UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
1803

SESGO NOTICIOSO A FAVOR DEL PLEBISCITO: UN SÍ QUE NO FUE

*Heiner Castañeda Bustamante**
*Juan David Ortiz Franco**

Introducción y contexto

En la noche del 2 de octubre de 2016 el país apenas empezaba a digerir los resultados del plebiscito que fue convocado como mecanismo de refrendación del acuerdo de paz que durante cuatro años negoció el gobierno colombiano con las Farc. Finalizado el preconteo de la Registraduría Nacional del Estado Civil se conocería que la mayoría de quienes acudieron a las urnas, el 50,21% de las personas que participó, votó No a la implementación del Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera.

Fue una sorpresa, incluso para los vencedores. Tanto que las conclusiones que dejó ese resultado en un primer momento obedecieron mucho más a plantear posibles respuestas frente al escenario de incertidumbre que vendría luego, que a aventurar explicaciones sobre los resultados. Se especulaba, sin embargo, sobre el factor climático en regiones clave que pudieron incidir en la afluencia a las urnas, sobre el papel que ejercieron —o mejor que dejaron de ejercer— algunos barones electorales en las regiones. Se hablaba sobre el desinterés de una mayoría de los colombianos en esa elección, sobre el triunfalismo de los promotores del Sí, sobre el exceso de confianza y sobre los errores de unos y los aciertos de otros en la campaña. También, sobre el papel de los medios de comunicación que, según la intuición gene-

*Profesores del pregrado de Periodismo de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia.
En el registro de datos participaron los estudiantes Alejandro Buriticá Alzate, Boris Casas Moreno, Sara Castillejo Ditta, Ana María Hincapié Zapata y Claudia Ramírez Pupo.

ral, estaban en su mayoría jugados con la opción del Sí y terminaron, por tanto, en la lista de los perdedores de la jornada.

Lo cierto es que, ante un margen tan estrecho, desde esa misma noche del 2 de octubre, los datos del preconteo hicieron que algunas miradas se centraran en otro factor: las particularidades de los resultados en cada región. Puntualmente los análisis se centraron en Antioquia, cuya participación en ese proceso resultó determinante. Fue así, no solo por tratarse del departamento con el segundo mayor potencial electoral en el país, superado apenas por el de Bogotá, sino porque es el principal fortín del Centro Democrático y de sectores de opinión afines a esa colectividad que impulsó el voto negativo al acuerdo de paz.

Antioquia, con sus 4,5 millones de personas habilitadas para votar, se ubicó en los promedios nacionales de abstención: la participación apenas alcanzó el 38,37%. No obstante, el 62% de los electores, más de un millón de personas que votaron por la opción del No en ese departamento, representaron un caudal electoral de mucha importancia. De esa forma fue no solo uno de los departamentos con un margen más amplio de diferencia a favor de esa alternativa, sino quizá el de mayor incidencia en los resultados nacionales.

En Antioquia, la diferencia entre ambas opciones fue de 409 mil votos (a favor del Sí se contabilizaron 648 mil sufragios). El efecto de esa cifra sobre lo nacional se percibe aún con más facilidad si se tiene en cuenta que, en el acumulado de todo el país, la diferencia entre el Sí y el No fue de apenas un poco más de 53 mil votos, menos de un punto porcentual.

Antioquia, el eje de la campaña del No

Los resultados de las elecciones presidenciales y legislativas de 2014 y lo sucedido en los comicios locales y seccionales de 2015, ratificaron la influencia que tiene en Antioquia el sector liderado por el expresidente Álvaro Uribe Vélez. Hasta entonces se hablaba sin muchos referentes concretos, más allá de sus propias elecciones, sobre la influencia electoral del exmandatario. Los análisis se centraban entonces en discutir la capacidad de ese dirigente para "endosar" sus votos.

Con el anuncio de la creación de un nuevo partido y su abierta oposición contra el gobierno Santos, se discutía si tendría éxito en su objetivo de posicionar a esa colectividad en lugares de privilegio así no fuera él quien presentara su nombre como candidato.

Sin embargo, la elección presidencial de 2014 evidenció cómo el aspirante del Centro Democrático, Óscar Iván Zuluaga, ganó la primera vuelta, y aunque cayó en la segunda contra el entonces candidato-presidente Juan Manuel Santos, en el caso de Antioquia salió vencedor con más de 20 puntos porcentuales de diferencia sobre su oponente. En esa misma contienda electoral, esa colec-

tividad, que asistía a sus primeras elecciones, se posicionó como la principal fuerza política de Antioquia en el Congreso de la República. Fueron elegidos cinco senadores antioqueños (entre ellos Uribe) y obtuvo seis de las 17 curules en disputa para la Cámara de Representantes por ese departamento. Ese panorama no fue muy diferente en las elecciones de 2015. Aunque el Centro Democrático perdió sus principales apuestas: la Alcaldía de Medellín y la Gobernación de Antioquia, sí modificó el mapa político regional con la elección de 15 alcaldes, seis concejales en la capital antioqueña y siete diputados en la Asamblea departamental. En ambas corporaciones conformó las bancadas más amplias.

Esos antecedentes describen el escenario político en el que se desarrolló la campaña para el plebiscito en Antioquia y explican bien las razones para que en ese departamento se concentraran los mayores esfuerzos del Centro Democrático (CD) para posicionar una lectura desfavorable de los acuerdos entre el Gobierno y las Farc.

A la publicidad y a los actos de campaña en las calles de varios municipios, algunos de ellos masivos, se sumó la capacidad del CD para atraer voluntarios que hicieron parte activa de la campaña, también la presencia de sus representantes y sus planteamientos en medios de comunicación locales y regionales, y el uso de medios alternativos que actuaron como vehículo para hacer un "voz a voz" de sus posiciones sobre los acuerdos de paz. En contraste, la campaña a favor del SÍ en Antioquia no tuvo como protagonista al promotor que, sobre el papel, tenía la capacidad de movilizar mayores recursos e incidir sobre la opinión: el gobierno nacional. Por el contrario, la tarea recayó mucho más en sectores y organizaciones de la sociedad civil que conformaron comités promotores, trataron de arañar votos y hacer pedagogía de los acuerdos en un escenario complejo por la mezcla de esos dos factores: la ascendencia política del "uribismo" y la timidez de la campaña en Antioquia por parte del gobierno central.

En paralelo, esa intuición que existía en el plano nacional sobre la postura de buena parte de los medios coincidió con lo sucedido en Antioquia. También en ese departamento se hablaba de que la mayoría de los medios tradicionales se habían alineado con la postura del Sí y que, por tanto, la derrota de esa opción significó que los medios dejan de ser actores infalibles y capaces de conducir la opinión de los electores de acuerdo con sus propios intereses.

En medio de ese panorama, este artículo aborda el cubrimiento que hicieron los noticieros de televisión Hora 13 Noticias, Noticias Telemedellín y Teleantioquia Noticias alrededor del plebiscito y la campaña. Evaluará la veracidad que tiene la idea de que los medios estaban "jugados" con una de las alternativas del plebiscito y analizará la posible existencia de sesgos informativos que pudieran inducir al lector a tomar partido por una u otra opción.

De la misma forma, pretende dilucidar la coincidencia entre esos posibles sesgos y los resultados de ese proceso electoral. Además, aborda la selección de

las fuentes por parte de los medios de comunicación estudiados, en el entendido de que ese factor permite identificar la presencia en las piezas informativas de las posturas que representaban los sectores políticos en contienda.

Medios analizados

El canal regional Teleantioquia opera bajo la figura de Empresa Industrial y Comercial del Estado. Empezó transmisiones el 11 de noviembre de 1985 y es, por tanto, el más antiguo de los canales regionales de Colombia.

Su control accionario recae sobre la Gobernación de Antioquia, propietario del 67% del canal. Sus demás accionistas son el Instituto para el Desarrollo de Antioquia (IDEA), la Empresa Antioqueña de Telecomunicaciones (Edatel), la Alcaldía de Medellín y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. De acuerdo con datos del Estudio General de Medios en su segunda ola de 2015, Teleantioquia cerró ese año como el canal regional más visto en Colombia. En ese momento contaba con poco más de 2,5 millones de televidentes. Los resultados de ese mismo estudio, pero consolidados en el segundo semestre de 2016, ubicaron a ese canal como el tercero más visto en Medellín.

Su informativo, Teleantioquia Noticias, cuenta con dos emisiones de lunes a viernes (6:00 a. m. y 7:00 p. m.) y con dos emisiones los sábados y domingos (1:00 p. m. y 7:00 p. m.). El noticiero tiene presencia, por medio de corresponsales, en las nueve subregiones del departamento de Antioquia.
También en Teleantioquia, pero con la figura de un contrato de cesión de derechos de emisión, se emite Hora 13 Noticias en la franja de 1:00 p. m a 2:00 p. m. de lunes a viernes. El informativo es propiedad de la empresa Quanta Televisión que opera ese espacio desde 1997 y en diciembre de 2016 recibió la adjudicación de ese espacio informativo por dos años más con posibilidad de prórroga.

Hora 13 Noticias es un informativo también de índole regional y es, de acuerdo con datos de Ibope con corte al primer semestre de 2016, el programa con mayor audiencia en el canal regional Teleantioquia.

Por su parte, Noticias Telemedellín se emite en el canal del mismo nombre, que opera desde el 7 de diciembre de 1997 y es uno de los 23 canales locales sin ánimo de lucro en el país. El canal tiene su principal foco en Medellín y su área metropolitana por lo que su público objetivo está cerca de los 4 millones de personas. Sin embargo, por medio de operadores de cable, su señal también llega a varios municipios de Antioquia y a otras regiones del país.

Está conformado por una sociedad sin ánimo de lucro que integra la Alcaldía de Medellín, el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, el Instituto de Deportes y Recreación de Medellín (Inder), el Instituto Tecnológico Metropolitano y las Empresas Varias de Medellín (Emvarias).

El noticiero tiene un enfoque local que

se centra en los hechos noticiosos de Medellín y sus municipios cercarnos o en el impacto y el desarrollo de noticias nacionales en la ciudad. Cuenta con dos emisiones en directo de lunes a viernes a las 12:00 m y a las 7:30 p. m., además de dos retrasmisiones a las 6:00 a. m. y a las 11:00 p. m. Los fines de semana, el informativo se emite sábados y domingos a las 7:30 p. m.

Nota metodológica

La sistematización de los datos se llevó a cabo entre el 24 de agosto y el 9 de octubre de 2016 y fue aplicada a los dos noticieros del canal regional Teleantioquia referenciados arriba: a la 1:00 p.m. Hora 13 y las 7:00 p.m. Teleantioquia Noticias, y, además, a Noticias Telemedellín de las 7:30 p.m. Si bien existen en la ciudad otros espacios informativos en canales de televisión por cable, estos no fueron tenidos en cuenta por considerar que tienen un menor impacto y cobertura. En total se analizaron 222 notas informativas durante los 47 días de seguimiento, lo que equivale a 4,7 notas diarias.

En los gráficos 1 y 2 se muestran la distribución por cada noticiero y la comparación por número de noticias analizadas en relación con los otros informativos de la muestra nacional.

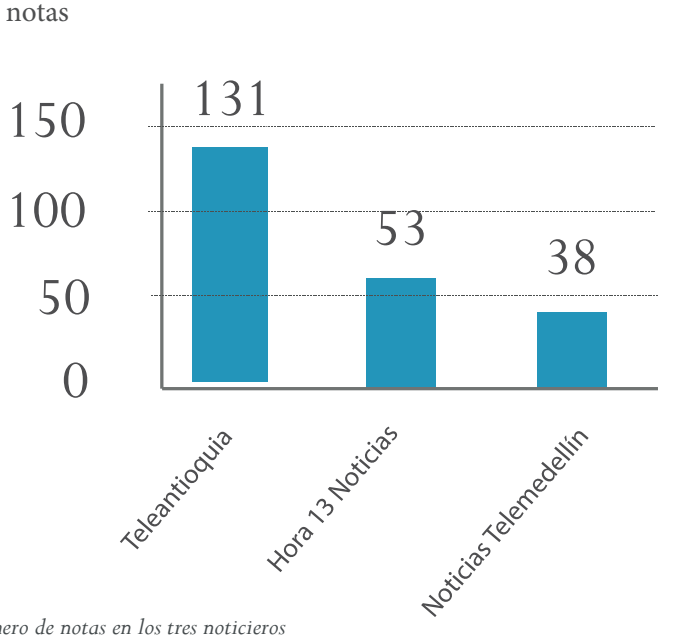


Gráfico 1. Número de notas en los tres noticieros

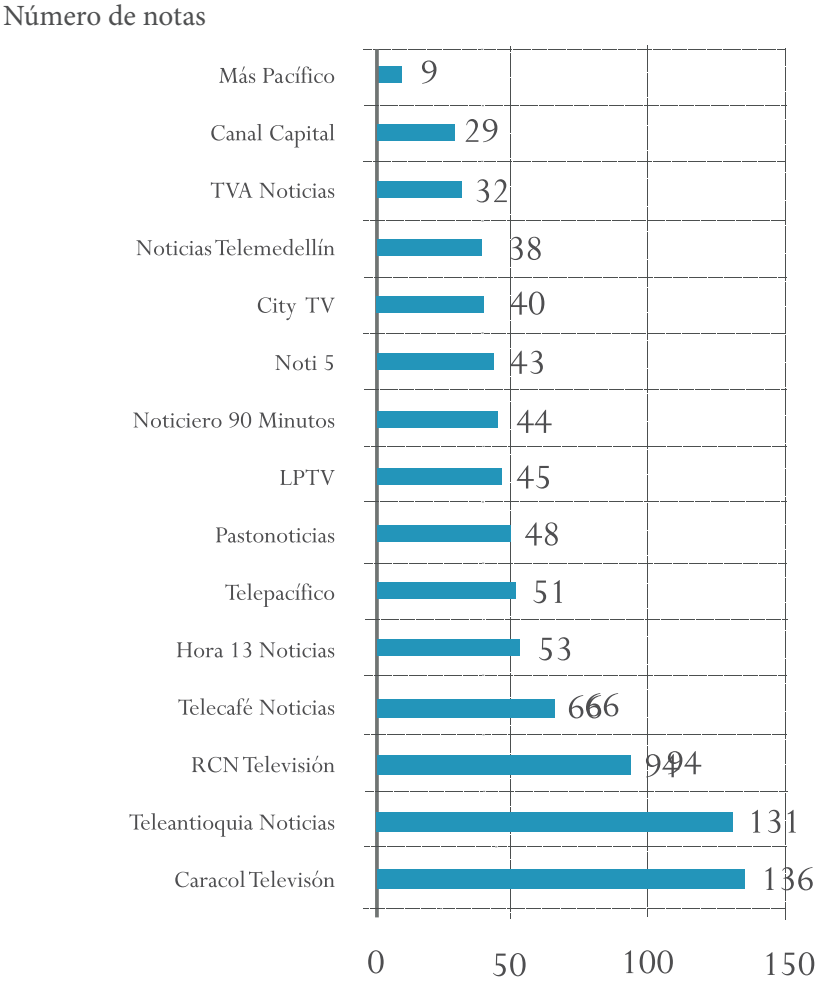


Gráfico 2. Número de notas en toda la muestra nacional de noticieros

como se observa, de las 859 notas analizadas para toda la muestra nacional, el 25.8% correspondió a los tres noticieros señalados.

De la amplia información arrojada por la sistematización de los datos realizada por el grupo de trabajo compuesto por dos profesores y cinco estudiantes, se propone para esta pesquisa evaluar especialmente los aspectos relacionados con la postura del noticiero frente al plebiscito, el sesgo de los actores que soportaron la información y las temáticas abordadas, para mirar hasta qué punto el proceso pudo haber sido afectado desde el tratamiento noticioso.

Análisis de los resultados

Para hacer una lectura de los datos registrados a la luz del tratamiento de la información partimos del análisis de los conceptos de equilibrio, exactitud y atribución como elementos de fondo en las piezas informativas audiovisuales en que sea posible encontrar rasgos que determinen un posible sesgo, pero es necesario advertir la diferencia conceptual que para este estudio se concibe entre el sesgo de los actores o fuentes informativas a la que acudieron los medios, y la posición específica de los noticieros frente al tratamiento informativo. Como se verá, ambas categorías pueden dar pistas sobre el equilibrio informativo, pero un escenario está dado por la toma de partido de las fuentes y otro por la intención de los medios de acudir solo a cierto tipo de fuentes, o explícita o implícitamente adoptar una postura sobre el Sí o el No frente a la pregunta "¿Apoya usted el acuerdo final para terminar el conflicto y construir una paz estable y duradera?", propuesta en el plebiscito.

Temas centrales en la agenda

En primera instancia se puede observar que el tema al que con mayor recurrencia acudieron los noticieros evaluados estuvo relacionado con el proceso de refrendación, seguido del de víctimas del conflicto (gráficos 3, 4 y 5). No obstante, si se evalúan por separado los espacios informativos se concluye que las reacciones ciudadanas tuvieron también una importancia manifiesta en Teleantioquia Noticias, alcanzando el 13%, frente al 7% que obtuvo el de garantías electorales. Por su parte, en Hora 13 Noticias es el tema del fin del conflicto el que ocupa el primer lugar con el 41% de los registros, frente al 17% dedicado a los tópicos relacionados con el acuerdo general para la terminación del conflicto.

Temas - Hora 13 Noticias

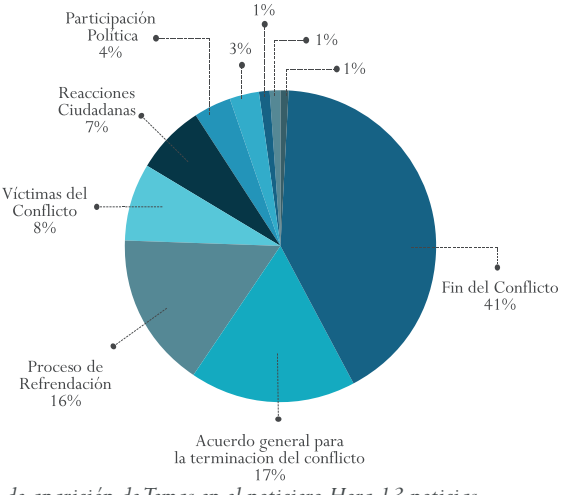


Gráfico 3. Porcentajes de aparición de Temas en el noticiero Hora 13 noticias

Temas - Teleantioquia

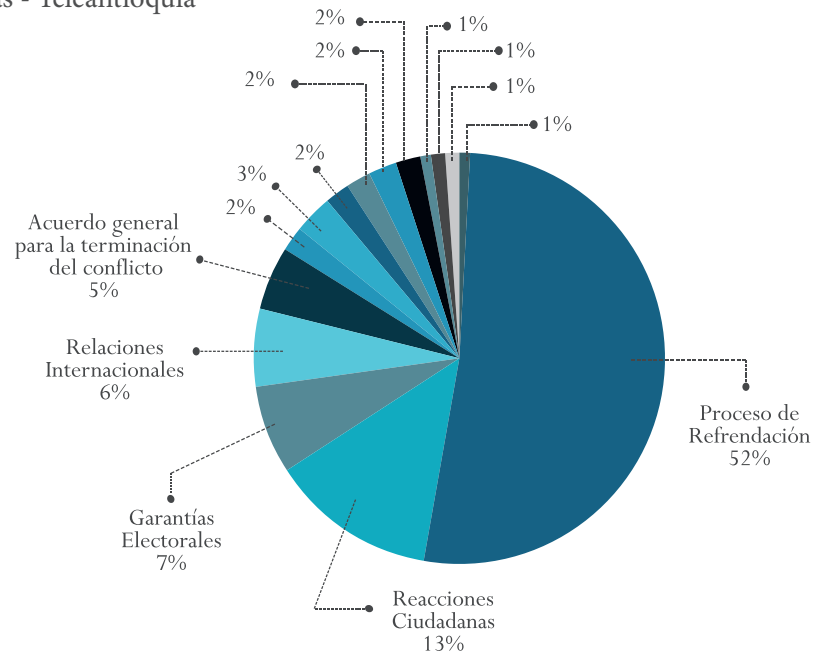


Gráfico 4. Porcentajes de aparición de Temas en el noticiero Teleantioquia

Temas - Telemedellín

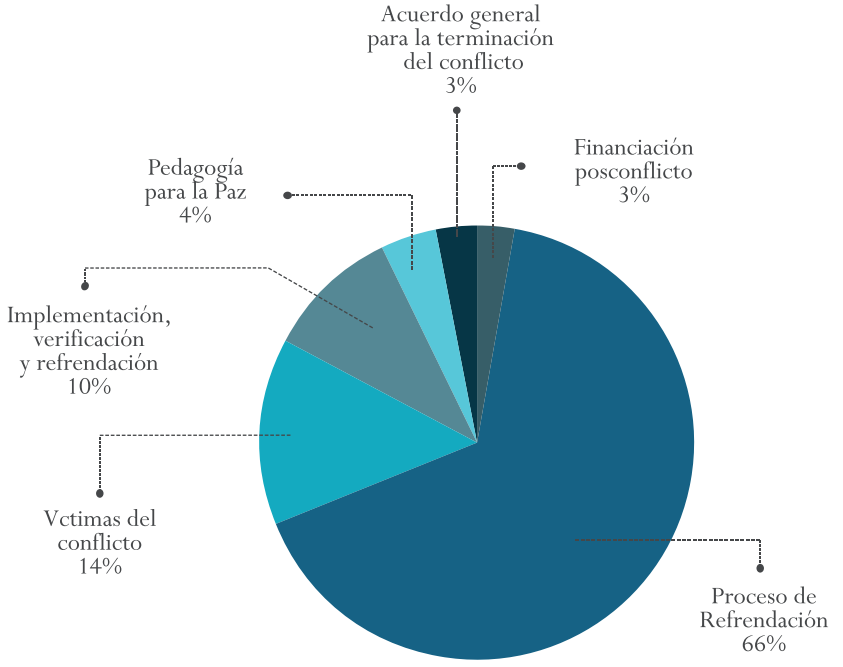


Gráfico 5. Porcentajes de aparición de Temas en el noticiero Telemedellín

La prevalencia temática en los tres informativos sugiere un cubrimiento regido más por la coyuntura noticiosa asociada con el plebiscito que con puntos de vista específicos de los medios. En ese sentido, se entiende que los tópicos más visibles se desprendan del registro del proceso de refrendación y no tanto de piezas que implicaran un punto de vista analítico que permitiera a los televidentes conocer posiciones contrastadas frente a las posibles implicaciones del voto por el Sí o por el No con relación al acuerdo de paz. En resumen, el cubrimiento del proceso plebiscitario luce impuesto por los actores protagonistas del hecho noticioso que deriva en una agenda marcada por los acontecimientos, en donde los periodistas lucen como reporteros pasivos que cubren, mas no ahondan en la información.

Fuentes y actores

En las noticias evaluadas se contabilizaron 404 actores, de los cuales 205 intervinieron como fuentes, distribuidas como lo muestra el gráfico 6, en donde se aprecia que en los tres noticieros se impuso la vocería oficial. En Teleantioquia Noticias este aspecto obtuvo 42 registros, seguido de Noticias Telemedellín con 23 y Hora 13 Noticias con 15. Lo que confirma, en parte, la tendencia de los tres medios hacia el cubrimiento de la agenda coyuntural inspirada en los hechos noticiosos derivados del proceso del plebiscito promovido por la oficialidad. Un elemento adicional que permite evidenciar más la inclinación de los noticieros a cubrir la coyuntura del proceso se puede establecer al revisar los tipos de fuente más recurrentes en las que se apoyó la información, además de la vocería oficial, como son la alocución pública, la información de internet y la no identificación del tipo de fuente. Apenas se percibe un esfuerzo por acceder a otras fuentes expertas, como se ve reflejado en las 33 intervenciones que muestra el mismo gráfico para el caso de Teleantioquia y las 9 de Hora 13 Noticias. En menor escala, Telemedellín también se apoyó en voces de expertos, pero lo cierto es que en los tres informativos la oficialidad fue la protagonista.

Comparativo tipo de fuentes

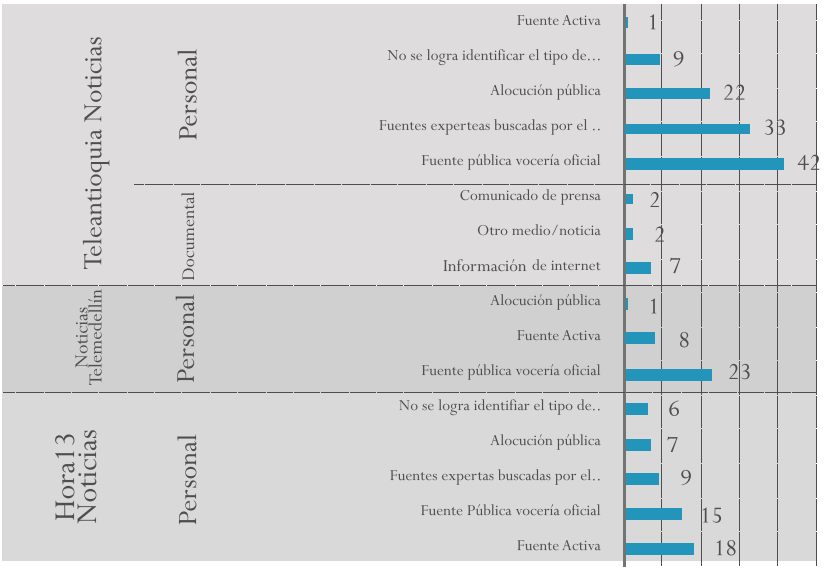


Gráfico 6. Comparativo de Fuentes en los tres noticieros

Sesgo y posición frente al plebiscito

En cuanto al sesgo de los periodistas con relación al tratamiento de las noticias y los actores que protagonizaron las notas audiovisuales de la muestra, en el gráfico 7 se evidencia una tendencia a la neutralidad, con algunos indicios hacia el favorecimiento del Sí en Teleantioquia Noticias y Hora 13 Noticias. Si se relacionan las dos tendencias con el gráfico 8, que muestra las mismas categorías para los canales privados nacionales, se observan coincidencias en la supremacía del tratamiento neutro de la información.

Comparativo de acuerdo con el sesgo

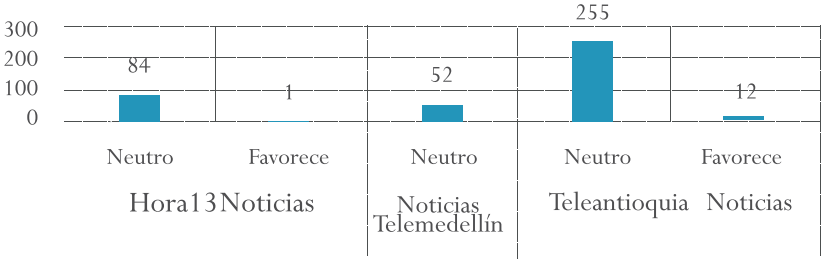


Gráfico 7. Comparativo de Sesgo en los tres noticieros

Esta tendencia neutra de los noticieros de televisión de la capital antioqueña con atisbos de favorecimiento a la votación por el Sí, no coincide exactamente con la percepción que suponía un decidido apoyo en esa dirección por parte de la prensa, y lo que sugiere es un enfoque equilibrado que para el caso de Noticias Telemedellín fue del 100%, para Hora 13 Noticias del 98% y en Teleantioquia Noticias del 95%. Hay que indicar que el sesgo de los periodistas fue registrado cada vez que se examinaban los 404 actores distribuidos según el gráfico 7 ya mencionado, en donde no todos tuvieron la condición de fuente.

Sesgo noticieros canales privados

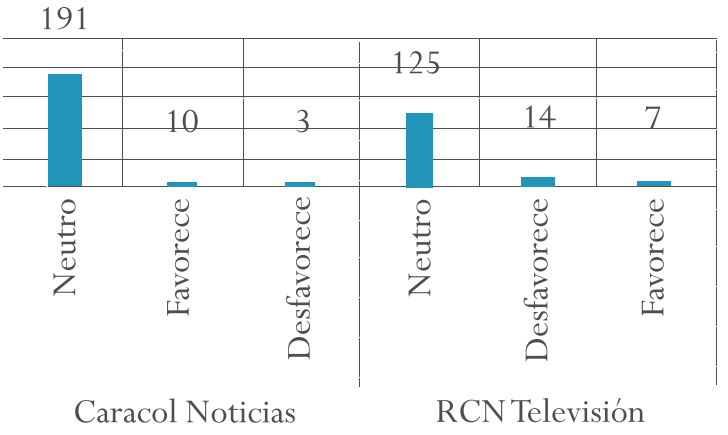


Gráfico 8. Aparición de sesgo en canales privados nacionales

En cuanto a la posición de los actores frente al plebiscito, la tabla 1 muestra el comportamiento según el tipo de representación. Se puede ver que hay 154 menciones explícitas a favor del Sí frente a 32 que apoyan el No, como una evidencia de la clara inclinación de los actores hacia una de las alternativas. Sin embargo, esta tendencia de los actores de la información no necesariamente puede entenderse como posición editorial de los noticieros, pues son los actores y no los periodistas-presentadores los que dan pie a estos valores. No obstante, es posible que los periodistas desde la construcción de la pieza informativa visibilicen más a unos actores que otros, pero, en todo caso, ese sesgo comparativo no es suficiente para afirmar que el punto de vista de los actores (tabla 1) compromete necesariamente a los medios analizados, aunque al final los televidentes sean igualmente impactados al margen de que sean unos u otros los que influyan al elector.

Etiquetas de fila	A favor del No (Explícita)	A favor del No (Implícita)	A favor del Sí (Explícita)	A favor del Sí (Implícita)	No manifiesta su posición (en blanco)	Total General
Hora 13 Noticias	**4**	**2**	**43**	**7**	**26**	**82**
Estatales	1	1	19	6	13	40
Fuerza Pública			10			1
Partidos Políticos (director, vocero,etc)	2		2		1	5
Sociedad Civil	1	1	19	1	12	34
(en blanco)			2			2
Noticias Telemedellín	**7**	**3**	**23**	**7**	**8**	**48**
Estatales			**11**	**5**	**4**	**20**
Partidos Políticos (director, vocero,etc)	1					1
Sociedad Civil	2	3	11	2	4	22
(en blanco)	4		1			5
Teleantioquia Noticias	**21**	**2**	**88**	**37**	**107**	**255**
Comunidad Intercional	12		38	12	45	107
Estatales					5	5
Fuerza Pública	6		3			10
Partidos Políticos (director, vocero,etc)	2	1	38	24	57	122
Sociedad Civil	1	1	9	1		11
(en blanco)						
Total General	**32**	**7**	**154**	**51**	**141**	**385**

Tabla 1. Sesgo de los actores en cada uno de los tres noticieros

Los datos de la tabla 1 muestran la influencia de los actores estatales a favor del Sí, no solo implícitamente sino, sobre todo, de forma explícita representados en los 19 registros de Hora 13 Noticias, 11 de Noticias Telemedellín y 38 en Teleantioquia Noticias, frente a 1, 0 y 12 menciones explícitas a favor del No respectivamente, aunque también es notable la no toma de posición de los actores estatales en 13 referencias de Hora 13 Noticias, 4 de Noticias Telemedellín y 45 de Teleantioquia Noticias. Vale la pena recordar que los tres noticieros son emitidos por canales públicos y tienen una gran influencia de los mandatarios regionales y locales, haciendo la salvedad de Hora 13 Noticias que es de origen privado.

El gráfico 9 muestra con mayor claridad en las barra una tendencia de apoyo al Sí suficientemente amplio frente a la barra azul que indica desaprobación. No obstante, en Teleantioquia tanto la posición de la sociedad civil como las de los actores estatales evidencian la tendencia a no tomar posición superando a los que lo hacen por el Sí y por el No. Esta circunstancia, sin embargo, no coincide en Hora 13 noticias, ni en Noticias Telemedellín en donde la posición a favor del Sí es más protagonista.

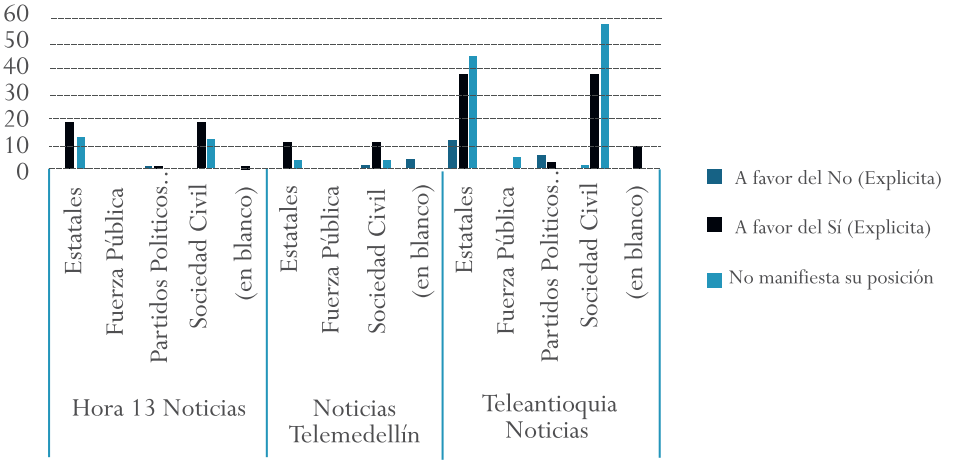


Gráfico 9. Comparativo del sesgo de los actores en cada uno de los tres noticieros

Posición frente al plebiscito

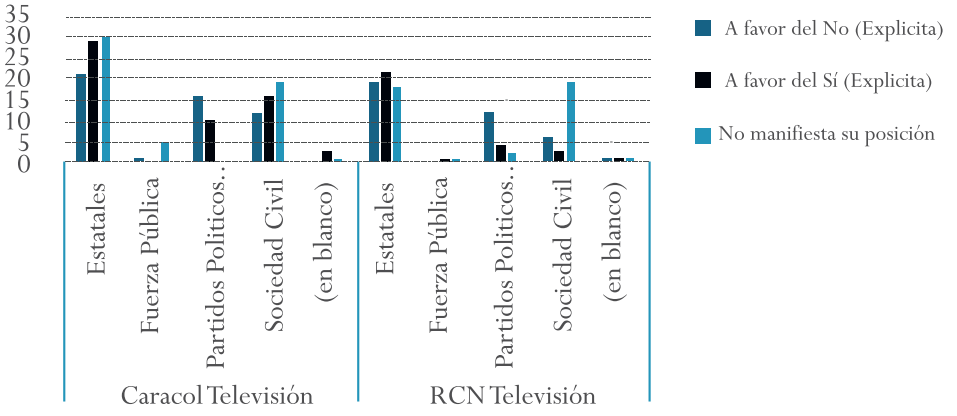


Gráfico 10. Comparativo del sesgo de los actores en los noticieros privados nacionales

Si se comparan los noticieros regionales de la muestra con los noticieros privados (gráfico 10) también se nota un apoyo al plebiscito, más en Caracol que en RCN, por parte de la sociedad civil y los actores estatales, lo que significa que la tendencia en lo local tampoco se aparta de lo ocurrido con los noticieros de alcance nacional.

Los datos cuantitativos evaluados no explican por sí solos el comportamiento de los actores y de los periodistas en el tratamiento de la información sobre el plebiscito, pero sí ilustran una tendencia que, por un lado, desmiente la sensación *de preferencia marcada de* los medios-periodistas en favor de la aprobación de los acuerdos de paz, al

tiempo en que ratifica la posición de los actores estatales en favor del Sí. Estas dos apreciaciones podrían indicar que los noticieros mostraron unos índices de neutralidad contrarios al sesgo de los actores que sustentaron la información, pero ello obliga a preguntarse hasta qué punto la posición de las fuentes involucra la neutralidad de los noticieros como un todo. En este caso la reflexión es fundamental para saber si fueron los actores los que tomaron partido con sus afirmaciones o los noticieros al elegir las fuentes proclives a su pensamiento los que pudieron alimentar la percepción en favor del Sí cumpliendo, incluso, con los cánones el equilibrio informativo evidenciado en la neutralidad que se muestra en el gráfico 7.

El cubrimiento de un acontecimiento como el plebiscito en medio de una polarización como la que se vivió durante ese proceso debió dar cuenta de dicho fenómeno, pero desde la óptica de los actores tal polarización no se ve reflejada y, por el contrario, trasluce una desfavorabilidad amplia del No. Lo anterior podría también indicar que las fuentes consultadas no representaron la percepción general o que su carácter de vocería política, estatal, experta, o de la sociedad civil no se corresponde con el pensamiento de las personas del común que normalmente no aparecen en los medios.

La interrelación entre la posición de los actores y el sesgo de los periodistas no hace más que problematizar el tema del equilibrio y, por ende, el de la exactitud en la información en los noticieros analizados, lo que sumado a la atribución de la fuente y su carácter de representatividad dio como resultado la construcción de una realidad envuelta en neutralidad desde la posición del medio-periodista, pero claramente alineada desde los actores-fuentes. Como esta suma es inseparable para los televidentes, el resultado final apunta a una toma de posición no declarada desde el pensamiento editorial sino desde el tratamiento noticioso, al margen de que los informativos y sus reporteros tuvieran o no una intención expresa.

CONCLUSIONES

• El contexto político y los antecedentes electorales del departamento de Antioquia coinciden con los resultados del plebiscito para refrendar los acuerdos de paz. No obstante, la característica de equilibrio e incluso de favorecimiento al Sí percibida en el tratamiento noticioso a ese proceso en los medios analizados, se aparta de esos mismos resultados y da cuenta de que, por lo menos en este caso, el cubrimiento tuvo una incidencia limitada y no logró modificar las trayectorias políticas de la región.

• La divergencia entre la decisión del electorado y la posición de los medios

de comunicación analizados podría explicarse a partir de varios factores. Uno de ellos es el carácter público de los canales de televisión en los cuales se emiten esos noticieros. Si bien existen particularidades que diferencian las posturas de los gobiernos local y regional del nacional, los mandatarios de Medellín y Antioquia se mostraron favorables a la opción del Sí en la refrendación. Aunque esta idea no tiene un carácter concluyente, es cierto es que es decisión podría haber descendido hasta las salas de redacción y permear el cubrimiento noticioso. Por otra parte, también para explicar esa divergencia, vale la pena considerar una idea: los medios de comunicación son escenarios en lo que se desenvuelven personas con mejores condiciones de acceso a la información y capacidad de discernimiento sobre el proceso de negociación. Lejos de pretender que se trata de una "élite intelectual", lo cierto es que editores y periodistas por la dinámica propia de su trabajo crean puntos de vista que, en general, tienen mayores elementos para sustentarse.

• En el tratamiento noticioso de los informativos analizados, la agenda generada por el proceso plebiscitario marcó los puntos de vista de los periodistas y evidenció, en su mayoría, una ausencia de propuestas propias por parte de los noticieros. En ese sentido, las fuentes recurrentes fueron las oficiales y las alocuciones públicas, aunque en el caso de Teleantioquia Noticias las fuentes de expertos buscadas por el medio fueron también protagónicas.

• La mayoría de las notas analizadas se concentraron en el proceso de refrendación, lo que da cuenta de que la coyuntura copó buena parte de las agendas de los informativos. A partir de ello también podría explicarse la prevalencia de las fuentes y los actores oficiales.

• Dado que la mayoría de fuentes y actores de la información provenían de la agenda noticiosa relacionada con el tema de análisis, se hizo evidente la mirada particular de dichas voces, que para este caso mostró una favorabilidad por el Sí en los tres medios televisivos con 154 registros, frente a los 51 que no manifestaron su posición.

• A pesar de lo anterior, al evaluar el sesgo de los periodistas se puede concluir que en los tres noticieros prevaleció la neutralidad frente al tratamiento informativo con algunas inclinaciones marginales en favor del Sí, lo que evidencia que los periodistas-presentadores no expresaron explícitamente alguna inclinación, sino que fue la agenda misma y sus actores los que dieron cuenta del sesgo en esa dirección. Sin embargo, retomando lo dicho en el informe, siempre cabe la posibilidad de que el equilibrio se rompa desde la elección de las fuentes, pero ello no puede concluirse definitivamente a partir de los hallazgos del estudio.

• El sesgo de los actores da indicios de parcialidad de los periodistas, pero ello no puede afirmarse con certeza debido a que en el país existían polarizaciones y tendencias que a su vez los medios reflejaban en sus notas. Es decir, forzar un equilibrio informativo frente a una realidad sesgada conlleva a su vez un riesgo de parcialidad.

• Los resultados del plebiscito que dejaron como ganadora a la opción del No demostraron que la presencia mayoritaria de actores y fuentes favorables al Sí en las piezas informativas analizadas constituye un sesgo que no reflejó las tendencias reales. Esto insinúa que el cubrimiento se desarrolló en detrimento del principio de equilibrio periodístico que no se desprende solo de la no toma de postura por parte del medio, sino que también depende de la selección que este haga de las fuentes y actores que soportan la información.

• Los actores y las fuentes de carácter oficial tuvieron una presencia mayoritaria en las notas analizadas. Si bien no se puede afirmar de forma concluyente cuál sea la explicación de ese rasgo, vale la pena tener en consideración la eventual influencia de los gobiernos locales y seccionales en los espacios informativos del canal de televisión que controlan.

• El resultado final del plebiscito no se corresponde con la percepción de apoyo de los medios al Sí, y una vez más aparece la pregunta de si realmente la prensa masiva sigue teniendo la influencia en los receptores o si la realidad que construyen difiere de otras realidades. En el caso particular de los tres medios analizados en Antioquia, es posible afirmar que las dinámicas políticas propias de la región y sus efectos sobre el proceso de refrendación del proceso de paz no se vieron trastocadas por la inclinación de esos medios de comunicación a favor de una de las opciones.

• El protagonismo del departamento de Antioquia y su capital alrededor de la votación de los acuerdos no se vio expresamente representado en el cubrimiento informativo, a pesar de que el Centro Democrático en cabeza del expresidente Álvaro Uribe Vélez eran reconocidos como la mayor fuerza de oposición al proceso.

• Al margen del cubrimiento informativo, los contenidos noticiosos alrededor del plebiscito estuvieron marcados implícita o explícitamente por los prejuicios propios de la polarización política entre el presidente Santos y el expresidente Uribe, hecho que obligatoriamente se vio reflejado en el valor informativo de las notas.

RECOMENDACIONES

• Si bien el conocimiento de los periodistas es una condición que debe estar presente en todo tipo de cubrimiento informativo, para el caso que nos ocupa se hace aún más relevante la necesidad de una formación política que permita a los reporteros educar mientras informan sobre un hecho tan trascendental como lo fue el plebiscito.

• Es claro que cubrir la agenda noticiosa está dentro de las tareas diarias de los periodistas, pero es perentorio que en los consejos de redacción se planteen otras miradas y desarrollos informativos que le permitan a los ciudadanos conocer aristas de la información diferentes a los comunicados, ruedas de prensa o alocuciones públicas de fuentes interesadas.

• Es fundamental que los medios de comunicación regionales puedan ofrecer contenidos de análisis que cualifiquen la toma de decisiones en lugar de privilegiar las fuentes oficiales, facilitando la comprensión de las consecuencias del voto o incluso de no ejercerlo.

• Es importante que los medios interpreten de mejor forma las tendencias, pero, sobre todo, que actúen guiados por la premisa del equilibrio informativo más allá de la lógica de las mayorías.

• Dado que los medios de comunicación no son firmas encuestadoras, su función no puede ser solo la de tomar un pulso estadístico de la opinión para definir la selección de sus fuentes o reiterar las tendencias, sino la de someter a análisis los resultados por encima de los valores cuantitativos, para lo cual es indispensable una formación en el área de descripción de datos y su correspondiente interpretación cualitativa.

• Aunque los medios de comunicación tienen manuales de estilo que sirven de carta de navegación para el cubrimiento noticioso, es recomendable que para de este tipo de procesos los noticieros incluyan unos lineamientos que permitan a los televidentes diferenciar el registro informativo de la posición editorial de la empresa periodística, como un acto de respeto frente a las audiencias.