ocho años, hasta que en 1998 la compró definitivamente la Red Sonora. La emisora tiene actualmente básicamente programas musicales e informativos, entre los cuales se cuenta el noticiero monitoreado, el cual se transmite de lunes a viernes en el horario del mediodía, durante una hora de 12:00 m a 1:00 pm

## Metodología de seguimiento

El seguimiento se realizó con el apoyo de tres estudiantes, quienes voluntariamente accedieron a recibir la capacitación, realizar la prueba piloto y realizar el registro de la información en la base de

datos durante el periodo comprendido entre el 17 de agosto y el 6 de noviembre de 2011.

La distribución de los medios por estudiante se hizo de acuerdo con la experiencia previa durante la prueba piloto, siendo los responsables del llenado de la base de datos los siguientes:

- Sergio Correa Nache, Radio 1040
- Olga Portilla Dorado, Noticiero Caucavisión
- Fabián Castellanos Fandiño, Diario El Liberal

En el caso del diario El Liberal, el trabajo estuvo asociado al desarrollo de un trabajo de grado, y la MOE suscribió a los investigadores a la publicación, con el fin de disponer del material a diario e ir desarrollando el registro correspondiente. Tanto para radio como para televisión, fueron los estudiantes los comprometidos directamente con la labor de grabación diaria de los noticieros, durante el periodo ya mencionado.

A medida que se iban recopilando noticieros y ejemplares impresos, se iba introduciendo la información correspondiente en la base de datos y una vez registrada la información en ella, el equipo de la MOE en Bogotá realizó la sistematización correspondiente para proveer a la investigadora principal los resultados estadísticos en gráficas y tablas correspondientes a las variables de mayor interés elegidas autónomamente por la Universidad del Cauca.

---

11 - 1. Radio Mil cuarenta, de carácter comercial, enlazada con la Red Sonora Cali; 2. Radio Súper 1070 emisora comercial; 3. Caracol Colombia 1330, comercial, vinculada a Bogotá con Sociedad Radio Popayán S.A.; 4. Radio RCN-Cauca, estación comercial, enlazada con Bogotá Radio Cadena Nacional S.A. 1370. 5. La Voz De Belalcázar, emisora Comercial 1430.

12 - 1. Radio Nacional\* Cauca Popayán Inravisión 90.1 de la Policía Nacional, emisora de interés Público; 2. Radio Policía Nacional 94.1 de carácter institucional, de interés público; 3. La Emisora del Ejército de Interés Público, 95.1; 4. Oxígeno radio comercial; 5. La Mega 100.1 emisora comercial perteneciente a la cadena RCN; Unicauca Estéreo 104.1 emisora institucional, cultural y académica; 6. Tropicana 106.1, estación comercial de Caracol, La Veterana 106.9.

Al finalizar el proceso, se hizo el trabajo de crítica de los datos, a fin de depurar inconsistencias y de ser necesario, desechar información. Con los datos corregidos y revisados, se procedió al análisis y la elaboración del informe, así como la socialización de los resultados.

## Análisis comparativo

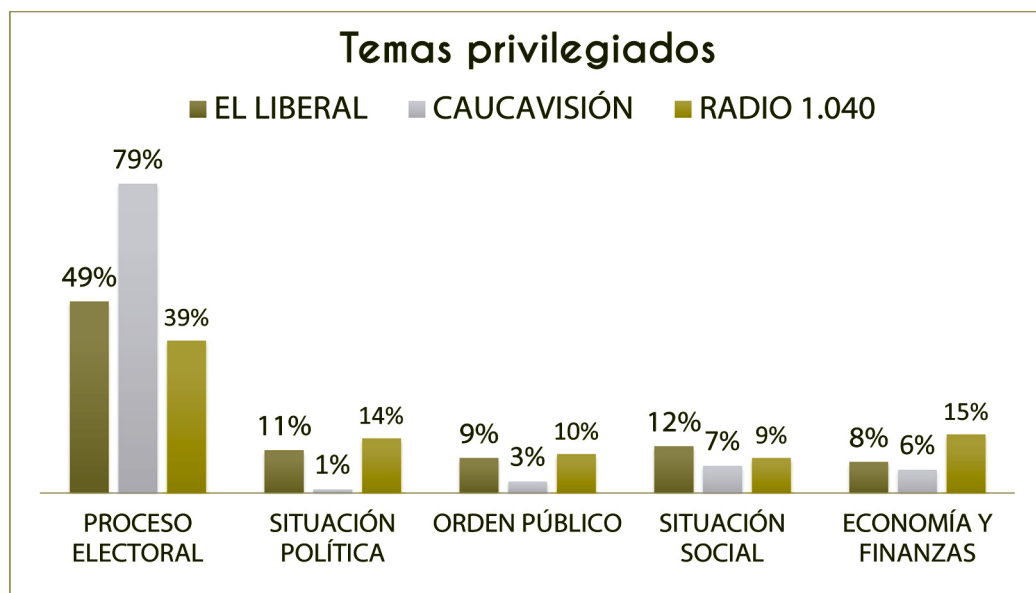
El seguimiento a medios de comunicación locales sobre el proceso electoral de gobernador del Cauca y alcalde de Popayán en octubre de 2011, desarrollado por la Universidad del Cauca, con apoyo técnico de la MOE a través de un equipo de trabajo de tres estudiantes y una docente del Programa de Comunicación Social, generó el registro y análisis de un total de 491 notas periodísticas, distribuidas así:

*Diario El Liberal: 256 notas*

*Noticiero Caucavisión: 80 notas*

*Noticiero Radio 1040: 155 notas*

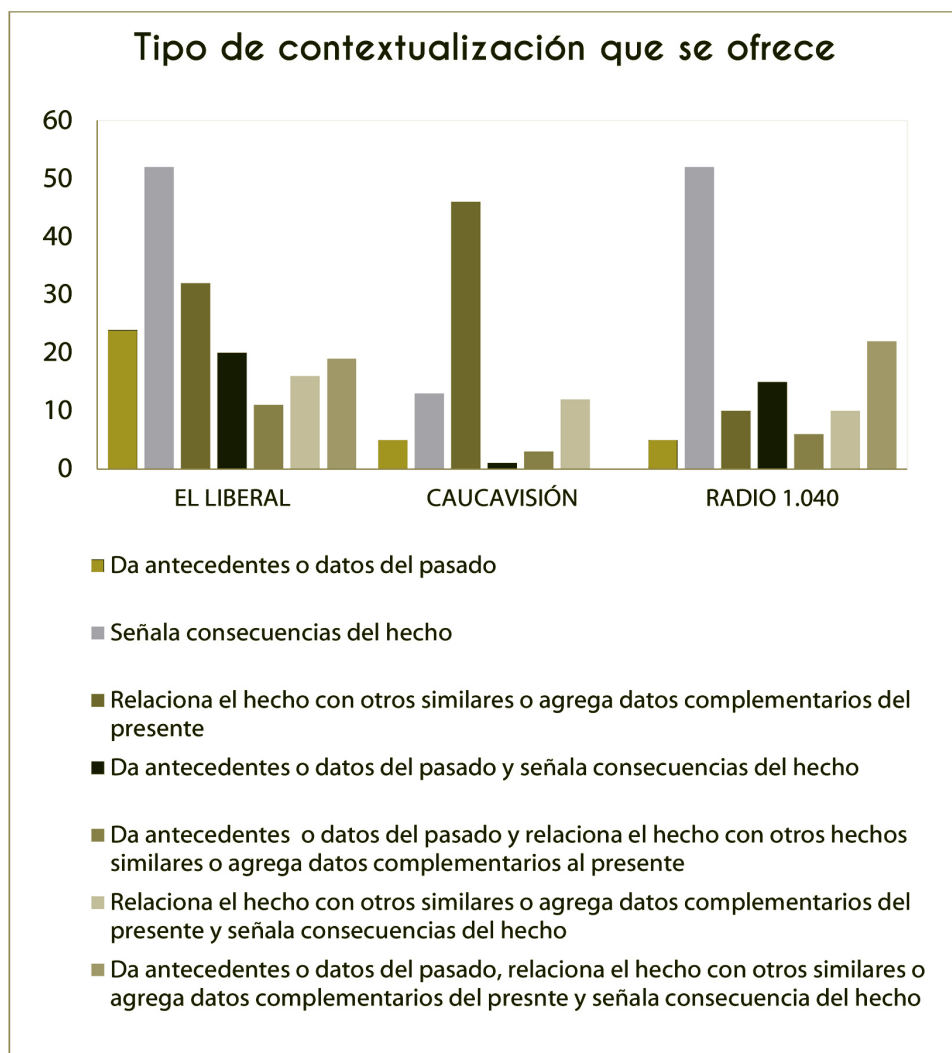
El análisis de las notas permitió identificar: desigualdades en el cubrimiento de las campañas de los distintos candidatos, subutilización de recursos narrativos e informativos disponibles por parte de los medios, tendencia a la presentación de información sin sesgos valorativos, baja incorporación de la sociedad civil como actor social importante en la información política y una débil promoción del debate público sobre temas centrales para el departamento y la ciudad.



Gráfica 1. Temas privilegiados

Al observar comparativamente los tres medios monitoreados, encontramos que en los tres casos el proceso electoral es el tema privilegiado por excelencia durante el proceso electoral de 2011. Esto es especialmente destacable en el caso de Caucavisión donde la gran mayoría de las notas se dedicaron a este tema. Aunque con mucha menor proporción de notas, en segundo lugar de importancia aparecen los temas de la situación social y el de la economía y las finanzas. De los tres medios sin embargo, son El Liberal y Radio 1040 quienes distribuyen menos heterogéneamente los distintos temas relacionados con las elecciones.

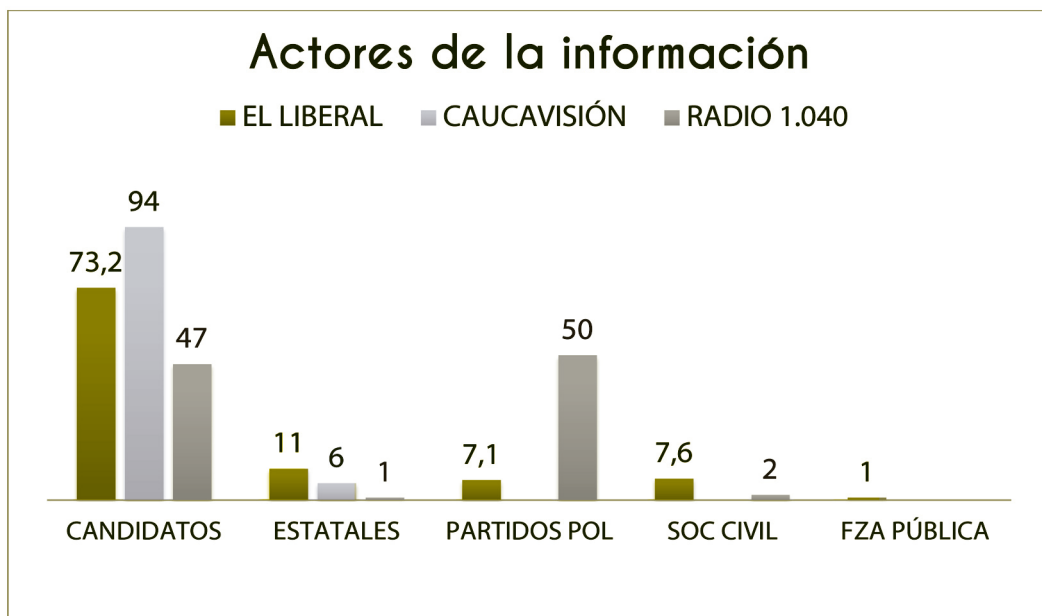
De otro lado, cuando comparamos los tipos de contextualización realizada por los medios en las notas periodísticas que en efecto contaban con elementos de contexto – no todas lo hacían-, podemos apreciar que prensa y radio nuevamente se asemejan en el sentido de privilegiar una contextualización a futuro, advirtiendo sobre posibles consecuencias de los hechos, pero también tuvieron en común



Grafica 2. Tipo de contextualización que se ofrece

estos dos medios, el tener una buena proporción de sus notas en las que los elementos contextuales se constituyen por la sumatoria de los tres tipos de contexto clasificados, a saber: antecedentes históricos, datos y hechos complementarios del presente y consecuencias futuras. En el caso del noticiero televisivo, la gran mayoría de los elementos de contextualización se refieren exclusivamente a datos complementarios del presente. Para El Liberal, este tipo de contextualización también fue muy importante, ocupando el segundo lugar.

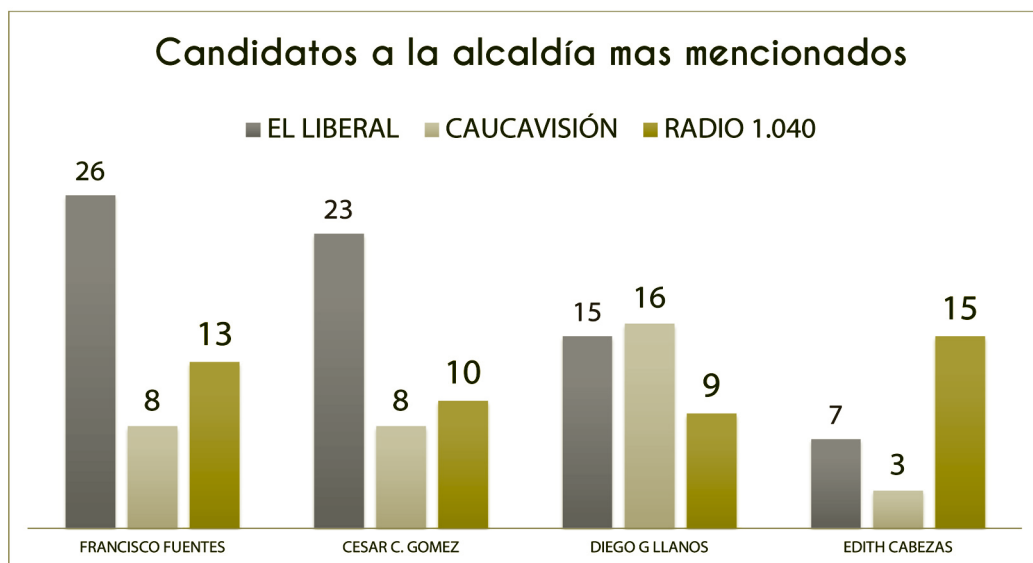
En cuanto a los actores de la información los tres medios se inclinan por privilegiar a los candidatos muy por encima de otros actores como los partidos políticos, los funcionarios y dependencias estatales, la sociedad civil y la fuerza pública. Entre los medios sin embargo, la distribución menos polarizada es la de Radio 1040, pese a que El Liberal es el único de los tres medios cuya información periodística sobre las elecciones involucra a cinco tipos de actores distintos



Gráfica 3. Actores de la información

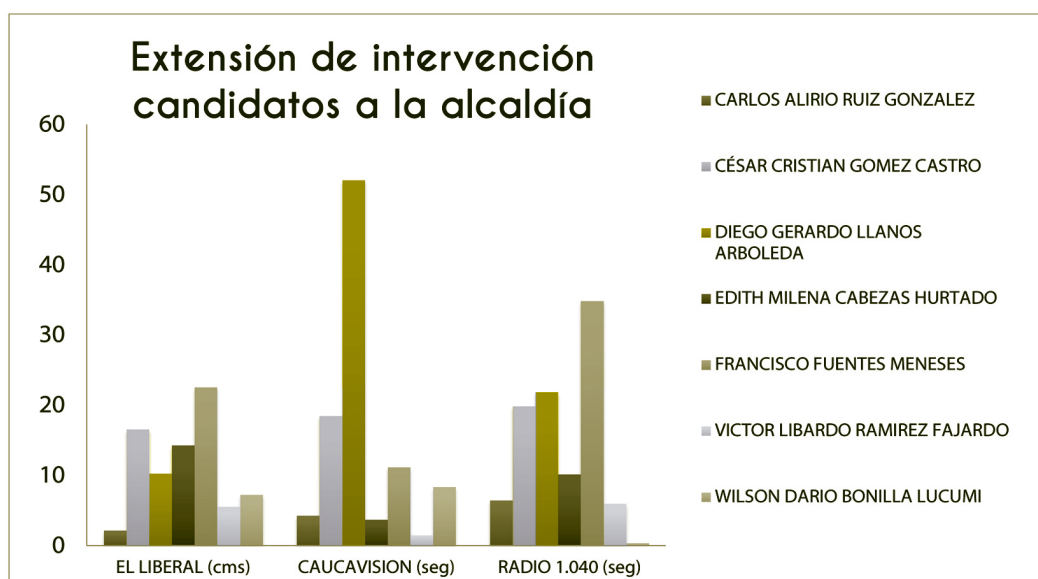
Al analizar las menciones a los candidatos a la alcaldía de Popayán encontramos que si bien Radio 1040 ofreció más notas en torno a Edith Milena Cabezas, tanto El Liberal como Radio 1040 privilegian al candidato Francisco Fuentes, mientras que el canal televisivo pone mayor énfasis en Diego Llanos. No obstante puede apreciarse en general una tendencia a destacar los cuatro candidatos que aparecen en el gráfico

Al observar la extensión de cada una de las notas dedicadas al proceso electoral en relación con los candidatos a la alcaldía de Popayán, encontramos en el caso de El Liberal y en el caso del Radio 1040 que la mayor proporción del espacio fue dedicado a Francisco Fuentes. Caucavisión por su parte, dedicó la gran mayoría de notas a Diego Gerardo Llanos, convirtiéndose así en el medio monitoreado que distribuye más heterogéneamente su espacio entre los distintos candidatos a la alcaldía, privilegiando a unos por sobre los otros, en tanto la prensa y la radio locales distribuyeron su espacio de manera menos inequitativa.



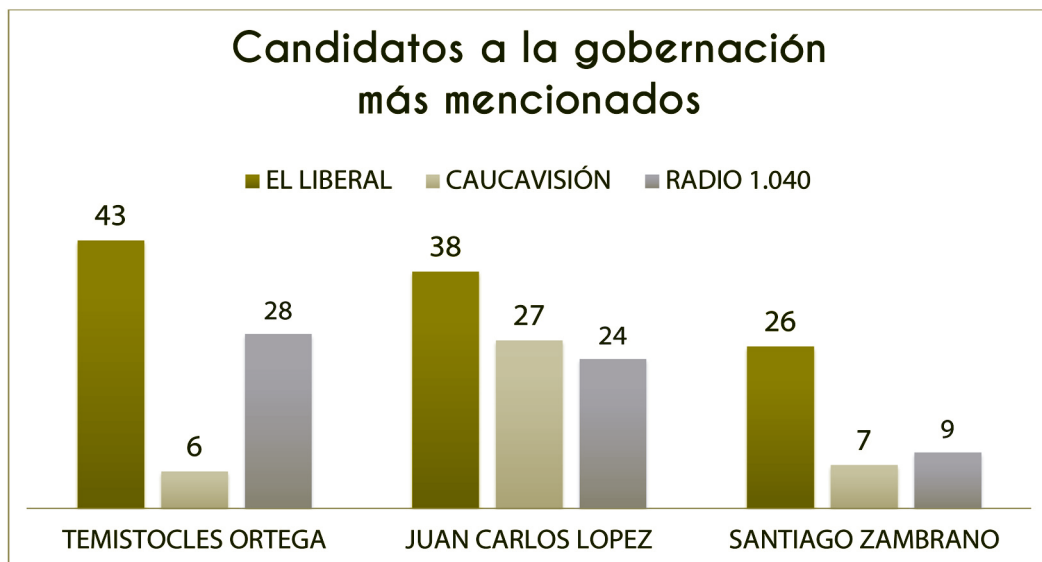
Gráfica 4. Candidatos a la alcaldía más mencionados

Al observar la extensión de cada una de las notas dedicadas al proceso electoral en relación con los candidatos a la alcaldía de Popayán, encontramos en el caso de El Liberal y en el caso del Radio 1040 que la mayor proporción del espacio fue dedicado a Francisco Fuentes. Caucavisión por su parte, dedicó la gran mayoría de notas a Diego Gerardo Llanos, convirtiéndose así en el medio monitoreado que distribuye más heterogéneamente su espacio entre los distintos candidatos a la alcaldía, privilegiando a unos por sobre los otros, en tanto la prensa y la radio locales distribuyeron su espacio de manera menos inequitativa.



Gráfica 5. Extensión de intervención candidatos a la alcaldía

En cuanto a los candidatos a la gobernación, se destacaron en los tres medios Temístocles Ortega, Juan Carlos López y Santiago Zambrano. No obstante nuevamente encontramos que El Liberal distribuyó de manera más equitativa sus menciones a estos tres candidatos, mientras Caucavisión destacó básicamente a Juan Carlos López. En la Radio 1040, Temístocles Ortega y Juan Carlos López fueron nombrados casi con la misma frecuencia.



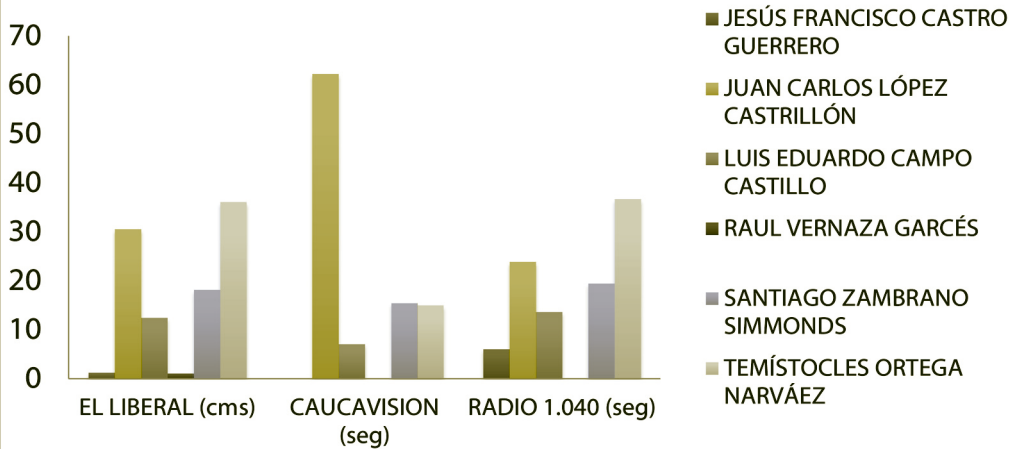
Gráfica 6. Candidatos a la gobernación más mencionados

Esta tendencia se percibe nuevamente al observar las extensiones o proporciones de espacio de cada uno de los tres medios dedicó a los distintos candidatos a la gobernación. No obstante se puso en evidencia que algunos candidatos no tuvieron mención alguna por parte del medio televisivo y el radiofónico analizado. En los tres casos sobresalieron los candidatos ya nombrados a partir de la ilustración anterior. Tanto en el caso de El Liberal como en el caso de Radio 1040 los dos candidatos con mayor espacio dedicado en sus notas periodísticas y publicitarias sobre el proceso electoral fueron Juan Carlos López y Temístocles Ortega.

De otra parte, la variable recursos visuales en el caso de prensa y televisión, permitió identificar, al cruzarla con los candidatos como actores de la información, un mecanismo adicional utilizado por los medios para realzar la imagen de algunos de los candidatos sobre otros. En el caso específico de los aspirantes a la alcaldía, se observó que Caucavisión aunque usó muy pocos recursos visuales, estos fueron utilizados en su inmensa mayoría a favor de Diego Gerardo Llanos, candidato que también fue destacado en la información gráfica de El Liberal, aunque con el uso de la fotografía, éste medio destacó a un candidato no privilegiado en su información textual, Carlos Alirio Ruiz. El candidato que el periódico monitoreado privilegió de otras maneras, como el número de menciones o la variedad subtemática, en este caso no fue el primero en información gráfica.

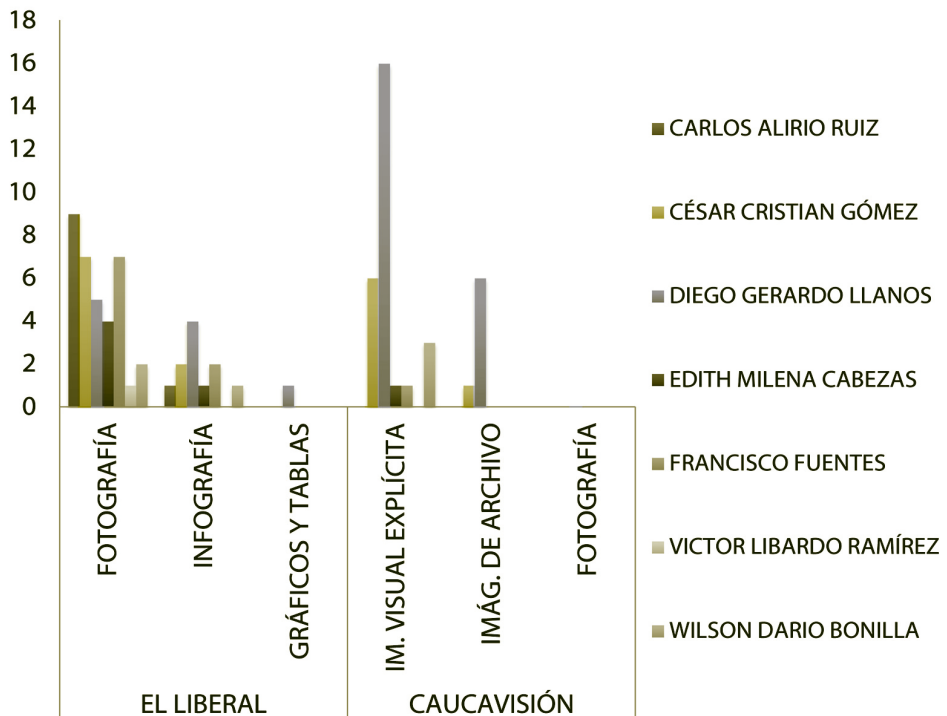


## Extensión de intervención candidatos a la gobernación



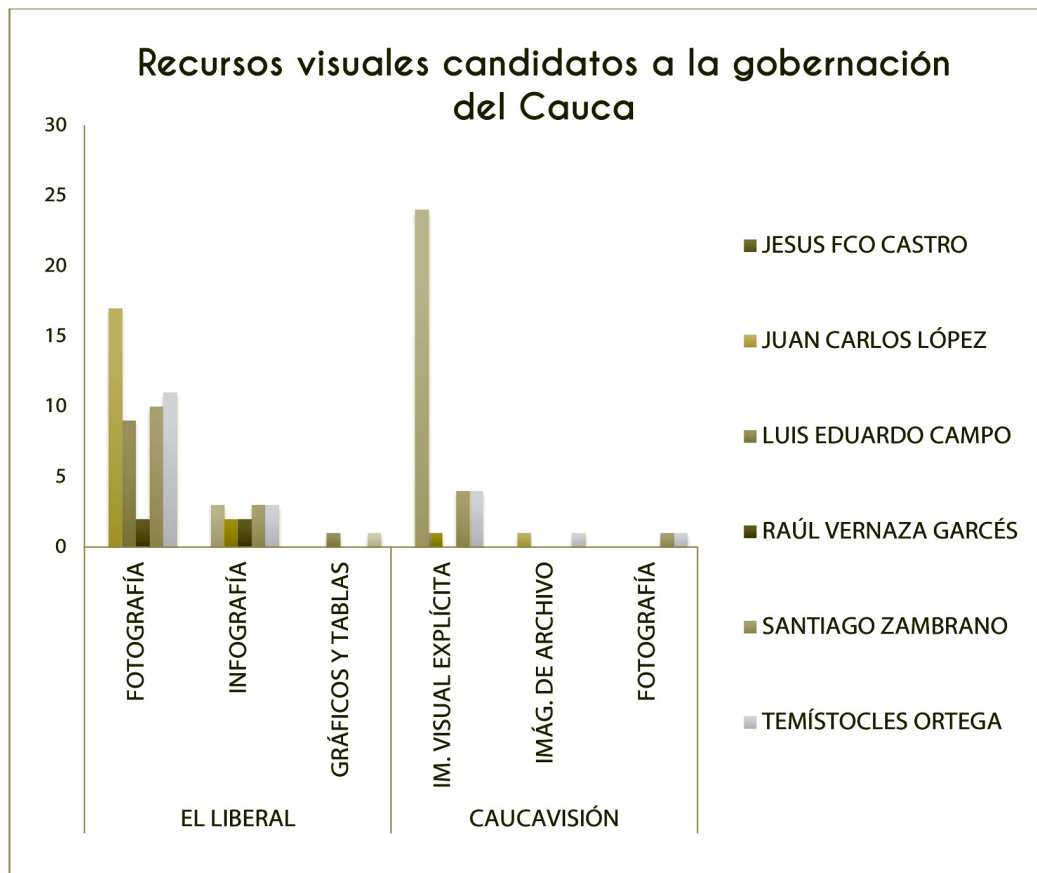
Gráfica 7. Extensión de intervención candidatos a la gobernación

## Recursos visuales candidatos a la alcaldía de Popayán



Gráfica 8. Extensión de intervención candidatos a la gobernación

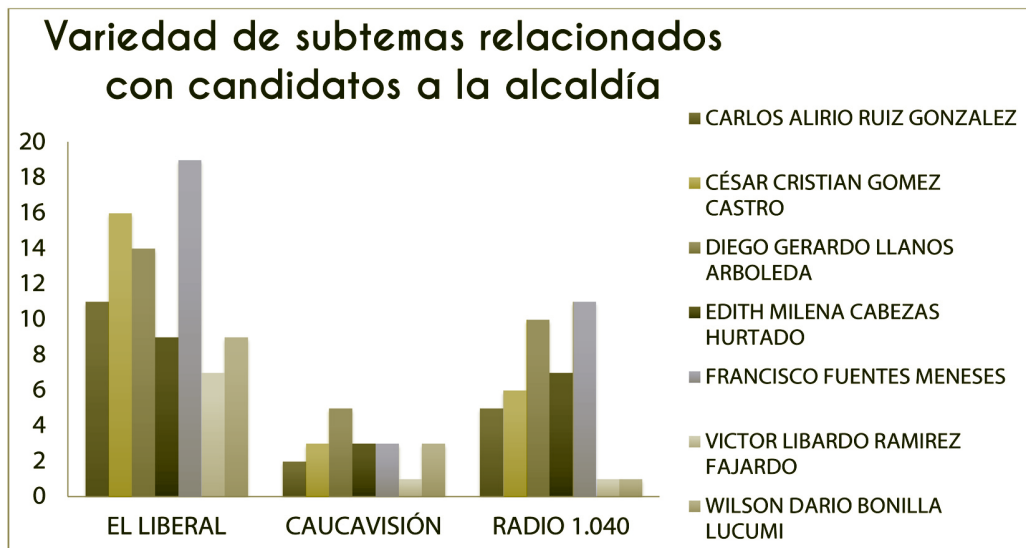
En cuanto a la gobernación, puede observarse que ambos medios encaminaron los pocos recursos gráficos utilizados para destacar al candidato liberal, Juan Carlos López Castrillón y en segunda instancia a Temístocles Ortega de la ASI.



Gráfica 9. Recursos visuales candidatos a la gobernación del Cauca

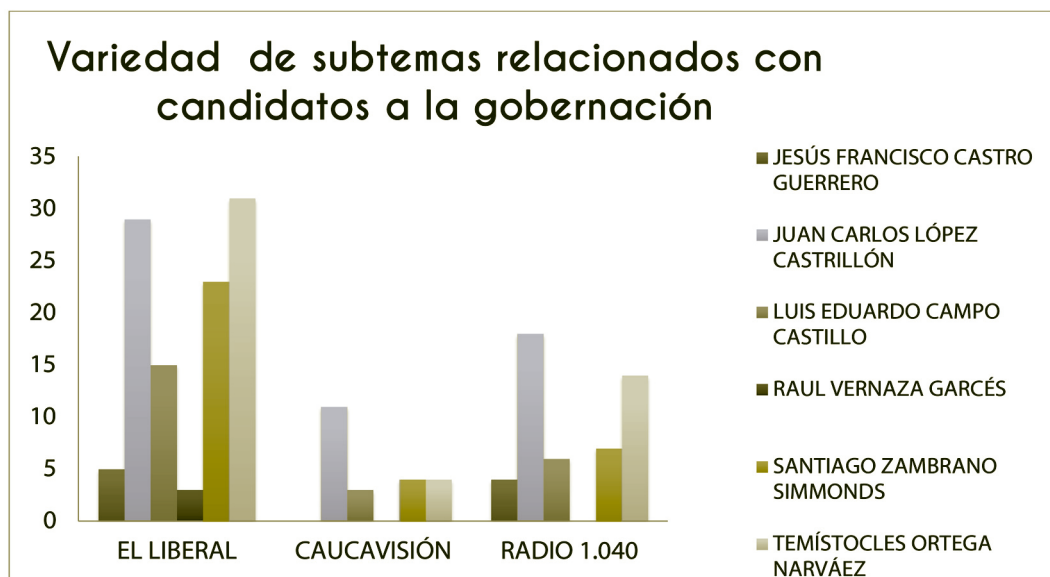
El desagregar los temas permitió identificar cómo se relacionaban los subtemas de la noticia con los distintos candidatos. Si aceptamos la hipótesis de que un candidato relacionado en las notas con mayor variedad de subtemas se ve favorecido, al mostrar un mayor interés por los distintos aspectos de la agenda pública, podemos entonces analizar que la mayor variedad temática encontrada en las notas en relación con los distintos candidatos, nos permite de algún modo identificar también tendencias a la favorabilidad o desfavorabilidad. La relación sería: a mayor variedad temática por candidato, mayor visibilización del mismo, y por lo tanto, presencia de un mecanismo de favorabilidad.

Los resultados muestran que en el caso de la alcaldía, nuevamente se puso de relieve por parte de la prensa y la radio, a Francisco Fuentes, y por parte de la televisión a Diego Gerardo Llanos, al informar sobre ellos relacionándolos con mayor variedad de subtemas, tanto programáticos como no programáticos.



Gráfica 10. Variedad de subtemas relacionados con candidatos a la alcaldía

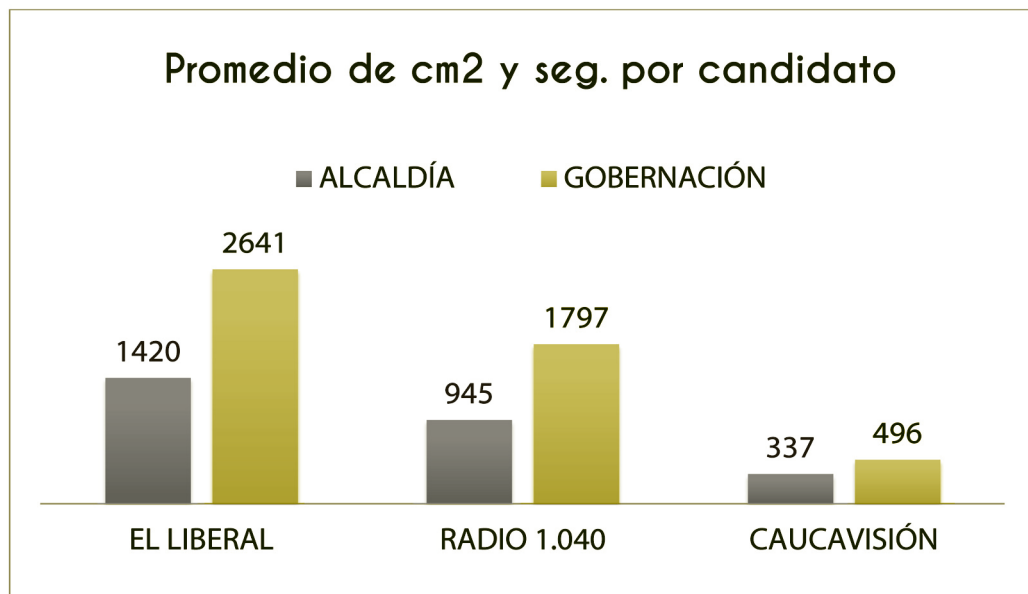
En el caso de la gobernación en cambio, sólo la televisión reitera la tendencia a privilegiar a Juan Carlos López, mientras en radio, el candidato Temístocles Ortega, que es el más nombrado, aparece relacionado con menos variedad de subtemas que el candidato en segundo lugar en menciones (pero con mayor variedad de temas de la agenda pública), Juan Carlos López. En el caso de la prensa, El Liberal ratifica su tendencia a privilegiar en su orden a Temístocles Ortega, Juan Carlos López y en tercer lugar a Santiago Zambrano, presentándolos en sus informaciones periodísticas con una mayor variedad temática que incorpora en buena medida temas programáticos y no sólo propios de la actividad proselitista.



Gráfica 11. Variedad de subtemas relacionados con candidatos a la gobernación

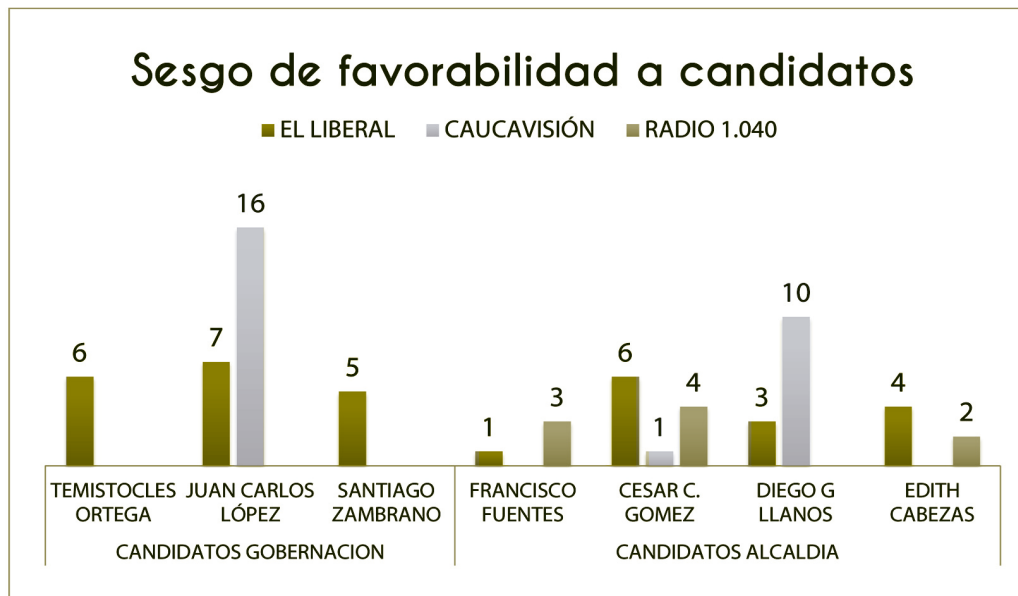
Al sacar el promedio general del espacio que por candidato dedicó cada medio a las notas periodísticas durante el periodo del proceso electoral, encontramos que la tendencia clara fue a darle más importancia a los candidatos a la gobernación que a los candidatos a la alcaldía de Popayán, siendo casi el doble del espacio para gobernación en el caso de la radio (945 segundos y 1.797 segundos) y la prensa (2.641cm<sup>2</sup> vs 1.420 cms<sup>2</sup>). La televisión también siguió la tendencia, pero con menos diferencia entre el tema gobernación y el de alcaldía, con 337 y 496 segundos respectivamente.

Adicionalmente podemos anotar un dato interesante, y es el del promedio de cms<sup>2</sup> y segundos dedicados a los candidatos durante la totalidad de las emisiones y ediciones durante el periodo monitoreado, encontrando que: en los 74 días monitoreados en prensa, el espacio de 4061 cms<sup>2</sup> dedicado a los candidatos, equivale al 0.14% de la superficie del espacio publicado por el periódico. En el caso de la radio y la televisión, de los 60 días monitoreados (se excluyen domingos), el espacio de 2.742 segundos y de 833 segundos dedicados a los candidatos respectivamente, equivalen al 1.26% y 0.38% del espacio emitido por los noticieros.



Gráfica 12. Promedio de cm<sup>2</sup> y seg. Por candidato

Finalmente, al revisar comparativamente los posibles sesgos a favor de algunos candidatos encontramos que si bien en la mayoría de las notas periodísticas los tres medios hacen presentaciones neutrales acerca de los distintos candidatos tanto a la alcaldía de Popayán como a la gobernación del Cauca, el noticiero Caucavisión tuvo un mayor número de notas favorables dedicadas a Juan Carlos López y Diego Llanos respectivamente, mientras que Radio 1040 lo hizo en unas pocas ocasiones para tres candidatos a la alcaldía de Popayán, que fueron Francisco Fuentes César, Edith Milena Cabezas y Cristian Gómez y El Liberal por su parte tuvo un mayor número de notas de favorabilidad distribuidas de manera poco heterogénea en los siete candidatos más mencionados y que aparecen en la gráfica.



Gráfica 13. Sesgo de favorabilidad a candidatos

En general se infiere entonces que el medio televisivo, es decir el noticiero Caucavisión, presentó de manera más evidente un sesgo hacia pocos candidatos mientras el medio radiofónico y el periódico distribuyeron más equilibradamente la información entre los distintos candidatos en la contienda, sin que pueda decir por ello que El Liberal y Radio 1040 no hicieran por su parte un énfasis en ciertos candidatos.

## Conclusiones y recomendaciones

Hay diferencias importantes en la forma del cubrimiento por parte de la prensa, la radio y la televisión locales. Algunas de esas diferencias se derivan de las características propias de los lenguajes de cada tipo de medio, como la extensión y cantidad de las notas dedicadas al proceso. Sin embargo, otras diferencias ponen en evidencia la mayor atención depositada por cada medio sobre algunos de los candidatos.

En general sin embargo, puede verse que el proceso de elección de gobernador en el Cauca ocupa mayor interés de los medios que el de la elección del alcalde de la capital del departamento, generando mayores disimilitudes, polarizaciones, y actividad periodística, generando más tensiones informativas.

El noticiero radiofónico monitoreado mostró dificultades con la presentación de las noticias en el sentido de que su titulación informativa es poco clara o a veces inexistente, incorporándose finalmente como parte del contenido de la nota, lo cual si bien le da mayor versatilidad a la información, también genera confusión y falta de profundidad.

Frente a noticiero televisivo se hizo un cubrimiento menos exhaustivo de cada uno de los candidatos en la contienda, evidenciándose el interés preminente sobre

algunos de ellos, como puede verse en el análisis. De otro lado, hay una subutilización de recursos visuales, si se tiene en cuenta que la mayoría de las imágenes de apoyo de las notas son registros directos, careciendo de infografías, cartografías y otros elementos que podrían dar mayor versatilidad a la nota, y potenciar los recursos narrativos propios del medio.

También en el caso de la prensa los recursos gráficos son subutilizados, pese a su potencial ilustrativo como material de apoyo y profundización sobre la información del proceso electoral, lo cual puede ser corregido de manera más fácil toda vez que el medio impreso se presta más para ofrecer a la ciudadanía información más completa y detallada que contribuya entre otras cosas, a formar opinión para la decisión de voto. La información relativa a los candidatos es más equilibrada en El Liberal que en los otros dos medios, destacándose con el uso de algunos mecanismos de favorecimiento la atención se concentró en un pequeño grupo de ellos.

En cuanto a los sesgos, debido a la existencia de una sola mujer entre la totalidad de los candidatos a la alcaldía y la gobernación, no puede hacerse un real seguimiento hacia el sesgo informativo frente a la variable género. No obstante, las notas analizadas en los tres medios sí permiten poner en evidencia la favorabilidad ofrecida por cada uno de ellos a ciertos candidatos, teniendo en cuenta el número de registros y la extensión de los mismos. En el caso de la radio y la prensa analizados, para los candidatos Temístocles

Ortega (gobernación) y Francisco Fuentes (alcaldía), y en el caso de la televisión, para Juan Carlos López (gobernación) y Diego Gerardo Llanos (alcaldía).

Adicionalmente, el análisis de las notas a partir de un posible sesgo de favorabilidad, desfavorabilidad o neutralidad, permite afirmar que en medio del desbalance, la tendencia de los medios estudiados es a ser muy cautelosos en cuanto al tratamiento periodístico dado al cubrimiento de la información electoral, ya que la gran mayoría de las notas registradas tanto en prensa como en radio y televisión, fueron notas neutras.

Se sugiere que los medios se constituyan en actores más activos que comprometan a los candidatos en la contienda a referirse a otros temas de interés colectivo, más allá de los directamente relacionados con el proceso electoral. La convocatoria a debates y foros públicos, y las entrevistas directas desde los medios, indagando sobre las propuestas y análisis que los candidatos hacen de temas como la situación social, o el orden público, habrían sido claves para generar una cobertura informativa que proveyera a los votantes de mayores criterios para la decisión.

Se sugiere igualmente que los medios promuevan y visibilicen la voz de la sociedad civil en torno al proceso electoral, no solo a partir de sondeos públicos, o mediciones de intención de voto, sino de vigilancia y veeduría desde los ciudadanos, los grupos sociales, las organizaciones de base y las organizaciones no gubernamentales, fortaleciendo una intervención más directa y democrática en todo el proceso desde la campaña hasta el escrutinio final.

# META



## Informe seguimiento a Medios Elecciones 2011

*Por: Derly Johana Moreno Flechas  
Investigador Universidad de los Llanos - Observatorio del Territorio*

La importancia otorgada a los medios de comunicación irá en aumento, mientras sea reflejo de la realidad de una sociedad en una región o país. En ese sentido el Observatorio del Territorio a implementado el monitoreo de medios como una técnica mediante la cual se realiza el seguimiento al cubrimiento que los medios hacen de las elecciones, en medios impresos del alcance regional, para posteriormente entregar un análisis de una situación real sobre temas político electorales, que se ofrezcan como una herramienta de información transparente y oportuna para los ciudadanos, autoridades y los propios medios de comunicación de la región.

El monitoreo a los medios de comunicación en los periodos gobernabilidad se convierte en una herramienta fundamental para determinar, por un lado, los niveles de visibilidad que los medios dan a los diferentes candidatos que ejercen el poder y por el otro, la incidencia que los medios tienen sobre la opinión pública.

### *Caracterización de los medios Monitoreados*

#### *Diario El Extra Llano*

La sociedad periodística Extra pertenece al grupo editorial El Periódico, que nació el día 25 de enero del 2010 iniciando sus primeras publicaciones en Villavicencio de donde se extendió inmediatamente a los demás ciudades, cobijando desde un comienzo todo el departamento del Meta. Es un material que nace con un grupo de trabajo encabezado por la Gerente administrativa Gloria Inés Gutiérrez, el Editor Juvenal Duque, cuatro periodistas, dos diseñadores, un reportero grafico y un departamento de distribución que corresponde a un gerente de distribución, tres rutereros y los voceadores.

El periódico de todos EXTRA se encuentra en quince ciudades del país, durante los meses de su presencia en el mercado del departamento del Meta, ha tenido una gran acogida principalmente por el precio asignado de \$800 y por la implementación diferentes estrategias que junto a la narración de sucesos trágicos y temas de interés cultural, captura a muchos lectores a la hora de decidir entre otros periódicos ya existentes como los pasatiempos, temarios y el extragrama, tanto ha sido su posicionamiento en el mercado que un solo periódico lo pueden estar leyendo más de cinco personas y para este momento la sociedad periodística imprime 32.000 periódicos diarios para un promedio mensual de 992.000 ejemplares de los cuales esta empresa procura que las devoluciones de sus clientes sean de un 10% vendiéndose un 90% representado en 29.000 materiales impresos vendidos diarios para un representación mensual de 899.000, promedios que están sujetos a cambios o variaciones de acuerdo al estado del tiempo, a la noticia, el suceso y a los sectores.

### *Llano 7 Días*

El periódico Llano 7 días es un medio de comunicación adscrito a la casa editorial El Tiempo que nace el 30 de noviembre de 1994 como una estrategia de posicionamiento en el Meta y Llanos Orientales, empezó como semanario 1 vez por semana el día martes. Contaba con su propia infraestructura administrativa, comercial y periodística operando de forma independiente.

Posteriormente empezó a circular 2 veces por semana, desde el 2006 hasta el 15 de marzo del 2011 círculo 3 veces por semana, pero luego con un cambio de imagen se convirtió en un periódico con circulación diaria de lunes a sábado.

Actualmentese imprimen 15.000ejemplares con un promedio de venta de 13.000 a un precio de \$ 1000; el periódico circula en los 29 municipios del Departamento del Meta, además cuenta con una red de 45 voceadores que llegan principalmente a los estratos tres, cuatro y cinco. Como parte de su estrategia comercial Llano 7 días promueve colecciones de historias, arte, literatura, entre otros, siendo ésta una herramienta de marketing que causa el interés del lector.

Este es un medio de comunicación escrito muy importante en la región de los Llanos Orientales que ha tenido una gran trayectoria y despliegue periodístico con amplio conocimiento en temas sociales, políticos, culturales, económicos, entre otros. Aunque por mucho tiempo no tuvo ninguna competencia es un diario que se ha destacado por su credibilidad y objetividad en los temas de interés regional.

### *Metodología de Seguimiento*

La Universidad de los Llanos realizó el proceso de Seguimiento y Monitoreo a medios de comunicación en el certamen electoral del año 2011 a los periódicos locales Diario Extra Llano y Llano siete días. La información recolectada fue recopilada en un periodo que inició el 16 de agosto y finalizó el 06 de noviembre en la que se mencionaban a todos los candidatos aspirantes a las alcaldías y gobernación del departamento del Meta. Para este informe se tomaron registro de 113 artículos periodísticos de Extra Llanos y 558 artículos periodísticos de Llano Siete Días.

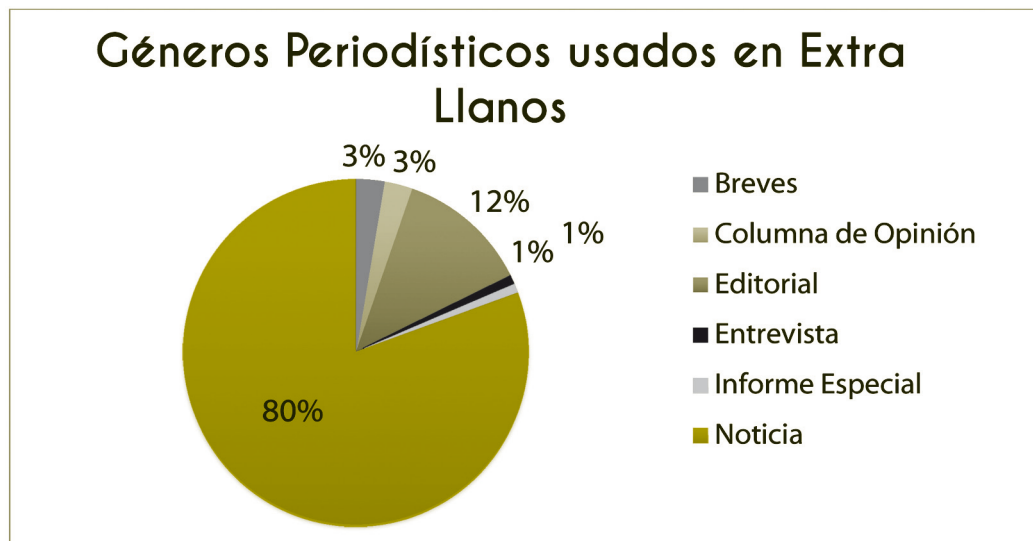
Para llevar a cabo dicho proceso se inició con una capacitación bajo la dirección de Luz Adriana Peña los días 8 y 9 de septiembre, quien presentó y explicó los cambios realizados al formulario en este



nuevo proceso en consecuencia por el abordaje de los temas y actores al seguimiento de la elecciones 2011.

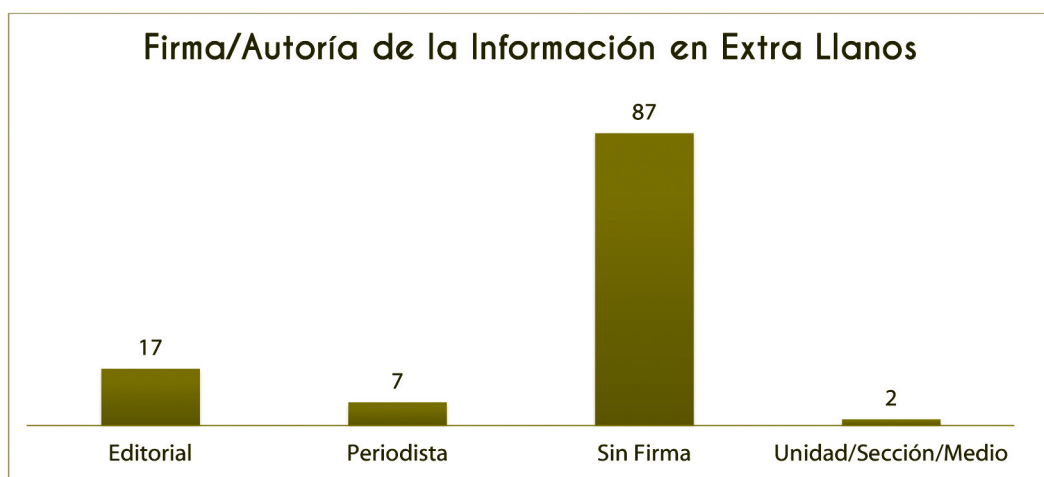
## Resultados por Medio

Diario El Extra Llano



Gráfica 1. Géneros Periodísticos usados en Extra Llanos

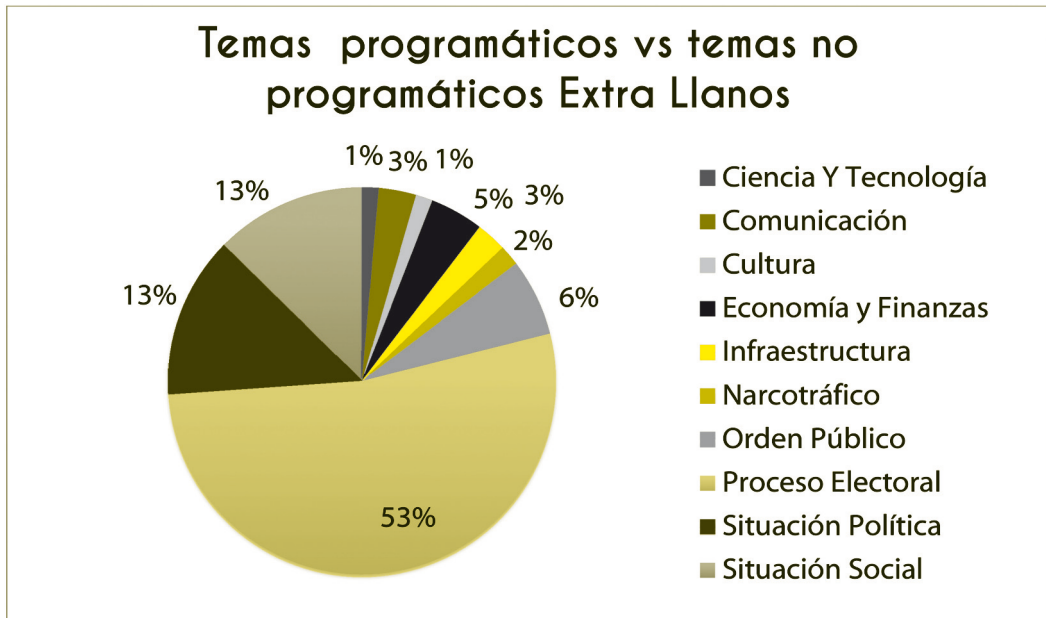
El género que más predomina es la noticia, lo cual evidencia que el diario le ha dado gran importancia al proceso electoral plasmándolo de forma minuciosa de forma que el lector sea informado de los hechos ampliamente y como si hubiese estado presente.



Gráfica 2. Firma/Autoría de la Información en Extra Llanos

El diario presenta la mayor parte de la información del proceso electoral sin la firma de un periodista o de la unidad sección de los medios, es decir que mucha de la información pasa sin mencionar un responsable directo de la redacción de la noticia.

La redacción del diario Extra Llano presenta en su gran mayoría un título que plantea claramente el hecho noticioso. De las 106 notas periodísticas analizadas en 106 se encontró dicha correspondencia, permitiendo prever fácilmente su contenido, solo en un porcentaje muy irrelevante (7 notas) se presenta una relación implícita en la que se utiliza un lenguaje metafórico.

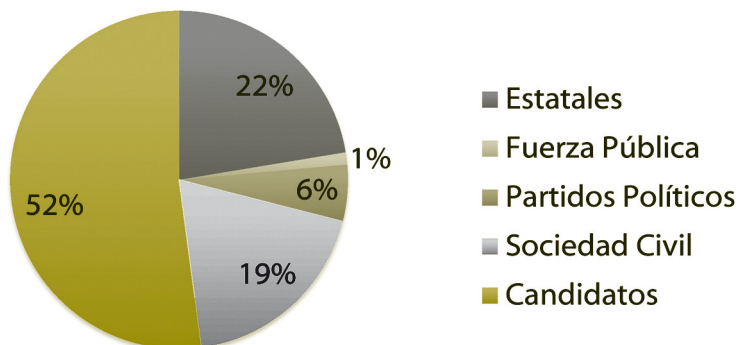


Gráfica 3. Temas programáticos vs temas no programáticos Extra Llanos

El proceso electoral como tema programático obtiene según la gráfica un amplio cubrimiento periodístico como ha de esperarse debido a la coyuntura del momento en el país que son las elecciones para concejo, asamblea, alcaldía y gobernación. Aunque en el departamento del Meta frecuentemente se registran hechos en relación con la situación al orden público, en éste caso pasa a un segundo plano. De igual forma en los temas no programáticos se evidencia significativamente en lo candidatos el comportamiento ciudadano, el proselitismo electoral y la Observación y Vigilancia electoral.

Comparativamente hablando con los demás periódicos nacionales, Extra Llanos se ubica como el segundo medio de comunicación que porcentualmente hablando, más temas de ciudad y programáticos mostró a la ciudadanía.

## Actores de la Información Extra Llanos



Gráfica 4. Actores de la Información Extra Llanos

Esta gráfica obedece a una etapa de gran coyuntura electoral, era de esperarse que los medios tuvieran especial fijación en los principales actores de este proceso: los diferentes candidatos y candidatas participantes en esta contienda, cualquier movimiento de ellos fue objeto de noticia en los medios y por supuesto los ciudadanos estuvieron al pendiente del desenvolvimiento de sus candidatos.

## Llano 7 Días

### Firma/Autoría de la Información en Llano Siete Días



Gráfica 5. Firma/Autoría de la Información en Llano Siete Días

La mayoría de las noticias son firmadas por el equipo periodístico Unidad/ Sección/Medio; este alto porcentaje representa un amplio respaldo del medio de comunicación local generando así credibilidad en sus lectores.

El periódico Llano 7 días, en su gran totalidad expresa la mayoría de las noticias en forma explícita (544 notas periodísticas de las 548), ya que no utiliza palabras



Gráfica 6. Géneros Periodísticos usados en Llano Siete Días

metafóricas para describir el hecho noticioso, esto permite ofertar un contexto más claro al lector.

Los géneros periodísticos más usados por el periódico regional son las breves, las cuales predominan como pilar del medio de comunicación escrito y eje central de la información. Llano Siete Días, fue el medio monitoreado que más información del proceso electoral tuvo en este género periodístico.

El periódico emplea en su mayoría de noticias la fotografía como recurso visual y un muy bajo uso de herramientas como infografías, tablas o mapas. Al mismo tiempo, la coherencia entre los recursos visuales y el contenido de la nota en su mayoría complementa la noticia 96%, y en lo que se refiere a este medio periodístico Llano 7 días, no se observa que los distorsiona o no tienen relación alguna, esto permite que el lector asimile la noticia con más claridad.

## *Conclusiones*

Como resultado de este proceso cabe resaltar que la tendencia de los medios de comunicación es dar a conocer las diferentes problemáticas de una manera objetiva y clara en cuanto a los diferentes temas tratados como lo son seguridad, infraestructura, presupuestos, medio ambiente, compartimiento de los funcionarios regionales, entre otros. Por lo cual la información debe ser manejada de una manera muy profesional y responsable, donde no se emplea palabras que atenten contra la integridad de la comunidad. Por consiguiente las opiniones de los periodistas son muy neutrales lo cual genera un alto grado de credibilidad.

Los hechos noticiosos aparecen en su gran mayoría sin ningún sujeto que se adjudique su autoría, los titulares de las notas van de la mano con lo que se plasma en sus contenidos utilizando para su presentación principalmente dos géneros: la noticia y las breves, donde esta última posee una gran importancia.

Los actores principales de las notas periodísticas son los candidatos representados por los altos mandatarios del poder político y gubernamental quienes a la vez son tomados como fuentes de información para la construcción del artículo noticioso; asimismo se ha encontrado particularmente que es el género masculino el que más se presenta ampliando y reiterando lo que quiere transmitir el medio.

Esto demuestra que los medios de comunicación impresos monitoreados han estado muy prestos a dar un reflejo a la ciudadanía de la dinámica electoral sobre todo en lo correspondiente a los temas de la región. No así frente a temas de transparencia electoral lo cual es paradójico en un departamento donde se denuncia ampliamente la comisión de irregularidades y delitos electorales.

Debido a la responsabilidad social que empoderan los medios de comunicación en el departamento del Meta este estudio demuestra la necesidad de lograr una ciudadanía informada, activa, responsable, partiendo de la premisa de la información como bien público.

# NARIÑO



## Impacto de la prensa escrita en el proceso electoral 2011 en el departamento Nariño: Diario del sur y Extra de Nariño.

*Por: Francisco Torres Gómez  
Investigador Universidad Mariana*

A continuación se presentan los resultados del trabajo de seguimiento a medios de comunicación realizado por la Misión de Observación Electoral (MOE) y el Programa de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Mariana en el periodo comprendido entre el 17 de agosto y el 6 de noviembre de 2011.

Para este caso, se seleccionaron los medios impresos como objeto de estudio, específicamente el Diario del Sur y el Diario Extra, por ser los medios de mayor importancia, crecimiento, peso político y comercial en el departamento de Nariño. Los resultados que se observan a continuación, hacen parte del seguimiento juicioso, objetivo y metódico que como institución académica realiza el programa de Comunicación Social – Periodismo en conjunto con la metodología diseñada por la MOE a través de su software de seguimiento electoral.

### *Muestra: Diario Del Sur y Diario Extra*

Para el seguimiento en el periodo del 17 de agosto al 6 de noviembre de 2011 fueron seleccionados el Diario del Sur y el Diario Extra, teniendo en cuenta que son los medios escritos con mayor alcance y cobertura a nivel local.

Fundando el 25 de marzo de 1983, el Diario del Sur es actualmente el periodo de mayor relevancia en la ciudad de Pasto y el departamento de Nariño. De género noticioso/generalista, circula diariamente con un tiraje aproximado de 240.000 ediciones de lunes a sábado y 475.000 el día domingo.

El Diario Extra, que también hace parte de la casa editorial del Diario del Sur, es un medio de circulación más reciente (5 años) pero de gran crecimiento en cuanto

a la circulación y penetración social. Se puede caracterizar como un periódico de tipo tabloide y sensacionalista. No obstante es significativo que en un número importante de casos la redacción de los artículos se repite en el Diario del Sur y el Diario Extra, cambiando únicamente los recursos gráficos que acompañan a la noticia.

## *Análisis de resultados*

### *Diario del Sur*

Para el caso del cubrimiento regional de las elecciones 2011 las noticias se agruparon fundamentalmente en la sección política. 196 de los 263 artículos (74.5%) se ubican en la sección Política del diario. La presencia de noticias de este tipo en otras secciones es mínima. El segundo grupo de noticias se ubica en la sección Polinotas, similar a la sección política, en este grupo se encuentran 24 noticias (9.1%). La última sección medianamente representativa donde se ubicó la información es en Opinión, donde se localizaron 18 artículos (6.8%). Como puede apreciarse son participaciones mínimas. Las 25 notas restantes (9.5%) se distribuyen de otras secciones del medio.

La autoría de la información presentada en el Diario del Sur corresponde en su gran mayoría a un periodista en particular o a la sección a la cual pertenece. En este grupo se encuentran 6 de cada 10 artículos publicados. El material restante (38%) no tiene firma ni autoría, afectando la calidad informativa puesto que es necesario conocer claramente quién o qué unidad se hace responsable por la información publicada. Lo anterior para en aras de garantizar mejor calidad en el cubrimiento noticioso realizado por el medio de comunicación.

Es importante marcar que en la gran mayoría de los casos existe relación entre el titular y el contenido de la nota, bien sea de manera explícita (81%) o implícita (18%). Solo en 2 de los 263 artículos analizados no se encontró la relación en el titular y la noticia.

En cuanto a los géneros periodísticos utilizados por el medio, se debe afirmar que este es altamente noticioso y no explora otro tipo géneros que podrían ilustrar a los lectores. De 263 artículos que fueron analizados 163 se identificaron como noticias (61.9%) y 70 como notas breves (26.6%), es decir que se habla en total del 88.5% como géneros eminentemente noticiosos. Apenas un 12% de la información está reservado para géneros periodísticos como la opinión, la entrevista, el informe especial, la crónica y el análisis noticiosos, tradicionalmente asociados a géneros de mayor profundidad en el ejercicio periodístico.

En todos los casos el medio de comunicación recurre al uso de recursos gráficos para complementar la información noticiosa.

La observación permitió establecer que en el 92% de los casos se utilizaron recursos de este tipo. Ahora, se sigue manteniendo la tendencia del uso de la fotografía sobre cualquier otro tipo de recursos. La utilización de gráficas, tablas estadísticas e

## Géneros Periodísticos usados Diario del Sur

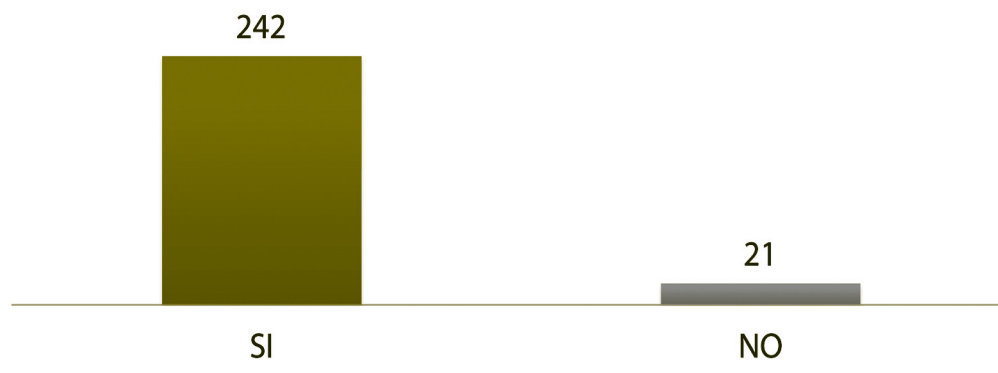


Gráfica 1. Géneros Periodísticos usados Diario del Sur

infografías sigue siendo exigua. No se debe olvidar de herramientas gráficas de este tipo son pertinentes y ayudan a mejorar la comprensión de la información.

Adicional a lo anterior la sistematización de la observación permitió corroborar la coherencia en el uso de recursos gráficos en la construcción de contenidos informativos en 9 de cada 10 casos, evidenciando unidad y calidad en la construcción de contenidos. Sin embargo se debe ser enfático en recomendar la incorporación de herramientas diferentes a la fotografía. La misión del medio, desde su carácter mediador, es favorecer el entendimiento y la comprensión de la sociedad.

## Existencia o no de un contexto de la Información Diario del Sur



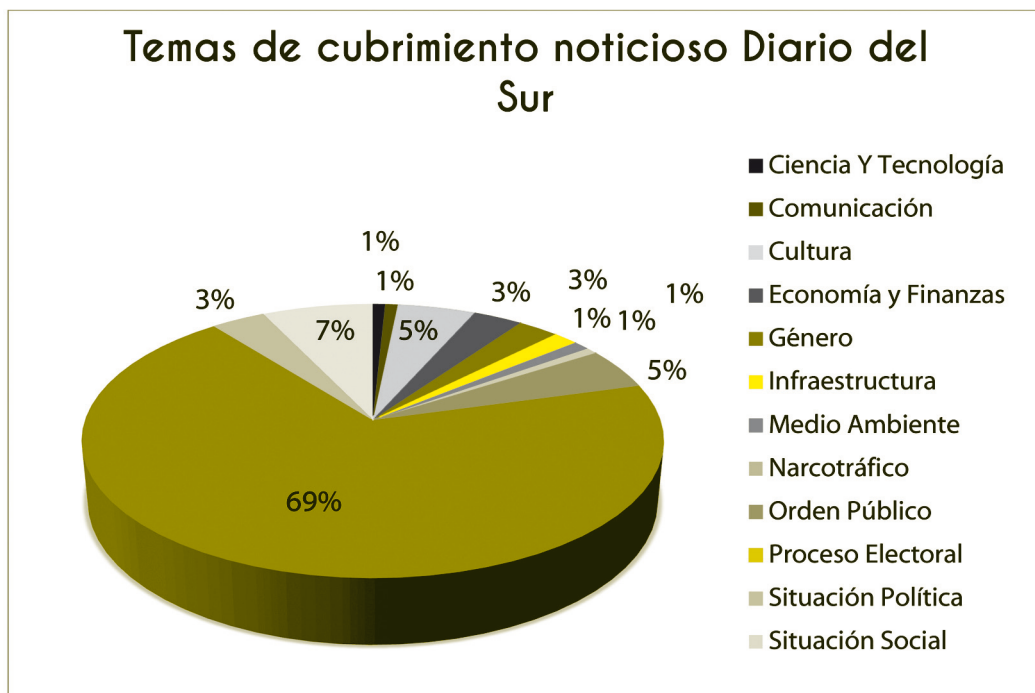
Gráfica 2. Existencia o no de un contexto de la Información Diario del Sur



Es importante, como elemento para ser valorado positivamente, el ejercicio de contextualización que realiza el medio para favorecer el entendimiento de la noticia. En ese sentido es pertinente afirmar que un índice superior al 90% las noticias producidas por el Diario del Sur entregan una contextualización adecuada (242 de las 263 analizadas). Contexto que se puede identificar en las siguientes categorías:

La mayor parte de los temas de cubrimiento noticioso por parte del Diario del Sur se agrupan en la categoría de Proceso Electoral (69%), lo cual es consecuente con la muestra y el periodo de análisis. El proceso de observación permitió reconocer que este tipo de noticias abordaba fundamentalmente dos subtemas: proselitismo electoral (119) y avales o alianzas entre partidos y/o campañas (43), lo cual es diciente puesto que temas de tanta importancia para el departamento de Nariño como son Orden público, Narcotráfico, Situación Social, Situación Política, Género, Infraestructura, Medio ambiente presentan bajos niveles de cubrimiento por parte del medio analizado.

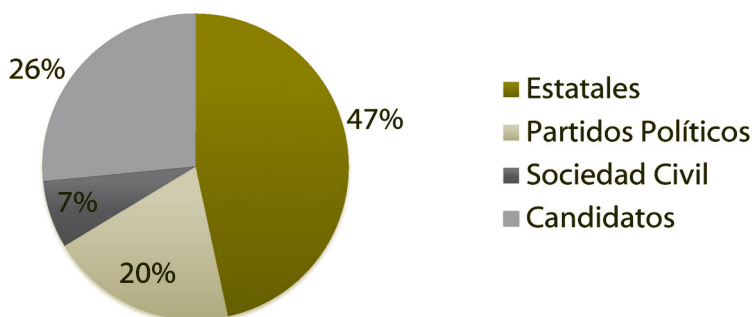
En el análisis comparado el Diario del Sur hace parte de los periódicos que cubren el proselitismo electoral por encima de la media nacional. Adicionalmente aparece por debajo del promedio en cuanto al cubrimiento de temas referentes a la transparencia de las elecciones.



Gráfica 3. Temas de cubrimiento noticioso Diario del Sur

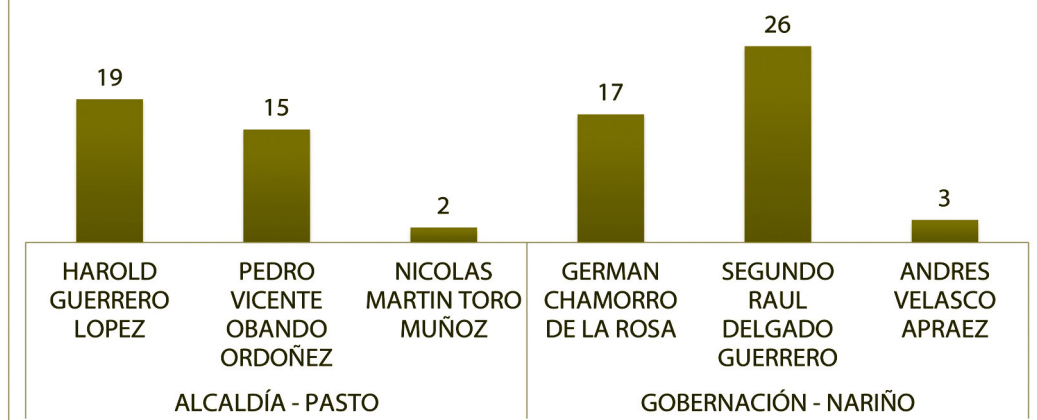
Una situación que se debe analizar con especial atención es la que refiere a los actores y fuentes de la información a los cuales consulta el medio para desarrollar su labor. En una gran mayoría las fuentes consultadas con el medio corresponden a fuentes estatales (47%), candidatos (26%) y partidos políticos (20%). Resulta preocupante que la sociedad civil como actor de la información apenas sea consultada en el 7% de los casos. Si bien los actores directos de la información son el Estado, los candidatos y los partidos, el medio de comunicación no puede ni debe obviar su papel como puente para la sociedad y debe darle el protagonismo que esta merece. Las bajas participaciones que se evidencian en el medio son preocupantes en la construcción de nuevas ciudadanías y formas participación.

### Actores de la información Diario del Sur



Gráfica 4. Actores de la información Diario del Sur

### Candidatos mencionados en Diario del Sur



Gráfica 5. Candidatos mencionados en Diario del Sur

De los actores de la información representados en el medio de comunicación, es interesante la relación entre los partidos políticos visibilizados y los candidatos que en última instancia resultaron ganadores. Para el caso de la ciudad de Pasto es clara la relación entre el candidato ganador (Harold Guerrero) y el partido político más mencionado (Cambio Radical) del cual el candidato hace parte. Similar situación se presenta con el candidato más mencionado para la gobernación quien posteriormente terminó siendo ganador de las elecciones. En este caso se mencionaron varios partidos políticos dado que el candidato hacía de un movimiento con participación política variada.

Respecto al manejo de fuentes se pueden adicionar algunas cuestiones que permiten cobrar relevancia y permiten comprender con mayor claridad los efectos que producen los medios en la región:

- En 1 de 4 casos los actores de la información se convierten en fuente del medio de comunicación.
- En 3 de cada 4 casos (75%), Diario del Sur acude exclusivamente a fuentes oficiales para presentar la información. Este dato es preocupante, pues parecería ser que los medios de comunicación se convierten en oficinas de prensa de la institucionalidad más que en contrapesos y espacios críticos para el fortalecimiento de la ciudadanía.
- Por último la participación en materia de género es absolutamente inequitativa, reduciendo la participación como fuente de la mujer en los medios al 6%.

## *Diario Extra de Nariño*

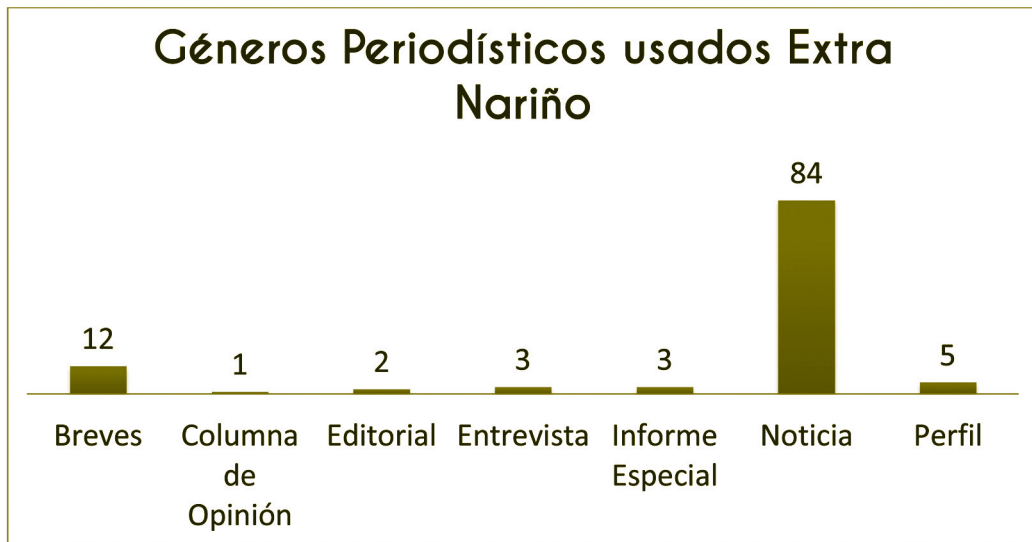
Para el caso del cubrimiento regional a las elecciones 2011 las noticias se agruparon fundamentalmente en la sección política del Diario (89 de los 110 artículos 80.9%). Siendo irrelevante la presencia de noticias de este tipo en otras secciones del informativo.

La autoría de la información presentada en el Diario Extra corresponde en su gran mayoría a un periodista en particular, a la sección a la cual pertenece o a la posición del medio reflejada en el editorial. El último punto resulta interesante, teniendo en cuenta que Diario del Sur y Extra de Nariño provienen de la misma casa editorial aunque los dos informativos apuntes a públicos diferentes. En el grupo de noticias cuya autoría es explícita se encuentran el 87% del material analizado. Solo el 13% de los contenidos informativos no indica autoría.

En cuanto a la relación título y contenido noticioso, en gran parte de los casos existe relación entre el titular y el contenido de la nota, bien sea de manera explícita (72%) o implícita (27%). Solo en el 1% de los 110 artículos analizados no se encontró la relación en el titular y la noticia.

Respecto a los géneros periodísticos utilizados por el medio, se debe afirmar que el medio es altamente noticioso y no explora otro tipo géneros que podrían ilustrar a los lectores. De 110 artículos que fueron analizados 84 se identificaron como noticias

(76.3%). En menor medida están las breves (12 notas equivalentes a 10.9%) y perfiles (5 notas equivalentes a 4.5%). Géneros como columna de opinión, entrevista o informe especial son prácticamente inexistentes en el cubrimiento del proceso electoral.



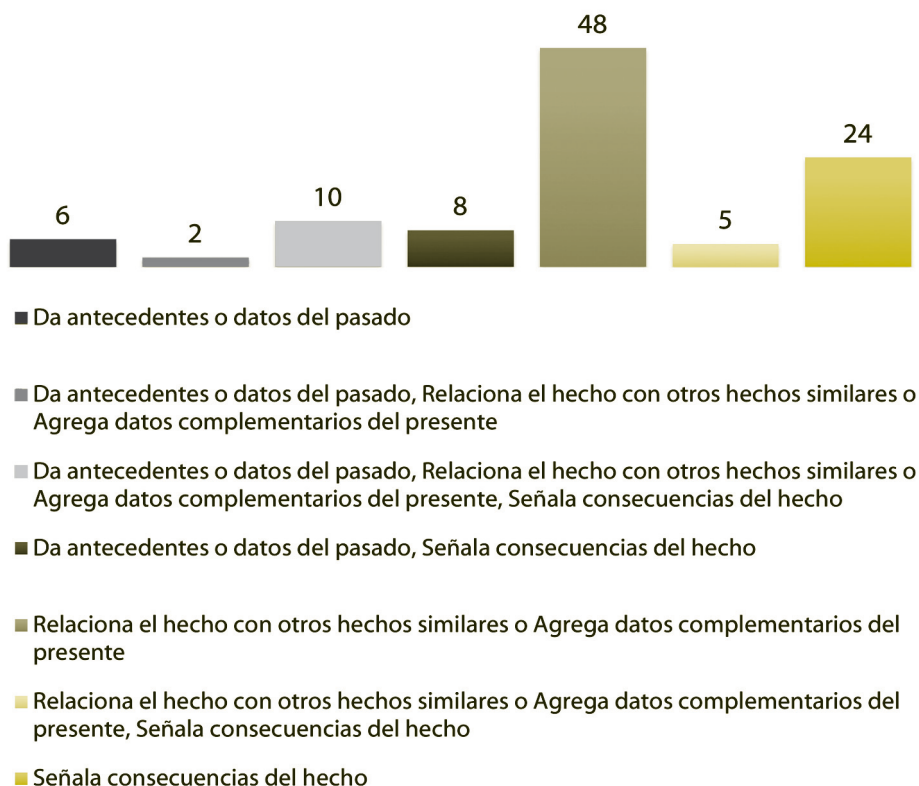
Gráfica 6. Géneros Periodísticos usados Extra Nariño

El uso de recursos visuales en el Diario Extra de Nariño es recurrente como herramienta para complementar la información noticiosa. La observación permitió establecer que en el 98.1% de los casos se utilizaron recursos visuales para acompañar la nota periodística. Ahora bien, se sigue manteniendo la tendencia del uso de la fotografía (95%) sobre cualquier otro tipo de recursos. La utilización de gráficas, tablas estadísticas e infografías es exigua. No se debe olvidar de herramientas gráficas de este tipo son pertinentes y ayudan a mejorar la comprensión de la información.

Adicionalmente, teniendo en cuenta que este medio particular se caracteriza como tabloide y sensacionalista, usa fotografías fuertes y llamativas correspondientes con medios de esta naturaleza. Ahora bien, a la pregunta sobre la coherencia entre contenido y recursos visuales, este estudio corrobora la coherencia en el uso de recursos gráficos en la construcción de contenidos informativos en el 98% de los casos, evidenciando unidad en la construcción de contenidos. Más allá de lo anterior, es pertinente reflexionar acerca de la existencia o no de medios de corte sensacionalista y los aportes que estos producen para la sociedad. El análisis permitió retomar líneas de pensamiento que cuestionan y ponen en contrapeso la lógica comercial vs. La lógica informativa sobre la cual operan los medios de comunicación.

Dentro de las lógicas sobre las cuales opera el Diario Extra de Nariño, es importante, como elemento para ser valorado, el ejercicio de contextualización que realiza el medio para favorecer el entendimiento de la noticia. En ese sentido es pertinente afirmar que un índice superior al 93.6% las noticias producidas por el Extra entregan una contextualización adecuada (103 de las 110 analizadas). Contexto que se puede identificar en las siguientes categorías principales:

## Tipo de contexto de la información que se ofrece Extra Nariño

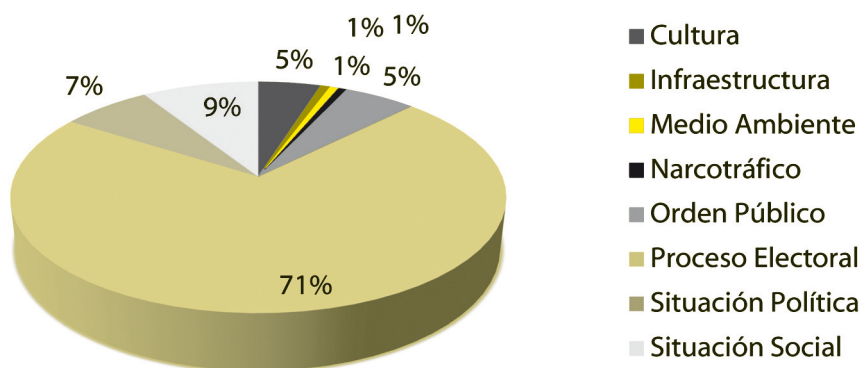


Gráfica 7. Tipo de contexto de la información que se ofrece Extra Nariño

La mayor parte de los temas de cubrimiento noticioso por parte del Diario Extra se agrupan en la categoría de proceso electoral (71%), lo cual es consecuente con la muestra y el periodo de análisis. El proceso de observación permitió reconocer que este tipo de noticias abordaba fundamental dos subtemas: proselitismo electoral (42) y avalas o alianzas entre partidos y/o campañas (20), lo cual, al igual que en el Diario del Sur, es preocupante puesto que temas de tanta importancia para el departamento de Nariño como son Orden público, Narcotráfico, Situación Social, Situación Política, Género, Infraestructura, Medio ambiente presentan bajos niveles de cubrimiento por parte del medio analizado.

Frente a la agenda que trató el Diario Extra hay una correspondencia muy similar a lo que ocurre con el Diario del Sur. Ambos medios de comunicación privilegian el “proceso electoral” sobre aspectos de problemáticas de ciudad y transparencia de las elecciones por encima de los promedios nacionales.

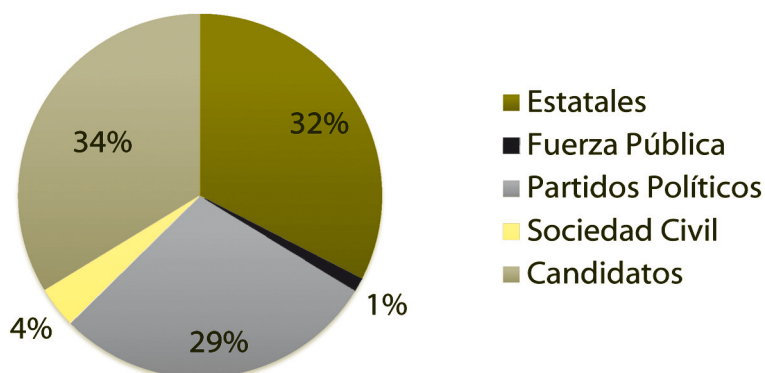
## Temas de cubrimiento noticioso Extra Nariño



Gráfica 8. Temas de cubrimiento noticioso Extra Nariño

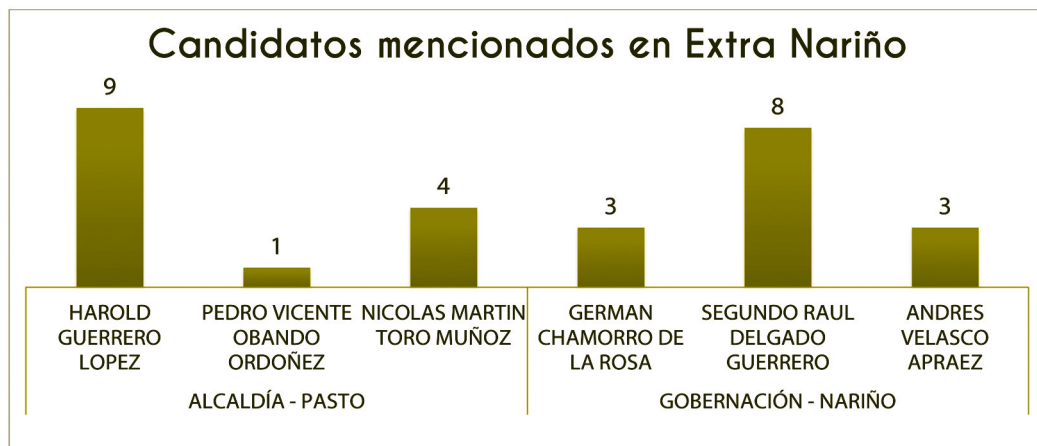
Una situación que se debe analizar con especial atención es la que refiere a los actores y fuentes de la información a los cuales consulta el medio para desarrollar su ejercicio. En su gran mayoría las fuentes consultadas por el Extra de Nariño corresponden a candidatos (34%), fuentes estatales (32%) y partidos políticos (29%). Además a diferencia del Diario del Sur, en el Extra aparece como fuente la Fuerza Pública, aunque en una medida bastante baja.

## Actores de la información Extra Nariño



Gráfica 9. Actores de la información Extra Nariño

Respecto a la participación de la sociedad civil en el medio, similar a la situación presentada con el Diario del Sur, la visibilización es baja y preocupante (apenas 4% de participación como fuente). Nuevamente se recuerda que si bien en el caso de elecciones los actores directos son los partidos, candidatos y el mismo Estado, no se debe obviar a la sociedad civil, y lo que ella representa, como actor fundamental del proceso electoral. Las bajas participaciones que se evidencian en el medio son preocupantes en la construcción de nuevas ciudadanías y formas participación.



Gráfica 10. Candidatos mencionados en Extra Nariño

Similar a la situación presentada en el Diario del Sur, de los actores de la información representados en el medio Extra, es interesante la relación entre los partidos políticos visibilizados y los candidatos que en última instancia resultaron ganadores. Para el caso de la ciudad de Pasto es clara la relación entre el candidato ganador (Harold Guerrero) y el partido político más mencionado (Cambio Radical) del cual el candidato hace parte. Similar situación se presenta con el candidato más mencionado para la gobernación quien posteriormente terminó siendo ganador de las elecciones. En este caso se mencionaron varios partidos políticos dado que el candidato hacía de un movimiento con participación política variada.

Respecto al manejo de fuentes se pueden adicionar algunas cuestiones que permiten cobrar relevancia y permiten comprender con mayor claridad los efectos que producen los medios en la región:

- En el 45% de los casos los actores de la información se convierten en fuente del medio de comunicación.
- En el 86% de los casos analizados, el Diario Extra de Nariño acude exclusivamente a fuentes oficiales para presentar la información. El dato es preocupante por las mismas razones esgrimidas para el caso del Diario del Sur.
- Por último la participación en materia de género es absolutamente inequitativa, reduciendo la participación como fuente de la mujer en los medios al 11%.

## Comparativo: Diario Del Sur – Extra De Nariño

Tras la observación y el análisis de resultados de cada uno de los medios de comunicación, es posible marcar cuestiones interesantes que no deben ser desatendidas. Si bien han sido manifestadas a lo largo del texto, conviene resumirlas en el análisis comparativo de los dos medios de comunicación.

- En primer lugar los medios analizados presentan una estructura excesivamente similar en la manera en que construyen contenidos noticiosos, llegando inclusive a la repetición de contenidos en los informativos.
- El manejo de géneros periodísticos se limita a la noticia y breve, obviando géneros de mayor profundidad.
- Uso de recursos visuales limitados fundamentalmente a la fotografía como herramienta de apoyo que no permite mayor profundización.
- Poca profundidad en el cubrimiento a temas electorales. De hecho ambos periódicos cubren estos temas por encima del promedio nacional. Quedando en seguimiento a campañas y no ahondando en temas necesarios para la construcción de la agenda pública.
- Excesiva presencia de fuentes estatales, partidos políticos, candidatos y fuerzas militares. Participación limitada de la sociedad civil.
- Mayor protagonismo de algunos candidatos sobre otros. Coincidentalmente el cubrimiento se dio con los candidatos que finalmente resultaron ganadores.

- Manejo exagerado de fuente documentales y oficiales en ambos medios.
- Bajos niveles de representación de las mujeres como actor/fuente de la información. Se evidencia poca equidad de género.

## Conclusiones

En primer lugar es importante valorar positivamente el ejercicio realizado entre la Misión de Observación Electoral y las universidades del país, puesto que permite el estudio sistemático del papel que cumplen los medios de comunicación en las sociedades regionales, en este caso particular, el cubrimiento que estos realizaron en las elecciones 2011.

La metodología diseñada por la MOE y aplicada por las universidades es coherente con los objetivos planteados para el trabajo investigativo. Es pertinente pensar desde las organizaciones involucradas como ampliar el ejercicio de seguimiento a medios de comunicación a otras áreas de interés. Se podría pensar en realizar seguimiento más allá de las elecciones y evaluar la manera en que los medios construyen agendas en periodos no-electorales.

Igualmente se debe ponderar positivamente el trabajo realizado por las universidades, en particular en las actividades de socialización de resultados que han permitido optimizar las estrategias de transferencia del conocimiento.

Por último se debe recordar el compromiso que tenemos como universidades en la tarea de socializar los resultados en cada una de las regiones en aras de fortalecer la educación electoral de los ciudadanos.



# NORTE DE SANTANDER



## Análisis del seguimiento de los artículos periodísticos del Diario La Opinión.

*Por: Edgar Allan Niño Prato  
Investigador Universidad de Pamplona*

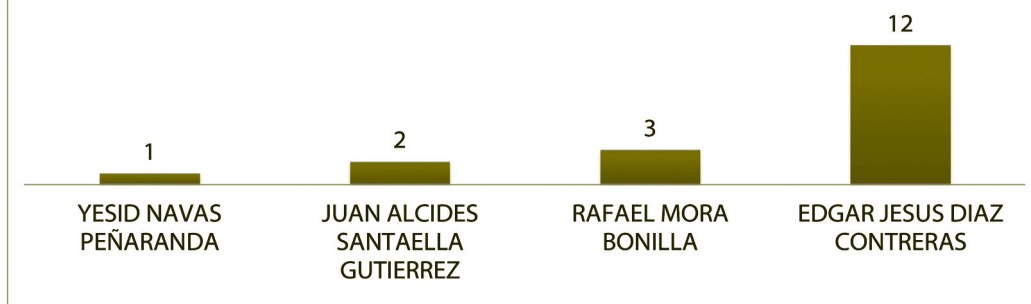
Este análisis es del seguimiento efectuado desde el 17 de agosto hasta el 6 de noviembre de 2011; para este informe se tomaron registro de 416 artículos periodísticos de Diario La Opinión.

Las elecciones regionales en el Norte de Santander cubiertas por el Diario La Opinión de Cúcuta se pueden clasificar en los siguientes ítems de importancia.

### *Gobernación del Departamento*

El cubrimiento inicia con dos candidatos altamente visibles, Edgar Díaz del movimiento independiente "Un Norte Pa'lante" y Juan Alcides Santaella representante del partido conservador. En los antecedentes de estas candidaturas, se debe explicar que ambos candidatos buscaron enfrentarse previamente en la consulta del partido conservador, pero Díaz se mostró en desacuerdo con los lineamientos y reglas del juego del partido para la elección interna y decidió lanzar su candidatura por aparte. De otro lado Santaella logró concertar con los demás candidatos un acuerdo para la postulación única de su nombre acabando con las expectativas de enfrentamiento y exposición de ideas que se venía promocionando en los medios de comunicación de la ciudad desde principios del año 2011.

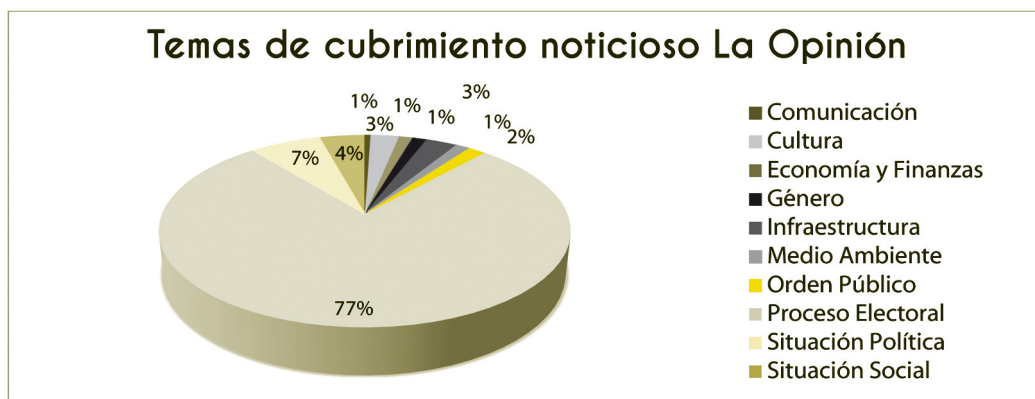
### Candidatos a la GOBERNACIÓN - Norte de Santander mencionados en La Opinión



Gráfica 1. Candidatos a la GOBERNACIÓN - Norte de Santander mencionados en La Opinión

El debate que se evidencia en el periódico se centra en dar eco a los temas considerados fundamentales para llevar al departamento al progreso económico, social, ambiental y de orden público.

### Temas de cobertura noticioso La Opinión



Gráfica 2. Temas de cobertura noticioso La Opinión

### Desglosando aparecen:

- La recuperación de vías principales y alternas que tienen incomunicado a Norte de Santander.
- Puesta en marcha del proyecto Cínera que garantizaría la estabilidad energética, la conservación y aprovechamiento de recursos medio ambientales.
- Condiciones de tranquilidad, proyecto productivo y social a la convulsionada región del Catatumbo.

- integración fronteriza con ideas que activen el comercio y la industria.
- Plan B para no ser venezolano-dependientes y mirar al interior del país como el mercado natural del departamento.
- Reconstrucción de Gramalote bajo los ojos de los organismos de control y las veedurías ciudadanas que claman transparencia.

Pero “La Opinión” dio espacio luego del primer debate televisado a los candidatos hasta ese momento invisibles. La lista era encabezada por Rafael Mora un excomerciante y hombre de radio, de tradición Liberal acogido por el Polo Democrático Alternativo, producto de una mesa política de concertación de varios sectores de la sociedad; Los otros candidatos, el escritor Álvaro Cristancho Toscano del MIO y el ingeniero Forestal Yesid Navas Peñaranda por la AICO, los tres, con campañas más recatadas en su inversión publicitaria y con ideas que apenas se escucharon en los medios masivos en informes que daban cuenta de los debates universitarios. Es decir que para ésta campaña los nortesantandereanos si estuvieron informados pero poco comunicados. En la entrevista realizada a Rafael Mora candidato del Polo el periódico destaca porque optó por lanzarse con ese partido y no con el liberal u otros, recalca como el candidato pone en cuestionamiento la compra de avales y las alianzas del liberalismo con el Conservatismo en Norte de Santander.

Sobre Yesid Navas, le entrevista de la Opinión se centró en los temas de infraestructura, educación, medio ambiente y la riqueza del departamento en recursos naturales. El ciclo se cierra con Álvaro Cristancho quien sintetizó sus ideas en la entrevista diciendo que hay que apuntarle a la industrialización en el departamento y pensar más en un

modelo económico que en un modelo político.

Todos fueron registrados en la información que daba cuenta de la reunión de los candidatos en el debate de la ESAP con las víctimas de la violencia.

El cubrimiento de la acción de los candidatos en provincia solo se registra las correrías, sin profundizar en los temas a pesar del esfuerzo hecho por el periódico de extenderse a dos páginas en el desarrollo de la pugna electoral. Los asuntos más visibles fueron la educación, subsidios para los universitarios, la importancia de la mujer, prevención de los desastres que puedan causar los fenómenos meteorológicos.

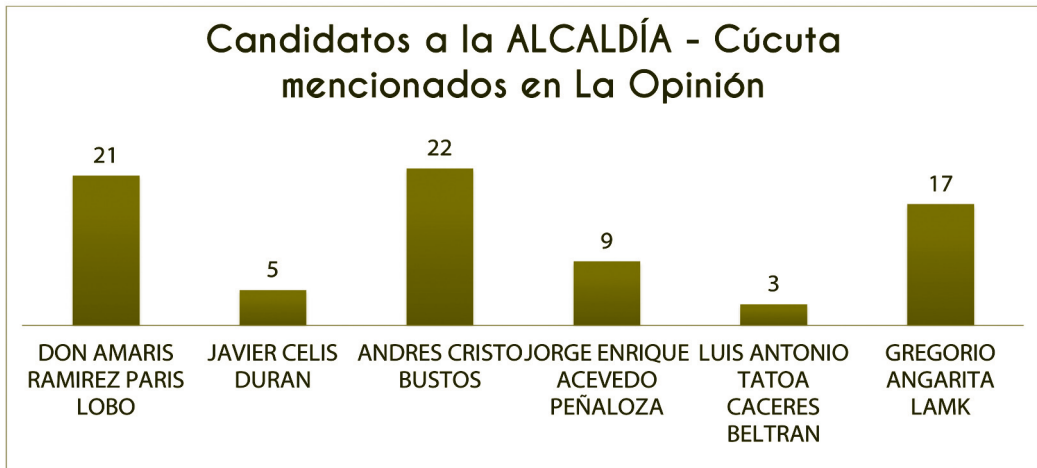
Los visibles le apostaron de acuerdo con los informes y artículos a los mensajes que aludían como potenciales la experiencia y el continuismo de los programas de administraciones recientes. Los no visibles al mandato del pueblo a escuchar a la gente. El periódico dedicó a cada uno de los candidatos entrevistas con el resumen de sus ideas y propuestas, pero faltando tres semanas para los comicios el interés por la alcaldía de Cúcuta acaparó las informaciones y el periódico reflejó en sus páginas la ausencia de seguimiento a los planteamientos de los candidatos. Como dato curioso, se registraba información a dúo de los candidatos Díaz para la gobernación con Cristo para la alcaldía en jornadas proselitistas y Santaella con Gregorio Angarita. En síntesis la campaña a la gobernación es una campaña más de ruido que de ideas. Los debates no fueron debates, solo se preocuparon por responder bien y cumplir para no bajar en las encuestas. Ideas nuevas, además de las obvias que hemos mencionado, muy pocas.

Finalmente el volumen de información de los diferentes candidatos a la Asamblea Departamental fue poco relevante,

aspecto que no permitió conocer lo dicho por los candidatos en la provincia de Pamplona, Ocaña y el Catatumbo.

## *La Alcaldía de Cúcuta acaparó la atención*

Las Alcaldías en especial la de Cúcuta delimitó temas que se evidenciaron a lo largo de la campaña de seis candidatos que finalmente se convirtieron en cuatro porque dos de ellos adhirieron al partido verde que resultó vencedor con Donamaris Ramírez París Lobo.



Gráfica 3. Candidatos a la ALCALDÍA - Cúcuta mencionados en La Opinión

- La construcción de viviendas
- El arreglo de la malla vial.
- Tímidamente el tema de seguridad
- El sistema de transporte
- La generación de empleo,
- La reactivación del comercio.

Las críticas contra la administración saliente salieron a flote por parte de los candidatos, quienes enfilaron baterías hacia tópicos como el estado de las calles, la falta de sitios para reubicar las zonas de alto riesgo ante las olas invernales y la cantidad de locales comerciales con ofertas y sin ocupación, que encendieron las alarmas y activaron nuevas promesas.

Al igual que en el tema gobernación con Gramalote, en la Alcaldía merece capítulo aparte la problemática del suministro de agua. Las dificultades sobre esta situación generan una sensación de desencanto en el municipio y así se vio reflejada con manifestaciones

de inconformismo y debates en el seno del concejo municipal.

Los candidatos a la Alcaldía fueron en su totalidad visibles. Gregorio Angarita Lamk, partido de la U, Donnamaris Ramírez París Lobo, partido Verde, Andrés Cristo, Partido Liberal Jorge Acevedo, por la ASI, Luis Cáceres Beltrán Tatoa por el AICO, Javier Celis Durán, Polo Democrático Alternativo.

Dos aspectos acapararon atención. Primero el debate saboteado por los candidatos que no fueron invitados porque las encuestas de la alianza de RCN y otros medios los descartaba a menos de un mes de las elecciones. El segundo fue la publicación de una encuesta donde se hablaba de empate técnico y cerraba las elecciones a dos candidatos. Los escrutinios demostraron que el candidato ganador estaba muy lejos de la paridad planteada y que el empate técnico se daba entre el segundo y el tercer candidato.

En la agenda de cubrimiento periodístico aparecen otros proyectos diferentes a los mencionados como el de la nueva terminal de transportes, semaforización, educación a través de aulas virtuales, bilingüismo en la educación, Sisben para todos, dotación de puestos de salud, programas de prevención en salud para todos los habitantes, otros sistemas de transporte como el tranvía, cero corrupción, lucha contra la pobreza, comedores escolares, protección animal, mujeres en el gabinete, inversión en la comunidad, participación y cultura ciudadana, control social, crecimiento económico, respeto de los derechos humanos, solo por mencionar la amplia lista de propuestas que fueron reforzadas por los candidatos al concejo. A lo anterior se suma el MIO como nuevo partido en la contienda electoral.

### *El área metropolitana y el resto del departamento.*

Los municipios de Villa del Rosario y Los Patios, tienen más frecuencia de informaciones sobre las campañas a las Alcaldías y Concejos, las adhesiones y el apoyo de los senadores y representantes a la cámara de los diferentes partidos estuvo en el orden del día a día, como también el giro que tomó el debate en los Patios por el retiro bajo supuestas amenazas del candidato del partido liberal Julio Cesar Galvis y la investigación penal por el concierto para delinquir agravado, abierta por la Fiscalía General de la Nación a esto se sumó la renuncia del concejal mayoritario y figura representativa del partido liberal en este municipio del Doctor Luis José Mantilla, adhiriendo su fuerza política a la campaña del candidato del partido de la U Diego González. La actividad de Orlando Sandoval candidato independiente también fue reseñada en especial la marcha que comando por la búsqueda de la Paz.

En Villa del Rosario el candidato ganador Carlos Julio Socha se mostró como opositor a la saliente administración y el tema de seguridad que en su momento azotaba a la ciudadanía rosariense fue tocado con debilidad por los candidatos y el matutino en observación.

En otros municipios como Ocaña, Pamplona y Chinácota el tema del turismo ha tomado especial interés al igual que la inversión en el sector minero. En Tibú la paz, la reconciliación y la productividad con inversión social acapararon el ramillete de propuestas. Los cierres de campaña en Bochalema, Pamplonita y Chinácota se destacan como la reseña de los candidatos a las Alcaldías y sus principales propuestas.

La información de la MOE para prevenir los delitos electorales, la caracterización de las zonas de riesgo para el ejercicio del voto y la pedagogía electoral abrieron un nuevo panorama de elecciones a tono con la tendencia nacional de observar

y vigilar, como también fue novedosa la importancia al cubrimiento de los debates, aunque estos no fueran decisivos a la hora de elegir.

La MOE por ejemplo explicó que el mapa de riesgo ponía en la mira a 12 municipios de Norte de Santander que podrían verse afectados por alguna irregularidad en los comicios.

La lista de las cabeceras era la siguiente: Cúcuta, El Tarra, San Calixto, Tibú, Los Patios, Musticua, Cáchira, Chinácota, Ocaña, Pamplona, La Esperanza y Sardinata.

### *Las causas de riesgo fueron referenciadas por:*

- Fraude electoral
- Violencia
- Ola invernal,
- Uso indebido de los recursos de Acción Social
- Posible asociación entre actores armados ilegales y candidatos

### *Avances en el cubrimiento*

- El diario la opinión presenta avances significativos con relación al cubrimiento de las elecciones destacándose los siguientes aspectos:
- Porcentaje relevante de informaciones sobre pedagogía electoral.
- Alarmas sobre el abuso de publicidad política por parte de las campañas.
- Informes sobre transparencia de las campañas en el registro de sus gastos.
- Apoyo a los debates televisados con

su personal periodístico en la parte programática ratificando el compromiso del medio con la región.

- Presentación de encuestas contratadas sobre la intención del voto.
- Claridad entre lo titulado y los contenidos que desarrollan la información.
- Participación de la gran mayoría de los partidos en las notas periodísticas.
- Finalmente el caso del parque Bavaria que nunca se construyó fue una sombra para muchos aspirantes, la polémica por la promesa de gestión ante el gobierno para que se otorgaran los subsidios para construir 20.000 viviendas, polarizó opiniones sobre el candidato Donamaris Ramírez, y un comportamiento electoral que superó el caudal de votantes de los comicios pasados, cerró el proceso que se reflejó de ésta forma en el diario la Opinión.
- Al comparar el diario de la Opinión con los demás medios de la investigación encuentra que este periódico asigna porcentualmente mayor espacio a la información que alerta sobre riesgos, delitos electorales y la existencia de garantías para los candidatos.
- También es relevante mencionar que el Diario la Opinión es el informativo que menos mención hizo de candidatas en contienda respecto del resto de medios monitoreados. La inclusión de mujeres y sus ideas en el escenario electoral es vital para la democracia y el Diario puede ser allí un factor de fortalecimiento de la participación política de la mujer o, por el contrario, un agente que invisibilice los avances que se han logrado desde la legislación nacional.

QUINDÍO



## Informe seguimiento a medios de comunicación durante el proceso electoral de 2011

*Por: Betty Martínez Salazar  
Investigadora Universidad del Quindío*

La Misión de Observación Electoral, MOE en asocio con la plataforma de universidades colombianas de la cual forma parte la Universidad del Quindío a través de la Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes y el programa de Comunicación Social – Periodismo participaron del análisis de seguimiento a medios de comunicación, particularmente al diario La Crónica del Quindío, por ser el medio de comunicación escrita más representativo en el departamento.

El seguimiento se centró en la manera como el diario, narró durante 87 días de lunes a domingo a sus lectores, los desarrollos de la campaña política de aspirantes a la gobernación, alcaldías, concejos y asamblea para el periodo 2012-2015.

Se espera con estos resultados obtenidos, sensibilizar los medios de comunicación escrita y dar luces sobre lo que le interesa saber realmente a la gente desde el punto de vista político a fin de elegir democráticamente sus gobernantes de acuerdo con las expectativas locales y la capacidad de los aspirantes para resolver problemas reales.

Así mismo, identificar el grado de independencia política del medio de comunicación como eje o tejido conector con los procesos democráticos regionales como garante del debate público, alejado de gobiernos y partidos, libre de interferencias corporativas, incluyentes y receptivos a la diversidad de ideas, opiniones moderadas y discursos equilibrados, al servicio del interés público a fin de garantizarle a los ciudadanos el acceso a la información y a la participación mediante la expresión de sus opiniones y prioridades en la arena pública.

## *Caracterización del medio monitoreado*

La Crónica del Quindío, es uno de los medios de comunicación más jóvenes en la región, cuenta con apenas 20 años de vida informativa, a lo largo de los cuales ha narrado parte de la historia regional.

Nació por iniciativa de un grupo de empresarios del comercio y la industria de construcción, simpatizantes y afines a la ideología conservadora que se ha mantenido como un pilar fundamental de su constitución.

Sus lectores son principalmente líderes regionales, las élites políticas y económicas, una parte de la clase media y media alta educada y en los últimos años, gente joven que lo lee por internet y quindianos residentes en el exterior interesados en conocer acerca de lo que está ocurriendo en su región y personas que dominan el escenario de las decisiones tanto públicas como privadas.

En el análisis a la información del medio se priorizaron temas como la sección en la cual aparecen las notas, autoría, la relación entre el titular y el contenido de la nota, los géneros periodísticos más utilizados, el uso o no de recursos visuales para complementar la información, la coherencia entre los recursos visuales y el contenido, la existencia o no de un contexto, el tipo de contexto, la relevancia de los temas de cubrimiento noticioso, los subtemas del análisis, los actores de la información, los partidos o movimientos políticos mencionados, los candidatos, las fuentes y los tipos de fuentes informativas.

## *Resultados*

### *Uso de recursos visuales en la Crónica del Quindío*

Con referencia a si el medio de comunicación utiliza o no los recursos visuales para complementar la información, el análisis efectuado indica que sólo se utilizan fotografías en un 84%, de las noticias, infografías en un 10% de las notas, gráfico y tablas estadísticas en un 3% y mapas en 3%.

Ello indica que pese a que hoy la información se ha hecho más visual, para complementar las noticias, La Crónica utiliza muy poco las infografías como herramienta fundamental en la presentación de las noticias para explicar de manera más elemental información que puede resultar compleja a los ojos del lector y que podría simplificar la comprensión de fenómenos sociales como la política de manera más clara, precisa y organizada.

Así mismo, las tablas estadísticas que indican algunas variables numéricas sobre los fenómenos cuantificables y los mapas como referentes de ubicación geográfica, de diferenciación o de síntesis.

De las 92 notas objeto de investigación, el 92% complementa con recursos visuales los temas tratados, un 6% no tiene ninguna relación y apenas un 2% los distorsiona.

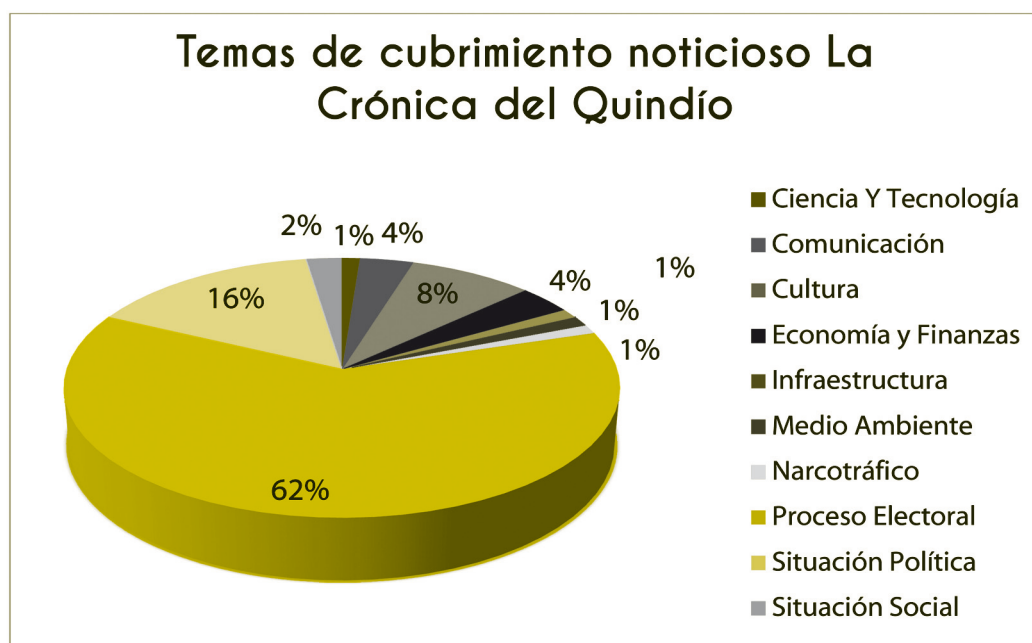




Gráfica 1. Existencia o no de un contexto de la Información La Crónica del Quindío

En cuanto a la existencia o no de un contexto de la información, La Crónica del Quindío, contextualiza los hechos noticiosos de la política en 60 de sus notas y deja de hacerlo en 32.

Es decir, que se preocupan por conectar los hechos con otros en la mayoría de los casos. Un análisis más profundo del contexto de la información lo podrá encontrar en el multimedia anexo a esta publicación.



Gráfica 2. Temas de cubrimiento noticioso La Crónica del Quindío

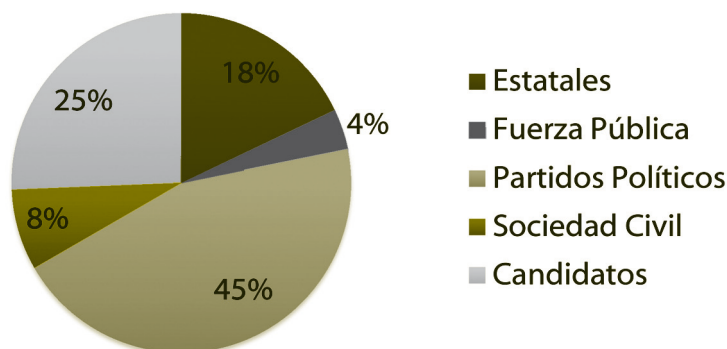
En cuanto a los temas de cubrimiento, un 62% de la información publicada hizo referencia al proceso electoral desde la logística de las campañas y temas de transparencia electoral. Un 36.25% trató temas de ciudad y programas de gobierno discriminado de la siguiente manera: un 16% se refiere a la situación política, un 8% se refiere a la cultural, el 4% toca temas de economía y finanzas, un 4% habla del narcotráfico, un 2% sobre la situación social. Temas como el medio ambiente con un 1%, infraestructura con un 1% ciencia y la tecnología con un 1% y las comunicaciones con un 1%.

Lo anterior evidencia que los temas económicos, la infraestructura, la situación social, el medio ambiente y la ciencia y la tecnología no fueron temas tan importantes para los políticos, pese a que cuentan con gran relevancia en el plan de desarrollo del gobierno nacional.

Sin embargo hay que anotar como positivo que en el análisis comparado nacional, la Crónica del Quindío cubrió 5% más los temas de ciudad y 3% más los temas de transparencia electoral, donde se destacan las "garantías electorales". Esto quiere decir, que en estas dos variables están por encima del promedio nacional dado a esos temas.

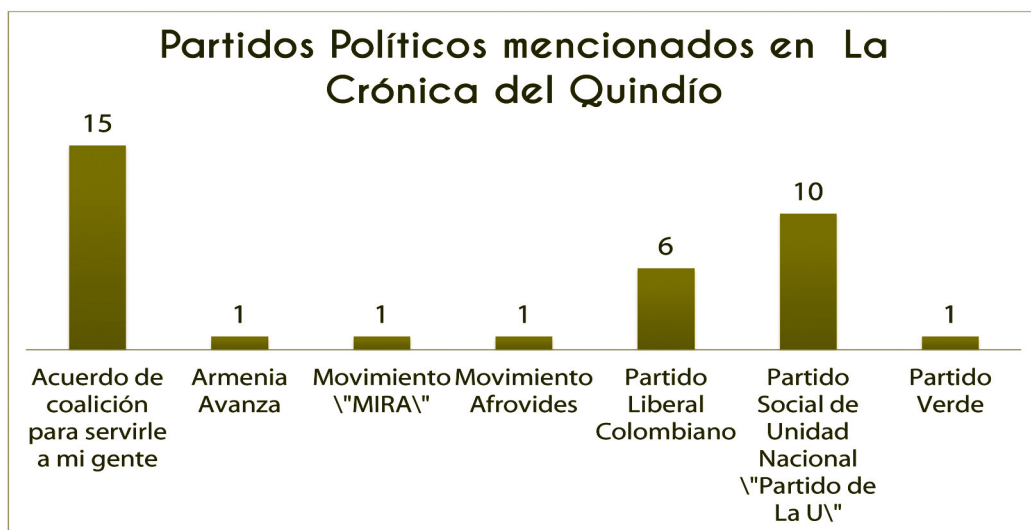
En cuanto a los temas de mayor cubrimiento por el diario La Crónica en el periodo analizado, se destacan 14 notas sobre los temas referentes a las garantías del proceso electoral y otro indicador de 14 notas más sobre proselitismo electoral, es decir hay congruencia entre el proselitismo y las garantías electorales. En su orden le siguen la corrupción con un 11 notas, cifra que llama la atención si se tiene en cuenta que los escándalos de corrupción llevaron a la destitución e inhabilitación por 12 años a la alcaldesa de entonces Ana María Arango Álvarez y previo a ello, a la cárcel a su antecesor el ex -alcalde David Barros Vélez, quien cumple una condena de 17 años de prisión. Los debates de los candidatos ocuparon 7 notas, la observación electoral y la inscripción de candidatos fueron visibilizadas en 5, los cambios culturales con un 4.

## Actores de la información La Crónica del Quindío



Gráfica 3. Actores de la información La Crónica del Quindío

Sobre los actores de la información analizada, la investigación arroja que un 45% se basa en información de partidos políticos, un 25% en los candidatos, un 18% en fuentes estatales, 8% en la sociedad civil y un 4% en la fuerza pública que indica la gran distancia que tenemos frente a los problemas de orden público que se presentan en otras regiones colombianas donde se viven las consecuencias del conflicto armado con mayor intensidad. Se destaca la escasa participación de la sociedad civil en el tema político como generadora de información en el Quindío y la importancia que se le concede a las fuentes estatales para reafirmar sus visiones de mundo sobre los hechos políticos, y mantener el "statu quo" lo que influye notoriamente en la baja calidad del periodismo y de la información en detrimento de los lectores que depositan su confianza en los medios y en la construcción de su realidad.



Gráfica 4. Partidos Políticos mencionados en La Crónica del Quindío

En cuanto a los partidos políticos mencionados se encuentra que el Acuerdo de Coalición para servirle a mi gente contó con un 15 % de la información, seguido del partido Social de Unidad Nacional "partido de la U" con 10%, del partido Liberal colombiano con un 6%, mientras que el Partido Verde, los movimientos Afrovides, MIRA y Armenia avanza representan cada uno el 1% del total de la información.

Es decir que esta se concentró en el Acuerdo de coalición para servirle a mi gente, un movimiento ajeno a la región, en el partido de la U, seguido por el Partido Liberal con los mayores indicadores que reflejan el apoyo que el medio le dio a esos partidos.

Otros movimientos legalmente inscritos ni siquiera fueron mencionados en la información, tampoco las campañas que promovieron el voto en blanco.



Gráfica 5. Candidatos mencionados en La Crónica del Quindío

Acerca de los candidatos mencionados, la candidata a la gobernación por el partido de la U, Belén Sánchez Cáceres fue la más visibilizada, con un 6% de la información seguida con un 3% de Luz Piedad Valencia Franco candidata a la Alcaldía de Armenia del Partido Liberal en la misma fórmula política.

Las candidatas Martha Liliana Agudelo del MIRA, Sandra Paola Hurtado del movimiento Quindío Firme, Orlando Mosquera de Afrovides, solamente fueron mencionadas en el 1% de la información.

Lo anterior refleja el gran desequilibrio informativo del medio de comunicación, que directamente visibilizó la fórmula política de Belén Sánchez Cáceres y Luz Piedad Valencia Franco como lo evidencia el análisis, mientras que subestimó a los otros candidatos al mínimo nivel informativo, generando una gran brecha informativa que viola el derecho constitucional que tienen los ciudadanos en Colombia a estar bien informados, al pluralismo ideológico y al sano debate público de ideas.

Acerca de las fuentes de información, el informe revela que el 56% de la información monitoreada en el diario La Crónica registra la existencia de fuentes de información, principalmente oficiales mientras que el 44% restante no enunció, ni se logró identificar el origen de la información.

Lo anterior ratifica la gran dependencia del medio de comunicación de las fuentes oficiales y la poca importancia que se les concede a otros actores de la información como voceros legítimos de la sociedad, así como la poca investigación que se hace desde las fuentes documentales para contar la realidad política.

Finalmente, con respecto al género más consultado como fuente de información, el seguimiento a La Crónica muestra que un 63% se hizo con referencia a lo femenino y un 37% al género masculino, este hecho se explica, porque por primera vez, en la historia regional de las campañas políticas tanto a gobernación como alcaldía participaron más mujeres que hombres en la contienda electoral y por consiguiente, fueron ellas la fuente de información noticiosa obligada, lo que puede revelar un avance para la sociedad en términos de género y de cambio social como ruptura del patriarcado tradicional

que se vivía en la región desde la época de la colonización antioqueña, donde por primera vez en la historia tenemos alcaldesa en Armenia la capital y Gobernadora en el departamento simultáneamente. Este porcentaje de visibilidad de candidatas es inédito en cualquiera de los medios monitoreados en esta investigación. En ninguno el porcentaje de cubrimiento de mujeres superó el 37%

## Conclusiones

- Se destaca el esfuerzo asociativo que hacen la MOE, Misión de Observación Electoral y la Universidad del Quindío a través de su programa de Comunicación Social – Periodismo para hacer seguimiento y monitoreo a los medios de comunicación e indagar sobre el papel que estos deben cumplir en el seno de sus sociedades locales.
- El Diario La Crónica del Quindío se puede definir como un medio eminentemente informativo, donde prevalece el formato noticioso, por encima de otros géneros periodísticos utilizados en el proceso de informar.
- El medio tiene una gran prevalencia de las fuentes oficiales en su visión del país que crean una versión de los hechos sesgada, favorable a sus propios intereses y alejada de los problemas reales de la sociedad
- La Crónica del Quindío utiliza con más frecuencia las fotografías como complemento a su información y subestima recursos visuales como (infografías, tablas estadísticas, mapas) impidiéndole al lector una comprensión más fácil de los temas tratados.
- El medio de comunicación, como lo evidencia claramente el análisis, tomó

partido a favor de las candidatas Belén Sánchez Cáceres del Partido de la U y Luz Piedad Valencia Franco del Partido Liberal Colombiano.

- Por primera vez y en un hito histórico, a diferencia de las demás regiones colombianas, La Crónica del Quindío se desmasculinizó para darle paso a las voces de gran cantidad de mujeres que participaron de la contienda electoral y que fueron siempre objeto de información periodística.

## Recomendaciones

- La MOE y Uniquindío recomiendan respetuosamente al diario La Crónica del Quindío, abordar la información desde otros géneros periodísticos diferentes a la noticia que les permiten profundizar a los ciudadanos con más juicio sobre los temas que le interesan y llegar a conclusiones propias, libres de manipulación.
- Incluir como fuente noticiosa a sectores de la sociedad civil que aparecen tenuemente o como marginales, pero que le dan solidez, valor y credibilidad a la información, además que le dan polifonía de voces a los hechos.
- Evitar que desde las páginas editoriales del periódico se haga proselitismo político a favor de una alianza o de un candidato específico, violando el derecho que tienen los ciudadanos a estar bien informados.
- Incluir las voces de candidatos y movimientos que aunque no aparezcan como ganadores en las encuestas, representan sectores de la sociedad que necesitan ser también visibilizados y validados.

# RISARALDA



Universidad  
Tecnológica  
de Pereira

## Informe sobre el Seguimiento a Medios de Comunicación en Risaralda Elecciones Locales 2011

*Por: Alexandra Agudelo Ramírez  
Investigador Universidad Tecnológica de Pereira -UTP-*

La Misión de Observación Electoral -MOE- en concertación con la Universidad Tecnológica de Pereira, la cual hace parte de la plataforma de Seguimiento a Medios, presenta el informe sobre el papel que jugaron los medios de comunicación impresos, periódicos El Diario del Otún y La Tarde en las elecciones de autoridades locales 2011 en Risaralda. Este análisis corresponde al monitoreo efectuado desde el 17 de agosto hasta el 06 de noviembre de 2011.

A continuación se presenta la información y el análisis referente a las variables monitoreadas en el cubrimiento periodístico de las elecciones 2011, con el cual se pretende responder interrogantes como los siguientes: ¿Cuáles fueron los géneros periodísticos más usados? ¿Qué tipo de recursos visuales se usaron para ilustrar el proceso electoral? ¿Qué tipo de fuentes se consultan en el proceso electoral para la elaboración de las notas periodísticas? ¿Cuáles fueron los temas programáticos de los que se habló en medios? ¿Cuáles fueron los temas no programáticos? ¿Cómo fue el cubrimiento a los candidatos a Alcaldía de Pereira, Alcaldía de Dosquebradas y Gobernación de Risaralda? ¿Quiénes fueron los actores que intervinieron en este proceso electoral? ¿Cómo fue el cubrimiento brindado a partidos políticos?

### *Caracterización de los medios monitoreados*

La Tarde, es un medio de expresión escrita de circulación local diaria de la ciudad de Pereira y se constituye como uno de los diarios más importantes del Eje Cafetero. Fue creado en 1975 con la intención de ligarse a los acontecimientos de la vida

cotidiana de la ciudad en términos económicos, sociales y políticos, creando una cultura de periodismo regional<sup>13</sup>.

El Diario del Otún, es un medio de comunicación escrita de circulación local diaria de la ciudad de Pereira. Su fundación el primero de febrero de 1982 fortaleció la historia del periodismo en Risaralda. El diario fue fundado por el abogado Javier Ramírez González para “abrir una puerta a la verdad, a la credibilidad y a la historia de la tierra que amó.”<sup>14</sup>

## Resultados

### *Número de notas por medio*

Para la elaboración del presente informe se registraron 554 artículos periodísticos, de los cuales 259 corresponden a El Diario del Otún con el 47% de los artículos registrados, y 295 artículos corresponden a La Tarde representando del 53% de las notas periodísticas registradas. Los artículos periodísticos registrados comprenden los diferentes géneros periodísticos exceptuando las caricaturas, y corresponde a todos aquellos que registraron hechos de campaña, candidatos, partidos políticos, instituciones electorales y actores sociales en referencia a las elecciones de Gobernación de Risaralda, Alcaldía de Pereira y Alcaldía de Dosquebradas. Todas las estadísticas completas se encuentran en el multimedia anexo a este informe.

### *Número de notas por corporación en cada medio*

Dado que ambas distribuciones son las publicaciones más importantes del departamento y tienen distribución en el Área Metropolitana, que incluye el municipio de Dosquebradas, se registra un número importante de artículos periodísticos sobre las campañas y los candidatos a la Alcaldía de Dosquebradas.

La Tarde registró más notas periodísticas para la Gobernación de Risaralda que para la Alcaldía de Pereira aunque el margen no fue tan amplio, mientras que en El Diario del Otún el tratamiento para ambas corporaciones fue casi igual, lo que en ambos casos deja entrever la importancia de la alcaldía de la capital, que en cubrimiento periodístico se equipara a la gobernación.

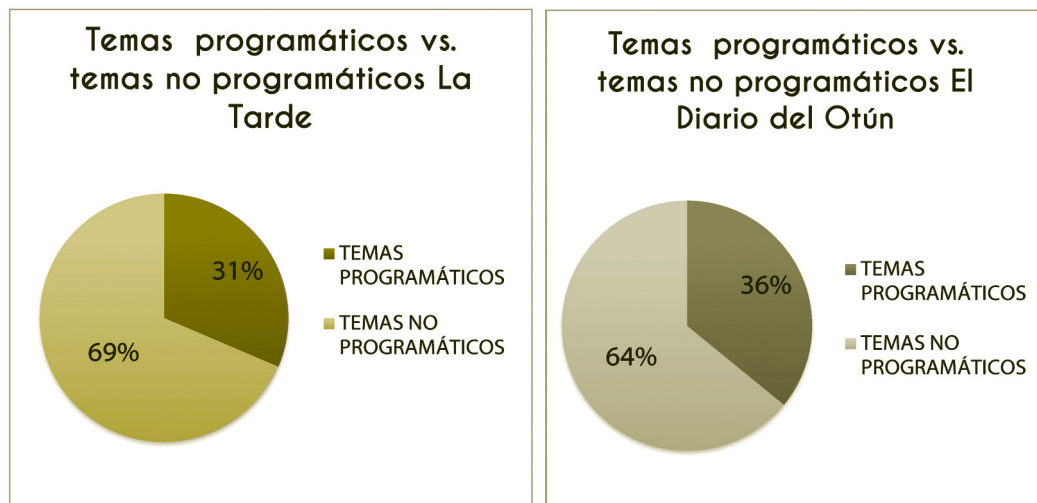
seguimiento permite observar con preocupación el enfoque programático frente a lo no programático con el cual fueron cubiertas las elecciones del pasado 30 de Octubre. El

---

13 - Álvarez, Á. (2005). *La Tarde. Treinta años: Testimonio de fe. Pereira: Panamericana formas e impresos. P.13 En palabras de su exdirector, César Gaviria Trujillo, La Tarde se describe como “[un] periódico [que] siempre ha estado imbuido por ideas liberales para tratar de encontrar un sendero de progreso y prosperidad para la nación colombiana. Desde La Tarde se han difundido de manera vigorosa los principios democráticos y nunca se ha dejado llevar por impulsos totalitarios.”*

14 - *El Diario del Otún. (2007, Julio). El Diario del Otún: 25 años de orgullo en 300 páginas de historia. El Diario del Otún se presenta como protagonista en proyectos de desarrollo para la región, como lo muestra su participación activa en la fundación del periódico La Crónica en el departamento del Quindío. El periodismo de El Diario del Otún registra y apoya el desarrollo de la región desde sus habitantes, manifestando la máxima expresión de fe en la comunidad.*

## Temas que cubrieron los medios de comunicación durante el proceso electoral



Gráfica 1 y 2 Temas programáticos vs. Temas no programáticos La Tarde y El Diario del Otún

desequilibrio informativo que privilegió lo no programático en los dos medios monitoreados (El Diario del Otún 64% y La Tarde 69%) contrasta con la situación social del departamento, frente a lo cual la ciudadanía esperaría conocer las propuestas viables de los candidatos y sus partidos políticos sobre temas como empleo, educación, salud, tecnología e innovación, agro, seguridad, etc.

En los dos periódicos se presentó una alta concentración de artículos en dos temas no programáticos, a saber, proselitismo electoral (El Diario del Otún con 52 notas y La Tarde con 68 notas) y avales o alianzas entre partidos y/o campañas (El Diario del Otún 72 notas y La Tarde 35 notas), evidenciando un interés mediático por los aspectos propios de la dinámica electoral regional, induciendo al lector a asumir el día a día de los aspirantes, sus cambios de coalición, el apoyo de los “caciques políticos” y las disputas por mantener el poder. Dichos temas son importantes para el proceso electoral pero dejan poco espacio a trascendentes temas no programáticos como la financiación de campañas, los contenidos de los debates, la intervención en política de los servidores públicos, al igual que la agenda programática de los candidatos.

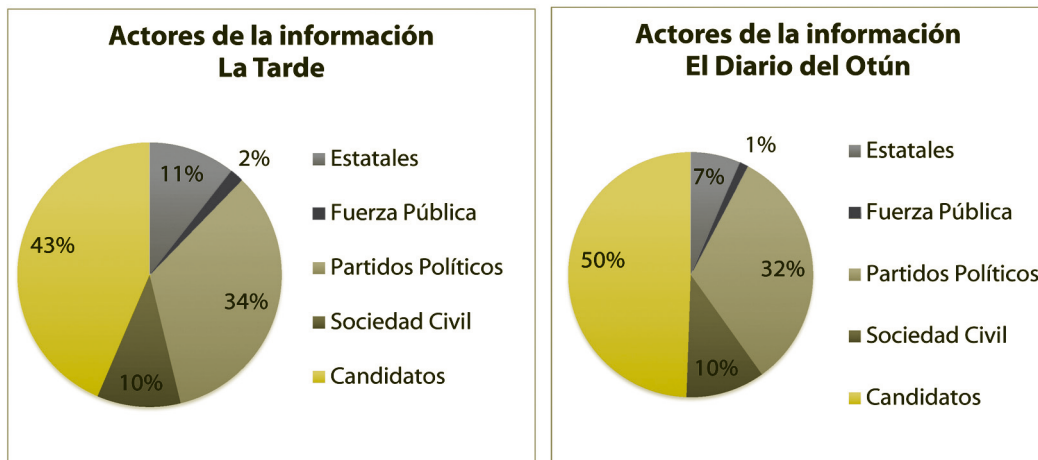
Por otro lado, se registraron 40 notas publicadas en el periódico La Tarde sobre el cubrimiento a las garantías electorales que supera significativamente las 17 notas de El Diario del Otún, lo que muestra el aumento del interés por dar cubrimiento a las acciones referentes a las garantías electorales por parte de autoridades y algunas organizaciones de la sociedad civil.

Un tema que sigue siendo insuficientemente tratado en el cubrimiento a las elecciones por parte de las dos distribuciones es la financiación de las campañas. La MOE señaló en la etapa preelectoral la violación de topes de publicidad para el caso de las vallas, que también estarían indicando un alto costo para las campañas, entre otros eventos de campaña que implicaron cuantiosas inversiones de dinero. El Diario del Otún dedicó sólo 1 nota al tema y La Tarde dedicó 9 notas.



No obstante lo anterior, ambos periódicos están por encima de la media nacional en cubrimiento de temas de transparencia y programas de gobierno. El Diario del Otún utilizó el 33% de la información sobre transparencia electoral y el diario La Tarde 30%, mientras que la media nacional fue de 27%. En temas programáticos sucede algo similar. Para profundizar en ese análisis observe el análisis comparativo de medios que se encuentra en la multimedia anexa a este informe.

### Actores de la información electoral en prensa escrita



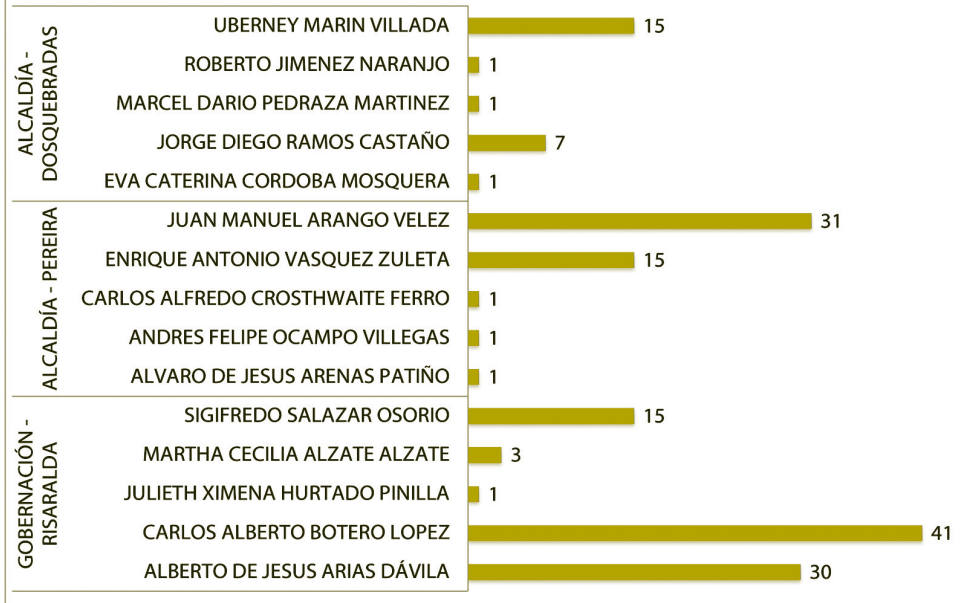
Gráfica 3 y 4. Actores de la información La Tarde y El Diario del Otún

electoral que realizaron los medios impresos. El Diario del Otún cubrió en un 50% de sus notas al actor “candidatos” mientras que La Tarde hizo el cubrimiento a los mismos actores en un 43% de las notas. Dado que la mayoría de las noticias sobre éstos fueron no programáticas, como se mostró en las anteriores gráficas, puede pensarse que los medios coadyuvan a mantener el paradigma de que en elecciones se deben cubrir preponderantemente a quienes intentan ganar un escaño, y que la participación de otros actores (fuerza pública, autoridades electorales y sociedad civil) poco debe considerarse, o bien, que en sus roles las acciones realizadas no son noticia en época electoral.

La MOE considera importante aumentar el cubrimiento a las acciones que realizan las autoridades en relación con las elecciones, lo cual incluye no sólo al Consejo Nacional Electoral y la Registraduría, sino también a los Tribunales de Garantías Electorales, la Procuraduría, La Fiscalía, las Comisiones de Seguimiento a los Procesos Electorales municipales y departamental, la Policía, entre otras. Así como continuar aumentando el cubrimiento a los actores de la sociedad civil, visibilizar a los gremios y ciudadanos de a pie, pues la democracia se teje en las relaciones de los diversos actores de las sociedades.

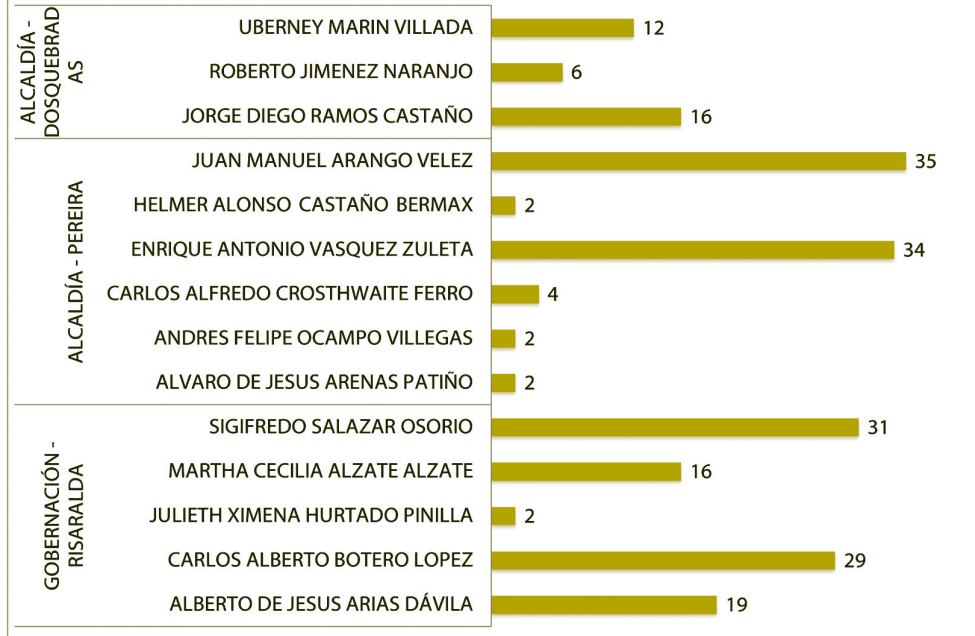
La equidad en el cubrimiento de elecciones no se garantiza si no hay un trato igualitario en el número de menciones que se hace a los diferentes candidatos en contienda, si no se brinda a los candidatos el mismo espacio en el medio para presentar sus propuestas programáticas, si el espacio de cubrimiento a sus actividades proselitistas es desigual,

## Candidatos mencionados en El Diario del Otún



Gráfica 5. Candidatos mencionados en El Diario del Otún

## Candidatos mencionados en La Tarde



Gráfica 6. Candidatos mencionados en La Tarde

y si con la nota se favorece a un candidato o se desfavorece a otro. Se presenta entonces el cuestionamiento por la capacidad y la intención de los medios de garantizar un equilibrio en el cubrimiento a las elecciones toda vez que éstos obedecen a intereses privados, frente a lo cual se aboga por la transparencia de los medios para fijar una clara posición oficial que sea ampliamente conocida por los lectores como elemento para la interpretación de la información.

La mención de los diferentes candidatos en contienda para las tres corporaciones monitoreadas en El Diario del Otún y La Tarde es evidentemente desigual, y refleja a todas luces el posicionamiento de ciertos candidatos en detrimento a la visibilización de otros, presentándose la situación más desigual para la Alcaldía de Pereira. Es preocupante que las minorías políticas o los candidatos sin trayectoria como funcionarios públicos no reciben mención o reciben un irrisorio espacio en los medios.

Hay que cuestionar estos resultados pues los candidatos más nombrados fueron los que tuvieron alguna oportunidad en la contienda electoral, con lo que se manifiesta la capacidad del medio para influir (positiva o negativamente) en un proceso de elecciones aunque no determine el ganador.

Se comprueba lamentablemente la manera como los principales medios impresos del departamento tuvieron abiertamente preferencia por algunos candidatos, y en ese sentido, la excusa de que aquellos eran los más populares se confronta con la premisa de que los medios en su labor imparcial debían garantizar la oportunidad con el fin de obtener debate democrático y justo, condición necesaria para el fortalecimiento de la democracia y la garantía de participación de diferentes grupos de ciudadanos.

Queda claro que hace falta más compromiso de los medios para procurarles espacios participativos y comunicativos a los

diferentes actores sociales en el proceso de elecciones, no porque sea una obligación legal, sino como una condición ética de los medios de comunicación.

### *Posición de la fuente consultada para la realización de la nota periodística*

Cuando se habla de la posición que asume la fuente frente a la noticia en desarrollo se encuentra que hay una tendencia a Ampliar y Reiterar la información. En ambos periódicos esta variable fue la que obtuvo la mayoría del porcentaje frente a las otras dos variables que señalaban el contraste o la rectificación. La MOE considera importante contrastar la información entre diferentes fuentes como forma de presentar los artículos periodísticos con mayor rigurosidad investigativa, brindado mayores elementos de discernimiento a los ciudadanos y generando mayor credibilidad en el medio.

### *Género de la fuente consultada para la realización de la nota periodística*

En ambos periódicos se logra evidenciar una marcada tendencia a que el género de la fuente sea masculino. Quizás se deba al escaso número mujeres que decidieron entrar en contienda política para los cargos uninominales monitoreados. Sin embargo, la consulta de la fuente debe pasar una evaluación de los medios sobre el papel de la mujer en la política, pues no se debe consultar únicamente a candidatas sino también a mujeres que desempeñan cargos como autoridades, miembros de organizaciones de la sociedad civil, entre otros.

## Conclusiones

El seguimiento a la forma como los medios de comunicación escrita más importantes del departamento realizan el cubrimiento periodístico de las elecciones es un ejercicio ciudadano que se conjuga con la participación de la academia y que da cuenta de la necesidad de que todos los actores de la sociedad se involucren en la construcción de la democracia. En este sentido, el proceso de seguimiento a medios de comunicación realizado por parte de la Misión de Observación Electoral –MOE<sup>15</sup> en alianza con la Universidad Tecnológica de Pereira permite hallar aspectos en los que debe mejorarse el cubrimiento periodístico de las elecciones.

El informe que acá se presenta no tiene como objetivo calificar el desempeño de los periódicos *El Diario del Otún* y *La Tarde*, en tanto busca en realidad propiciar elementos de reflexión entendiendo el papel que juegan los medios de comunicación en la formación de la opinión pública, con miras a lograr el equilibrio y la imparcialidad en la información como elemento que contribuya al fortalecimiento de la democracia.

La MOE, como organización de la sociedad civil, busca abrir canales que posibiliten un mayor acercamiento con los medios y con las autoridades, como posibilidad de generar lazos de cooperación para alcanzar objetivos que se tengan en común.

Como resultado del monitoreo a medios, se evidenció especial atención de los mismos sobre los temas propios de la

campaña política (alianzas, avales, orden de las listas preferentes, coaliciones partidistas, etc.), temas que no informan al lector sobre cómo el candidato afrontará su labor cuando sea electo, por lo tanto, se afirma que hubo insuficiente tratamiento de los temas programáticos. Este sentido, cabe reflexionar sobre las palabras de Beccassino<sup>16</sup>:

“La política en época de elecciones presenta una fuerte tendencia a convertirse en discusión sobre cualquier cosa, a excepción de los temas importantes donde importaría ver qué pensamientos se han desarrollado, qué soluciones claras y contundentes se plantean. Una discusión intrascendente en sus contenidos, pero trascendental para la carrera electoral, por lo cual los políticos se entregan a asesores varios, queriendo que les enseñen a aparentar (...) Cualquier cosa con tal de impactar donde conviene para ganar una posición, hablando de aquello que no se conoce, que no se entiende, que no nos interesa conocer, ni entender, porque sólo deseamos alcanzar aquella posición de poder”.

Así pues, para la ciudadanía es importante conocer las propuestas de los candidatos para poder decidirse por la opción que más -en su parecer- se ajuste a las necesidades de la ciudad. Es, de alguna manera, un imperativo para que la democracia se haga más fuerte y las instituciones del Estado se consoliden y sean cada vez más legítimas.

En el mismo sentido, se afirma que los medios de comunicación deben posibilitar una mayor comprensión de los intereses de la comunidad, tarea que

15 - Para el departamento de Risaralda, concretamente a través de la realización del presente informe y del informe de seguimiento a medios de comunicación en el cubrimiento a las elecciones de Congreso y Presidencia 2010.

16 - Beccassino, A (2008). *La Nueva Política. El entorno y la comunicación electoral*. Grijalbo. Bogotá. P.253.

todavía está por realizarse para que los ciudadanos tengan mayor comprensión de lo que significa la época pre-electoral, electoral y pos-electoral, se entienda la gran responsabilidad que adquiere un funcionario cuando asume un cargo público, así como el valor del voto y el papel del ciudadano que no se limita a ser votante. Esto posibilitará en alguna medida que la cultura política tan debilitada en nuestro país se fortalezca.

Una gran conclusión del seguimiento a medios realizado fue el evidente desequilibrio en el cubrimiento a los diferentes candidatos en contienda y los diferentes partidos políticos. Este desequilibrio se vio reflejado principalmente en cantidad de notas y en el tamaño de las mismas, pero también influye el tipo de género usado pues a ciertos candidatos les dan cubrimiento con noticias y reportajes, mientras que otros son mencionados principalmente en las breves. En algunas ocasiones el desequilibrio también puede presentarse con noticias sesgadas a favor o en contra de determinados candidatos o partidos. Los medios de comunicación deben presentar los artículos periodísticos de forma imparcial y equitativa, brindar espacio para las minorías políticas y grupos significativos de ciudadanos, para los partidos diferentes a los tradicionales y para las mujeres candidatas. Asimismo, como comportamiento ético los periódicos deben aclarar a sus lectores la postura oficial, a fin de que el ciudadano tenga claro este elemento para la interpretación de la información que se le ofrece.

## *Recomendaciones*

La finalidad de la democracia no es tanto dejar de ser teórica para hacerse

real, es en cambio, ser un proceso de participación de los actores sociales en continua redefinición a partir de miradas reflexivas sobre su propia práctica; en esa medida los medios de comunicación desempeñan un importante papel en la construcción de lo público y en la comprensión de la realidad. Los medios de comunicación deben rechazar toda forma de corrupción y clientelismo, estimular la participación ciudadana autónoma y crítica, promover el control social, brindar a la ciudadanía criterios para la toma de decisiones a través de los contenidos que comunican. En este sentido, los medios de comunicación deben ser responsables frente a la veracidad, calidad, equilibrio y pluralidad de la información que publican, ya que el ejercicio periodístico no se debe reducir a una simple descripción de un acontecimiento.

Esperamos que las recomendaciones que respetuosamente se presentan en este informe sean tenidas en cuenta, se reitera no como el resultado de una calificación a la labor periodística, más bien, como una preocupación como ciudadanos a partir de la comprensión de la importancia de la actividad de los medios en la construcción de sociedad. Las observaciones y recomendaciones expresadas en el presente informe contribuyen a realizar un cubrimiento periodístico de los procesos electoral cada vez más integral y comprometido con llevar a los ciudadanos-lectores información precisa de todos los aspectos en torno a la elección de sus gobernantes.

**La MOE destaca algunos elementos a tener en cuenta en relación con la calidad de información que impacte en la formación de ciudadanía, retomando nuevamente las recomendaciones presentadas en el informe 2010 de seguimiento a medios de comunicación en el departamento y ampliando algunos elementos:**

- **La importancia del género periodístico usado:** la cobertura periodística no debe realizarse preponderantemente en noticias y breves, que si bien son géneros que aportan elementos informativos tienden a mostrar las consecuencias de un suceso. En cambio, fuentes como los análisis noticiosos, los reportajes, los perfiles o crónicas permiten indagar a profundidad, ya que son más sugerentes y extensos, permitiendo buscar correlaciones, contrastar noticias, personajes, etc., permitiendo visibilizar cuáles serán los posibles giros o continuidades en materia de modelos de gestión o gobernabilidad. La forma como se comunique o se amplíe un tema promoverá un periodismo más sintonizado con los ciudadanos y unos ciudadanos más sintonizados con lo público, aportándole a éstos mayores elementos que permitan la construcción de una sociedad más democrática, plural, receptiva y crítica. Se debe sacar provecho del potencial de los diferentes géneros periodísticos y equilibrar su uso para los diferentes candidatos en contienda. Se recomienda aprovechar más las secciones especiales creadas para el cubrimiento al proceso electoral.
- **La voz de las autoridades, los electores o ciudadanos, gremios y empresarios como fuentes y actores de la contienda electoral:** la agenda periodística no debe provenir solamente de los acontecimientos de campaña, sino también, darle relevancia a las demandas, cuestionamientos, investigaciones, normatividad, propuestas, opiniones e intereses de otros actores sociales como autoridades, gremios, sociedad civil organizada, instituciones privadas, ciudadanos no organizados, que si bien no están en la contienda electoral, también

generan información que contribuye a generar opinión pública y ciudadanía más crítica. La aparición de estos actores en los medios en el 2011 con relación a las elecciones fue escasa.

- **Financiación de las campañas:** el tema de financiación continúa siendo un tema determinante en las campañas electorales y un tema de preocupación para garantizar elecciones transparentes y democráticas. La MOE invita a los medios con capacidad de investigación a informar sobre el volumen de dinero invertido en campañas, los gastos de las mismas, quiénes las financian y cuáles son los topes permitidos por la Ley.
- **Mostrar el trabajo de los que salen y se reeligen:** no sólo informar sobre las actividades de proselitismo de los candidatos sino también de las acciones y posiciones de los partidos políticos a los cuales pertenecen, las agendas programáticas y sus propuestas así como la viabilidad de las mismas, quiénes acompañan al candidato en el equipo de trabajo y de campaña, cuál es su hoja de vida, cuál ha sido su desempeño como servidor público, cómo financia la campaña, cuáles son los vínculos que ha tenido o tiene con organizaciones públicas, privadas e incluso al margen de la ley. Los medios también se convierten en un espacio para el control político. Igualmente, la mayoría de los aspectos mencionados aplican para los candidatos que aspiran por primera vez a un cargo de elección popular.
- **Pedagogía electoral:** se presenta la necesidad de profundizar en la pedagogía electoral realizada desde los medios de comunicación, ya que dicha información no sólo

fue escasa sino que se presentó de manera concentrada el día de elecciones. La finalidad de la pedagogía electoral no consiste solamente en que el ciudadano aprenda cómo votar, sino que va más allá, al acercamiento del ciudadano a las instituciones y autoridades electorales, al conocimiento sobre la normativa electoral y los delitos electorales, al interés por los asuntos públicos y a la construcción de la postura autónoma del votante que elige democráticamente los gobernantes de su región y su ciudad.

- **Dar relevancia a las minorías políticas y al papel de la mujer:** los medios deben contribuir a mejorar el equilibrio

informativo de los candidatos a las diferentes corporaciones públicas de elección popular garantizando mayor pluralidad en la información y el cubrimiento. Es importante resaltar el papel de las mujeres candidatas y sus propuestas, así como los temas de género de los diferentes candidatos y candidatas en las elecciones.

- **Las encuestas y los medios como actores de información:** cabe resaltar que las encuestas presentadas en los medios deben seguir el rigor que exige el Consejo Nacional Electoral. Adicionalmente, se debe tener en cuenta que la manera en que sean presentados los resultados de las encuestas influye en la calidad de información que los ciudadanos reciben. El carácter técnico y objetivo de las encuestas debe reflejarse en la información que reproducen los medios de comunicación.

# SANTANDER



## Un cubrimiento sin sobresaltos ni novedades

*Por: Manfry Gómez Ditta*

*Investigador Universidad Autónoma de Bucaramanga -UNAB-*

### *La prensa en Santander continúa la misma tónica de cubrimiento electoral*

Es indiscutible hoy en día la importancia que juegan los medios de comunicación en el fortalecimiento de los procesos democráticos, sobre todo, en países como Colombia donde este sistema parece estar en permanente peligro. Según Jorge Alberto Velásquez, los medios son:

*"... empresas de servicios, instrumentos para la democratización de la información, que cumplen, por delegación de la sociedad y del Estado, la misión de garantizar y hacer efectivo el Derecho a la Información veraz e imparcial que tienen los ciudadanos y ciudadanas"<sup>17</sup>.*

Ellos se constituyen en referentes fundamentales de la vida democrática, debido a que actúan en la producción social de significaciones y la construcción de identidades culturales. Desde su trabajo generan representaciones sobre las distintas dimensiones de la vida, favorecen el surgimiento de ópticas de mundo y la acción social de los ciudadanos.

Es por ello que su papel no puede pasarse por alto en los procesos que se deslindan de los procesos democráticos. En ese sentido, la Misión de Observación Electoral, ha venido trabajando con organizaciones sociales, instituciones y universidades en el seguimiento a la manera como dichos medios actúan en el marco de las elecciones para las distintas corporaciones públicas."

En este caso, para el análisis cualitativo y cuantitativo del trabajo de los medios en Santander, se realizó convenio con la Facultad de Comunicación Social y Artes Audiovisuales de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB). Dicho trabajo de

---

17 - VELÁSQUEZ, Jorge Alberto. Los medios como empresas culturales. Bogotá: Fundación Gilberto Álzate Avendaño, Círculo de Periodistas de Bogotá, 2004. p. 70.



seguimiento se realizó a través del Observatorio Regional de Medios de Información y Comunicación del Oriente (ORMIC), que desde el 2010 ha hecho un permanente análisis de la forma como los medios ejercen su labor en esta parte del país.

El seguimiento se hizo a los dos más importantes medios impresos que posee el departamento. En ellos se observó la manera como hicieron el cubrimiento del proceso electoral para la Gobernación y la Alcaldía de Bucaramanga. Para responder, el estudio examinaron 245 notas de prensa del diario Vanguardia Liberal y 366 de El Frente, que fueron publicadas entre el 17 de agosto y el 5 de noviembre de 2011, en el marco del proceso electoral para las elecciones de las corporaciones públicas regionales.

Periódicos	Vanguardia Liberal, El Frente
<b>Fecha</b>	17 de agosto – 5 de noviembre de junio 2011
<b>Notas analizadas</b>	611
<b>Notas en Vanguardia</b>	245
<b>Notas en El Frente</b>	366

Tabla 1. Ficha técnica

## *El Frente y Vanguardia Liberal, dos medios tradicionales de Santander*

Vanguardia Liberal y El Frente son los dos medios más importantes del departamento de Santander. Aparentemente, desde orillas contrarias, han cubierto en sus páginas los acontecimientos más importantes de esta parte del país en buena parte del siglo XX y la totalidad del que actualmente transcurre.

Vanguardia Liberal fue fundada el primero de septiembre de 1919 por Alejandro Galvis Galvis, político liberal de amplio reconocimiento. El Frente, por su parte, fue inaugurado el 2 de diciembre de 1942 por Rafael Ortiz González, abogado y poeta conservador. Actualmente Vanguardia Liberal es miembro oficial de la Asociación Nacional de Diarios Impresos (Andiarios) y el Grupo Nacional de Medios, que reúne a los principales periódicos de ciudades intermedias. Tiene como cobertura a Bucaramanga y toda el área metropolitana, al igual que gran parte del norte de Boyacá y el sur del Cesar, con 45 mil ejemplares de lunes a sábado y 80 mil los domingos.

La edición semanal cuenta con 4 secciones y un total de 32 páginas. La edición dominical se incrementa en 10 páginas. El periódico está dividido en 9 secciones en las cuales se encuentran las siguientes: Santander, subdivisiones: Bucaramanga,

Área metropolitana, Barrancabermeja, Comunera, Guanentá y Vélez; Deportes, subdivisiones: Fútbol A, Fútbol B, Internacional, Microfútbol, Baloncesto, Otros; Judicial; Actualidad, subdivisiones: Colombia, Mundo, Política, Tecnología; Economía, subdivisiones: Local, Nacional; Opinión, subdivisiones: Editorial, Columnistas, Cartas del lector, Caricaturas, Reportero ciudadano, Sondeo de opinión, Blogs; Vida y estilo, subdivisiones: Galería, Sociales, Nuestro talento, Ola verde, Jóvenes, Salud, Cultura, Espiritualidad, Noticiosos; Entretenimiento, subdivisiones: Farándula nacional, Farándula internacional, Cine, Entrevistas, Tarot, Reinado; Clasificados.

El Frente una cobertura nacional y un tiraje de 25 mil ejemplares. Actualmente su director y propietario es Rafael Serrano Prada, de filiación conservadora. En las secciones, se destacan: Actualidad, Bucaramanga, Comunidad, Opinión, Política, Metropolitana, Economía, Justicia, Santander, Sociales, Internacional, Deportes, Especiales, Eventos, Salud, Tecnología, Farándula, Empresarial, Nororiental, Zapoteca.

## *Resultados por medio*

### *Vanguardia Liberal.*

#### *Género periodístico en notas de Vanguardia Liberal*

En Vanguardia Liberal la gran mayoría de notas fueron abordadas desde el género noticia con un 50.28% del total publicado. Le siguieron en orden de importancia las breves, con un 32.40% y la columna de opinión con un 6.70%. Géneros considerados de mayor profundidad como el reportaje, la crónica los perfiles

no tuvieron presencia dentro de la publicación santandereana. Los informes especiales sólo lograron un 5.03% del cubrimiento, mientras que la entrevista sólo alcanzaron un 5.59%.

Los perfiles, que para esta época son sustancialmente importantes, sólo llegan al 0.7%. Los géneros periodísticos están directamente relacionados con la extensión de las notas. Gran parte de estas no superan los 80 centímetros de texto. En ese sentido, se percibe la intención de informar con notas cortas, con datos concretos y menciones directas a hechos particulares. La profundidad de los análisis brilla por su ausencia.

## *Autoría de las notas*

La responsabilidad de la redacción de esta información en este medio está principalmente en sus periodistas. En Vanguardia la autoría recae sobre ellos en un 27.93% y la Unidad/sección un 45.81%. Sin embargo, hay una importante aporte de las agencias de prensa, que aparecen con un 16.76%.

Al mirar aspectos que tienen que ver con el diseño y la diagramación, se encontró que en este medio, la gran mayoría de notas no tienen acompañamiento de ningún tipo de recurso gráfico. Esto se percibe en el 42.94% de las publicaciones. El 46.89% tienen fotografías que ilustran los acontecimientos planteados. Las fotografías acompañadas de infografías son un 4.52%. Otras formas como las tablas o las gráficas sólo aparecen en un 3.39%.

Las infografías solo están en un 1.13%. Este tipo de recursos sólo se aprecia cuando el diario decide hacer algún tipo de informe especial. Debido a que la gran mayoría de notas son breves, no tienen la posibilidad de acompañamiento de recurso gráfico. Cuando son utilizados estos recursos,

La relación con el texto es complementaria. El 100% de las fotos, gráficas y tablas complementan la información suministrada en las notas. Respecto a la relación entre titular y cuerpo de noticia, al observar dicha concordancia se encontró que en Vanguardia esta relación es 100% explícita.

## *Temas de la agenda*

Respecto a los temas que son abordados, aparece como principal el que tiene que ver con el cubrimiento del proceso electoral. Es decir, la prioridad fue abordar la manera como se desarrollaron las actividades proselitistas de las distintas campañas.

El 55.86% de las notas abordaron aspectos que tienen que ver con el proceso electoral. En segundo lugar temático aparecen las notas referentes a aspectos de infraestructura y medio ambiente, con un 8.11%. También se sitúan las referentes a la situación social con un 7.21% y el orden público con el 5.41%. Otros aspectos no alcanzan a tener un porcentaje significativo.

Cuando el tema abordado es el proceso electoral, el 17.5% de notas se dedicaron a las alianzas entre partidos y candidatos proselitismo, es decir a la manera como

	Porcentaje	Válido	Acumulado
Avales o alianzas entre partidos y/o campañas	28.4	28.4	28.4
Comportamiento ciudadano	14.4	14.4	42.8
Condena O Sanción A Funcionarios / Candidatos	1.9	1.9	44.7
Confrontaciones Entre Candidatos	.9	.9	45.6
Debates	7.0	7.0	52.6
Delitos electorales	7.9	7.9	60.5
Encuestas	4.2	4.2	64.7
Financiación de Campañas	.5	.5	65.1
Garantías Electorales	5.6	5.6	70.7
Inscripción de Candidatos	6.5	6.5	77.2
Intervención en Política servidores públicos locales	.9	.9	78.1
Investigaciones A Funcionarios / Candidatos	2.3	2.3	80.5
Observación y vigilancia electoral	6.5	6.5	87.0
Proselitismo electoral	6.0	6.0	93.0
Resultados Electorales	5.1	5.1	98.1
Vida Privada Del Candidato	1.9	1.9	100.0
Total	100.0	100.0	

*Tabla 2. Temas de proselitismo electoral*

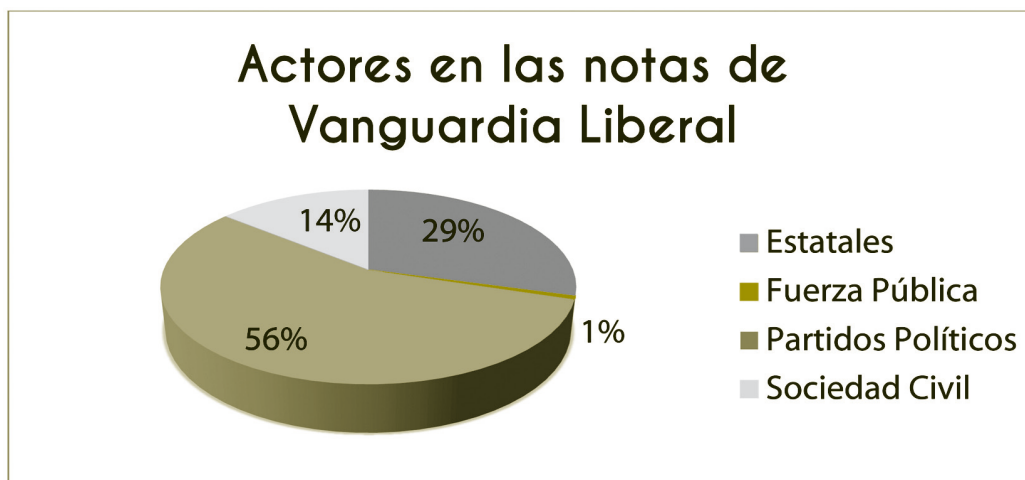
los aspirantes establecieron sus estrategias de relacionamiento político. Sin embargo, se destaca que aparece en segundo lugar, con un 16.7%, todo el tema del comportamiento ciudadano, es decir aquellos aspectos que tienen que ver con las disposiciones para que los electores no cometieran delitos o situaciones en contra de las leyes. También lo que tiene que ver con delitos electorales, con un 11.7%, y resultados electorales con un 10.8%.

Se destaca de esta vez que Vanguardia Liberal ha ampliado el espectro y ha dedicado una gran cantidad de notas a asuntos como las garantías electorales, observación y vigilancia electoral, financiación de campañas, los debates, entre otros, situación que en otras oportunidades no ocurría.

Al indagar acerca de los actores que se destacan en las notas se encuentra que como principales aparecen los partidos políticos. Estos aparecen dominando la escena enunciativa en un 50.06% de las notas. Le siguen los organismos estatales con un 29.29% y la sociedad civil con un 14.14%.

Finalmente, la fuerza pública, es decir, los organismos de seguridad del estado poco son mencionados. Cuando el actor son los partidos políticos, el que más es resaltado es el Partido Social de Unidad Nacional, con un 42.7% de las notas; le sigue el Partido Liberal Colombiano, con un 32.7, y el Partido de Integración Nacional, con un 16.4%. El Partido Conservador sólo alcanza un 4.5% y el Partido Verde un 1.8%. Casi invisible el Polo Democrático Alternativo, que sólo pudo lograr un 0.9% del porcentaje.

Comparando Vanguardia Liberal con el resto de Medios de comunicación monitoreados, se encuentra que tanto en temas de transparencia electoral como temas de ciudad y programas de gobierno en donde está 13 puntos porcentuales de la media nacional.; esto quiere decir que mientras la media nacional en cubrimiento de temas de ciudad fue de 31%, el periódico asignó un 44.69% en estas informaciones.



Gráfica 1. Actores en las notas de Vanguardia Liberal

Cuando el actor son los organismos del Estado, como se ve en la tabla No. 3, aparece como principal las autoridades electorales, con un 50% de las notas publicadas, lo que indica un interés del periódico por dar a conocer aspectos del desarrollo del proceso electoral desde la mirada de los organismos que controlan. Eso está en coherencia con la circulación del 15.5% de las notas que muestran como actor a los organismos de control y vigilancia. La rama ejecutiva aparece con un 29.3%. Las autoridades judiciales y legislativas sólo en un 5.1%. En ese sentido, aparecen entidades como el Consejo Nacional Electoral, la Registraduría Nacional del Estado Civil, la Procuraduría General de La República y los alcaldes y gobernadores.

Cuando se trata de la sociedad civil, Vanguardia Liberal le da gran importancia a los analistas y medios de comunicación. También a los empresarios y académicos. Aparecen poco los ciudadanos y electores, así como los gremios y movimientos sociales.

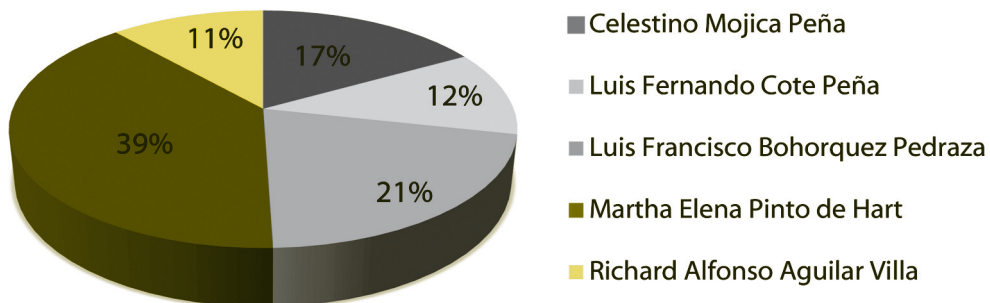
	Porcentaje	Válidos	Acumulado
Autoridad Electoral	50.0	50.0	50.0
Autoridad Judicial	1.7	1.7	51.7
Autoridad Legislativa	3.4	3.4	55.2
Organismos de control y vigilancia	15.5	15.5	70.7
Rama Ejecutiva	29.3	29.3	100.0
Total	100.0	100.0	

Tabla 3. Organismos del Estado en Vanguardia Liberal

Al mirar el cubrimiento del periódico que hizo el diario bumangués a los candidatos a la Gobernación de Santander y Alcaldía de Bucaramanga, se encuentra que la balanza se inclina hacia los segundos. Es decir, hay un porcentaje mayor a los aspirantes de la capital. Como se puede observar en la gráfica 2, Martha Elena Pinto tiene un 38.95% de las notas, Luis Francisco Bohórquez un 21.05% y Celestino Mojica un 16.84%. Los candidatos a burgomaestre de la ciudad de los parques obtuvieron el 76.84% del total de las notas publicadas, lo cual muestra un interés particular del periódico por la Alcaldía Local. Los candidatos a la gobernación, Richard Aguilar Villa y Luis Fernando Cote Peña obtuvieron cada uno un porcentaje de 11.58%.

Estos candidatos, cuando son consultados como fuente en la gran mayoría de veces lo hacen para ampliar o reiterar algún asunto planteado en la nota. Como se puede apreciar en la gráfica No. 10, el 91.67% de las veces que son consultados lo hacen para dar información adicional a la ya planteada por el periodista. Sólo en un 7.29% rectifican algún dato suministrado en la nota o en otras publicadas anteriormente.

## Candidatos a la Gobernación de Santander y Alcaldía de Bucaramanga



Gráfica 2. Candidatos a la Gobernación de Santander y Alcaldía de Bucaramanga

En un 1.04% de las noticias los candidatos participan para contrastar. De esto se puede deducir que la dinámica de cubrimiento, en la que se destaca prioritariamente el proceso electoral, no favorece la confrontación y el debate en este escenario que es el medio de comunicación.

### *Periódico El Frente*

Aunque El Frente se ubica en orilla contraria a la de Vanguardia Liberal, según su definición ideológica, las diferencias no son sustanciales en el cubrimiento de las elecciones regionales. En el gráfico No. 10 se ve que la noticia es el género más utilizado con un 44.98%, seguida de las breves con un 32.67%. Sin embargo, se destaca el intento por utilizar el informe especial que ocupa el 13.49% de las notas y la entrevista con un 4.50%. Estos dos últimos géneros como una manera de mostrar las posturas de los distintos actores dentro del proceso electoral.

La página Política abarca el 70.93% de las notas. Contrario a lo que ocurrió en las elecciones del 2010, donde se creó una sección especial, esta vez el gran peso de las noticias del proceso quedaron en la página política. El cubrimiento también se desplazó a otras páginas como Bucaramanga, Metropolitana, Nacional, Nororiental, Opinión y Barrancabermeja, entre otras. La responsabilidad de la redacción de esta información está principalmente en los periodistas. Como se aprecia en la gráfica No. 11, en la Unidad/sección tiene un 85.12% y los periodistas un 13.49%. No aparecen las agencias de prensa.

## Temas abordados en periódico El Frente

Al igual que Vanguardia Liberal, El Frente aborda como tema principal en el cubrimiento de elecciones todo lo que tiene que ver con el proceso electoral. El 61.65% de las notas abarcan este campo. Le siguen infraestructura con un 8.24%, el orden público con un 7.95%, la situación social con un 7.67%, la situación política con un 4.55% y el medio ambiente con un 3.98%. Aunque hay una clara tendencia a mostrar el desarrollo de las campañas y los aspectos de la misma, se destaca el intento por destacar otros asuntos como la situación social y de infraestructura que requiere el departamento y la ciudad de Bucaramanga.

Sin embargo, al indagar más profundamente y analizando las notas que sobre proceso electoral se dan, se encuentra que aparecen los avales y alianzas que realizan los partidos y candidatos con un gran porcentaje. Este ítem alcanza el 28.4 de las notas. Se destaca que aparece también, con un 14.4% las notas que cubren aspectos como el comportamiento ciudadano. Como se percibe en la tabla No. 4, El Frente también destaca asuntos como los debates, con un 7%; los delitos electorales, con un 7.9%; la inscripción de candidatos, con un 6.5%; y las garantías electorales, con un 5.6%.

	Porcentaje	Válido	Acumulado
Avales o alianzas entre partidos y/o campañas	28.4	28.4	28.4
Comportamiento ciudadano	14.4	14.4	42.8
Condena O Sanción A Funcionarios / Candidatos	1.9	1.9	44.7
Confrontaciones Entre Candidatos	.9	.9	45.6
Debates	7.0	7.0	52.6
Delitos electorales	7.9	7.9	60.5
Encuestas	4.2	4.2	64.7
Financiación de Campañas	.5	.5	65.1
Garantías Electorales	5.6	5.6	70.7
Inscripción de Candidatos	6.5	6.5	77.2
Intervención en Política servidores públicos locales	.9	.9	78.1
Investigaciones A Funcionarios / Candidatos	2.3	2.3	80.5
Observación y vigilancia electoral	6.5	6.5	87.0
Proselitismo electoral	6.0	6.0	93.0
Resultados Electorales	5.1	5.1	98.1
Vida Privada Del Candidato	1.9	1.9	100.0
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

Tabla 4. Cuando el tema es Cubrimiento del Proceso Electoral en El Frente

En el análisis comparado se encuentra que el periódico El Frente, asignó mayor cubrimiento de programas de gobierno y de transparencia electoral por encima de la media nacional. El ejemplo más importante es en temas de transparencia electoral en donde la media nacional fue del 27% y en El Frente fue de 32.95%.

Cuando se indaga acerca de los actores preponderantes que aparecen en las notas, en El Frente también se destacan los Partidos Políticos, que alcanzan a estar en un 45.57% de los informes. Los Organismos del Estado alcanzan un 28.85%, la Sociedad Civil un 24.26% y la Fuerza Pública un 1.31

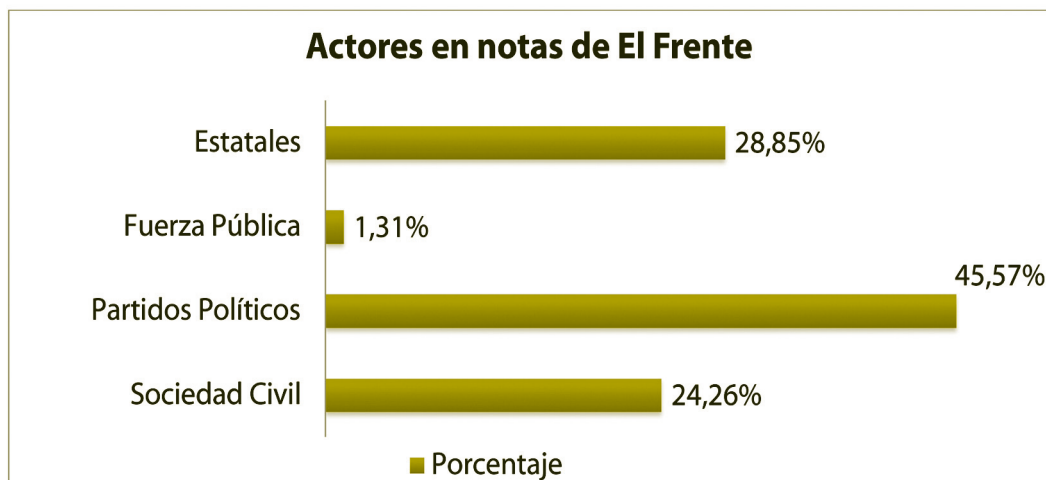


Gráfico 3. Actores en notas de El Frente

Respecto a los partidos políticos que más aparecen como actores principales, paradójicamente se destacan el Partido Liberal que tiene un 43.88% de las notas. Le sigue el Partido Social de la Unidad Nacional (U), con un 26.62%; el Partido Conservador, con un 12.95%; y el Partido de Integración Nacional, con un 10.07%. Contrario a lo que ocurría en las elecciones Presidenciales, donde se percibía la influencia conservadora, en estos sufragios apoyaron de manera abierta a los candidatos del Partido Liberal.

Respecto a los actores estatales, la mayor presencia la tienen las autoridades electorales con un 47.13%. Le siguen la rama ejecutiva, es decir funcionarios públicos de los entes territoriales, con un 33.33%; los organismos de control y vigilancia con un 9.2%; autoridades legislativas con un 12.2% y las autoridades judiciales con un 3.45%. Cuando la fuente es la sociedad civil, aparecen en primer lugar los medios de comunicación, con un 47.3%; le siguen los ciudadanos y electores, con un 18.92%; los empresarios, con un 10.81%; y los intelectuales o académicos, con un 9.46%.

Respecto a los candidatos, El Frente le dio importancia tanto a la elección de Alcalde en Bucaramanga como de Gobernador en Santander, lo cual se nota en los porcentajes. Sin embargo, se nota una gran tendencia a dar mayor espacio al candidato Liberal para la Gobernación. Luis Fernando Cote tuvo una participación en las noticias en un 38.54% de ellas, mientras Richard Aguilar está en un 13.54%. Para el caso de los candidatos a la Alcaldía de Bucaramanga, como se ve en el gráfico 4, se nota un equilibrio entre Martha Elena Pinto



y Luis Francisco Bohórquez, que está en el 16.67% y 19.79%, respectivamente. Celestino Mojica sólo es nombrado en el 11.46%.

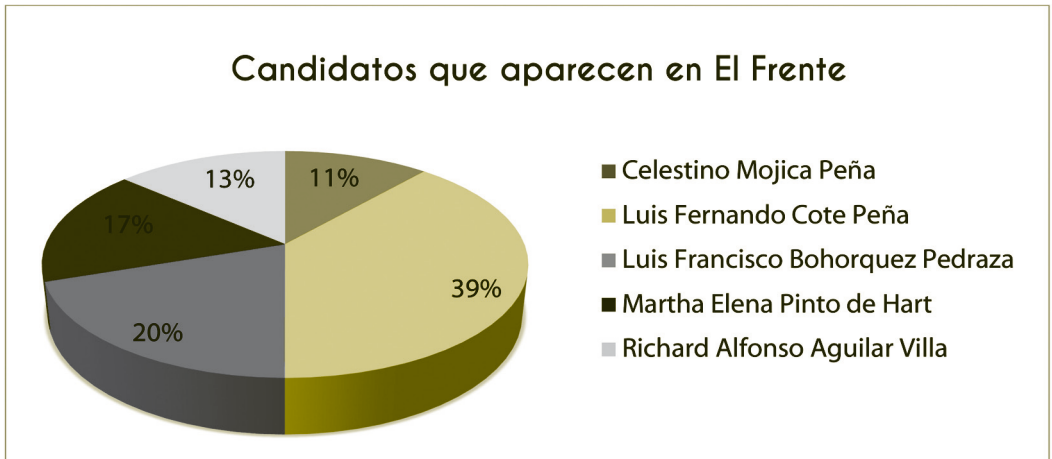


Gráfico 4. Candidatos que aparecen en El Frente

Al hablar los candidatos como fuente, la gran mayoría de veces lo hicieron para ampliar y reiterar los asuntos abordados en cada una de las notas. Según el gráfico No. 20, en el 89.29% de las veces que los aspirantes hablaron lo hicieron para agregar algún tipo de datos esbozados en las noticias. Sólo el 5.93% de las veces lo hicieron para contrastar y el 6.78% para rectificar.

## Conclusiones

Al igual que en la anterior seguimiento, durante las elecciones para Presidencia en el 2010, los dos más importantes periódicos de Santander mantienen una uniformidad en materia informativa y criterio editorial.

En materia de calidad periodística, la noticia sigue siendo el género que domina la escena enunciativa. En ese sentido, se dejan por fuera géneros de mayor profundidad como las entrevistas, los perfiles, los informes especiales. Se ve, sin embargo, para el caso del Periódico El Frente, un esfuerzo por hacer informes de mayor profundidad y hacer análisis.

La fotografía sigue siendo el elemento visual de acompañamiento a las notas, dejando por fuera otros de gran importancia como las tablas, los gráficos, las infografías. Se destaca que en los dos medios analizados, la responsabilidad de la redacción de las notas políticas recae sobre sus propios periodistas. Eso se refleja en que los diarios tienen una página especializada en ello y, además, ponen a disposición de los lectores cuadernillos especiales de cubrimiento del proceso.

Sin embargo, las temáticas abordadas siguen dependiendo de la dinámica que imprimen los candidatos y sus partidos. La mayoría de las notas abordan aspectos de proceso electoral y con ello asuntos que tienen que ver con la manera como los aspirantes sobrellevan las actividades proselitistas. Pese a esta situación, hay un avance hacia la

cobertura de temas que tienen que ver con infraestructura, la situación social, el orden público y la economía y finanzas, entre otros.

Aunque la agenda de los medios parece seguir dependiendo de lo que imponen los candidatos y sus asesores de prensa, se ve un esfuerzo por analizar la realidad local en las notas. Sigue siendo una preocupación de los periódicos cubrir la manera como se desarrollan las campañas, lugares que visitan los candidatos y su vida privada. También se aparecen las encuestas y los resultados electorales.

También se ve una gran uniformidad respecto a los actores destacados, pues siguen siendo los partidos políticos los de mayor relevancia. Además, sólo se resaltan las acciones de los partidos tradicionales como el Liberal, Conservador, Social de Unidad Nacional y Partido de Integración Nacional. Muy poca presencia tiene otro partido como el Polo Democrático Alternativo.

Actores destacados dentro del panorama nacional como los organismos del Estado, la sociedad civil o la fuerza pública, aparecen de manera limitada y sólo cuando se trata de mostrar aspectos referentes al control ciudadano.

La ciudadanía aparece poco y cuando lo hacen, generalmente, para opinar acerca de los resultados electorales.

## Recomendaciones

Es bueno reiterar las recomendaciones dadas en anteriores análisis. Es importante que los periódicos empiecen por definir una agenda propia y ella debe responder al análisis de la realidad local y regional. Deben comprender la necesidad de poner en circulación temas de suma preponderancia como son la infraestructura, manejo del Estado,

economía y finanzas, financiación de las campañas y orden público, entre otros.

Como lo planteábamos en el análisis resultado de la observación al proceso electoral del 2010, es un imperativo se generen informaciones que busquen educar al ciudadano y llamar su atención respecto a la responsabilidad dentro de la democracia local, regional y nacional. Los ciudadanos y ciudadanas deben tener la capacidad de entender que su función es vital para el fortalecimiento de la democracia y que su rol parte por comprender su realidad y tratar de cambiarla mediante la participación.

Es importante que los medios de comunicación monitoreados mantengan la práctica periodística de identificar los personajes de los que se habla con el partido político que representan. Esta medida hace que los ciudadanos sepan claramente que partido dio el aval del candidato y a que intereses responde ese aval. Los periódicos deben dar cabida a las distintas voces que existen dentro de la gran polifonía. Siguen viéndose los mismos testimonios y hablando las mismas personas. Hay que darle cabida a las organizaciones sociales, gremios, Por lo tanto, también es importante que se den cabida a otras fuentes dentro del proceso electoral y que hacen parte de la sociedad civil, en la que se incluyen analistas, electores, intelectuales, movimientos sociales y sectores no organizados. Sólo en la medida que se escuchen estas voces, la democracia se fortalece a partir de la participación.

---

*La plataforma de Seguimiento a Medios de Comunicación 2011 está conformada por 13 investigadores principales y 45 observadores, quienes fueron capacitados en Sistema político Electoral de Colombia, Técnicas de observación de medios, sistematización de información en la plataforma digital de la MOE.*

*Informe El Periodismo de las Elecciones-elecciones de Presidente y Congreso 2010. Misión de Observación Electoral MOE.*

