

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
UNIMINUTO VIRTUAL Y A DISTANCIA

MAESTRÍA EN PAZ, DESARROLLO Y CIUDADANIA

ANÁLISIS DEL DISCURSO DEL NOTICIERO RCN SOBRE EL PLEBISCITO
POR LOS ACUERDOS DE PAZ: EMISIONES DEL 30 DE AGOSTO AL 2 DE
OCTUBRE DE 2016 DEL MEDIODÍA

Autor:

LUIS ALBERTO CÁRDENAS OTAYA

Directora:

NATHALIA MARTÍNEZ MORA

VILLAVICENCIO, META

MAYO, 2018

*Agradezco a mi familia por enseñarme a
amar sin prejuicios,
amar lo que recibo,
amar lo que hago,
y amar lo que doy.*

Un especial agradecimiento a Nathalia Martínez asesora de este documento, que con paciencia y dedicación aportó las bases para la culminación de esta investigación, gracias por trascender con su rol de tutora y enriquecer mi vida personal, académica y laboral; a Uniminuto que siendo parte de la obra minuto de Dios ha contribuido a varios de los cimientos de una nación entre ellos, el de educación, del cual ahora soy parte. A quienes me ven como un ejemplo y a quienes no, a quienes siguen esta investigación y/o me manifestaron siempre su apoyo mi padre Luis, mi madre Ruth, mi hermana Ruthy, mis hermanos Fabián, Santi y Juancho, mis tías Nina, Marisol, Pili, mi tío Julio, mis primas Mari, Luisita, mi primo Sebas a quién le debo mucho de mi pensamiento crítico, a todos los que al momento de escribir este texto no los incluí, pero saben con certeza cuanto valoro sus aportes; a cada persona que leyó, lee y leerá este documento y a Juan por todos sus aportes a mi vida.

Resumen

El análisis del discurso de Noticias RCN sobre el plebiscito por los acuerdos de paz en el 2016: emisiones del 30 de agosto al 2 de octubre, es una investigación que se enmarca en la perspectiva de análisis crítico del discurso de Teun Van Dijk, es decir, desde la comprensión de los significados globales y locales que responden a una macroestructura semántica, que atienden en su intencionalidad a las relaciones de poder y dominación de grupos económicos y políticos. Ésta se constituye desde los intereses económicos del Grupo Ardila Lülle, intereses políticos del partido Centro Democrático y en especial su principal vocero Álvaro Uribe y el medio de comunicación Noticias RCN, en la convocatoria a plebiscito por el decreto 1391 de 2016 para refrendar los acuerdos de paz que pondría fin al conflicto con el grupo armado las FARC; además, de las formas de resistencia existentes desde los propios análisis críticos del discurso de otros medios.

Se evidenció que el discurso promovido por el Noticiero RCN implicó la subjetividad del medio y una postura evidente por el No a través de la participación de figuras influyentes que lo promovían; la victimización de los defensores del No; constante señalamiento a las acciones adelantadas desde la presidencia; exageración y desfiguración de las notas de prensa que emitían una imagen negativa de los acuerdos de paz y la omisión intencionado de los logros positivos del acuerdo de paz.

Palabra Clave: discurso, medios, análisis, comunicación, RCN

Índice

Capítulo 1: Planteamientos.....	6
Justificación.....	15
Planteamiento del Problema	6
Objetivos	14
Antecedentes investigativos.....	15
Capítulo 2: Marco Teórico	30
Capítulo 3. Enfoque y Diseño metodológico	37
Fuentes.....	37
Técnica, categorización y clasificación.....	38
Fases del trabajo de campo	41
Capítulo 4: Análisis de resultados	43
Capítulo 5: Conclusiones.....	70
Referencias.....	74

Índice de Figuras

Figura No. 1 Conducta económica de Carlos Ardila Lülle.....	10
Figura No. 2 Relación con la política y el Estado de Carlos Ardila Lülle.....	10
Figura No. 3.El proceso discursivo.....	31
Figura No. 4 Esquema de las relaciones entre ideología, sociedad, cognición y discurso	32
Figura No. 5 Capturas de Twitter	46
Figura No. 6 Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 31 de agosto de 2016.	50
Figura No. 7 Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 6 de septiembre de 2016. 51	
Figura No. 8 Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 19 de septiembre de 2016 53	
Figura No. 9 Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 19 de septiembre de 2016 54	
Figura No. 10 Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 27 de septiembre de 201 56	
Figura No. 11 Apoyo visual del discurso durante la emisión del 31 de agosto de 2016.	58
Figura No. 12 Apoyo visual del discurso durante la emisión del 6 de septiembre de 2016.	59
Figura No. 13 Visualizaciones clave.	59
Figura No. 14 Apoyo visual del discurso durante la emisión del 22 de septiembre de 2016.	61
Figura No. 15 Apoyo visual del discurso durante la emisión del 27 de septiembre de 2016.	62
Figura No. 16 Tabla de dispersión relación entre postura política y aceptación del hecho.....	68
Figura No. 17 Ficha de inventario de referencias bibliográficas para el estado del arte	84
Figura No. 18 Tabla de Emisiones de Noticias RCN.	86
Figura No. 19 Matriz de análisis del discurso para elementos multimedia	88
Figura No. 20 Tabla de desagregación de emisiones.....	91

Capítulo 1: Planteamientos

Este capítulo muestra los criterios teóricos, empíricos y analíticos desde donde se ha construido la investigación referida al análisis del discurso del noticiero RCN en sus emisiones del 30 de agosto al 2 de octubre de 2016 del mediodía en Colombia respecto al plebiscito¹; de igual manera se plantea el problema abordado desde un contexto histórico que concluye en la coyuntura del periodo analizado, presentado como una cadena lógica de argumentación que delimita temáticamente la investigación y justifica además la pregunta como un Cuestionamiento válido en términos de los discursos, prácticas y saberes que hacen parte del cuerpo del trabajo. Adicionalmente relaciona los objetivos que enmarcan esta investigación, así como una exposición analítica y resumida de la literatura más reciente y específica sobre el problema.

Planteamiento del Problema

Es necesario reconocer que desde el inicio del conflicto armado en Colombia con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia – Ejército del Pueblo FARC-EP² han sido varios

¹ El plebiscito es uno de los mecanismos de participación que brinda la Constitución para que los colombianos participen en las decisiones políticas que los afecta. Únicamente el presidente de la República, con la firma de todos los ministros, puede convocar al pueblo para que se pronuncie en torno a decisiones del Ejecutivo. Estas tienen que ver con la conformación, ejercicio y control del poder político en el país. Además, también está prevista la toma de decisiones respecto a lo establecido en el artículo 150, numeral 16, de la Constitución Política de 1991, el cual reza así: "Aprobar o improbar los tratados que el Gobierno celebre con otros Estados o con entidades de derecho internacional. Por medio de dichos tratados podrá el Estado, sobre bases de equidad, reciprocidad y conveniencia nacional, transferir parcialmente determinadas atribuciones a organismos internacionales, que tengan por objeto promover o consolidar la integración económica con otros Estados". (Subgerencia Cultural del Banco de la República, 2015)

² Las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia - Ejército del Pueblo FARC-EP fueron un movimiento revolucionario de carácter político militar desde el año de 1964. Fundado por 48 campesinos de la región de Marquetalia. Sus líderes principales fueron Manuel Marulanda Vélez y Jacobo Arenas, quienes encabezaron su lucha hasta su muerte. De los ataques a las colonias de Marquetalia, el Pato, Riochiquito y El Guayabero nacieron las FARC-EP y se fija como objetivo la toma del poder político. Su primera declaración política se denominó Programa Agrario de los Guerrilleros y en él se expresa que se alzan en armas porque en el país están cerradas las vías de la lucha política legal, pacífica y democrática. (FARC-EP, 2018)

los procesos de paz que han ocurrido³; parafraseando a Gabriel Guzmán (2017) en 1981 Julio César Turbay inicia diálogos con la guerrilla; sin embargo, no se establecen contactos con la insurgencia. En 1982 Belisario Betancur inició una negociación de paz con las FARC-EP, ésta se consolida en 1984 con la firma del Acuerdo de La Uribe que incluyó el cese bilateral del fuego, la suspensión del secuestro y la apertura de espacios políticos para la guerrilla. No obstante, el proceso fracasó y se rompió en 1987, Virgilio Barco realiza acercamientos de paz con las FARC-EP en 1988, también inició diálogos con la guerrilla del M-19 y expidió una ley de amnistía.

Siguiendo a Guzmán (2017), para 1990 Virgilio Barco firmó un acuerdo de paz con el M-19, entregaron las armas, se reintegran a la vida civil y se convierten en una fuerza política; en 1991 César Gaviria inició conversaciones con las FARC y el Ejército de Liberación Nacional (ELN); sin embargo, en 1992 se rompieron las negociaciones. En 1993 entregaron las armas los integrantes de la Corriente de Renovación Socialista, una disidencia del ELN y en 1998 el Gobierno de Ernesto Samper concedió el estatus político al ELN. Ese mismo año, Andrés Pastrana en 1999 inicia el tercer intento para lograr la paz con las FARC-EP. El presidente Juan Manuel Santos en el 2012 anunció la firma de un acuerdo marco que establece la ruta para avanzar en negociaciones de paz entre su gobierno y las FARC-EP.

A partir de este último hecho se fija, además, que el límite para alcanzar los acuerdos finales será noviembre de 2013, pero es hasta mayo de 2013 que se anuncia el primer acuerdo de la agenda sobre tierras y desarrollo rural. En agosto de ese mismo año las FARC reconocen su responsabilidad con las víctimas; para noviembre de 2013 solo se logran acuerdos en dos de los 5 temas de la agenda, asimismo, en una declaración de intenciones de este grupo insurgente entra en una tregua navideña y en mayo de 2014 se llega a un acuerdo sobre drogas ilícitas.

³Algunos de estos en la segunda mitad del siglo XX han sido: en 1982 entre Belisario Betancur y Las FARC-EP; en 1990 entre Virgilio Barco y el M-19; en 1998 Entre Ernesto Samper y el ELN; en 2004 entre Álvaro Uribe y el ELN; por mencionar algunos.

En noviembre de 2014 el general del ejército Rubén Darío Alzate es secuestrado junto a dos personas más, hecho atribuido a este grupo guerrillero; a finales del mismo mes en una comisión humanitaria son entregados por éste. Lo anterior permite que se reanuden los diálogos en diciembre de este mismo año y para el 20 de este mes las FARC anuncian el cese de fuego unilateral indefinido.

En marzo de 2015 se notifica el acuerdo para realizar un desminado humanitario en conjunto y la suspensión de bombardeos a campamentos por parte del presidente Santos; no obstante, esta suspensión es temporal hasta mayo a causa de la muerte de 11 militares en un ataque de este grupo en el Cauca. En junio de este año se acuerda una comisión de verdad. En septiembre los representantes de las FARC manifiestan su disposición para cambiar su postura de grupo al margen de la ley a movimiento político; este mismo mes se anuncia la creación de un tribunal especial de paz y fijan plazos para entrega de armas y la firma final del acuerdo el 23 de marzo de 2016. En diciembre se firma acuerdo sobre las víctimas del conflicto.

El 23 de marzo de 2016 finaliza el plazo fijado para la firma y se pone en evidencia las diferencias entre las partes negociantes. Finalmente, el 22 de junio se anuncia el acuerdo de fin del conflicto. Este mismo año se elige el mecanismo de refrendación del acuerdo a través del decreto 1391 de 2016 que convoca al pueblo colombiano a plebiscito el 2 de octubre de 2016.

Durante este periodo se realizaron movilizaciones tanto ciudadanas como de las mismas organizaciones políticas en favorecimiento del Sí y el No⁴. El resultado favoreció el No en los comicios del 2 de octubre, sin embargo, para el 6 de octubre ya se cuestionaba la estrategia de la campaña del No al comentar Juan Carlos Vélez, gerente de la campaña del Centro

⁴ El Decreto 1391 que convoca a plebiscito expone textualmente en su Artículo 1. Convocatoria. - Convocase al pueblo de Colombia para el domingo 2 de octubre de 2016, en ejercicio de su soberanía. decida si apoya o rechaza el Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción una Paz Estable y Duradera. Con propósito, el pueblo responderá, sí o no, a la siguiente pregunta: «¿Apoya usted Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera?»; además expone textualmente Artículo 3 Campañas. Con sujeción a las normas vigentes, a partir de la fecha se podrán desarrollar campañas a favor o en contra del plebiscito. (Decreto 1391, 2016)

Democrático⁵, que “la estrategia no estuvo en debatir los contenidos del acuerdo, sino apelar a la indignación ciudadana” (Redacción Política, 2016).

Aunque fue calificada como la campaña más económica que hubiese ejecutado, llama la atención dentro del top de los financiadores: la Organización Ardila Lülle⁶, dirigida por Carlos Ardila Lülle quien es propietario del canal RCN, para comprender su rol en este proceso es necesario apoyarse de la caracterización realizada por Carolina Castrillón⁷ desde su conducta económica y su relación con la política y el Estado. Respecto a la conducta económica Castrillón Rincón (2016) destaca su habilidad para identificar las oportunidades de negocio así como su liderazgo, la creación de una gaseosa con sabor a manzana le permitió iniciar el proceso de acumular capital hasta consolidarse con Postobón, empresa de la familia antioqueña Posada Tobon y que posteriormente fue la empresa insignia de su organización; posteriormente crea un conglomerado industrial enfocándose inicialmente en una estrategia de integración vertical para autoabastecerse, luego con la adquisición y creación de otras empresas que diversificaron su actividad principal. Los aspectos claves de esta conducta son relacionados en la siguiente tabla sobre la conducta económica de Carlos Ardila Lülle.

Aspecto	Resultados
Acumulación de capital	Se facilitó gracias al éxito en ventas de "Manzanita Lux", lo que aumentó el flujo de caja de la empresa familiar (suegro) y le permitió ahorrar para poder comprar Postobón, empresa en la que se basa su conglomerado industrial.
Alerta de oportunidades	Su perfil empresarial se ajusta a la teoría dada por Kirzner, en el sentido que el empresario esta alerta a las oportunidades de negocio. El empresario descubrió la oportunidad de desarrollar un nuevo sabor de gaseosa, montar la planta de etanol con Incauca y licitar para el canal de televisión
Innovación	De los referentes teóricos de Schumpeter, se relaciona su visión y capacidad innovadora de crear un nuevo sabor de gaseosa que podría no ser aceptado por el público en general. A su vez se ha sabido reinventar a lo largo de los años ofreciendo nuevos productos acordes con

⁵ Partido político fundado en 2013 como movimiento y desde julio de 2014 reconocido como partido, principal opositor de los acuerdos de paz y líder de la campaña del No para los comicios del 2 de octubre.

⁶ Actualmente la organización Ardila Lülle se conforma por los siguientes medios: RCN televisión, RCN Radio, Mundo FOX, RCN Cine, NTN24, Win Sports y RCN Novelas; por las siguientes líneas de negocios en bebidas: Postobon S.A., Projugos, Iberplast, Heineken; por las siguientes agroindustrias: Incauca S.A., Ingenio Providencia S.A., Sucroal S.A., Sotará, Núcleos de Madera e IPBJ; es partner: Ingenio Risaralda, Peldar y Crown; Por las siguientes líneas automotriz: Los coches y Los autos; en deportes: Atlético Nacional, Liga Postobon Deportes, Manzana Postobon Patinaje y Clásico RCN 2015; además ARESS y EDINSA (OAL, 2017)

⁷ Carolina Castrillón Rincón en su trabajo de grado final presentado como requisito de grado parcial para optar por su título de Magister en Administración, investigó el perfil empresarial de Carlos Ardila Lülle (una estructuración desde la metodología EAHE) en el 2016.

Aspecto	Resultados
	las circunstancias del mercado (Ej. Jugos de frutas y bebidas isotónicas).
Manejo de incertidumbre y riesgo	Asume una apuesta ambiciosa y arriesgada al adquirir la empresa de su competencia, Postobón, a partir de sus dividendos ganados por Gaseosas Lux y grandes préstamos. A lo largo de su carrera profesional emprendió proyectos de gran envergadura.
Diversificación de inversiones	Una vez obtiene el control de Postobón, el empresario se enfoca en autoabastecerse debido a los altos costos de sus proveedores, lo que lleva a la integración vertical. Posteriormente crece en diferentes negocios algunos relacionados con su negocio principal y otros no.
Manejo del crédito	Debido a la diversificación y ampliación de su conglomerado, el empresario ha contado con diferentes canales de financiación tanto de la banca local como internacional. Debido al alto endeudamiento asumido en la década de los 90, que puso en aprietos la organización el empresario cambio su postura a "cero deudas".
Asociación de capitales	Se ha caracterizado por concentrar el control y la propiedad de sus empresas, aunque hay algunas en las que comparte la propiedad como es el caso de los Ingenios Azucareros.

Figura No. 1 Conducta económica de Carlos Ardila Lülle. Fuente: Castrillón Rincón C. (2016, p.92).

Respecto a la relación con la política y el Estado Castrillón Rincón (2016) destaca su amistad con diferentes presidentes y figuras públicas destacadas, relaciones que le permitieron hacerse a importantes licitaciones entre las que destaca el Canal RCN. Otros aspectos de la relación con la política y el Estado se resumen en la siguiente figura:

Aspecto	Resultados
Financiación de campañas	Carlos Ardila conservaba buenas relaciones políticas con los dirigentes políticos del país, independientemente de su partido político y ha patrocinado campañas tanto del partido conservador como de otros partidos políticos (Ej. Samper, 1998)
Influencia en la política pública	El industrial ha tenido diálogo directo con algunos de los presidentes. El caso más destacado es en la presidencia de Ernesto Samper, 1994 - 1998, en el famoso proceso 8.000
Desempeño de cargos públicos por nombramiento	El empresario nunca ocupó un cargo público por nombramiento. Sin embargo, su hijo Carlos Julio Ardila, fue nombrado embajador en España durante el gobierno de Andrés Pastrana, 1998 - 2002.
Contratista y negocios con el Estado	Estado En 1997 lícito y le fue adjudicado el canal privado de televisión, RCN y logró la extensión del plazo en el pago de la licencia a diferencia del grupo Santo Domingo que pagó de contado.
Usufructo de protección estatal	Se destaca la libertad de precios de las gaseosas en el año de 1972, que fue otorgada por la Superintendencia e implicó un aumento del 30% en los precios.
Víctima de violencia de grupos armados	Ni el empresario ni su familia han sufrido del flagelo del secuestro. Sin embargo, el secuestro de Carlos Upegui lo afectó de manera indirecta, quien era su mano derecha en la organización. Para evitar este suceso, el empresario cuenta con un robusto sistema de seguridad.

Figura No. 2 Relación con la política y el Estado de Carlos Ardila Lülle. Fuente: Castrillón Rincón C. (2016, p.93).

Con esta breve caracterización del propietario de los medios de RCN y su relación con la política y el Estado, se resalta cómo desde el canal de televisión RCN Claudia Gurisatti⁸ directora de Noticias RCN, fue una fuerte opositora del Si, por lo tanto, la elección específica de Noticias RCN no es el resultado de un ejercicio aleatorio. Así, comprender la decisión de investigar sobre este medio implica entender también la historia de los medios de comunicación en Colombia, especialmente de la televisión, ya que “la historia de los medios de comunicación son un reflejo vivo, privilegiado y por descubrir sobre la imagen de Colombia como nación, su historia asiste a la invención de una nación por la palabra, la voz y la imagen” (Muñoz, 2004, p.240).

La televisión llega a Colombia en 1954 gracias al general Gustavo Rojas Pinilla, siendo ésta de carácter público con una intencionalidad formativa de educación y cultura; para ese entonces, era el Estado quién garantizaba la infraestructura para su emisión y daba a las empresas privadas la libertad en la programación. En 1966 se registra la primera intención de privatización sin éxito por parte de Teletigre, que terminó convertida en Cadena Dos. La televisión a Color llega en 1979 al país, un año después inician su emisión los canales regionales de Teleantioquia, Telepacífico y Telecaribe, también de carácter público que se sumaron a Cadena Uno, Dos y Tres. La programación de Cadena Uno y Cadena Dos era resultado de las licitaciones estatales, mientras que Cadena tres cumplía con el objetivo formativo de educación y cultura por ser responsabilidad del Estado su programación.

En 1992 la licitación incentivó la competencia y finalmente en 1997 se entregaron licencias para televisión privada, siendo éstas ganadas por licitación las de Caracol (Cadena Radial Colombiana del grupo Santo Domingo) y la de RCN (Radio Cadena Nacional del grupo Ardila Lulle) cuyas parrillas de programación se concentran en entretenimiento e información, por ello Angulo expresa:

Los empresarios colombianos vieron en la televisión privada no sólo una excelente oportunidad para aumentar sus ingresos, sino también un arma política de doble filo

⁸ En el capítulo 4 encontrará una caracterización propia de Claudia Gurisatti para enmarcar los hallazgos en la línea editorial de Noticias RCN

que, por un lado, servía de trampolín para sus propias aspiraciones electorales y, por otro, era un efectivo medio de presión sobre los gobiernos, legisladores y sistema judicial para que defendieran y protegieran los intereses de las iniciativas privadas. (Angulo, 2011, p.54)

Lo anterior implica que la historia de los medios de comunicación es también parte de la memoria de Colombia, puesto que:

Los medios de comunicación tienen un papel trascendental dentro de la teoría democrática porque a través de ellos los ciudadanos obtienen la información necesaria para elegir durante los procesos electorales y para evaluar el desempeño gubernamental, es decir la elección y la evaluación de los gobiernos democráticos están condicionadas por la información que los medios de comunicación transmiten a los ciudadanos. (Villafranco, 2005, p.11)

Para contrastar lo expresado por Villafranco basta con traer a la memoria los comicios de octubre de 2016 y fácilmente evidenciar el despliegue mediático que hubo entorno al plebiscito, como reflejo de las funciones de los medios de comunicación. Siguiendo la reflexión de Villafranco (2005) los medios de comunicación tienen dos funciones, en primera instancia informar a la ciudadanía y segundo constituirse como canal de comunicación de las instituciones políticas; estas dos funciones se ven limitadas en su alcance por la participación de los medios de comunicación en el mercado; lo anterior implica que los intereses económicos determinan la oferta de información y la objetividad con que se emite.

En este sentido, existen precedentes de investigaciones que reflejan la relación entre los medios y la democracia, especialmente la intervención de los primeros como emisores de un discurso en lo segundo, pues una democracia solo existe a través de los receptores; como primer ejemplo vemos los resultados de una investigación titulada “La función de la agenda-setting de los medios de comunicación y las políticas de sanidad en Portugal” que concluye:

Los medios de comunicación tienen la capacidad de influir sobre lo que piensan las personas [...] Tres de los asuntos más destacados por la prensa, cotejados a través de un análisis de contenido de un diario (“Diário de Notícias”), coinciden en los tres problemas

mencionados por una encuesta de opinión pública [...] La agenda pública está determinada por la agenda mediática. (Mourão y Brüheim, 2012, p.309)

Por otra parte, Alcalde (2003) expone en su investigación “Medios de comunicación como intermediarios del voto: la influencia de TV1 y Antena 3 en las elecciones legislativas de 1993” cómo la exposición a los medios y la recepción de los mismos pudieron afectar la intención de voto, examinando las interacciones entre la información contenida en el discurso de las élites y diferencias en las percepciones de los individuos.

Estas investigaciones sirven de introducción a los antecedentes investigativos trabajados y que soportan la problemática que se identificó para este ejercicio que se enmarca en el periodo del 30 de agosto al 2 de octubre, fecha en que se emite el decreto 1391 de 2016 que convoca a plebiscito para el 2 de octubre de 2016, durante el cual los medios de comunicación tuvieron un rol determinante en los resultados obtenidos de la justa entre el Sí y el No.

Durante los 34 días que transcurrieron desde la emisión del decreto hasta las votaciones todos los medios de comunicación llenaron sus titulares con información relacionada al plebiscito, desde los tradicionales radio, prensa y televisión hasta los modernos, incluyendo los canales digitales y las redes sociales. De los diferentes medios, el impacto de la televisión modifica las relaciones políticas generando efectos diversos en varios aspectos, en primer instancia puede consolidarse como la primer fuente de información del ciudadano y generalmente la única ya que no es habito contrastar la información recibido con fuentes secundarias en la población; segundo la televisión influye en las decisiones del gobierno, además personaliza las elecciones porque propone personas en lugar de discursos y favorece la emotividad política, es decir la política se reduce a episodios emocionales como señala Villafranco (2005).

A pesar del contexto expuesto anteriormente se reconoce que las limitaciones que podrían presentarse en el desarrollo de esta investigación están relacionadas con la presencia de otras variables que influyen en la creación de las percepciones de los ciudadanos, puesto

que, como se mencionó la televisión es uno de los medios de comunicación, por lo cual atribuir la responsabilidad de los resultados de las votaciones del 2 de octubre de 2016 a un solo programa de televisión, en este caso Noticias RCN, sería desconocer otros elementos influyentes en la construcción de la percepción de una persona, así como otras variables que fueron determinante en el periodo que se desarrolla la investigación, puesto que además están las experiencias de los sujetos, sus convicciones, los procesos formativos, su posición de clase, entre otros aspectos, que permiten que algunos discursos se adhieran y se acepten más que otros, pero también que se adapten y se transformen.

Cabe anotar que esta investigación se aborda desde la teoría de Van Dijk (1999) sobre análisis crítico del discurso, quien lo define como “una investigación analítica que estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político” (p.23). Por lo tanto, se toman las 34 emisiones de noticias RCN 12:30 que abarca las fechas desde 30 de agosto hasta el 2 de octubre de 2016, periodo que se considera altamente influyente en la creación de percepciones en torno al plebiscito.

Por las anteriores razones y enmarcado en la línea de investigación <<Ciudadanías y Resistencias>> y la temática <<Pedagogías por la Paz>> se generó la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es el discurso promovido por el Noticiero RCN sobre el plebiscito por los acuerdos de paz en Colombia en sus emisiones del 30 de agosto al 2 de octubre de 2016 del mediodía?

Objetivos

Analizar el discurso promovido por el Noticiero RCN sobre el plebiscito por los acuerdos de paz en Colombia en sus emisiones del 30 de agosto al 2 de octubre de 2016 del medio día, mediante la adaptación de la metodología planteada por Van Dijk

Objetivos específicos

Identificar las expresiones verbales del discurso sobre el plebiscito por los acuerdos de paz en Colombia emitido y promovido por el Noticiero RCN

Examinar la construcción visual de apoyo al discurso sobre el plebiscito por los acuerdos de paz en Colombia emitido y promovido por el Noticiero RCN

Enunciar la relación entre el poder y la dominación en el discurso sobre el plebiscito por los acuerdos de paz en Colombia emitido, promovido por el Noticiero RCN

Justificación

Los medios de comunicación y en especial la televisión por su masificación, deben propender por la ética profesional desde el principio de objetividad, que establece y garantiza la neutralidad en la información que emite; de lo contrario, en países como Colombia donde la política es mal vista por su asociación a la corrupción y el favorecimiento individual frente al colectivo, se expone, de acuerdo con Villafranco (2005, p.16) a una transición democrática con partidos aminorados que pone en conflicto el esquema institucional de la representación y dificultará el diseño de marcos jurídicos tendientes a reducir la brecha informativa, básicamente por tres razones: 1) los partidos políticos representan los intereses de los electores; 2) participan en la definición de las políticas públicas; y 3) pueden dar estabilidad al gobierno para la implementación de estas políticas. Un partido aminorado o debilitado no puede representar a los electores, consecuente no se podrá entonces proponer reformas que limiten los intereses políticos en la agenda de los medios de comunicación incrementando la brecha informativa.

Adicionalmente el ejercicio de los medios en la política implica reconocer derechos relacionados entre sí. Primero, el derecho a estar informados de los electores; segundo, el derecho de divulgación de los partidos políticos y finalmente el derecho de los medios a informar sobre asuntos de interés.

Esto conlleva a la reflexión sobre la responsabilidad de los medios, pues pareciera que varios medios nacionales han propiciado escenarios de desinformación, perdiendo su objetividad en su ejercicio de comunicación. Un ejemplo cercano es el caso del Plebiscito sobre los acuerdos de paz de Colombia realizado el 2 de octubre de 2016, mecanismo de refrendación de los acuerdos entre el gobierno de Colombia y el actual partido político de la FARC. El papel de los medios fue determinante en las percepciones en torno al acuerdo de paz como lo determinó el Consejo de Estado quien dice que hubo "engaño generalizado" en campaña del No en el Plebiscito (Semana, 2018), que se dedicó a moldear opiniones, a ratificar posiciones convencionales de la sociedad (ejemplo, la oposición al aborto o a condiciones sexuales diversas a las heteronormativas), a generar amplias divisiones que pusieron a los colombianos a señalar la posición del otro, discriminando desde la intolerancia y rechazando la libertad de género, de culto y opinión.

Es por esto por lo que, con miras a crear escenarios que promuevan la paz es preciso evidenciar cómo la tergiversación de la información influye en los televidentes, generando conceptos errados o alejados de la realidad, por lo tanto comprender el discurso emitido por Noticias RCN nos permite como sociedad ser más sensibles a nuestras realidades y más críticos a la información percibida y recibida por los medios; lo anterior contribuye a la educación y alfabetización mediática, como también a la formación de ciudadanos mediáticos de acuerdo con Van Dijk⁹ y sus posturas frente al discurso. En consecuencia, se hace apropiado utilizar

⁹ Teun A. van Dijk fue profesor de Estudios del Discurso en la universidad de Amsterdam hasta el 2004, y actualmente es profesor en la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona. Después de sus trabajos en poética generativa, gramática del texto y la psicología del procesamiento del texto, su investigación desde principios de los años 80 se abarca desde una perspectiva más crítica, que trata la reproducción del racismo en el discurso, las noticias en la prensa, la ideología, el conocimiento y el contexto. Teun A. van Dijk es autor de varios libros en esas áreas y ha editado *The Handbook of Discourse Analysis* (4 vols., 1985), el libro introductorio *Discourse Studies* (2 vols.,

metodologías de análisis del discurso desde la perspectiva de Van Dijk que evidencien cuales son los objetivos del canal transmisor, para lo que se tomará como foco de estudio las transmisiones realizadas por el canal RCN televisión en su noticiero RCN emisión 12:30 desde el 30 de agosto hasta el 2 de octubre de 2016.

Antecedentes investigativos

A continuación, se mencionan investigaciones acerca de los medios de comunicación con énfasis en la televisión; otras indagan en la influencia de los medios de comunicación en las democracias, situación que llevó a consultar documentos que reflejan la necesidad de un consumo crítico de los medios; además se relacionan investigaciones puntuales de hechos a nivel internacional y nacional, cuyos desenlaces han sido influenciados por los medios de comunicación. Finalmente, se presentan algunos artículos que aportan académicamente a contextualizar la situación vivida en el plebiscito del 2 octubre de 2016 en Colombia. Estas investigaciones realizadas en los últimos 22 años son presentadas en orden cronológico en el anexo 1.

Para dar inicio a los antecedentes de investigación primero, se relacionarán aquellos que abordan los medios de comunicación “desde que, en el siglo XV, entrara en funcionamiento la primera imprenta tipográfica y, así, se empezaran a tener las primeras condiciones técnicas para dar lugar al primer medio de comunicación masivo, la prensa” (Estupiñán Bethencour, 2000, párr.7), a los que se han ido incorporando otros medios, ahora tradicionales, como la radio y finalmente la televisión.

1997; la nueva edición de un volumen, 2011) así como *The Study of discourse* (5 vols., 2007). Ha fundado seis revistas internacionales, *Poetics*, *Text* (ahora *Text and Talk*), *Discourse & Society*, *Discourse Studies*, *Discourse & Communication*, y la revista de Internet *Discurso & Sociedad* (www.dissoc.org), de las cuales aún dirige las últimas cuatro. Sus últimos libros en inglés son *Ideology* (1998), *Racism and discourse in Spain and Latin America* (2005), *Discourse and Context* (2008), *Society and discourse* (2009). Sus últimos libros editados son *Racism at the top* (2000, con Ruth Wodak) y *Racism and discourse in Latin America* (2009). En la actualidad, está trabajando en un nuevo libro sobre discurso y conocimiento. Teun A. van Dijk, que tiene dos doctorados honoris causa, ha dado conferencias en muchos países, sobre todo en América Latina. Con Adriana Bolívar, él fundó la Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso (ALED) en 1995.

No obstante, el internet ha ganado adeptos de forma exponencial y sin precedentes gracias a la revolución tecnológica, aunque aún no logra su lugar junto a los canales tradicionales de prensa, radio y televisión.

Respecto a estos canales tradicionales Rodríguez Ponce y Palma Quiroz (2012) en su artículo “Medios de comunicación y globalización” expresan como los medios de comunicación son un poder que, a través de sus contenidos difundidos masivamente, son capaces de construir una realidad. De igual manera, estos autores le asignan a la comunicación un propósito motivacional y, en consecuencia, se transforma en un medio para justificar, persuadir o incluso estimular la realización de ciertas acciones.

La televisión aun siendo el más joven de los medios de comunicación masiva ha sido, probablemente el que más ha sufrido evoluciones tecnológicas como el paso de blanco y negro a color, así como la evolución en imágenes cada vez más definidas, entre otros cambios tecnológicos; no obstante, Villafranco menciona otros cambios iguales o quizá más determinantes para el rol de la televisión al mencionar que:

Los cambios de dirección en la economía mundial promovidos por el FMI, el Banco Mundial y la Organización Mundial del Comercio, quienes establecieron la necesidad de reducir el gasto público y de iniciar el proceso de privatizaciones; generaron, en los últimos veinte años que la radio y la televisión públicas vivieron recortes en su presupuesto y posteriormente fueron privatizadas. (Villafranco, 2005, p.13)

En cierta medida esta privatización ha sido la que le ha permitido a la televisión cumplir el propósito motivacional de la comunicación mencionado anteriormente, puesto que de acuerdo con PYM (2017) en el 2016 la televisión nacional reflejó el 36,30% de la inversión publicitaria de Colombia, duplicando la inversión de los otros medios tradicionales. Lo anterior refuerza la postura de Longo (2005) al enunciar que “la dominación ideológica desde los medios no ha decaído, sino todo lo contrario: el escenario político y de discusión pública pasan –casi exclusivamente- por la prensa, la radio y, sobre todo, por la televisión” (p.2). Además, Holgado González expresa “que la influencia de los medios de comunicación, que alcanza su grado

máximo tratándose de la televisión, y su relevancia como fuente de información política son innegables en la sociedad contemporánea” (Holgado González, 2003). Siendo la televisión la que lideró el impulso de las campañas electorales en la segunda etapa¹⁰, por lo que “encontramos el formato televisivo de los debates electorales, que inauguraron con éxito Richard Nixon y John Kennedy en 1960 y que se han convertido en una práctica generalizada en buena parte de los países democráticos” (p.6); Colombia no es la excepción a esta práctica y el formato televisivo ha sido espacio para debatir la agenda política del país.

En nuestro país también se ha documentado he investigado situaciones y hechos políticos abordados desde el análisis del discurso a lo largo del territorio nacional, a manera de introducción, Barrento Felipa aborda el marketing del partido político en el gobierno:

Una de las promesas electorales más importantes que planteó Alan García en su campaña se relaciona con el programa “agua para todos”, habiendo llegado al gobierno le corresponde llevar a cabo lo que prometió. Esto debe ocurrir en todos los casos cuando alguien o alguna organización es elegida, cualquiera sea el nivel que se encuentra en la pirámide del gobierno nacional: alcalde, gobierno regional, congresista o presidente de la república. Si no sucede así, entonces la organización o el candidato manipuló las expectativas del elector, lo cual no solo afecta a la organización política sino a todas las organizaciones y es aquí donde muchas veces se originan las brechas entre los electores y las organizaciones políticas (Barrientos Felipa, 2010, p. 126)

Dando continuidad a la reflexión de Barrento, vemos como la opinión pública, en muchas ocasiones carece de reflexión y análisis, en el artículo guerra y medios de comunicación explican que:

La percepción emocional y no racional del hecho explica las fluctuaciones de una opinión pública que apoyaba mayoritariamente el proceso de paz durante el Gobierno Pastrana y que escogió la solución armada, guiada por lo que veía y oía en los medios, pero no por reflexión ni análisis. (Darío Restrepo, Herrán, Barbero y Rey, 2003).

¹⁰ Awad y Valencia Arias (2011) describen las campañas electorales en términos de tres etapas sucesivas: una pre-moderna, en plaza pública; otra moderna, liderada por la televisión y la etapa actual, considerar posmoderna, impulsada por las tecnologías de la información y la comunicación (como se cita en Awad A., G; Valencia Arias, A; 2011)

Por lo tanto, el papel de los medios de comunicación en la campaña electoral de acuerdo con Holgado González (2003) “desempeñan un papel fundamental en el funcionamiento del sistema democrático, especialmente durante la campaña electoral, proporcionando la información necesaria para que los ciudadanos ejerzan su derecho al voto de forma libre y racional” (p.1). Lo anterior se ve reflejado también en investigaciones como la propuesta por García León en su análisis crítico de las campañas publicitarias de Samuel Moreno y Enrique Peñalosa hacia una aproximación de sus estrategias discursivas

El estudio del discurso político publicitario de las campañas del año 2007 permite concluir que se prefigura una imagen del candidato, en el caso de Moreno, la de héroe, y en Peñalosa, la de amigo o compañero. Las cuñas radiales se encargaron de polarizar a la audiencia a través del uso de falacias argumentativas, de llamado al pesar, de causa falsa, de autoridad fija, entre otras [...] El estudio también evidenció que se apeló, en algunas ocasiones, a la emotividad más que a la razón para la adhesión de los electores. Por su parte, los folletos evidencian en Peñalosa un discurso populista, y en Moreno, la idea de salvador [...] En general, este tipo de publicidad representó al pueblo como un beneficiario más que como un agente, pues Moreno y Peñalosa son los actantes que pueden mejorar estados negativos como la falta de vivienda y educación. Se espera que, a partir de esta aproximación al estudio de las estrategias discursivas de los discursos políticos publicitarios, se realicen trabajos más amplios y generalizables que permitan entender este tipo de discursos y contribuyan a la construcción de una democracia basada en argumentos. (García León, y García León 2014)

Adicionalmente en el libro *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*, Omar Rincón plantea que “la televisión se ha convertido en el centro cultural de nuestras sociedades. Rincón plantea que la televisión establece una relación afectiva con sus públicos y que las audiencias generan rituales y dinámicas propias en su tele videncia” (Rincón, 2001).

Por otra parte, según la investigación realizada por Gómez, J., Hernández, J., Gutiérrez, L., Arango, G. y Franco, A. (2010), “Los noticieros de la televisión colombiana “en observación” Una mirada desde la academia la estructura, cobertura y contenidos de los tele-informativos de la televisión abierta en Colombia”, realizada por el Observatorio de Medios de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana y financiada por la Comisión Nacional de Televisión, advierte aspectos como: “la desaparición de los géneros mayores del periodismo, el

bajo nivel de contextualización de la información, la amplificación de fenómenos como el “unifuentismo” y el “sinfuentismo”, y el dominio de la información judicial y deportiva en los telediarios”(p.).

También, García J. (2014) desde la Facultad de Ciencia Política y Gobierno de Universidad del Rosario realizó una investigación titulada: “Influencia de los Medios de Comunicación en la Esfera Política. Un Análisis del Papel de la Revista Semana en el Escándalo Político de las Interceptaciones Ilegales del DAS. Período 2009-2011”, que realiza un análisis de la influencia que pueden tener los medios de comunicación, a través de la producción de escándalos políticos y sobre las relaciones de poder dentro de la esfera política de las democracias contemporáneas.

Sandoval Escobar, desde la Maestría en psicología del consumidor de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz se realizó una investigación titulada: “Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales” que evidencia:

Los efectos que tiene la televisión desde la hipótesis de la convergencia que implicó analizar el fenómeno de la televisión desde diferentes niveles, los cuales interactúan unos con otros para determinar la estructura y función del contexto social en el cual ocurren los comportamientos de las audiencias. (Sandoval Escobar, M., 2006).

Por su parte Arteaga Morales et al. (2017) desde la facultad de Relaciones Internacionales y ciencias jurídicas y políticas de la Universidad Jorge Tadeo Lozano con el Observatorio de Construcción de paz presentaron en 2012 un completo informe titulado “Cuadernos Paz a la Carta: Medios de comunicación y construcción de paz” que analiza la relación entre los medios de comunicación y la construcción de paz en Colombia. Aclara algunos conceptos y habla sobre el periodismo y su relación con el conflicto armado colombiano, la importancia de pensar en un periodismo para la paz, la responsabilidad de los medios y algunos medios masivos y alternativos a nivel nacional que han trabajado a favor de aportar la construcción de paz en Colombia.

Son diversas las investigaciones que establecen la relación entre los medios de comunicación y la política, siguiendo a Van Dijk (1996), todo discurso político involucra relaciones de poder, intereses de grupo y un ejercicio argumentativo; además, quien controla este tipo de discurso, puede controlar la mente pública parcialmente. En 1997, la investigación realizada sobre los medios de comunicación y la formación democrática llevó a Morduchowicz, (1997) A concluir que “los medios de comunicación se convierten en agentes fundamentales en la formación social y democrática de los alumnos, en la búsqueda de un ciudadano informado, crítico, sensible a los problemas de la comunidad y participativo” (p.94). Para el año 2000 en el artículo “El sentido crítico y los medios de comunicación” Estupiñán Bethencour menciona:

Los medios de comunicación en las democracias (sean prensa, radio o televisión) manipulan los contenidos informativos, aunque sólo sea en el ejercicio de la inevitable autocensura o por la falta de referentes contextuales en ciertas emisiones de opiniones, y por tanto distorsionan el sentido crítico de sus receptores. Sí los manipulan, en ocasiones de forma directa y, otras veces, de forma indirecta [...] En las sociedades democráticas, a pesar de que por su propia naturaleza política consagran como derechos básicos la libertad de expresión y el derecho a la información, las empresas y los profesionales de la información intentan, voluntaria o involuntariamente, predeterminar con sus mensajes las conductas de los receptores, distorsionando su sentido crítico y, consiguientemente, sus conclusiones. (2000).

En el 2006 Blesa Aledo publica el artículo “Medios de comunicación y democracia” en la cual se cuestiona “¿El poder de los medios o los medios al poder?” concluyendo que:

Paradójicamente, ha sido la clara demostración en términos históricos del “poder de los medios” lo que los ha ido transformando desde los años ochenta, paulatinamente, en los “medios del poder”; en los medios ambicionados por el poder como instrumento de control social, adoctrinamiento cultural, instrumento electoral y palanca de aceleración y propagación de los valores de una sociedad consumista. (Blesa Aledo, 2006, p.104)

En el año 2007 el artículo “Democracia y medios de comunicación” de López Noriega (2007) menciona un escenario en el que “el sistema de información y expresión se limita en el mejor de los casos, a un puñado. Y de ahí que sea indispensable para cualquier democracia la

presencia de un escenario mediático plural” (p.52). Adicionalmente menciona “el peligro que representa la concentración de propiedad de los medios: que éstos se conviertan en una especie de director de orquesta mediático, cuyo poder le permita determinar quién habla, por cuánto tiempo, sobre qué tema y en qué tono” (p.53), el escenario planteado por Noriega es una realidad en Colombia al contar con medios de comunicación privados y concentrados en las familias más ricas del país.

En el artículo “Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios” se hace relación a que los individuos tienden a formarse impresiones y a desarrollar actitudes con respecto a un movimiento político conforme están más expuestos a los medios masivos de información, constituyéndose estas actitudes como uno de los factores influyentes en la participación política como citaron Awad A., G; Valencia Arias, A (2011)

Por otra parte, el artículo “Medios de comunicación y globalización” de Rodríguez Ponce y Palma Quiroz (2012) nos recuerda que “los seres humanos somos políticos por naturaleza, por lo tanto, la comunicación puede ser concebida como un acto de orden político, que va en la búsqueda de establecer relaciones de poder” y que además “en un sistema democrático la comunicación ocupará un rol más central en los procesos de interacción entre los distintos agentes del sistema” (p.5).

En la medida que avanzamos en esta revisión de documentos académicos se observa que entre más vigente más dura la crítica o quizá mayor la conciencia de la influencia de los medios. Lo que invita a reflexionar sobre “la máquina televisiva, publicitaria en este caso, se constituye como una máquina de fabricación de impresiones antes que de conocimiento” (García León, D L; 2014, p.114)

Si bien ya hemos dado cuenta de la influencia de los medios en la democracia, es momento de abordar al sujeto político que participa de ella, pues el receptor de los medios de

comunicación también es sujeto activo que se enmarca en un contexto social, por lo que es necesario entender:

La función dinámica social que cumplen los medios de comunicación en la vida social, desarrolla en las personas una característica que configuran un panorama de dependencia, no sólo en la agenda que imponen los medios, sino en el rol que asumen los llamados receptores. (Montesinos Condo, 2011, p.16).

En torno al sujeto, en la actualidad se evocan las visiones utópicas de las obras icónicas de Aldous Huxley¹¹ y George Orwell¹² sobre el rol de la información para el control de las masas, en este sentido las obras de ficción pasan a la realidad en los resultados de López Noriega que concluyó en su investigación:

Más que en ataques o limitaciones a la libertad de expresión, al menos en buena parte de los países democráticos, el mayor peligro para el libre acceso de los ciudadanos a la información proviene del proceso de concentración de propiedad de los medios, así como en la aparición de agencias transnacionales que dictan de un modo implacablemente eficaz y unilateral cuáles son los hechos a informar y de qué manera hacerlo. (López Noriega, 2007, p. 51)

Ahora bien, como si la concentración de los medios ya no fuera lo suficientemente alarmante, “una concentración que resbala fácilmente en la no competencia mediática es la arbitrariedad privada, cuyo desempeño, lejos de ser neutral, se reduce más bien al desahogo de una agenda de intereses” (López Noriega, 2007, p.51). A lo anterior se une que los medios de comunicación “gozan de mayor capacidad de influencia en la formación de la opinión pública en tanto se presume su imparcialidad, objetividad y veracidad” (Holgado González, 2003, p.5)

Esto implica la necesidad de una mayor conciencia por parte de la ciudadanía y es donde el ejercicio académico contribuye al desarrollo de dicha conciencia, como lo muestran García León y García León (2014) quienes concluyen “si la ciudadanía, en general, desconoce las prácticas de persuasión utilizadas por los candidatos en sus campañas, es posible que su

¹¹ Autor de Un mundo feliz (1932)

¹² Autor de 1984 (1948)

decisión se fundamente por emotividad, más que en una lectura racional y crítica de las propuestas de los candidatos” (p.114).

La ciudadanía a lo largo de la historia ha sido crítica en mayor o menor medida sobre el mensaje emitido por los medios de comunicación de acuerdo con el contexto histórico. Pérez Tornero (1996) menciona cuatro hechos fundamentales que caracterizan nuestra época; en primer instancia su completa mediatización: trabajo, conocimiento e intelecto se hallan instalados en los medios y éstos influyen, tal vez como nunca lo hayan hecho en otra época histórica; en segunda, el crecimiento expansivo del tiempo concedido a los medios: unas tres horas y media de televisión en los países avanzados, más el tiempo destinado a todos los otros medios tanto en el trabajo como en el ocio; una tercer instancia es la potencia de la economía mediática y las enormes transformaciones de tiempos y espacios que están produciendo los medios en nuestra sociedad.

Enmarcados en dicho contexto, son diversas las investigaciones relacionadas con el análisis del discurso, en 1995 Ramos expresa:

No es solamente el tiempo que le dedico a los medios lo que los hace significativos, modelan mi percepción del mundo y me hacen partícipe de su forma de entenderlo. Los medios no sólo me aportan información; me proporcionan una construcción selectiva del conocimiento de la sociedad; me señalan lo que es importante y trivial mediante lo que me muestran y lo que ignoran, mediante lo que amplían, silencian u omiten (Ramos, 1995, p. 110)

Para 1999 se publica “Educar en los medios de comunicación para favorecer la democracia” que presenta una reflexión bastante concluyente respecto a:

La educación al servicio de la democracia está en perpetua construcción, ya se trate de trabajar con los medios de comunicación o con cualquier otro contenido; pero la presencia insistente y determinante de éstos, en el entorno social y político de hoy y las condiciones de su introducción en la escuela, hacen de ellos un instrumento privilegiado para aprender a pensar con toda libertad (Jacquinot, 1999, p.33)

En 2003 en el artículo “Guerra y medios de comunicación” se reconoce la subjetividad al interior de quienes producen en los medios de comunicación, puesto que, aunque se construyeron bajo un pilar de objetividad, todas las organizaciones son precedidas por personas, sometiéndose a la subjetividad e interpretación de los intereses de cada individuo:

No sólo desde ahora sino siempre, los medios de comunicación han sido actores importantísimos en los conflictos bélicos, como vehículos de representaciones del “enemigo”, atizadores de odios, señalamiento de traidores o de lo que es o no es patriotismo. En ese sentido, la “neutralidad” y la “objetividad” son entelequias, como lo es afirmar que la prensa es “un cuarto poder”. (Darío Restrepo, Herrán, Barbero y Rey, 2003, p.117)

De resultados más recientes, retomo el de 2014 donde se realiza un análisis crítico de las campañas publicitarias de Samuel Moreno y Enrique Peñalosa hacia una aproximación de sus estrategias discursivas en la cual:

Se analizó la estructura verbal, donde se estudia la gramática del texto, esto es, la forma en que se usa el lenguaje; elementos como la coherencia, la cohesión textual, las estrategias retóricas y los esquemas discursivos son algunos de los elementos esenciales de este nivel de análisis [...] La última dimensión se encarga de la interacción que se desarrolla entre los interlocutores gracias al discurso. (García León, y García León, 2014, p.115)

Los anteriores documentos relacionados trabajan a partir del análisis del discurso. Sobre diversos casos a nivel internacional, también retomo a Alcalde (2003) que evaluó los medios de comunicación como intermediarios del voto la influencia de TV1 y Antena 3:

[...] Este estudio se ha centrado en la variable independiente más detallada en el cuestionario empleado, la relativa a la exposición a los medios de comunicación. Esta variable, pese a no ser especialmente analizada en los trabajos de ciencia política, ha de mostrado tener una significatividad e influencia notables en cada uno de los modelos realizados. Así, se ha confirmado la hipótesis apuntada, según la cual debería observarse una correlación entre elegir medios de comunicación sesgados a favor del partido en el gobierno y la probabilidad de votar al PSOE y optar por medios favorables al PP y probabilidad de voto a este partido. (Alcalde Villacampa, 2003, p.174)

México, que comparte muchas similitudes socio-políticas (especialmente el impacto del narcotráfico) con Colombia, ha sido también lugar de múltiples investigaciones a partir del análisis del discurso y la relación entre medios de comunicación y el poder. Por su parte, De León Vázquez (2007) genera una reseña de “Información y democracia. Los medios de comunicación social y su influencia”, en donde expresa:

Situaciones como la protagonizada por TV Azteca y CNI-Canal 40, donde la primera de las televisoras tomó atribuciones que corresponden al Poder Judicial, o la manera en cómo los medios electrónicos presionaron para la aprobación de las reformas a la LFRYT aun a costa de vulnerar las atribuciones del Ejecutivo federal en torno a las concesiones y a las instituciones de medios públicos para satisfacer intereses económicos de los medios privados (De León Vázquez, 2007, p.198)

Es también de resaltar la investigación de Berlín Villafaña sobre medios de comunicación y procesos electorales en México, puesto que:

Lo ocurrido en México en momentos de especial confrontación política, demuestra que la sincronización de varios medios en torno de un tema político es capaz de orientar tendencias electorales de manera más clara en beneficio o en contra de algunos de los candidatos. (Berlín Villafaña, 2008).

En Costa Rica, Sáenz Bonilla y Jiménez Alvarado, reflexionan en torno a la política televisada:

El análisis de los spots que se transmitieron durante la campaña política de 2010 en Costa Rica arroja datos interesantes acerca de cómo las distintas agrupaciones políticas presentaron a la mujer, a la juventud, a la política y a la clase política [...] visibilidad predominante que se le dio a la imagen del candidato o candidata presidencial en los spots analizados, la imagen del partido político como organización fue escondida [...] Además, este análisis permite preguntarnos si los spots evidencian o no las creencias e ideología de los partidos; o si los mismos dejan de lado sus visiones de mundo y otras cuestiones fundamentales, con el único objetivo de atraer votantes y ganar elecciones. (Sáenz Bonilla y Jiménez Alvarado 2010, p.129)

En Europa se encuentra un estudio sobre la influencia de las radios y la televisión comunitaria en la construcción de la ciudadanía, Collado Campaña (2008) expresa:

Desde el contexto europeo, el monopolio de la televisión y la radio eran una medida de seguridad que se mantenía desde la II guerra mundial para evitar la caída en un nuevo episodio de propaganda totalitaria, como ya habían experimentado anteriormente los vencedores con el sistema propagandístico nazi de Goebbels. (Como se cita en Collado Campaña, 2008:212)

Situaciones similares se presentaron en las reflexiones en torno a la función de la agenda-setting de los medios de comunicación y las políticas de sanidad en Portugal:

El efecto de la agenda-setting de los medios de comunicación se verifica en la muestra de la población lisboeta en estudio, puesto que 3 de los 6 principales temas más destacados por la agenda mediática fueron mencionados también como problemas principales a solucionar en respuesta espontánea y abierta por los encuestados, y esos temas son, por orden de relevancia: el financiamiento, el acceso y administración de las unidades hospitalarias y los recursos humanos en sanidad. Por otro lado, se verifica un efecto de amplificación de los problemas mencionados por el público, en lo que se refiere al financiamiento y al acceso y administración de establecimientos sanitarios, en comparación con la referencia a los mismos temas por los medios de comunicación. (Mourão y Brüheim, 2012, p. 329)

Por lo tanto, el análisis crítico del discurso permite establecer las relaciones entre el poder con el medio, ya que, como se pudo observar, las temáticas que se relacionan son “discurso”, “poder” y “democracia”, que se establecen dentro de las categorías propias de esta investigación y responden a los principios básicos del análisis crítico del discurso establecidos por Van Dijk (1999, p.185) que son: 1. El análisis crítico del discurso trata de problemas sociales, 2. Las relaciones de poder son discursivas, 3. El discurso constituye la sociedad y la cultura, 4. El discurso hace un trabajo ideológico, 5. El discurso es histórico, 6. El enlace entre el texto y la sociedad es mediático, 7. El análisis del discurso es interpretativo y explicativo y 8. El discurso es una forma de acción social; que sirven de punto de partida para esta investigación.

Todos los antecedentes de investigación anteriormente relacionados permiten mostrar la pertinencia de la investigación propuesta, puesto que estos antecedentes evidencian un alto interés por este tipo de contenidos; en el marco del análisis que se hizo de los contenidos transmitidos por Noticias RCN durante la convocatoria para el Plebiscito por el Decreto 1391 de

2016 es importante destacar la mención de Holgado González (2003) al referir que “los medios de comunicación ejercen una notable influencia sobre la ciudadanía, que no desprecian los partidos políticos durante la campaña electoral” (p.8). En este caso la campaña del Sí y del No donde “Los medios de comunicación afectan las concepciones de la guerra en tanto ésta es también un sistema de representaciones y percepciones, de imaginarios y flujos de la opinión” (Restrepo, Herrán, Barbero y Rey 2003, p.118).

Estos antecedentes, además, marcan una ruta de trabajo relacionada con Van Dijk, en aspectos de relaciones de poder y dominación, a través de análisis de contenidos en los medios y en algunos casos puntuales de estructuras verbales para la interpretación del discurso, aportan también sus estructuras metodológicas y evidencian resultados que invitan a corroborar los supuestos que dan inicio a la investigación; sin embargo, esta investigación no profundiza en la relación de medios y democracia, concentrado sus análisis en las relaciones de poder y dominación con el discurso emitido por Noticias RCN durante el plebiscito por la firma del acuerdo para la finalización del conflicto con las FARC.

Capítulo 2: Marco Teórico

En este capítulo se abordarán los elementos epistémicos que dan razón de ser a esta investigación, así como los elementos teóricos y conceptuales para la comprensión de la investigación a desarrollar. Por ende, este aparte se centrará en la definición de la perspectiva teórico-metodológica escogida tanto para la formulación del problema como para el desarrollo del mismo: el análisis crítico del discurso.

Tal y como lo indica Esther Gutiérrez Mora (2017) en su “Guía metodológica el análisis del discurso” la raíz epistemológica-filosófica de esta estrategia de investigación es la hermenéutica, la fenomenología, la teoría crítica, entre otros; retomando a Thompson (2002) “en el estudio de las formas simbólicas es fundamental e inevitablemente una cuestión de comprensión e interpretación. Las formas simbólicas son construcciones significativas que requieren una interpretación; son acciones, expresiones y textos que se pueden comprender en tanto construcciones significativas” (p. 398). Por tanto, desde los enfoques hermenéuticos y/o fenomenológicos se plantea la importancia del “análisis de categorías como sujeto, subjetividad y significación; en ese sentido, interesará desarrollar aquello que en las percepciones, sentimientos y acciones de los actores sociales aparece como pertinente y significativo” (Gutiérrez, 2015. p. 265).

El análisis crítico del discurso de acuerdo con Wodak y Meyer (2003) “es una perspectiva crítica, es, por así decirlo un análisis centrado en los problemas sociales, y en especial en el papel del discurso en la producción y reproducción del abuso del poder o de la dominación” (p.155). Así, la investigación mediante el análisis crítico del discurso combina una actitud de oposición y disidencia contra quienes abusan de los discursos con el fin de establecer, confirmar o legitimar su abuso de poder, puesto que “a diferencia de otros muchos saberes, el análisis crítico del discurso no niega, sino que explícitamente define y defiende su propia posición sociopolítica. Es decir, el análisis crítico del discurso expresa un sesgo, y está orgulloso de ello” (Wodak y Meyer, 2003, p.144). De acuerdo con lo anterior, esta investigación es

desarrollada desde las teorías de análisis del discurso de Van Dijk quien propone que: “[...] las personas generalmente adquieren, expresan y reproducen sus ideologías por medio del texto o del habla, es muy pertinente un estudio analítico del discurso de la ideología” (2005, p. 9).

Para efectos de esta investigación se compartirá la definición de Franquesa (2002) sobre discurso desde la mirada de Fairclough. “En este sentido, se asumirá que el discurso involucra condiciones de producción y de interpretación relacionadas en tres niveles de organización social: el nivel de la situación, de la institución, y de la sociedad en su conjunto” (p.450) que se enmarcan al siguiente diagrama:

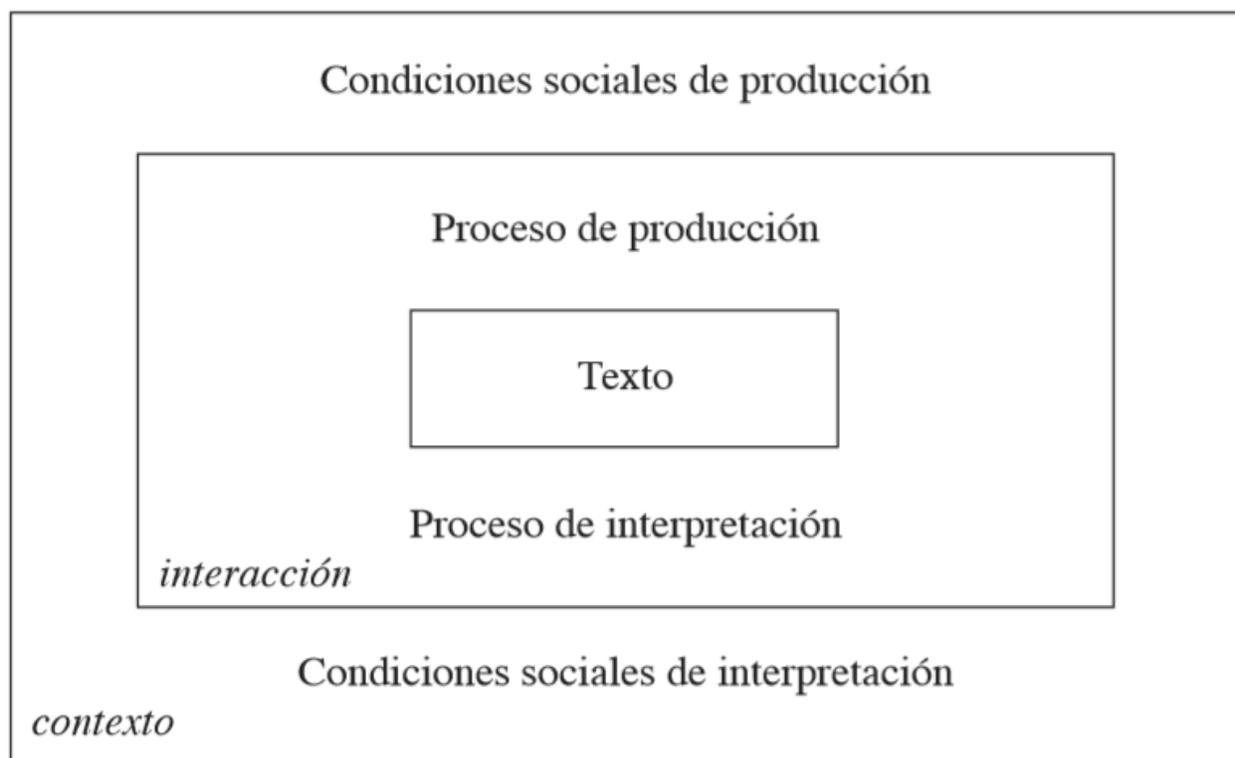


Figura No. 3.El proceso discursivo Fuente: Franquesa, A. M. (2002, p.450)

Van Dijk expone una relación entre ideología como lineamiento e identificación ya sea de tipo político, religioso u otro; sociedad; cognición y discurso que se enmarcan en una estructura social, donde las situaciones e interacciones sociales generan referencias de la realidad, denominado contexto en la figura del proceso discursivo; este elemento se introduce

en el sistema cognitivo/memoria del individuo y se arraiga en la memoria a corto plazo, donde el procesamiento estratégico decodifica e interpreta desde lo local (entendido como la interpretación a la que es llevado el individuo) y global (entendido como el hecho real y sin intermediación) tomando lo más relevante para introducirse en la memoria a largo plazo.

Lo anterior se constituye, primero en la memoria episódica o personal que agrupa los modelos de contexto y situación/acontecimientos, además de la tradición, actitudes, principios y los valores personales. Segundo, la memoria semántica o social que agrupa los conocimientos socioculturales de la lengua, las personas y los acontecimientos, además de las actitudes sociales, ideologías y valores socioculturales como sintetiza en el siguiente esquema.

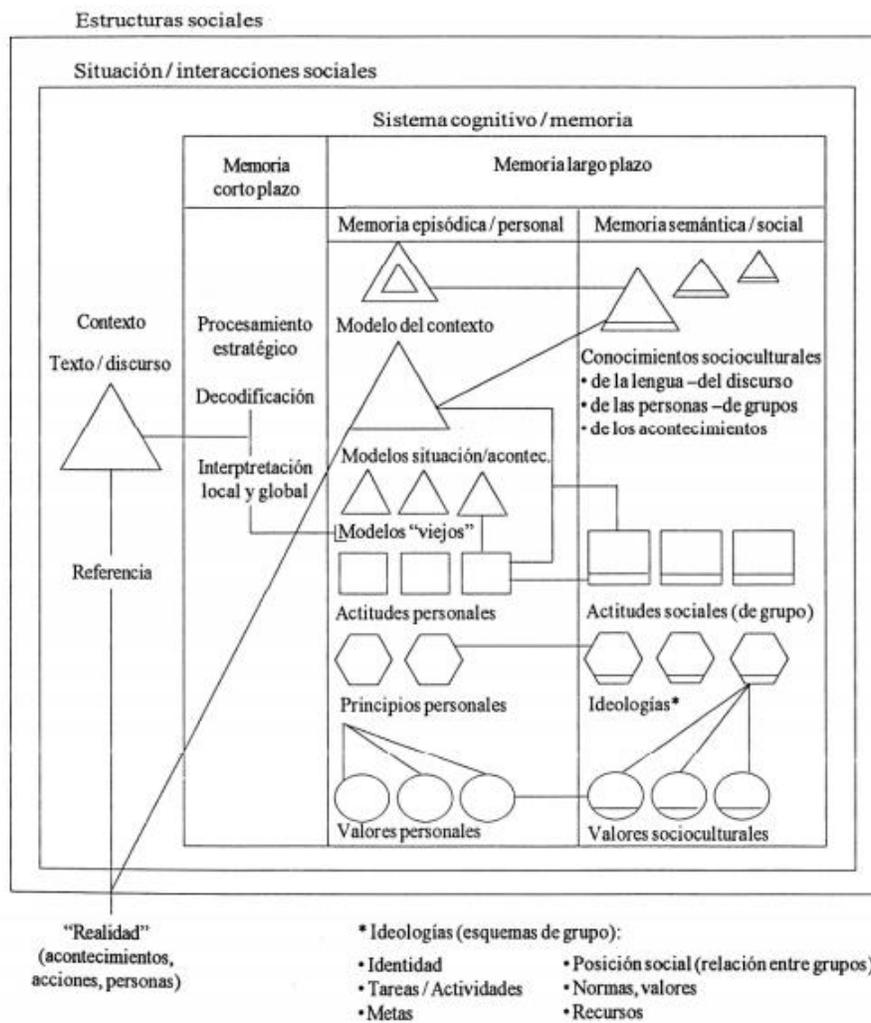


Figura No. 4 Esquema de las relaciones entre ideología, sociedad, cognición y discurso Fuente: Van Dijk, T. (2005,

Esta investigación se concentrará en la “realidad” expuesta por Noticias RCN emisión de las 12:30; los noticieros en general comparten una estructura predefinida para su emisión, inician con una introducción que presenta los titulares destacados de las noticias a desarrollar y paulatinamente van desarrollando los bloques de noticias de interés, en Colombia generalmente presentan un bloque de noticias de contexto, uno de deportes y cierran con un bloque de farándula. El desarrollo de las noticias también comparte un esquema común en el cual la presentadora o voz en off relata los sucesos, se presentan imágenes, audios o videos que dan “veracidad” al mensaje y generalmente se acompaña de un encabezado que resalta elementos relevantes de la noticia en desarrollo por el locutor.

Además, se definen unos límites establecidos por el triángulo discurso-cognición-sociedad, que según Wodak y Meyer (2003)

[...] el «discurso» se utiliza en el amplio sentido de «acontecimiento comunicativo», lo que incluye la interacción conversacional, los textos escritos y también los gestos asociados, el diseño de portada, la disposición tipográfica, las imágenes y cualquier otra dimensión o significación «semiótica» o multimedia. De manera similar, aquí «cognición» implica tanto la cognición personal como la cognición social, las creencias y los objetivos, así como las valoraciones y las emociones, junto con cualquier otra estructura, representación o proceso «mental» o «memorístico» que haya intervenido en el discurso y en la interacción. Y por último, la voz «sociedad» se entiende de forma que incluya tanto las microestructuras locales de las interacciones cara a cara detectadas como las estructuras más globales, societales y políticas que se definen de forma diversa en términos de grupos, de relaciones de grupo (como las de dominación y desigualdad), de movimientos, de instituciones, de organizaciones, de procesos sociales o de sistemas políticos, junto con otras propiedades más abstractas de las sociedades y de las culturas. (p.146)

De esta manera se puede considerar que la unión de lo cognitivo y lo social define el contexto local y global y del discurso, para ser más precisos los objetivos perseguidos del análisis crítico del discurso exigen una estrecha lectura de la relación entre el texto y el contexto, así “veremos que un adecuado análisis del discurso requiere simultáneamente un detallado análisis cognitivo y social, y viceversa, y que sólo la integración de estas explicaciones

puede lograr una adecuación descriptiva, explicativa y, sobre todo, crítica en el estudio de los problemas sociales.” (Wodak y Meyer, 2003, p.147).

Siguiendo con Wodak y Meyer (2003) dentro del análisis crítico del discurso se tienen niveles y estructuras paraverbales, visuales fonológicos, sintácticos, semánticos, estilísticos, retóricos, pragmáticos e interactivos, por lo tanto se es desacertado señalar que puede existir un único análisis de cada expresión del discurso.

Por este motivo, en el análisis crítico del discurso es necesario seleccionar las estructuras más relevantes en los estudios de índole social. Lo anterior implica identificar los vínculos entre las categorías establecidas de poder, dominación y discurso, de manera que indiquen como las propiedades del discurso cambian acorde a las estructuras sociales. No obstante, dentro de las identificaciones relevantes, existen algunas que dan aportes mucho más significativos.

Retomando a Van Dijk, (1999) “la noción central en la mayor parte del trabajo crítico sobre el discurso es la del poder, y más concretamente el poder social de grupos o instituciones” (p.26) quien además define el poder social en términos de control, así, los grupos tiene poder si son capaces de controlar, para su propio interés, los actos de ciudadanos, establecidos a través de la fuerza, dinero, estatus, fama, conocimiento, información, cultura y el discurso público y de la comunicación.

Simplificando, el análisis crítico del discurso, establece dos cuestionamientos ¿Cómo los grupos (más poderosos) controlan el discurso? y ¿Cómo tal discurso controla la mente y la acción de los grupos (menos poderosos), y cuáles son las consecuencias sociales de este control?, a lo que Van Dijk (1999) responde:

La primera pregunta requiere especialmente investigación interdisciplinar en los límites entre los estudios del discurso, la sociología y la ciencia política, y la segunda involucrará sin duda a la psicología cognitiva y social. Obviamente, para entender cómo el discurso

contribuye a la desigualdad social hay que estudiar también las consecuencias de la pregunta b), en particular cómo el control de la mente y de la acción en beneficio de grupos dominantes constituye la desigualdad social o conduce a ella. Asimismo, a fin de comprender la disidencia y la oposición necesitamos saber cómo los grupos dominados son capaces de resistir frente al control del discurso, de la mente y de la acción, o de adquirirlo. (p.27)

Lo anterior permite determinar cómo el discurso controla la mente, ya que los ciudadanos hacen uso del lenguaje, leen textos y escuchan el habla, partiendo de esta información y estructura construyen modelos mentales personales de los acontecimientos e infieren en sus creencias sociales, dentro del marco de su contexto.

Por lo cual Van Dijk (1999) establece, primero los temas (macroestructuras semánticas) que representan la información más importante; segundo, los esquemas discursivos (superestructuras, esquemas textuales) que organizan la estructura formal, por ejemplo transmitiendo información en un titular; tercero, el significado local que influencia los esquemas locales, basado en las relaciones funcionales o condicionales entre las proposiciones y los hechos a los que se refieren, lo que implica que el receptor establezca los hechos (presuposiciones, las implicaciones y otra información no expresada); cuarto, las estructuras léxicas y sintácticas que son susceptibles de variar en función del contexto; quinto, Los recursos retóricos como los símiles, las metáforas, los eufemismos, etc.; sexto, los actos de habla y finalmente, séptimo, las múltiples dimensiones interaccionales del discurso, como la distribución de turnos, la división en secuencias, etc.,

En síntesis, entre las finalidades del análisis crítico del discurso se busca comprender y analizar la dominación e inequidad social que nace del discurso, y hacer frente a ella, incluso en las situaciones donde resulta evidente dentro del discurso la intencionalidad de control y poder, especialmente en las democracias. Lo anterior implica reconocer la importancia del discurso, así como su construcción, su entorno en el cual se desarrolla y expresa, quienes lo emiten, entre otros, permitiendo que el análisis del discurso se conjugue como una pieza clave en la

investigación, permitiendo reconocer los papeles, imaginarios sociales, beneficios y otras dinámicas, implícitas en el discurso.

Capítulo 3. Enfoque y Diseño metodológico

En este capítulo se expondrá el método de investigación, el cual toma como punto de partida los elementos metodológicos expuestos por Van Dijk para emprender un análisis del discurso: macroestructuras semánticas, esquemas discursivos, el significado local, el estilo, los recursos retóricos, los actos de habla y finalmente las múltiples dimensiones interaccionales del discurso; además se presentan las fuentes, la descripción de la muestra, las técnicas de recolección de información y su aplicación; finalmente se explica la forma como se hará el análisis de datos.

Con la intención de dar respuesta a la pregunta de investigación se utilizó el análisis crítico del discurso, recurriendo a la recolección de datos desde un esquema creado a partir de “la guía metodológica análisis del discurso” elaborada por Esther Gutiérrez Mora (2017) y las propuestas de Van Dijk (1998), que permitan determinar el discurso promovido por el noticiero RCN a partir de la identificación de las expresiones verbales y el examen de la construcción visual de apoyo. De tal modo, que permita enunciar la relación entre el poder, dominación y el discurso sobre el plebiscito por los acuerdos de paz en Colombia emitido y promovido por el Noticiero RCN.

Fuentes

La presente investigación toma como fuente el programa Noticias RCN emisión del medio día desde el periodo del 30 de agosto, día que se emite el decreto 1391 que convoca al pueblo colombiano a plebiscito el 2 de octubre de 2016, siendo un periodo determinante para establecer los resultados de los comicios, al existir una fuerte campaña de divulgación por el Sí y por el No; especialmente en los medios de comunicación de mayor audiencia. Cabe anotar que las emisiones sujeto de investigación se relacionan en el anexo 2.

Técnica, categorización y clasificación

Para la realización de esta investigación se propone una matriz construida a partir de los aportes de Gutiérrez (2017) quién propone definir el objeto de tema de análisis, así como la técnica de investigación sobre la cual se recogerán los discursos. En este caso se hizo mediante una revisión documental multimedia, de manera que las fuentes se someten a cuatro momentos de lectura (intuitivo, temático, contextual y relacional), estableciendo reglas de codificación y la categoría de análisis; lo anterior permite establecer para Gutiérrez (2017) una matriz de análisis inicial del discurso que delimita las dimensiones para este proceso desde lo definido en el proyecto de dualismos (imaginarios culturales, signos, símbolos, ritos, sujetos, contexto, formas de legitimación, formas de resistencia o continuidad, cambios y transformaciones)¹³.

De otra parte, Van Dijk metodológicamente establece las relaciones entre ideología, sociedad, cognición y discurso, a través un esquema social que incorpora las situaciones e interacciones sociales, que permite establecer la “realidad” a través de referencias que son parte del contexto (texto/discurso) y a su vez es fijado en la memoria a corto plazo gracias a la decodificación que permite la interpretación local y global; este esquema concluye con la escritura de la memoria a largo plazo, emplazadas en una memoria episódica (personal) y semántica (social) a través de la matriz propuesta.

A partir de los anteriores aportes se genera una nueva propuesta adaptada a las particularidades de la televisión y las implicaciones que conlleva adecuar las interpretaciones de texto a lo multimedia. Por ello se establece una matriz compuesta por 20 elementos que permiten caracterizar y analizar el sujeto de estudio, siendo este las emisiones de noticias RCN.

¹³ Este proyecto hace parte del programa de investigación de la Maestría en Paz, desarrollo y Ciudadanía, denominado: “Transformaciones culturales en lógica de paz y No violencia, resistencias ciudadanas y alternativas al desarrollo, en el posconflicto colombiano”. Un programa que tiene como propósito centralizar y organizar la investigación formativa de la Maestría en Paz, Desarrollo y ciudadanía con el fin de realizar, a partir de ésta y de los conocimientos y experiencias de los profesores especialistas en la materia, una investigación propiamente dicha que en términos de la línea en paz y No violencia. El proyecto fue liderado desde el grupo de investigación “Ciudadanía, Paz y Desarrollo”.

Los elementos que constituyen la matriz (Anexo 3) son enumerados para facilitar el reconocimiento de sus componentes y son:

- (1) Identificación: Encabezado que resalta uno de los dos bloques que compone la ficha, en el se presenta el nombre del canal y programa a analizar, así como su franja, fecha de emisión y horario; finalmente presente la fuente de donde es extraído o visualizado el programa sujeto de análisis.
- (2) Canal: Nombre del canal de televisión que emite el programa.
- (3) Programa: Nombre del programa de televisión a quien se realizara el análisis.
- (4) Franja: Para el manejo de pautas en TV se han definido 4 franjas de audiencia así: Day Time entre las 6:00 a.m. y las 12:00 m., Early Fringe, entre las 12 y las 19 horas, Prime Time, entre las 19 y 22:30 horas, y Late Fringe, desde las 22:30 hasta el cierre. La franja permite determinar los niveles de audiencia y por ende el alcance del mensaje durante las emisiones.
- (5) Fecha de emisión: Fecha en la cual es emitido por primera vez el programa a analizar.
- (6) Horario: Necesaria para la identificación de la franja.
- (7) Fuente: Lugar donde es visualizado u obtenido el material multimedia de investigación.
- (8) Análisis inicial del discurso¹⁴: Segundo encabezado que resalta uno de los dos bloques que compone la ficha de análisis de televisión, en este se presentan las macro estructuras semánticas, expresiones verbales “discurso”, así como el apoyo visual al discurso con los respectivos componentes de los dos últimos mencionados.
- (9) Macro estructuras semánticas: Aquí se expresa la idea general que convoca los elementos de análisis, para el caso de esta investigación la idea en desarrollo asociada al plebiscito, acuerdo de paz o el grupo guerrillero FARC en ese entonces.

¹⁴ Se ha denominado análisis inicial ya que esta ficha permite la caracterización e interpretación de los contenidos de manera individual, posteriormente se realizar un análisis en conjunto de estos resultados para las conclusiones finales de esta investigación.

Por la particularidad del sujeto de análisis, al ser un contenido multimedia, se consideró pertinente el tratamiento de dos elementos a los que es expuesto el televidente, en primera instancia al contenido sonoro mayormente enmarcado en el discurso, pero sin limitarse a él, es decir, la ambientación también hará parte del análisis para esta investigación. Segundo, los elementos visuales, en las revisiones para los ajustes de la ficha propuesta, se determinó que los titulares, las imágenes y videos expuestos juegan también un rol determinante en los mensajes emitidos para lograr el paso a la memoria a corto plazo y largo plazo expuesto por Van Dijk.

(10) Expresiones Verbales “Discurso”: Primer elemento del análisis inicial del discurso, que abordara el significado global, los significados locales, las estructuras formales sutiles y el nivel contextual.

(11) Transcripción de la emisión: Se transcribe textualmente las expresiones dadas por el locutor indicando el minuto y segundo exacto en que lo dice.

(12) Significado global: Elementos verbales que referencian el desarrollo del titular o la noticia en cuestión.

(13) Significado local: Las opiniones generadas en torno a la noticia en desarrollo.

(14) Estructuras formales sutiles: Reúne las características quizá más determinantes en la construcción de las percepciones, requiriendo del mayor detenimiento en la interpretación de los contenidos dado que aquí se indicarán elementos como la entonación, objeciones, pausas, titubeos y demás.

(15) Apoyo visual del discurso: Segundo elemento del análisis inicial del discurso, reúne los titulares en texto en la que se enmarca el desarrollo de la emisión y la intencionalidad en la creación de las percepciones ciudadanas.

(16) Captura: Se insertan las imágenes del momento de la emisión analizado, con el fin de permitir al lector reconocer el instante exacto que es sujeto de análisis, las capturas serán numeradas para su posterior descripción.

(17) Registro: Se relaciona el numero de la captura, el minuto y segundo exacto de la misma

(18) Textos: Se relacionan los titulares¹⁵.

(19) Descripción de la captura: Se menciona el material visual que apoya las diferentes emisiones. De igual manera se harán menciones a las imágenes de fondo cuando se considere pertinente.

(20) Intencionalidad: Determinar la relación entre los mensajes no verbales transmitidos, los titulares y el discurso.

Fases del trabajo de campo

Para llevar a cabo el análisis del discurso emitido por Noticias RCN se recopiló los resultados, se contrastaron las evidencias y se enunciaron postulados concluyentes respecto a la pregunta de investigación. Las fases en que se pretende realizar esta metodología son las siguientes:

Primero. Selección de las emisiones del noticiero sujetas a investigación, esta selección se desarrolló en cinco pasos

I.Reconocimiento de las emisiones: Se visualizaron en la página oficial de Noticias RCN 34 emisiones correspondientes a las establecidas en el objeto de investigación

II.Se identificó en las 34 emisiones en video los contenidos de interés, siendo estos los relacionados con el plebiscito.

III.Se reconocieron los apartes de interés en las emisiones registrando el discurso recurrente por parte de Noticias RCN

IV.Se identificaron las visualizaciones clave

V.Se eligieron 5 emisiones a criterio del investigador, por considerarse la más significativas para establecer los elementos recurrentes en el análisis crítico del discurso a Noticias RCN

¹⁵ El titular es aquel texto que resalta las expresiones más relevantes del desarrollo de la noticia o la idea de la noticia en desarrollo

Segundo. Se establece el instrumento de investigación para la recolección de datos (Anexo 3)

Tercero. Aplicación y recolección de la información a partir de las 5 emisiones objeto de análisis se sometieron al instrumento de investigación

Cuarto. Análisis del discurso (mensaje) emitido por Noticias RCN, a partir de los elementos recurrentes identificados en la matriz de análisis de discurso para elementos multimedia propuesta para la interpretación de la información que permitió responder de forma clara y precisa a la pregunta de investigación

Quinto. Entrega de resultados y conclusiones

Capítulo 4: Análisis de resultados

Analizar el discurso promovido por el Noticiero RCN sobre el plebiscito por los acuerdos de paz en Colombia, en sus emisiones del 30 de agosto al 2 de octubre de 2016 del medio día, mediante la adaptación de la metodología planteada por Van Dijk, implicó desagregar y reconocer con detalle cada emisión. Solo así se logró someter a análisis las expresiones verbales del discurso y examinar la construcción visual de apoyo sobre el plebiscito por los acuerdos de paz en Colombia emitido y promovido por el Noticiero RCN, permitiendo enunciar la relación entre poder y dominación con el discurso.

Como se ha mencionado, el total de emisiones fueron determinadas por el periodo convocado a plebiscito mediante el decreto 1391 de 2016 hasta el día en que se celebraron los comicios electorales, es decir del 30 de agosto de 2016 al 2 de octubre del mismo año, para un total de 34 emisiones. Estas emisiones fueron visualizadas en la página web oficial de Noticias RCN¹⁶ en su sección videos; es de exaltar que los resultados que se exponen a continuación no representan las posturas oficiales del Canal RCN y en ningún caso viola los derechos de Copyright de este canal, puesto que todos análisis aquí presentados se hacen a través de citas de la página web, donde el lector podrá corroborar las identificaciones aquí expuestas. Además, este estudio no legitima o defiende las acciones del grupo armado ilegal FARC-EP; también cabe recordar que “a diferencia de otros muchos saberes, el análisis crítico del discurso no niega, sino que explícitamente define y defiende su propia posición sociopolítica. Es decir, el análisis crítico del discurso expresa un sesgo, y está orgulloso de ello” (Wodak y Meyer, 2003, p.144).

¹⁶ Ver: www.noticiasrcn.com/videos/. Los links de cada emisión pueden consultarse en la figura No. 6 Tabla de Emisiones de Noticias RCN.

Análisis inicial del discurso

El primer hallazgo que llama la atención es que durante los 34 días en los que se emitieron las 34 emisiones, con una duración total de 17 horas 49 minutos, de los cuales la tercera parte estuvieron directamente relacionados con el plebiscito, la palabra “Sí” fue limitada a 136 menciones; por su parte, la palabra “No” fue constantemente mencionada para un total de 746 veces, esto muestra un incremento en menciones de un 578% de la palabra “No” respecto al “Sí”; de acuerdo con Tabenski (2004) “las formas que la repetición puede adoptar son extremadamente variadas, yendo de la simple reiteración en eco hasta la repetición modificada, próxima al discurso de referencia” (p. 5).

En términos publicitarios la repetición posiciona en la mente del televidente la recordación de marca, en este caso, sin ser emisiones publicitarias contribuyen a posicionar el “No” como primera respuesta, puesto que “la repetición de las palabras del *alocutario* (*allocutaire*, el otro enunciador) y, por ende, la apropiación de éstas por parte del destinatario, es evidencia de una realización conjunta a nivel del discurso” (Tabenski, 2004, p. 5). Por lo tanto, la densidad de palabras¹⁷ inicialmente confrontadas del Sí y el No¹⁸ dan cuenta de la construcción de las percepciones del televidente a través de la repetición, siendo “No” la palabra más mencionada, lo cual recuerda los principios de la propaganda expuestos por Goebbels sobre el principio de orquestación:

La propaganda debe limitarse a un número pequeño de ideas y repetidas incansablemente, presentadas una y otra vez desde diferentes perspectivas pero siempre convergiendo sobre el mismo concepto. Sin tesuras ni dudas. Si una mentira se repite suficientemente, acaba por convertirse en verdad. (Goebbels citado en Uribe Arcila, J. 2008, p. 1)

¹⁷ La densidad de palabras es entendida como el número de repeticiones y su participación frente al total de palabras.

¹⁸ La densidad de palabras del Sí es de 0.2% y el No de 1.3% tomando como referencia un total de 61411 palabras que constituyen todas las expresiones verbales durante las 06:15:14 (hh:mm:ss) en el conjunto de emisiones que fueron analizados.

Otro hallazgo se evidencia en el top de las palabras con mayor densidad siendo “No” seguida por la palabra “Farc”, este top¹⁹ de menciones construye el eje del slogan más fuerte de Álvaro Uribe Vélez y el partido político que lidera Centro Democrático “No más FARC”, principal opositor del Sí. Este hallazgo también coincide con el Principio de simplificación y del enemigo único “adoptar una única idea, un único símbolo e individualizar al adversario como si fuera un único enemigo” (Uribe Arcila, J. 2008, p. 1).

Lo anterior da cuenta de la relación expuesta por Van Dijk entre ideología, cognición y discurso que se enmarcan en una estructura social, donde las interacciones sociales generan referencias de la realidad, denominado contexto, el cual se introduce en la memoria del sujeto y se arraiga en la memoria a corto plazo.

Para lograr estos hallazgos se desagregaron las 34 emisiones visualizadas, en las cuales se reconocieron los contenidos relacionados con el plebiscito, se identificaron los elementos recurrentes y las visualizaciones clave, como lo evidencia el anexo 4.

Cabe resaltar que si bien se realizó una lectura detallada de cada emisión no encontrará en las páginas de este documento un análisis completo de las 34 emisiones en sus niveles y estructuras propuestas a través de la desagregación realizada en la matriz de análisis, ya que no existe en sentido práctico un análisis del discurso completo en tanto, “un análisis «pleno» de un breve párrafo podría durar meses y llenar cientos de páginas. El análisis discursivo completo de un gran corpus de textos o conversaciones es por consiguiente algo totalmente fuera de lugar” (Wodak y Meyer p.148).

No obstante, la desagregación realizada en las 34 emisiones no es un esfuerzo en vano, dado que permitió reconocer los elementos recurrentes del discurso sobre el plebiscito por los acuerdos de paz en Colombia, emitido y promovido por el Noticiero RCN, de ahí que para los análisis sometidos bajo las propuestas de Van Dijk se seleccionaron la emisión del 31 de agosto

¹⁹ Top 9 de palabras mencionadas y número de menciones excluyendo conectores y artículos: No (786), Farc (538), Acuerdo (378), Paz (331), Gobierno (183), presidente (170), proceso (155), plebiscito (153), Sí (136).

y las emisiones del 6, 19, 22 y 27 de agosto, las cuales dan cuenta de los elementos más recurrentes en todas las emisiones.

Cabe también resaltar que Noticias RCN durante el periodo de emisiones analizado fue dirigido por Claudia Gurisatti, quien ha tenido una postura muy firme y negativa frente al proceso de paz adelantado por el presidente Juan Manuel Santos, que puede obedecer a su propia experiencia cuando en 2001 sale exiliada por amenazas de muerte por parte de un frente guerrillero de las Farc, descontento que ha expresado abiertamente a través de sus redes sociales como lo evidencia los siguientes trinos en su cuenta oficial:



Figura No. 5 Capturas de Twitter Fuente: @CGurisattiNTN24 en Twitter

Por lo tanto, existe una motivación personal en la dirección de Noticias RCN, además de las relaciones entre grupos económicos que ya han sido expuestos y serán ahondados más adelante; así que en la dirección de los medios es imposible cumplir con el criterio de objetividad, es decir, se reconoce que cada individuo aporta sus propias posturas tal y como lo ha identificado Pedro²⁰:

Los valores e ideología de los periodistas y editores tienen que afectar necesariamente a la selección y elaboración de las noticias [...] Aunque no es mecánico y hay excepciones, el marco de valores y prioridades de los periodistas lleva, en términos generales, a transmitir el abanico de opiniones de las élites y a no cuestionarlas. Pero estos valores están más relacionados con los requisitos de trabajar en un gran medio de comunicación corporativo y en el proceso de socialización que se produce para poder progresar en él. Tener que seguir el código del profesionalismo tiene que ver esencialmente con la

²⁰ Doctorando del programa "Comunicación, Cambio Social y Desarrollo" - Facultad de Ciencias de la Información - Universidad Complutense de Madrid, UCM, España.

dimensión comercial y la concentración de los medios de comunicación privados. (Pedro, J. 2009, p. 215)

La postura de Pedro se ve corroborada en la entrevista realizada a José Roberto Arango presidente de RCN por El Tiempo, al referirse al noticiero y la línea editorial fijada por Claudia Gurisatti “unas personas compartirán su manera de pensar y otras no [...] en los diferentes medios hay directores que piensan de una manera u otra, aquí también, lo cual no impide que el trabajo de informar se haga de manera seria” (Pulzo, 2018). Para dar cuenta de esta línea editorial Luwin (2015) identificó que “tanto en NTN24 como en el programa La Noche, es obligación referirse a las Farc como “la organización terrorista de las Farc”” (párrafo 17).

Lo anterior implica que cada emisión de Noticias RCN lleva implícito un discurso que es emitido a los televidentes, ya que el termino discurso se utiliza en un “amplio sentido de «acontecimiento comunicativo», lo que incluye la interacción conversacional, los textos escritos y también los gestos asociados, el diseño de portada, la disposición tipográfica, las imágenes y cualquier otra dimensión o significación «semiótica» o multimedia” (Wodak y Meyer, 2003).

Por este motivo, para el análisis del discurso promovido por el Noticiero RCN sobre el plebiscito por los acuerdos de paz en Colombia, es necesario seleccionar las estructuras más relevantes de manera que permitan identificar los vínculos entre las categorías establecidas de poder y dominación, de manera que indiquen como las propiedades del discurso cambian acorde a las estructuras sociales.

Por tanto, partiremos de las identificaciones verbales del discurso sobre el plebiscito partiendo del proceso discursivo, esto es: texto (transcripción), interacción (significado global) y contexto (significado local) ya que “en el estudio de las formas simbólicas es fundamental e inevitablemente una cuestión de comprensión e interpretación. Las formas simbólicas son construcciones significativas que requieren una interpretación; son acciones, expresiones y textos que se pueden comprender en tanto construcciones significativas” (Thompson, 2002, p. 398).

Si bien las emisiones analizadas inician el 30 de agosto, ha de reconocerse que los elementos recurrentes identificados han estado presentes desde antes, para referenciar, el 25 de agosto:

En el noticiero del mediodía del 25 de agosto, un día después de la firma del acuerdo final, se vio el sesgo ideológico tan bravo que tiene (Noticias RCN). La Guri centró el telediario en las extorsiones de los guerrilleros, en los secuestros que han hecho e insinuaba que lo de ayer en La Habana no fue más que una farsa orquestada por el gobierno Santos. Imagino que de ahora en adelante ese va a ser el tono de Noticias RCN. En la guerra sucia que el Centro Democrático hará por el No. (Bohórquez, 2016)

Siguiendo a Bohórquez, es fácil mancillar el proceso de paz, puesto que sería suficiente con recordar o avivar al televidente los crímenes perpetrados por las Farc, escenas de soldados tras una cerca de púas, casas destruidas por pipetas de gas, afirmaciones negativas de miembros de las Farc. Convirtiendo a la directora de Noticias RCN Claudia Gurisatti en una ficha clave para impulsar el No.

Análisis de las expresiones verbales

Para lograr el análisis de las expresiones verbales es necesario describir las estructuras formales sutiles, puesto que es en ellas donde mayoritariamente se concentran las ignominias realizadas por el programa Noticias RCN, a través de pausas, entonaciones, marcaciones verbales y otras generando en la población las percepciones negativas en torno al acuerdo de paz que influyeron en los resultados de los comicios del 30 de octubre de 2016.

La emisión del 31 de agosto da cuenta de esta línea marcada por la del 25 de agosto, especialmente en sus estructuras formales sutiles. Esta emisión en particular permite la primera identificación recurrente: **involucrar figuras altamente influyentes**; de esta manera usan las figuras públicas para exaltar su negación al tratado de paz, o bien como en el caso del Papa Francisco, atribuirle una postura que no ha manifestado ya que el presentador expresa “el Papa dijo No”. Esta emisión define su macro-estructura en la negativa del Papa Francisco a

participar en la conformación de una comisión para elegir a los magistrados de la justicia especial para la paz.

Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 31 de agosto de 2016			
Transcripción de la emisión	Significado global	Significados locales	Estructuras formales sutiles
El papa Francisco dijo no a la designación de un delegado suyo para la elección de magistrados en el tribunal especial de paz, la presencia del pontífice en la comisión habría sido presentada hace tres semanas por el gobierno y las FARC como una señal de confianza y garantía en la calidad de ese sistema de justicia transicional (00:00-00:22)	El 12 de agosto el gobierno y las Farc alcanzaron un nuevo acuerdo en el proceso de paz, en el cual los negociadores coincidieron en los mecanismos para escoger a los jueces y magistrados que integrarían la jurisdicción especial de paz (JEP), es decir, quienes investigan y sancionan los crímenes cometidos durante el conflicto armado.	Se expresa la noticia en función de una postura inexistente por parte de la figura publica el Papa Francisco, emitiendo a la población que la postura del Papa Francisco es No al plebiscito, cuando en realidad este solo rechaza la invitación a participar en la elección de los magistrados	El presentador parte la oración "el Papa dijo No" generando una pausa que permite comprender o asumir una postura de una figura altamente influyente en Colombia, puesto que sin el énfasis en la palabra "No" y la pausa sutil, sería diferente la interpretación a la expresión real "el Papa Francisco dijo no a la designación de un delegado suyo para la elección de magistrados en el tribunal especial de paz
Pero esta mañana la secretaria de Estado del vaticano encargada de las relaciones diplomáticas de su santidad, informo oficialmente que ese "No" es la misión del sucesor de San Pedro y que sería más apropiado confiar la tarea a otras instancias (00:23-00:47)	La designación de lo que serían los 72 magistrados de la JEP estaría a cargo del Papa Francisco, el secretario general de la ONU, Ban Ki-moon, los magistrados de la sala penal de la Corte Suprema de Justicia, la delegación en Colombia del Centro Internacional de Justicia Transicional y la comisión permanente del Sistema Universitario del Estado.		La presentadora recalca el No como postura "Ese No", en la lectura completa se ve un error en su sintaxis puesto que la expresión "...oficialmente que ese No, es la misión..." siendo la oración correcta para la idea original "...oficialmente que esa no es la misión..." sin embargo, se ve un énfasis en resaltar la postura y una pausa para transmitir dicha percepción"
Una vez se conoció el no del papa a participar en una delegación para elegir los magistrados del tribunal especial de paz, el presidente de la conferencia episcopal en Colombia aseguro que antes de tomar la decisión, el tema fue estudiado en el vaticano (02:31-02:42)			Nuevamente se introduce el titular con un alto énfasis en el No y una pausa para transmitir la idea de postura de la figura pública.
Sin embargo, Juan Carlos Henao asesor del gobierno en la mesa sembró una duda el mismo día del anuncio. (04:58-05:04)	Juan Carlos Henao indicó que la intencionalidad de la participación del Papa no lo obligaba a participar y debían esperar una respuesta oficial de su	Se presenta la intervención de Juan Carlos Henao como una apelación negativa al contexto de sus propias palabras	La expresión "sembró una duda el mismo día" realiza un fuerte énfasis en la palabra duda.

Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 31 de agosto de 2016			
Transcripción de la emisión	Significado global	Significados locales	Estructuras formales sutiles
	santidad		

Figura No. 6 Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 31 de agosto de 2016. Fuente: Elaboración propia

Otra identificación recurrente se ve claramente reflejada en la emisión del 6 de septiembre: **la marginalidad de la oposición**. Los opositores del Sí, reciben apelativos de vulnerabilidad en el desarrollo de la promoción del No; así, a través de las emisiones resaltan constantemente que estos no cuentan con garantías de parte del gobierno para su ejercicio democrático. La directiva presidencial # 5 del 6 de septiembre respecto a la participación plebiscito para la refrendación del acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera define la macro estructura para el siguiente análisis:

Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 6 de septiembre de 2016			
Transcripción de la emisión	Significado global	Significados locales	Estructuras formales sutiles
Sin embargo, en el punto 3 determina que los servidores públicos no tendrán restricciones a pronunciarse a favor de la paz y los autoriza para utilizar signos alusivos al sí a la paz, pero no menciona las alternativas para aquellos funcionarios que optarían por el no. (01:49-02:03)	Directiva 5. La Constitución Política establece en su artículo 22 que la paz es un derecho y un deber de obligatorio cumplimiento. El 24 de agosto se sancionó la Ley Estatutaria 1806 de 2016, "por medio de la cual se regula el plebiscito para la refrendación del acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera", que pretende someter a la decisión popular el acuerdo alcanzado con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), luego de que fuera revisada por la Corte Constitucional mediante Sentencia C-379 de 2016. La Sentencia de la Corte prevé que la campaña por el plebiscito solo podrá desarrollarse "desde la fecha en la que la autoridad	Se presenta la directiva presidencial de pedagogía para los acuerdos de paz, como una estrategia para favorecer el sí.	A pesar de la mención de la participación libre de los funcionarios para participar y manifestar sus posturas frente al acuerdo de paz, el locutor hace énfasis en que no existen alternativas para aquellos funcionarios que optaron por el No, generando en ellos una condición de vulneración a la percepción del televidente
La diferencia entre hacer pedagogía, es decir, explicarles a los colombianos el contenido de los acuerdos con la FARC y hacer campaña a favor del sí es la mayor controversia, la publicidad que existe a través de diferentes medios según el criterio del gobierno es pedagogía, no tiene carácter electoral. (02:17 -02:34)			Se incluye el termino controversia, sin embargo, se expresa como una idea ambigua, puesto que en ningún momento se explica o refiere en quienes genera dicha controversia.
Es una vergüenza que este	en la que la autoridad	Se realizan diversas	Las intervenciones en

<p>presidente como el mismo lo dice hace lo que le da la gana y desconoce las reglas incluso de la constitución, no le basta con remplazar la constitución del 91 con un acuerdo con el peor grupo terrorista colombiano; si no que ahora quiere legalizar la práctica más temida en Colombia que es la utilización de los servidores públicos. (03:47-04:05)</p>	<p>competente determine, mediante decreto, cuándo se realizará la votación sobre un mecanismo de participación ciudadana hasta el día anterior a la realización del mismo". Mediante Decreto 1391 del 30 de agosto de 2016, convoqué al pueblo de Colombia para que el domingo 2 de octubre de 2016, en ejercicio de su soberanía, decida si apoya o rechaza el Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera. La campaña por el plebiscito empieza formalmente en la fecha del decreto de convocatoria, por lo que resulta indispensable establecer qué acciones de divulgación y promoción pueden adelantar los servidores públicos durante la campaña plebiscitaria.</p>	<p>intervenciones de senadores que expresan sus posturas frente al decreto emitido, resaltando las posturas a favor y en contra.</p>	<p>contra de la emisión del decreto son más extensas y no son interrumpidas durante la emisión, contrario a las intervenciones a favor.</p>
---	---	--	---

Figura No. 7 Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 6 de septiembre de 2016. Fuente: Elaboración propia

La siguiente identificación verbal del discurso va de la mano con **el principio de la transposición**; así de acuerdo con Uribe Arcila (2008) se debe “cargar sobre el adversario los propios errores o defectos del sistema, respondiendo al ataque con el ataque. Aún: Si no puedes negar las malas noticias, inventa otras que las distraigan” (p.2). Por lo tanto las noticias relacionadas con los logros alcanzados con el acuerdo de paz se opacan con otras noticias distractoras, de esta situación da cuenta con claridad la emisión del 19 de septiembre, fecha en la que la X Conferencia Nacional de las Farc estaba en su tercer jornada, siendo la primera realizada con apoyo del Estado y la seguridad de la Fuerza Pública, además la primera en la que tuvo acceso la prensa y lo más destacable la última conferencia de las Farc como guerrilla. En la emisión se concentran en uno de los debates más neurálgicos de la negociación, el fondo de tierras, además, respecto a las familias que tuvieron la oportunidad de reencontrarse solo transmiten la entrevista de un guerrillero que afirma no arrepentirse de haber portado un

arma. Tal y como la evidencia la siguiente figura que desarrolla el contexto e implicaciones de la X conferencia Nacional de las FARC-EP

Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 19 de septiembre de 2016			
Transcripción de la emisión	Significado global	Significados locales	Estructuras formales sutiles
Ellos están a puerta cerrada, no podemos ingresar a oírlos deliberar. Pero hoy Pablo Catatumbo del Secretariado de las FARC, lo que hizo fue decirnos lo que había pasado en este último de sesión de la conferencia, y lo que va pasar hoy, también de lo que va pasar hoy, también durante todo el día también que están ellos a puerta cerrada. Una de las cosas que nos dijo es que les preocupa mucho a los guerrilleros que el Gobierno no les cumplan los acuerdos, pero dijo que habría unanimidad en el apoyo el acuerdo de paz logrado en la Habana. [00:51 - 01:30].	La Conferencia Nacional de las FARC-EP fue el centro de las decisiones del grupo armado que marcaron más de 50 años del conflicto armado en Colombia. Esta vez la organización no habló de estrategias de guerra y del futuro en la subversión, sino de paz. Fue la primera que se realizó con el apoyo del Estado y la seguridad del evento corrió por cuenta de la Fuerza Pública; fue la primera a la que tuvo acceso la prensa; fue la primera en la que participó un gran número de mujeres y, por último y quizás lo más importante, fue la última de las Farc como guerrilla.	Se resalta el apoyo unánime al acuerdo de paz por parte de todos los miembros de las FARC	La X Conferencia Nacional de las Farc contó con una amplia cobertura mediática; sin embargo, se enfatiza en la falta de deliberación, repitiendo constantemente expresiones como " a puerta cerrada" "no podemos oírlos" generando una indisposición en el televidente como si se le ocultara algo
Jefferson Beltrán: La última vez que disparó su fusil fue hace cerca de un año y asegura no arrepentirse nunca de haberlo hecho. [05:04 - 05:09]. Johnny. Guerrillo del frente 43 de las FARC: Me siento orgulloso de haber sido revolucionario, y de estar aquí en la guerrilla. [05:10 - 05:14]. Jefferson Beltrán: ¿Así hay muerto gente? [05:15]. Johnny. Guerrillo del frente 43 de las FARC: Pues, si por medio, por medio de las confrontaciones se tiene que haber muertos de parte y parte. [05:16 - 05:20].	En el marco de la X conferencia de las Farc, llegaron los medios a realizar cubrimiento, también familiares de los miembros de las Farc que esperaban reencontrarse con sus familiares	El televidente pierde la conexión con el hecho más relevante de la noticia, los reencuentros familiares, y concentra su atención en la única intervención presentada sobre las afirmaciones de un guerrillero que expone que en medio del conflicto hay muertos en ambos bandos	Si bien el desarrollo de la noticia abordaba los reencuentros de familias, madres con sus hijos, parejas que no veían a sus esposos o militantes que no veían a sus hijos, la única intervención o entrevista que se realiza resalta con un gran énfasis el no arrepentimiento del guerrillero por disparar su fusil, además en la toma final se realiza un acercamiento posterior a la declaración con un audio digno de documental en la cual se realiza una grave afirmación
El mayor debate gira sobre todo en el fondo de tierras, quienes defienden el acuerdo dicen que no habrá	El primer punto que se llevó en la mesa de negociación, fue de reforma rural, es un punto que incluye la	Se infunde un temor por la expropiación y pérdida de las propiedades o tierras	Resaltan que los propietarios legales pueden perder su predio, involucrando e indignando a

Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 19 de septiembre de 2016			
Transcripción de la emisión	Significado global	Significados locales	Estructuras formales sutiles
expropiación a esas tierras obtenidas de manera legal. Y quienes lo critican aseguran que se deja ver tras la posibilidad de que los propietarios legales pierdan sus predios. [07:21 - 08:02].	creación de un fondo de tierras, la progresividad del impuesto predial y la participación de las diferentes comunidades en la definición y diseño de proyectos de infraestructura.	en el televidente	la población sobre los acuerdos en la habana.

Figura No. 8 Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 19 de septiembre de 2016. Fuente: Elaboración propia

Otra identificación realizada parte del **principio de la exageración y la desfiguración** que consiste en “convertir cualquier anécdota, por pequeña que sea, en amenaza grave. Cualquier intento del enemigo es una afrenta desmesurada” (Uribe Arcila, 2008, p.2). La nota de prensa que inundó titulares a nivel nacional e internacional el 22 de septiembre fue la firma del acuerdo de paz entre el Gobierno Colombiano y las Farc; no obstante, la parrilla de contenidos de Noticias RCN dedico únicamente 9 segundos de su transmisión a realizar una leve mención, acompañada de unas notas musicales que evocan amenaza, a partir de ahí exaltan absolutamente toda imagen negativa posible hacia el grupo de las Farc-EP, tanto así que cuando entrevistan a Laura Ulloa²¹ quien apoyaba el sí, se dedicaron en la nota de prensa a revictimizarla concentrando todo esfuerzo en deshumanizar el trato recibido durante los 7 meses que estuvo secuestrada. La siguiente figura se enmarca en la macro estructura semántica: Firma del acuerdo de paz en Cartagena entre Gobierno y grupo de las FARC

Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 22 de septiembre de 2016			
Transcripción de la emisión	Significado global	Significados locales	Estructuras formales sutiles
El Gobierno Colombiano y las FARC, firman el acuerdo de paz. La comunidad internacional presencia el fin del conflicto de cinco décadas. [00:00 - 00:09].	Tras varios años de negociación, se firma el acuerdo logrado en la mesa de negociación	Firma del acuerdo	La noticia más relevante del 22 de septiembre en Colombia fue la firma del acuerdo de Paz, no obstante, durante esta emisión únicamente se menciona en no más de 9 segundos dicho evento, el resto de la emisión respecto al
Atención Noticias RCN habló con Laura Ulloa, víctima de secuestro por parte de las FARC en Cali hace quince años, cuando era una niña. Hoy recordó, las situaciones duras que padeció cuando permaneció en	50 años de conflicto están marcados por las experiencias negativas de los más de 8 millones de	Se revictimiza a la víctima del conflicto, resaltando su experiencia y no su posición frente al	

²¹ Laura Ulloa fue víctima de secuestro por ELN a los 9 años y por las Farc a los 11 años, actualmente es una líder que apoya las iniciativas de paz y fin de conflictos.

Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 22 de septiembre de 2016			
Transcripción de la emisión	Significado global	Significados locales	Estructuras formales sutiles
cautiverio. Y aunque apoya el plebiscito, espera que las partes cumplan el acuerdo a cabalidad, Exclusivo RCN. [00:35 - 00:56]	víctimas que se reconocen de manera oficial, al igual que se reconocen de manera oficial los crímenes perpetrados contra la población y sus actores.	acuerdo	plebiscito estuvo concentrada en recordar a la población todas las acciones ilegales y las víctimas del conflicto armado, de igual manera se resaltan las investigaciones en contra de los miembros de la guerrilla.
El jefe de las FARC, alias Romaña, sobre quien pesan por lo menos tres condenas y ciento veinte procesos penales por múltiples secuestros masivos. Dijo de manera cínica que la guerrilla ha sufrido con la guerra. Y aseguró de no acordarse de la suerte del abogado Enrique Márquez, un secuestrado por las FARC, de quien su familia no tiene noticia desde hace diecisiete años. [01:39 - 01:58].		Se resalta las acciones del guerrillero y se resalta su participación en la Habana, contando con una larga lista de crímenes, investigaciones y condenas	
Alias Romaña tiene por lo menos tres condenas por secuestro, una por treinta, treinta y dos y treinta y ocho años de cárcel. En los años noventa azotó a comerciantes de Sumapaz y el Llano. Y fue el terror de los viajeros de la vía al llano con los secuestros masivos, conocidos como pescas milagrosas. Además, fue responsable por sangrientas tomas a poblaciones como las de Mitú en mil novecientos noventa y ocho. [02:49 - 03:12].			
Yo le digo las FARC que digan la verdad, porque la firma de la paz sobre impunidad no puede ser. Necesitamos saber que ha pasado, no solo con Enrique, si con todos estaban con él.		Se apela al dolor materno para que en acto de solidaridad por parte del televidente rechace una "paz sobre impunidad"	Programa la noche

Figura No. 9 Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 19 de septiembre de 2016. Fuente: Elaboración propia

Si bien es cierto, podría asumirse que las identificaciones en estas emisiones son respuesta a la coyuntura en Colombia durante el mes de septiembre por parte de Noticias RCN y se limitan únicamente al periodo de análisis, es de evidenciar que esta postura ha sido constante pues cuatro meses antes de esta emisión ya González Duque (2016) identificaba que:

El enfoque crítico o criticón de RCN al proceso de paz no es nuevo y ya ha llamado la atención por un sesgo quizá exagerado. La senadora Claudia López, también de Alianza Verde, se los reclamó a los periodistas del canal en medio de la transmisión en vivo del 23 de junio pasado: "Es una falta de respeto que nos tengan aquí (...) para que RCN Noticias se dedique a la

propaganda contra los acuerdos de paz. No vine a adornar con apariencia de imparcialidad semejante sesgo (...) Estos son unos acuerdos históricos, pese a la trivialización que aquí están tratando de darle". (p.5)

De ahí que no sorprenda la siguiente identificación verbal realizada sobre **el principio de silenciación** de Goebbels descrito por Uribe Arcila (2008) como "acallar las cuestiones sobre las que no se tienen argumentos y disimular las noticias que favorecen al adversario, también contraprogramando con la ayuda de medios de comunicación afines" (p.2). Para lograr lo anterior el cierre de la emisión del 27 de septiembre es una entrevista Mary Anastasia O'Grady, periodista de the Wall Street Journal, quien apoya la postura presentada por Noticias RCN y reafirma o ratifica frente a la audiencia el apoyo al No; así en una indagación ligera esta periodista cuenta con algunos reconocimientos, sin embargo, basta con ver las críticas que ha recibido en la redacción de sus columnas, solo por mencionar la realizada por la ministra de comunicación en Bolivia, Amanda Dávila que menciona:

Sus numerosas inexactitudes en artículos escritos en el Wall Street Journal, como las acusaciones en torno a que Fidel Castro desarrollaba virus para compartirlos con fundamentalistas islámicos o que Hugo Chávez y Daniel Ortega estaban brindando refugio a terroristas Islámicos [...] se ha caracterizado por su fuerte posición en contra de gobiernos que no mantengan posturas alineadas con la derecha [...] es célebre por sus planteamientos liberales en la línea del liberalismo clásico, su rechazo frontal a los gobiernos de izquierda en Hispanoamérica (Ministerio de Comunicación – Bolivia, 2018)

Así, queda expuesta la coalición con medios de comunicación afines. De la anterior identificación verbal da cuenta también la emisión del 27 de septiembre de 2016 enmarcada en los Acuerdos de Paz en Colombia y la cercanía de los comicios electorales que llevarían a la ciudadanía a expresar su apoyo o rechazo a través del plebiscito a lo acordado en la Habana.

Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 27 de septiembre de 2016			
Transcripción de la emisión	Significado global	Significados locales	Estructuras formales sutiles
Hay gente que no entiende cómo quienes han cometido estos delitos puedan ahora tener unos cargos asegurados en el legislativo colombiano, cómo se van a volver dirigentes de esos colombianos, que mensaje tiene usted para todas esas personas que no	Uno de los puntos establecidos en el acuerdo de Paz, permite a través de las JEP y bajo condiciones claras no quedar inhabilitados para cargos públicos a	Se transmite un mensaje de gobernanza de parte del grupo armado ilegal las Farc	Se realiza un alto énfasis en que a pesar de los crímenes cometidos los miembros de las Farc se volverán dirigentes de los colombianos

Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 27 de septiembre de 2016			
Transcripción de la emisión	Significado global	Significados locales	Estructuras formales sutiles
aceptan o que lo ven de manera muy impresionada ese hecho. (00:08-00:29)	los exmiembros de las Farc		
Justo a la hora que el gobierno y las FARC firmaban el acuerdo un niño de seis años era víctima de una mina antipersonal, según los padres el menor jugaba con un vecino de su misma edad futbol, el balón rodó a una platanera, los pequeños corrieron en busca de la pelota cuando los padres escucharon la fuerte explosión, los niños sufrieron graves heridas. (02:25-02:42)	Por mina antipersonal muere niño de 6 años	Se refuerza el imaginario de una falsa paz, dado que paralelo a la firma de los acuerdos siguen ocurriendo hechos de violencia	Se resalta que simultáneamente a la firma de los acuerdos detona mina antipersonal, elemento que al final de la noticia describen debe investigarse dado que no hay certeza si fue una granada o una mina, de igual manera deslegitima el acuerdo de paz
La oposición política representada en Colombia por el Centro Democrático no se resigna a quedarse de brazos cruzados después de ver la firma de los acuerdos entre el gobierno y la guerrilla, han anunciado desde ya demandas internacionales de ese acuerdo, del texto del acuerdo, han dicho que no permitirán que se convierta en parte del bloque de constitucionalidad, es decir el texto de la constitución nacional. (04:46-05:07)	Se realizan demandas internacionales al acuerdo de paz	Se resalta las acciones de los opositores a los acuerdos de paz	Se presenta a la oposición como una fuerza activa al mencionar que "se resignan a quedarse de brazos cruzados"
Periodista: Estamos conversando con Mary Anastasia O 'Grady editora del World Street Journal quien hoy publica una columna "el presidente Santos le está tendiendo una trampa a los colombianos" gracias por acompañarnos, ¿en qué consiste esta trampa? (14:27- 14:39) Mary Anastasia O 'Grady (periodista de the Wall Street Journal): Tengo muchas dudas que la mayoría de los colombianos han leído este acuerdo, en este acuerdo hay muchas cosas, detalles que van a dañar el país en largo plazo. (14:40-14:55)	Entrevista a la periodista Mary Anastasia O 'Grady editora del World Street Journal	Se refuerza la idea de un canal objetivo, con diversas miradas internacionales	La participación de Anastasia, da al televidente una percepción de periodismo objetivo y posturas compartidas a nivel internacional, si bien es cierto Anastasia si es una periodista reconocida, no mencionan que es reconocida por su radical postura de extrema derecha y las fuertes críticas que han recibido sus columnas por sus altas inexactitudes y falsas acusaciones a través de ellas

Figura No. 10 Expresiones verbales "discurso" durante la emisión del 27 de septiembre de 2016. Fuente: Elaboración propia

Las anteriores identificaciones dan cuenta de que “ningún mensaje informativo puede ser exactamente fiel a la realidad; es decir, no puede ser en sentido matemático objetivo, imparcial, apolítico, neutral e independiente” (Rodríguez Ponce y Palma Quiroz, 2012). Sin embargo, Noticias RCN no solo demuestra una falta de objetividad, sino un sesgo intencionado en el discurso emitido, ya que evidencia una postura declarada frente a una coyuntura política, favoreciendo el No, como se identifica en las figuras de análisis anteriores, situaciones que dejan entrever la relación entre discurso, poder y dominación, que será desarrollado con mayor amplitud más adelante.

Análisis del apoyo visual del discurso

Por otra parte, al examinar la construcción visual de apoyo al discurso, el 25 de agosto de 2016 nuevamente marca la pauta de lo que sería esta construcción visual; durante esta emisión se desarrolla un panel al cual sus asistentes

Comentaron una a una las notas periodísticas del noticiero, que, sin embargo, eran todas desde una mirada caótica del proceso: el daño que han hecho las FARC, la deuda que tienen por no haber entregado aún a los menores de edad, sus delitos sexuales, sus incumplimientos pasados, las denuncias por la continuación de extorsiones en algunas zonas del país (González Duque, 2016, p.2)

Además, “el sesgo antigobiernista del noticiero fue más evidente durante el plebiscito de los acuerdos de paz con las Farc, cuando Gurisatti llevó al set solo a representantes del No, lo que fue criticado como una obvia falta de equilibrio” (Pulzo 2018, párrafo 6). El mayor hallazgo se evidencia en los titulares de cada emisión, que refuerzan los hallazgos realizados en el análisis de las expresiones verbales, como ocurre en la emisión del 31 de agosto de 2016 con el titular “el Papa dijo No”.

Apoyo visual del discurso durante la emisión del 31 de agosto de 2016			
Captura	Texto del titular	Descripción de la captura	Intencionalidad
 <p>(00:14)</p>	El Papa Francisco dijo No	Se expone el titular como una postura por parte del Papa Francisco frente a la coyuntura que implicó el plebiscito	Reflejar una postura inexistente por parte de una figura pública altamente influyente en Colombia
 <p>(03:25)</p>	"Pudo haber tenido origen en una mentira"	El titular se presenta por más de 15 segundos sin poner en contexto la afirmación que presenta en pantalla	Poner en entre dicho las acciones y decisiones tomadas en los acuerdos alcanzados en la Habana

Figura No. 11 Apoyo visual del discurso durante la emisión del 31 de agosto de 2016. Fuente: Elaboración propia

El apoyo visual tiene un rol determinante en el **eco de repetición sistemática** del No, pues se refuerza de manera constante permitiendo el **principio de vulgarización**. De esta manera,

Toda propaganda debe ser popular, adaptando su nivel al menos inteligente de los individuos a los que va dirigida. Cuanto más grande sea la masa a convencer, más pequeño ha de ser el esfuerzo mental a realizar. La capacidad receptiva de las masas es limitada y su comprensión escasa; además, tienen gran facilidad para olvidar". (Uribe Arcila, 2008, p.2)

La emisión del 6 de septiembre da cuenta de esta situación, empero, se hace necesario evidenciarlo de manera más explícita por lo que posteriormente se incluyen visualizaciones claves de otras emisiones:

Apoyo visual del discurso durante la emisión del 6 de septiembre de 2016			
Captura	Texto del titular	Descripción de la captura	Intencionalidad
 <p>(03:16)</p>	"No se han utilizado recursos del estado"	Se lee de manera clara consignas que favorecen el No, en este caso una sede que presenta Por una Paz Verdadera Colombia vota No	Durante la emisión, las imágenes de la campaña por el sí presenta 2 o 3 personas, por su parte las presentaciones del No se hacen ver multitudinarias. Emitiendo un claro imaginario de que el No tiene más representación

Figura No. 12 Apoyo visual del discurso durante la emisión del 6 de septiembre de 2016. Fuente: Elaboración propia



Figura No. 13 Visualizaciones clave. Fuente: Noticias RCN. (2018)

Llama la atención la identificación respecto a los titulares de prensa que advierte González Duque (2016) al realizar un comparativo en la línea editorial de Noticias Caracol, donde se escuchó a las víctimas que tienen posturas a favor y en contra de lo acordado, quizás por ser actores vulnerados en el conflicto, una de las voces que mayor intervención debió tener, contrario a lo ocurrido en Noticias RCN donde Claudia Gurisatti se concentró en mostrar el lado negativo del histórico acuerdo.

Ahora bien, Valdez Zepeda (2012) expresa como parte de la estrategia “para ganar la elección, con frecuencia **se acude al uso del miedo**²² y **la ira** entre los votantes, bajo el entendido de que la movilización de este tipo de emociones básicas del ser humano resulta altamente redituable, electoralmente hablando.” (p.135). De lo anterior la emisión del 22 de septiembre da cuenta explícita de dicha afirmación, ya que exponen imágenes asociadas a la violencia, desaparecidos, secuestrados, víctimas entre otras que sugestionan al espectador y apelan a la sensibilidad de las imágenes para generar picos emocionales que registran posteriormente en la memoria a largo plazo asociaciones negativas al contexto en el que se desarrollan:

Apoyo visual del discurso durante la emisión del 22 de septiembre de 2016			
Captura	Texto del titular	Descripción de la captura	Intencionalidad
 <p>(00:45)</p>	Estuvo 7 meses secuestrada	Se expone una imagen de una persona vendada, atada y con la cabeza inclinada junto al titular secuestrada a los 11 años con la imagen de un guerrillero acompañándola	Sugestionar al televidente con una visión de vulnerabilidad de la persona civil frente a quien ha tomado las armas de manera ilegal
 <p>(00:55)</p>	Secuestrada cuando era niña	Se presenta una imagen que re victimiza a la víctima	Se resalta la experiencia de secuestro y el trato que recibió pasando por alto y de manera furtiva la posición de apoyo al acuerdo de paz por parte de la víctima

²² El miedo es una perturbación angustiosa del ánimo por la percepción del individuo sobre un riesgo o daño real o imaginario, mismo que tiene un efecto en su 1 conducta y sus sentimientos (Valdez Zepeda, 2012, p. 135)

Apoyo visual del discurso durante la emisión del 22 de septiembre de 2016			
Captura	Texto del titular	Descripción de la captura	Intencionalidad
 <p>(03:07)</p>	Terror de viajeros en el llano	La fotografía presenta a un miembro de la guerrilla con sus insignias y la cara cubierta	Se presenta la noticia como un hecho de actualidad y no un evento pasado, apelando a la continuidad de las acciones ilegales durante el proceso en la habana, además se intercalan estas imágenes con las de la firma, tratando de exponer de forma sutil "lo que se está acordando en la habana"
 <p>(04:50)</p>	Kike Márquez más de 17 años secuestrado	Se presenta una fotografía a blanco y negro de su hijo secuestrado hace 17 años	Se apela al dolor materno para que en acto de solidaridad por parte del televidente rechace una "paz sobre impunidad"

Figura No. 14 Apoyo visual del discurso durante la emisión del 22 de septiembre de 2016. Fuente: Elaboración propia

Finalmente, en la emisión del 27 de septiembre se ve en cierta medida reflejado el **principio de la unanimidad** expuesto por Uribe Arcila respecto a “llegar a convencer a mucha gente de que se piensa “como todo el mundo”, creando una falsa impresión de unanimidad” (Uribe Arcila, 2008, p.2). Lo anterior especialmente en el cierre de la emisión donde participa una figura internacional que refuerza la idea de que el acuerdo de paz “hará un daño al país”.

Apoyo visual del discurso durante la emisión del 27 de septiembre de 2016

Captura	Texto del titular	Descripción de la captura	Intencionalidad
 <p>(00:59)</p>	"Criminales deberán pagar consecuencias"	Se asocia el concepto de criminalidad con los rostros de los líderes del grupo armado ilegal las Farc	Generar escarmiento público
 <p>(04:27)</p>	Firmaban la paz y Moría un niño por mina	Periodista con tonalidad seria	Agravar la situación relacionada entre firma de paz y muerte de menor
 <p>(14:53)</p>	"Hay cosas que van a dañar el país"	Entrevista a editora de prensa en EE UU	Reforzar la objetividad del medio a través de las posturas internacionales

Figura No. 15 Apoyo visual del discurso durante la emisión del 27 de septiembre de 2016. Fuente: Elaboración propia

Tras identificar las expresiones verbales del discurso emitido por parte de Noticias RCN y examinar las construcciones visuales que apoyaron y reforzaron esas identificaciones, se observa que Noticias RCN presenta una postura abierta frente a una coyuntura política que permite ver la relación entre discurso, poder y dominación. Puesto que “en estas campañas se hace uso de diversas estrategias con el fin, por un lado, de ganar la elección y, por el otro, de que los opositores no obtengan los votos suficientes para ocupar el puesto en disputa” (Valdez Zepeda, 2012, p. 135).

Abordar esta relación entre el poder y la dominación con el discurso sobre el plebiscito por los acuerdos de paz en Colombia emitido y promovido por el Noticiero RCN se hace necesario retomar a Van Dijk (1999) respecto a que “la noción central en la mayor parte del trabajo crítico sobre el discurso es la del poder, y más concretamente el poder social de grupos o instituciones” (p. 26), quien además define el poder social en términos de control, así, los grupos tiene poder si son capaces de controlar, para su propio interés, los actos de ciudadanos establecidos a través de la fuerza, del dinero, del estatus, de ideas de fama, “de información”, del discurso público y de la comunicación. Para comprender esta relación se hace necesario primero entender la visión de poder que tiene Van Dijk, para éste “el poder es una propiedad de las relaciones existentes entre los grupos sociales, las instituciones o las organizaciones” (Van Dijk y Bixio, 2009, p.235). Para el periodo de análisis frente a las relaciones existentes entre Noticias RCN y la Presidencia se constaron grandes diferencias que han llevado al medio a ser un crítico y detractor de este logro presidencial, los acuerdos de paz; sin embargo, esta relación no siempre estuvo fracturado como lo registra González Duque (2016):

Hubo un tiempo en que, por cuenta de la relación entre periodistas, dueños y Presidencia, RCN recibió el apelativo de “Radio Casa de Nariño”; épocas en las del expresidente Uribe en que había incluso una próspera puerta giratoria que llevaba a directores de noticias a las embajadas y a vicepresidentes a la dirección de noticias. Eran un mismo cuerpo, un matrimonio por conveniencia y de ideología, que hoy sin embargo está en el otro extremo. (Párrafo 1)

Lo anterior permite identificar que el poder es una característica de las relaciones entre la familia Ardila Lülle, Álvaro Uribe Vélez y el partido que fundó posterior a sus dos periodos presidenciales, el Centro Democrático. Asimismo, la empatía de Claudia Gurisatti, quién asume la dirección de Noticias RCN en el año 2015 es mostrada por Luwin (2015) a quien la “llegada de Gurisatti no sorprendió. No solo sonaba desde hace varias semanas, sino que es de la entraña de Carlos Julio Ardila, el hijo de Carlos Ardila Lülle que maneja el canal desde su fundación” (párrafo 27)

De manera que, para comprender las motivaciones en el discurso emitido por Noticias RCN durante el periodo del plebiscito se hace necesario reconocer las relaciones entre los actores ya mencionados. Además, Van Dijk da otra característica que juega un rol fundamental en estas relaciones, al referirse al poder que “se basa en el acceso privilegiado a recursos sociales apreciados, tales como la riqueza, los empleos, el estatus o directamente en el acceso preferencial al discurso y la comunicación públicos” (Van Dijk & Bixio, 2009:137); la elección de Claudia Gurisatti no es un evento al azar, ella materializa en cierta medida el acceso privilegiado al discurso y la comunicación públicos, por lo tanto, su rol como directora es determinante para emitir “un conjunto de políticas internas que desdibujan la estampa de la objetividad, resultando en una programación que favorece proyectos políticos afines y ataca a los contrarios” (López, 2007, p.51)

Esta situación vivida desde la dirección de noticias RCN da cuenta de la visión de poder social emitida por Van Dijk que lo define “como el control que ejerce un grupo o una organización sobre las acciones y/o las mentes de otro grupo, con lo cual limita la libertad de acción de los otros o influye en sus conocimientos, sus actitudes o sus ideologías” (Van Dijk & Bixio, 2009:122). De ahí que, el discurso periodístico de Noticias RCN “se ha cruzado con una serie de hechos que han generado ruido por un pulso de poder político-económico entre el Gobierno Santos y la Organización Ardila Lülle” (González, 2016, párrafo 6). Siguiendo a González, este pulso de poder se vio evidenciado en la situación de los ingenios azucareros, las investigaciones con las Emisoras Súper y la supuesta colaboración con paramilitares por parte

de Postobón que dejaron en evidencia sus diferencias (entre RCN y la actual Presidencia) en las emisiones de los noticieros. Respecto a la sanción a los azucareros fue criticado “el manejo parcializado que se dio a las sanciones de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) a los ingenios azucareros, donde el grupo Ardila Lülle tiene intereses” (Pulzo, 2018, párrafo 4).

Así evidenciamos que “los medios de comunicación están sujetos a los grupos de poder económico y social que interactúan con intereses transnacionales, dejando de lado la necesidad social y el principio de objetividad como entidad comunicativa” (Montesinos Condo, 2011, p.23). Por lo tanto, empresas particularmente privadas, política y medios son los campos de acción social específico que estas relaciones de poder buscan dominar ya que “con frecuencia el poder y la dominación social están organizados e institucionalizados, para permitir un control más efectivo y autorizar formas de rutina de la reproducción del poder” (Van Dijk y Bixio, 2009, p.122)

Comprendido las relaciones de poder existentes y que enmarcan el discurso emitido por Noticias RCN, se hace necesario también comprender el elemento yuxtapuesto al poder, la dominación, que es interpretada por Van Dijk como “una forma de abuso del poder social, es decir, como un ejercicio legal o moralmente ilegítimo del control sobre los demás buscando el propio beneficio y que a menudo da por resultado una desigualdad social” (Van Dijk y Bixio, 2009, p.122); de ahí que a Luwin (2015) no le sorprendiera el nombramiento de Claudia Gurisatti puesto que ella “tiene comunicación directa con los dueños del Canal, su poder es grande, y su llegada ha sido interpretada como una señal de que los Ardila quieren a alguien muy cercano manejando la información de su canal” (párrafo 6); situación que también identificó Bohórquez (2016):

Después de un breve exilio regresó al país dispuesta a servirle sin restricciones al presidente Álvaro Uribe Vélez. Ese amor hacia el líder del Centro Democrático no se ha acabado y por eso, al parecer, le molesta que sus periodistas entrevisten a Piedad Córdoba o a Iván Cepeda y cada vez que hay un invitado de izquierda aprovecha para atacarlo sin piedad. (Párrafo 7)

Esta situación entra en contravía con la visión de Giraldo (2006) sobre los medios de comunicación y su rol en la defensa de los valores democráticos, de la libertad de prensa defendida por la Constitución Política para que los medios puedan informar; en parte por “el notorio uribismo de Gurisatti, se anticipa que RCN vuelva a tener una línea cercana al ex presidente, como la que lo caracterizó en los ocho años de Gobierno de Álvaro Uribe” (Luwin, 2015, párrafo 8). De esta manera se evidencian situaciones de dominación no únicamente hacia los televidentes si no también en la dirección del canal.

En 2009, Pedroapela un refrán popular respecto a no morder la mano que te da de comer, que cobra una alta significancia y con un efecto muy visible en los medios. En primer lugar, sobre la definición del *status quo*, el cual es definido, de acuerdo con los hallazgos, como un resultado negativo para el país el aprobar los acuerdos de paz; segundo, en la supresión de información o construcción de una imagen pública, evidenciado en las estructuras sutiles que se presentaron durante las emisiones que resaltan las noticias de guerra frente a los logros de los acuerdos de paz; tercero, en la transmisión de valores construidos a partir del “daño” que significaba firmar el acuerdo de paz con las FARC. Sin embargo, Van Dijk también menciona que la dominación no puede ser absoluta, generalmente es gradual y constantemente se topa con la resistencia de los grupos dominados.

Los análisis compartidos de las relaciones de poder y dominación que enmarcan las identificaciones verbales y la revisión del apoyo visual al discurso permiten finalmente sintetizar el abordaje de la pregunta problema:

¿Cuál es el discurso promovido por el Noticiero RCN sobre el plebiscito por los acuerdos de paz en Colombia en sus emisiones del 30 de agosto al 2 de octubre de 2016 del medio día?

El discurso promovido por el Noticiero RCN sobre el plebiscito por los acuerdos de Paz en Colombia estuvo determinado por la agenda Política de Álvaro Uribe Vélez y su partido Centro Democrático e intereses del grupo financiero Ardila Lülle, que estructuró sus emisiones

en un apoyo evidente al No, desde las estructuras verbales que resaltaron el No en todas las emisiones hasta las imágenes en pantalla constante de los promotores del No. Así, aunque no existió una invitación directa al voto por el No en el plebiscito, las emisiones se caracterizaron por brindar espacios a figuras influyentes que apoyaban el No, además de crear una condición de marginalidad de la oposición (defensores del No) victimizándolos. También se evidenció un constante señalamiento al gobierno nacional como responsable de las situaciones negativas en el país por dedicar sus esfuerzos al acuerdo de paz, que se caracterizó al mismo tiempo por la exageración y desfiguración de las notas de prensas por pequeñas que fueran sí ésta emitía una imagen negativa que pudiera asociarse al proceso de paz. Por último, se destaca su silencio en la transmisión de los logros positivos del acuerdo de paz o el desmentir las afirmaciones falsas en circulación²³ durante ese periodo.

Este discurso además se halla fuertemente definido por las estructuras formales sutiles y la imagen guerrillista del conflicto que se superpuso al proceso de paz y pone al No como símbolo y respuesta al mismo paradigma que se establece en el discurso emitido por Noticias RCN. El discurso emitido conjuntamente, no responde únicamente al periodo del plebiscito en Colombia, sino que ha sido constante durante todo el proceso de Paz, en junio de 2016 cuando se anunció el acuerdo del cese al fuego bilateral, González Duque (2016) comenta que “la emisión de las siete de la noche abrió con los bombazos y los ataques terroristas en la peor época del conflicto con esa guerrilla y dejaron en un segundo plano el apretón de manos Santos – Timochenko” (párrafo 5).

Por otra parte, se evidencia que es imposible una programación totalmente objetiva, puesto que, el simple hecho de que los periodistas sean personas que emiten en su discurso una postura frente a los temas que se exponen y que en cierta medida responden a las demandas del televidente, como lo evidencia la figura a continuación en la que a través de una

²³ Al admitir una demanda, el Alto Tribunal aseguró que es un hecho notorio que hubo “engaño generalizado” para votar en contra del plebiscito por la paz. (El Consejo de Estado dice que se le mintió al electorado en campañas del No, 2018)

tabla de dispersión se ubica la aceptación del ingreso de Claudia Gurisatti como directora de Noticias RCN y su filiación política con el Uribismo:



Figura No. 16 Tabla de dispersión relación entre postura política y aceptación del hecho Fuente: Luwin, J. (2015)

El televidente busca ser parte de la unanimidad, de ahí que el ingreso de Claudia Gurisatti haya sido bien recibido, como lo indica la tabla de dispersión que relacionaba la postura política del televidente y su satisfacción con el ingreso de Gurisatti a la dirección de Noticias RCN; después de todo “las noticias son, en definitiva, productos que hay que vender y que, en principio, tienen que gustar y ser más o menos creíbles para el público” (Pedro, J. 2009, p. 222).

Cerrando los hallazgos encontrados, vale la pena recordar que las expresiones verbales identificadas en el discurso sobre el plebiscito de paz por los acuerdos de paz en Colombia del Noticiero RCN se enmarcan en una postura de promoción del No desde identificaciones recurrentes como:

-Involucrar figuras altamente influyentes

- La marginalidad de la oposición
- El principio de la transposición
- El principio de la exageración y la desfiguración
- El principio de silenciación (disimular las noticias que favorezcan al adversario)

Todo ello, a través de las estructuras sutiles como se mostró a lo largo del capítulo. Además, al examinar la construcción visual de apoyo al discurso se evidenció el uso recurrente de imágenes asociadas a la guerra y de manera predominante imágenes constantes de los promotores del No, logrando una alta sugestión en el espectador, mediante:

- El eco de repetición sistemática
- El principio de vulgarización
- Acudir al uso del miedo y la ira
- El principio de la unanimidad

Estos hallazgos se enmarcan en las relaciones de poder y dominación encarnados en los poderes económicos de la familia Ardila Lülle, junto con el poder político representado en Álvaro Uribe Vélez y el partido político que lidera: el Centro Democrático, que denota sus intereses por influir en los resultados de los comicios electorales; no obstante, también se evidencia desde otros medios de comunicación formas de resistencia, que a través de análisis críticos del discurso menos exhaustivos generan sus propias reflexiones frente a las relaciones de poder identificadas, como ocurre con Luwin del medio La Silla Vacía en el artículo *Con Gurisatti, RCN recupera su público uribista*; con González Duque de El Espectador en *La paz NO será transmitida en RCN*; con Angulo Rincón con su análisis de contenidos del noticiero de RCN de Colombia desde la perspectiva de la comunicación *El conflicto y el desarrollo*, o Bohórquez de Las2orillas en *El uribismo de Claudia Gurisatti se nota en Noticias RCN*, por mencionar algunos casos.

Capítulo 5: Conclusiones

El resultado del plebiscito en Colombia del 2 de octubre de 2016 que tomó por sorpresa a la comunidad internacional e inundo sus titulares de “Colombia le dijo no a la Paz”, también tomó por sorpresa a muchos colombianos que veían inminente la victoria del sí, incluidos los promotores del No. Dieciocho meses después son diferentes los análisis y sentencias que han juzgado las estrategias de los promotores del No para lograr este resultado, estrategias en las que los medios tuvieron un rol determinante en la construcción de percepciones negativas en torno a los acuerdos de Paz.

Esta investigación analizó uno de los promotores del No, Noticias RCN, quién no solo evidenció una tendencia política clara como medio informativo sino una clara postura frente a los acuerdos. Ahora bien, no se puede atribuir los resultados del plebiscito únicamente a Noticias RCN, ya que en palabras de Riaño (2016) parte de la responsabilidad de este gran problema está “en el Estado colombiano, parte en los medios masivos y parte en los propios colombianos. Para el Estado colombiano la educación de los colombianos nunca ha sido prioridad, especialmente la educación política” (Párr.6). No obstante, se constató como a través de su discurso el concepto de *alo-repetición* identificado por Tabenski (2004) que expresa que “la repetición de las palabras del otro contribuye a crear un verdadero tejido conversacional en el que los participantes “bordan” las palabras de los interlocutores en la trama de su propio discurso” (p.17), lo cual estuvo presente con un alto eco en las palabras “No” y “Farc” reiteradas durante las emisiones analizadas.

Las características del discurso de Noticias RCN identificadas a lo largo de este análisis son:

1. Generó espacios de participación a figuras influyentes que apoyaron el No. Si bien el sí también tuvo intervenciones durante las emisiones, éstas son reducidas en tiempo de participación frente al No y con escenas múltiples que implicaban distorsiones de fondo,

como variedad de audios que acompañaban la captura (situación contraria al No, en pantalla completo y con un único audio).

2. Otorgó una condición de marginalidad a los defensores del No, victimizándolos, asumiéndolos en una condición de minoría, en defensa del bienestar colombiano, ante un pueblo “engañado”.
3. Evidenció un constante señalamiento del gobierno como responsable de las situaciones negativas en el país por dedicar sus esfuerzos al acuerdo de paz.
4. Emitió notas de prensa exageradas y desfiguradas por pequeñas que fueran, si estas emitían una imagen negativa que pudiera asociarse al proceso de paz.
5. Promovió el silencio al no transmitir los logros positivos del acuerdo de paz o desmentir afirmaciones en circulación durante ese periodo.

Esto fue posibles gracias a las estructuras sutiles formales que se señalaron en los diferentes extractos de las matrices de análisis que fueron determinantes en el contraste de los significados globales *versus* los locales y por supuesto con el apoyo visual al discurso que refuerza las mencionadas características, a través de sus titulares y la premeditada selección de las imágenes, audios y videos generalmente de guerreristas que, conjunto con el discurso estructuran las emisiones de Noticias RCN. Para Valdez Zepeda (2012) “toda campaña electoral exitosa articula sus estrategias no sólo con base en sus propuestas ideas y proyectos de nación, sino también tomando en consideración la movilización de las emociones (principalmente la ira y el miedo) de los electores” (p.136), siendo la ira y el miedo las emociones más evocadas en la construcción visual del discurso de las emisiones analizadas de Noticias RCN.

Sin embargo, sería desconocer la relación entre el poder y la dominación señalar que la postura de Noticias RCN responde a la autonomía obtenida por ser un canal privado. Su directora en ese entonces Claudia Gurisatti, quien es motivada por su propia postura ideológica, empatiza con poderes económicos de la familia Ardila Lülle y políticos con Álvaro Uribe Vélez y el partido Centro Democrático que no solo aceptan esa posición, sino que buscan sacarle

provecho para sus propios intereses de dominación a través del manejo de las emociones antes mencionadas en los votantes.

Valdez Zepeda (2012) expone que, en el futuro, al igual que en el pasado, el miedo será el vehículo de los políticos para movilizar el voto para evitar perder lo logrado, así como el enojo y la frustración de los electores. Es decir, el miedo y la ira movilizan mayor población que el amor y la propuesta, determinando los resultados en el plebiscito. De esta forma se constituye el poder del discurso.

No obstante, las formas de resistencias también estarán presentes, ya sea desde las movilizaciones ciudadanas o bien desde los propios medios en su diversidad de opiniones, que apoyen en sentido crítico a la construcción ciudadana; de igual manera este documento constituye un aporte a la construcción ciudadana en la medida que permite visibilizar las relaciones de poder y la dominación a través de los medios, para que desde allí se empiecen a pensar en las posibles alternativas a ello.

Estas conclusiones, permiten visualizar los aportes que genera este documento; primero evidenciar de manera documentada la manipulación sutil pero significativa de los medios de comunicación en la población en el marco de la construcción democrática; segundo, permite sumarse a las evidencias que reconocen que hubo "engaño generalizado" en campaña del No en el Plebiscito; y, tercero, generan una reflexión en los elementos que quedan abiertos en torno a que los mecanismos de doctrina y control tienen mayores efectos en las "democracias" donde son "ocultos", que en las dictaduras donde son claramente visibles; por lo cual este documento es otro punto de partida para extenderse a nuevos planteamientos, como: ¿Cuál es el rol del ciudadano de a pie en las relaciones de poder y dominación?, ¿Cuál es la relación entre medios de comunicación y ciudadanía?, ¿Cómo empoderar la ciudadanía de las herramientas del análisis crítico del discurso para alcanzar una verdadera democracia? O aquellas que su propia reflexión genere, lo que implicaría abordar nuevas categorías como

ciudadanía, participación ciudadana, educación y participación política por mencionar, que usted, como lector está invitado a pasar de la reflexión a la acción.

Referencias

Alcalde Villacampa, J; (2003). Medios de comunicación como intermediarios del voto: la influencia de TV1 y Antena 3 en las elecciones legislativas de 1993. *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, () 145-178. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99717903006>

Angulo Rincón, L.; (2011) Análisis de contenidos del noticiero de RCN de Colombia desde la perspectiva de la comunicación, el conflicto y el desarrollo. *Oikema*, p.54. Recuperado de revistas.ut.edu.co/index.php/oikema/article/download/183/182

Arteaga Morales, B., Walteros Rangel, D., Álvarez Montoya, L., Andrade Becerra, O., Puentes Orjuela, J., Cortés Bernal, A., & Baños López, L. (2017). Aclarando conceptos: medios de comunicación y construcción de paz. *Cuadernos Paz A La Carta N°2 Medios De Comunicación Y Construcción De Paz*, (2248-6658), 4-11. Retrieved from http://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field_attached_file/cuaderno2.pdf

Awad A., G; Valencia Arias, A; (2011). Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios. *Reflexión Política*, 13() 80-89. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11021354007>

Barrientos Felipa, P; (2010). El marketing del partido político en el gobierno. *Semestre Económico*, 13. p. 124. Recuperado de <http://lawwww.redalyc.org/articulo.oa?id=165014341006>

Berlín Villafaña, I; (2008). Medios de comunicación y procesos electorales. Los monitoreos de medios. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, L() 81-90. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42112607005>

Blesa Aledo, P S; (2006). Medios de comunicación y democracia: ¿El poder de los medios o los medios al poder?. *Sphera Pública*, () 87-106. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29700606>

Bohorquez, S. (2016). El uribismo de Claudia Gurisatti se nota en Noticias RCN - Las2orillas. [En línea] Las2orillas. Disponible en: <https://www.las2orillas.co/el-uribismo-de-claudia-gurisatti-se-nota-en-noticias-rcn/> [Consultado el 14 Abr. 2018].

Canal RCN [Noticias RCN]. (2017). emision-1230-pm-30-agosto-2016 [Archivo de video]. Recuperado de <http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-30-agosto-2016>

Castrillón Rincón C. (2016). Perfil Empresarial De Carlos Ardila Lülle: Una Estructuración Desde La Metodología Eahe (Trabajo de Maestría). p.92-93. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá D.C., Colombia.

Chomsky, N. (2005). Construcciones mentales y realidad social. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, (10), 47-83.

Collado Campaña, F; (2008). La influencia de las radios y las televisiones comunitarias en la construcción de la ciudadanía. Ámbitos, p. 212. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16812702013>

Darío Restrepo, J; Herrán, M T; Barbero, J M; Rey, G; (2003). Guerra y medios de comunicación. Revista de Estudios Sociales, () 117 - 119. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81501611>

De León Vázquez, S; (2007). Reseña de "Información y democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política. El caso de México" de Roberto Gutiérrez. Comunicación y Sociedad, p. 198. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34600811>

Decreto 1391. Por el cual se convoca a plebiscito y otras disposiciones, Colombia 30 de agosto de 2016

El Consejo de Estado dice que se le mintió al electorado en campañas del No. (2018). "Las mentiras" de las campañas del No, según el Consejo de Estado. [online] Available at: <https://www.semana.com/nacion/articulo/el-consejo-de-estado-dice-que-se-le-mintio-al-electorado-en-campanas-del-no/510040>

FARC-EP, S. (2018). Quiénes somos y por qué luchamos - FARC_Fuerza Alternativa Revolucionaria del Común. FARC_Fuerza Alternativa Revolucionaria del Común. Recuperado de <https://www.farc-ep.co/nosotros.html>

Fraquesa A. M. (2002) Breve Reseña De La Aplicación Del Análisis Crítico Del Discurso A Estructuras Léxico-Sintácticas ONOMAZEIN 7 p. 449-462

Estupiñán Bethencour, F; (2000). El sentido crítico y los medios de comunicación. Revista Latina de Comunicación Social, 3 Recuperado de <https://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000qjn/98receptor.htm>

García León, J E; García León, D L; (2014). Análisis crítico de las campañas publicitarias de Samuel Moreno y Enrique Peñalosa. Hacia una aproximación de sus estrategias discursivas. Lingüística y Literatura, () 113-137. Recuperado de <http://www.uacm.kirj.redalyc.redalyc.org/articulo.oa?id=476548643006>

García, J. (2014) influencia de los medios de comunicación en la esfera política. Un análisis del papel de la revista semana en el escándalo político de las interceptaciones ilegales del Das. período 2009-2011. Bogotá. Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Recuperado de <http://repository.urosario.edu.co/handle/10336/5686?show=full>

Giraldo A., L. (2006). Sobre el papel de los medios de comunicación en los conflictos del siglo XXI. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, (19)

Gómez, J., Hernández, J., Gutiérrez, L., Arango, G. y Franco, A. (2010). Los noticieros de la televisión colombiana en observación. Una mirada desde la academia a la estructura, cobertura y contenidos de los teleinformativos de la televisión abierta en Colombia. Palabra Clave, 13(2), 217-250. Recuperado de httpwww.scielo.org.coscielo.phpscript=sci_arttext&pid=S0122-82852010000200002&lng=en&tlng=es.

González Duque, R. (2016). La paz NO será transmitida en RCN | Blogs El Espectador. [En línea] Blogs El Espectador. Disponible en: <http://blogs.elespectador.com/actualidad/el-cuento/la-paz-no-sera-transmitida-en-rcn> [Consultado el 14 Abr. 2018].

Gutiérrez, E. (2015). A propósito de los “falsos opuestos” en Ciencias Sociales –La IAP como posibilidad para la lectura integral y crítica de la realidad–Campos / Vol. 3, N.º 2 / juliodiciembre de 2015 / Bogotá, D. C. / Universidad Santo Tomás / pp. 261-279

Gutiérrez, E. (2017) Guía metodológica análisis del discurso. [PDF] UNIMINUTO

Guzmán, G. (2017). Resumen del proceso de paz en Colombia [Entrada en blog]. Procesopazcol.blogspot.com.co. Recuperado de

<http://procesopazcol.blogspot.com.co/2012/11/resumen-del-proceso-de-paz-en-colombia.html>

Holgado González, M; (2003). El papel de los medios de comunicación en la campaña electoral. *Ámbitos*, () Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16801025>

Jacquinet, G; (1999). Educar en los medios de comunicación para favorecer la democracia. *Comunicar*, p. 32 Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801305>

Longo, V; (2005). Medios de Comunicación y Periodismo: sus Tensiones Políticas. *Razón y Palabra*, 10() Recuperado de <http://www.uacm.kirj.redalyc.org/articulo.oa?id=199520626010>

López Noriega, S; (2007). Democracia y medios de comunicación. *Isonomía. Revista de Teoría y Filosofía del Derecho*, p. 51. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=363635632002>

Luwin, J. (2015). Con Gurisatti, RCN recupera su público uribista. [En línea] *La Silla Vacía*. Disponible en: <http://lasillavacia.com/historia/con-gurisatti-rcn-recupera-su-publico-uribista-49469> [Consultado el 14 Abr. 2018].

Ministerio de Comunicación - Bolivia. (2018). Artículo de Wall Street Journal es delirante y propio del fanatismo ultraconservador. [En línea] Disponible en: <http://www.comunicacion.gob.bo/?q=20131028/13228> [consultado el 16 Abr. 2018].

Montesinos Condo, R A; (2011). Medios de comunicación y ciudadanía. *COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 2() 16-24. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449845037002>

Morduchowicz, R; (1997). Los medios de comunicación y la formación democrática. *Comunicar*, () Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800913>

Mourão, V; Brühem, M; (2012). La función de la agenda-setting de los medios de comunicación y las políticas de sanidad en Portugal. La influencia de los medios de comunicación en la opinión pública en tiempos de incertidumbre. *Prisma Social*, p. 309. Recuperado de <http://www.uacm.kirj.redalyc.org/articulo.oa?id=353744580010>

Muñoz, S; (2004). Reseña de "Medios y Nación. Historia de los medios de comunicación en Colombia" del Ministerio de Cultura y Aguilar Editores. Revista Sociedad y Economía, p. 235-242. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99617648012>

Noticias RCN. (2018). Emisión 12:30 pm / 30 de Agosto de 2016. [En línea] Disponible en: <https://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-30-agosto-2016> [consultado 16 Abr. 2018].

Noticias RCN. (2018). Términos y Condiciones. [online] Disponible en: <https://www.noticiasrcn.com/legal> [Consultado el 13 Abr. 2018].

OAL (2017). Empresas. Recuperado de <http://www.oal.com.co/empresas>

Pineda Cachero, A. (2002). El modelo de propaganda de Noam Chomsky: medios mainstream y control del pensamiento. Revista Latina de Comunicación Social, 5 (47), 0.

Pedro, J. (2009). Evaluación crítica del modelo de propaganda de Herman y Chomsky. Revista Latina de Comunicación Social, 12 (64), 210-227.

Pérez Tornero, J M; (1996). ¿Qué es consumir medios de comunicación? Claves para su comprensión. Comunicar, p.16 Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800704>

Pulzo.com. (2018). Presidente de RCN exime a Claudia Gurisatti de responsabilidad en crisis del canal. [En línea] Disponible en: <http://www.pulzo.com/economia/presidente-canal-rcn-jose-roberto-arango-explica-crisis-PP441630> [Consultado el 14 Abr. 2018].

PYM. (2017). Anuario de la publicidad Colombia 2017 (1st ed., p. 9). Bogotá: Revista PYM.

Ramos, C; (1995). Los medios de comunicación, constructores de lo real. Comunicar, p. 110 Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800520>

Red Distrital de Comunicación Interna; Alcaldía Mayor de Bogotá; (2007). La comunicación en una ciudad sin indiferencia. Signo y Pensamiento, XXVI() 185-187. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86005118>

Riaño, H. (2016). ¿Plebicito, pleblisito o plebiscito? ¿Qué pasó?. [En línea] Vientos Estereo. Disponible en: <https://vientosestereo.com/EnVivo/plebicito-pleblisito-o-plebiscito-que-paso/> [Consultado el 14 Abr. 2018].

Rincón, O. (2001). *Televisión pública: Del consumidor al ciudadano*. Bogotá: Convenio Andres Bello.

Rodríguez Ponce, E; Palma Quiroz, Á; (2012). Editorial. Medios de comunicación y globalización. *Límite*, 7 p.5 Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=83624079001>

Sáenz Bonilla, J P; Jiménez Alvarado, O M; (2010). La política televisada: análisis de los spots publicitarios en la campaña electoral 2010. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, IV() 117-129. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15321318007>

Sandoval Escobar, M. (2006). Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales. *Universitas Psychologica*, p. 205-222. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672006000200002&lng=en&tlng=es.

Semana. (2018). Consejo de Estado reconoce que hubo engaño generalizado en campaña del No al Plebiscito. Recuperado de <http://www.semana.com/nacion/articulo/consejo-de-estado-reconoce-que-hubo-engano-generalizado-en-campana-del-no-al-plebiscito/510010>

Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). El plebiscito. Recuperado de: http://www.banrepultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/politica/el_plebiscito

Tabenski, A. (2004). La repetición del gesto en el discurso interactivo. *Revista Signos*, 37 (55), p.5.

Uribe Arcila, J. (2008). De cómo los principios de propaganda de Goebbels infiltran la vida cotidiana. *Revista Urología Colombiana*, XVII (1)

Valdez Zepeda, A. (2012). El miedo y la ira como estrategia en las campañas electorales. *Reflexión Política*, 14 (27), 134-140.

Van Dijk, T. (1996). *Discurso, poder y cognición*. Seminario Teun Van Dijk, Cátedra UNESCO para la lectura y la escritura, Universidad del Valle, Cali.

Van Dijk, T. (1999) El análisis crítico del discurso. *Anthropos*. Barcelona, 186, septiembre-octubre 1999, p. 23-36

Van Dijk, T. (2005) Esquema de las relaciones entre ideología, sociedad, cognición y discurso [Digrama]. Recuperado de <http://www.discursos.org/oldarticles/An%20del%20discurso%20ideol%3gico.pdf>

Van Dijk, T. (2005). Ideología y análisis del discurso. Utopía y Praxis Latinoamericana (Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela), 10, nº 29 (Abril-Junio, 2005), pp. 9-36. Recuperado de <http://www.discursos.org/oldarticles/Ideolog%20y%20an%20del%20discurso.pdf>

Van Dijk, T. & Bixio, A. (2009). Discurso y poder. Barcelona: Gedisa.

Villafranco, C; (2005). El papel de los medios de comunicación en las democracias, Andamios. Revista de Investigación Social, vol. 2, núm. 3 p.11. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62820301>

Wodak, R. & Meyer, M. (2003) Métodos de análisis crítico del discurso. Barcelona: Gedisa 143-177

ANEXO 1.

#	Nombre de la investigación	Autor(es)a	Año	Tipo de documento	Lugar de localización	Temáticas	Aspectos comunes con este estudio
1	Los medios de comunicación, constructores de lo real	Ramos C	1995	Artículo de investigación	Enlace	Medios de comunicación	Categoría
2	¿Qué es consumir medios de comunicación? Claves para su comprensión	Pérez tornero	1996	Artículo de investigación	Enlace	Medios de comunicación	Categoría
3	Discurso, poder y cognición.	Van Dijk	1996	Conferencia	Seminario Teun Van Dijk, Cátedra UNESCO para la lectura y la escritura	Análisis del discurso	Categoría
4	Los medios de comunicación y la formación democrática.	Morduchowicz	1997	Artículo de investigación	Enlace	Democracia	Categoría
5	El sentido crítico y los medios de comunicación	Estupiñán Bethencour, F.	2000	Artículo de investigación	Enlace	Medios de comunicación	Categoría
6	Televisión pública: Del consumidor al ciudadano	Rincón O	2001	Artículo de investigación	Enlace	Medios de comunicación	Categoría
7	Medios de comunicación como intermediarios del voto: la influencia de TV1 y Antena 3 en las elecciones legislativas de 1993	Alcalde Villacampa, J.	2003	Artículo de investigación	Enlace	Medios de comunicación	Categoría
8	Guerra y medios de comunicación	Darío Restrepo, J; Herrán, M T; Barbero, J M; Rey, G	2003	Artículo de investigación	Enlace	Medios de comunicación	Categoría
9	El papel de los medios de comunicación en la campaña electoral	Holgado González, M.	2003	Artículo de investigación	Enlace	Elecciones	Categoría
10	Medios de Comunicación y Periodismo: sus Tensiones Políticas	Longo, V.	2005	Artículo de investigación	Enlace	Democracia	Categoría

#	Nombre de la investigación	Autor(es)ja	Año	Tipo de documento	Lugar de localización	Temáticas	Aspectos comunes con este estudio
11	El papel de los medios de comunicación en las democracias	Villafranco, C.	2005	Artículo de investigación	Enlace	Democracia	Categoría
12	Medios de comunicación y democracia: ¿El poder de los medios o los medios al poder?	Blesa Aledo P. S.	2006	Artículo de investigación	Enlace	Medios de comunicación	Categoría
13	Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales	Sandoval Escobar, M.	2006	Artículo de investigación	Enlace	Medios de comunicación	Categoría
14	Reseña de "Información y democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política. El caso de México" de Roberto Gutiérrez	De León Vázquez, 2007	2007	Artículo de investigación	Enlace	Medios de comunicación	Categoría
15	Democracia y medios de comunicación	Lopez Noriega	2007	Artículo de investigación	Enlace	Democracia	Categoría
16	Medios de comunicación y procesos electorales. Los monitoreos de medios	Berlín Villafaña, I	2008	Artículo de investigación	Enlace	Medios de comunicación	Categoría
17	La influencia de las radios y las televisiones comunitarias en la construcción de la ciudadanía	Collado Campaña, F	2008	Artículo de investigación	Enlace	Medios de comunicación	Categoría
18	El marketing del partido político en el gobierno. Semestre	Barrientos Felipa, P	2010	Artículo de investigación	Enlace	Democracia	Categoría

#	Nombre de la investigación	Autor(es)ja	Año	Tipo de documento	Lugar de localización	Temáticas	Aspectos comunes con este estudio
	Económico						
19	Los noticieros de la televisión colombiana en observación. Una mirada desde la academia a la estructura, cobertura y contenidos de los teletinformativos de la televisión abierta en Colombia	Gómez, J., Hernández, J., Gutiérrez, L., Arango, G. y Franco, A.	2010	Artículo de investigación	Enlace	Democracia	Contexto
20	La política televisada: análisis de los spots publicitarios en la campaña electoral 2010	Sáenz Bonilla y Jiménez Alvarado	2010	Artículo de investigación	Enlace	Democracia	Contexto
21	Influencias de las campañas políticas y los medios de comunicación en los votantes universitarios	Awad A., G; Valencia Arias, A;	2011	Artículo de investigación	Enlace	Elecciones	Categoría
22	Medios de comunicación y ciudadanía	Montesinos Condo R. A.	2011	Artículo de investigación	Enlace	Democracia	Categoría
23	La función de la agenda-setting de los medios de comunicación y las políticas de sanidad en Portugal. La influencia de los medios de comunicación en la opinión pública en tiempos de incertidumbre	Mourão y Brüheim,	2012	Artículo de investigación	Enlace	Democracia	Categoría
224	Medios de comunicación y globalización.	Rodríguez Ponce, E; Palma Quiroz, Á	2012	Artículo de investigación	Enlace	Medios de comunicación	Categoría
25	Influencia de los medios de comunicación en la esfera política. un análisis del papel	García J	2014	Artículo de investigación	Enlace	Democracia	Contexto

#	Nombre de la investigación	Autor(es)ja	Año	Tipo de documento	Lugar de localización	Temáticas	Aspectos comunes con este estudio
	de la revista semana en el escándalo político de las interceptaciones ilegales del Das						
26	Análisis crítico de las campañas publicitarias de Samuel Moreno y Enrique Peñalosa. Hacia una aproximación de sus estrategias discursivas	García León, J E; García León, D L	2014	Artículo de investigación	Enlace	Democracia	Contexto
27	Aclarando conceptos: medios de comunicación y construcción de paz. Cuadernos Paz A La Carta N°2 Medios De Comunicación Y Construcción De Paz	Arteaga Morales, B., Walteros Rangel, D., Álvarez Montoya, L., Andrade Becerra, O., Puentes Orjuela, J., Cortés Bernal, A., & Baños López, L	2017	Libro digital	Enlace	Medios de comunicación	Contexto
28	Anuario de la publicidad colombiana	Revista PYM	2017	Libro	Biblioteca Juan N. Angarita Mojica – Unimeta. Villavicencio, Meta.	Medios de comunicación	Contexto

Figura No. 17 Ficha de inventario de referencias bibliográficas para el estado del arte Fuente: Elaboración propia

ANEXO 2

FECHA	DIRECCIÓN WEB DE CONSULTA
30 de agosto de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-30-agosto-2016
31 de agosto de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-31-agosto-2016
1 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-1-septiembre-2016
2 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-2-septiembre-2016
3 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-3-septiembre-2016
4 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-4-septiembre-2016
5 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-5-septiembre-2016
6 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-6-septiembre-2016
7 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-7-septiembre-2016
8 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-8-septiembre-2016
9 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-9-septiembre-2016
10 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-10-septiembre-2016
11 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-11-septiembre-2016
12 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-12-septiembre-2016
13 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-13-septiembre-2016
14 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-14-septiembre-2016
15 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-15-septiembre-2016
16 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-16-septiembre-2016
17 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-17-septiembre-2016
18 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-18-septiembre-2016
19 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-19-septiembre-2016
20 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-20-septiembre-2016
21 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-21-septiembre-2016
22 de septiembre de 2016 ²⁴	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-0700-pm-22-septiembre-2016
23 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-23-septiembre-2016
24 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-24-septiembre-2016
25 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-25-septiembre-2016
26 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-26-septiembre-2016
27 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-27-septiembre-2016
28 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-28-septiembre-2016

²⁴ La emisión de Noticias RCN 12:30pm no se encuentra disponible en la pagina Web, con el fin de propender por un análisis lo mas completo posible se toma la emisión 07:00pm del 22 de septiembre para el análisis.

FECHA	DIRECCIÓN WEB DE CONSULTA
29 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-29-septiembre-2016
30 de septiembre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-30-septiembre-2016
1 de octubre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-1-octubre-2016
2 de octubre de 2016	http://www.noticiasrcn.com/videos/emision-1230-pm-2-octubre-2016

Figura No. 18 Tabla de Emisiones de Noticias RCN. Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 3.

Identificación: (1)			
Canal: (2)	Programa: (3)	Franja: (4)	
Fecha de emisión: (5)	Horario: (6)		
Fuente: (7)			
Análisis inicial del discurso (8)			
Macro estructuras semánticas: (9)			
Expresiones verbales "discurso" (10)			
Transcripción de la emisión (11)	Significado global (12)	Significados locales (13)	Estructuras formales sutiles (14)

Apoyo visual del discurso (15)			
Captura (16)	Textos (18)	Descripción de la captura (19)	Intencionalidad (20)
Registro (17)			

Figura No. 19 Matriz de análisis del discurso para elementos multimedia Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 4.

FECHA DE EMISIÓN	DURACIÓN DE LA EMISIÓN (HH:MM:SS)	TIEMPO DE LA EMISIÓN DEDICADO AL TEMA DE ANÁLISIS	EXTENSIÓN EN PALABRAS DEL TIEMPO DEDICADO AL TEMA DE ANÁLISIS	DENSIDAD DE PALABRAS DURANTE LA EMISIÓN	# DE VISUALIZACIONES CLAVE REALIZADAS DURANTE EL TIEMPO DE LA EMISIÓN DEDICADO AL TEMA DE ANÁLISIS
30-08-2016	01:30:25	00:30:25 34%	5357 palabras	No - 1.30% (70) Paz - 0.97% (52) Farc - 0.65% (35) Pregunta - 0.62% (33) Acuerdo - 0.50% (27)	34 visualizaciones clave
31-08-2016	01:33:36	00:38:22 41%	6085 palabras	No - 1.21% (74) Acuerdo - 0.76% (46) Paz - 0.74% (45) Farc - 0.64% (39) Especial - 0.38% (23)	43 visualizaciones clave
01-09-2016	01:45:06	00:15:50 15%	2832 palabras	No - 1.30% (37) Paz - 0.74% (21) Acuerdo - 0.64% (18) Plebiscito - 0.49% (14) Farc - 0.49% (14)	26 visualizaciones clave
02-09-2016	01:42:40	00:10:34 10%	1961 palabras	No - 1.17% (23) Paz - 0.87% (17) Acuerdo - 0.71% (14) Colombia - 0.46% (9) Farc - 0.41% (8)	10 visualizaciones clave
03-09-2016	1:16:44	0:03:39 5%	656 palabras	Farc - 1.37% (9) No - 1.07% (7) Reclutamiento - 1.07% (7) Menores - 1.07% (7) Corte - 0.76% (5)	8 visualizaciones clave
04-09-2016	1:26:50	0:05:08 6%	911 palabras	Paz - 1.10% (10) Acuerdos - 0.88% (8) No - 0.77% (7) Farc - 0.66% (6) Plebiscito - 0.55% (5)	13 visualizaciones clave
05-09-2016	1:41:01	0:15:29 15%	2634 palabras	No - 1.78% (47) Farc - 0.68% (18) Cultivos - 0.49% (13) Gobierno - 0.46% (12) Colombia - 0.38% (10)	8 visualizaciones clave
06-09-2016	1:44:29	0:11:43 11%	1789 palabras	No - 1.79% (32) Plebiscito - 0.73% (13) Funcionarios - 0.67% (12) Cultivos - 0.56% (10) Paz - 0.50% (9)	18 visualizaciones clave
07-09-2016	1:44:43	0:18:21 18%	3154 palabras	No - 1.43% (45) Plebiscito - 0.70% (22) Gobierno - 0.51% (16) Farc - 0.48% (15) Electoral - 0.35% (11)	33 visualizaciones clave
08-09-2016	1:40:45	0:07:27 7%	1148 palabras	Farc - 1.05% (12) No - 0.61% (7) Armas - 0.61% (7) Voto - 0.44% (5) Plebiscito - 0.35% (4)	10 visualizaciones clave
09-09-2016	1:33:08	0:12:02 13%	1658 palabras	No - 1.99% (33) Encuesta - 0.78% (13) Encuestados - 0.72% (12) Plebiscito - 0.66% (11) Región - 0.54% (9)	26 visualizaciones clave
10-09-2016	1:18:22	0:11:44 15%	1882 palabras	No - 1.06% (20) Farc - 1.59% (30) Niños - 1.12% (21)	28 visualizaciones clave

FECHA DE EMISIÓN	DURACIÓN DE LA EMISIÓN (HH:MM:SS)	TIEMPO DE LA EMISIÓN DEDICADO AL TEMA DE ANÁLISIS	EXTENSIÓN EN PALABRAS DEL TIEMPO DEDICADO AL TEMA DE ANÁLISIS	DENSIDAD DE PALABRAS DURANTE LA EMISIÓN	# DE VISUALIZACIONES CLAVE REALIZADAS DURANTE EL TIEMPO DE LA EMISIÓN DEDICADO AL TEMA DE ANÁLISIS
				Perdón - 0.43% (8) Reclutamiento - 0.37% (7) Farc - 1.21% (6) Menores - 1.01% (5) Perdón - 0.81% (4) No - 0.61% (3) Guerrilleros - 0.61% (3)	6 visualizaciones clave
11-09-2016	1:00:09	0:03:02 5%	494 palabras	Farc - 1.15% (25) No - 0.60% (13) Perdón - 0.50% (11) Paz - 0.46% (10) Dolor - 0.41% (9) No - 1.31% (34)	17 visualizaciones clave
12-09-2016	1:18:50	0:13:41 17%	2179 palabras	Farc - 1.19% (31) Perdón - 0.58% (15) Timochenko - 0.46% (12) Paz - 0.42% (11)	24 visualizaciones clave
13-09-2016	1:15:26	0:14:01 19%	2598 palabras	Presidente - 1.54% (8) No - 0.96% (5) Farc - 0.96% (5) Uribe - 0.77% (4) Cocaína - 0.58% (3) No - 1.63% (18)	10 visualizaciones clave
14-09-2016	0:27:56	0:03:16 12%	519 palabras	Presidente - 1.00% (11) Jóvenes - 0.91% (10) Farc - 0.72% (8) Plebiscito - 0.36% (4) Presidente - 1.05% (17) Farc - 0.99% (16) No - 0.99% (16)	14 visualizaciones clave
15-09-2016	1:10:35	0:06:15 9%	1104 palabras	Argumentos - 0.62% (10) Debate - 0.43% (7) Farc - 1.66% (36) Conferencia - 0.64% (14) No - 0.55% (12) Guerrilleros - 0.41% (9) Paz - 0.32% (7)	12 visualizaciones clave
16-09-2016	1:14:10	0:10:17 14%	1624 palabras	Farc - 1.31% (14) No - 1.03 (11) Guerrilleros - 0.75% (8) Acuerdo - 0.65% (7) Guerrilla - 0.47% (5)	27 visualizaciones clave
17-09-2016	1:00:43	0:12:51 21%	2172 palabras	Farc - 1.12% (18) No - 0.81% (13) Tierras - 0.69% (11) Acuerdos - 0.44% (7) Rural - 0.37% (6) No - 1.89% (44) Farc - 0.99% (23) Política - 0.43% (10) Oposición - 0.34% (8) Amniable - 0.30% (7)	12 visualizaciones clave
18-09-2016	0:24:06	0:07:44 32%	1072 palabras	Farc - 1.42% (16) No - 1.24% (14) Paz - 0.80% (9) Colombia - 0.53% (6) Guerra - 0.44% (5) No - 1.74% (21) Farc - 1.08% (13) Romaña - 0.99% (12)	23 visualizaciones clave
19-09-2016	1:14:04	0:10:58 15%	1605 palabras		11 visualizaciones clave
20-09-2016	1:18:02	0:14:16 18%	2329 palabras		18 visualizaciones clave
21-09-2016	0:12:39	0:06:43 53%	1129 palabras		
22-09-2016	0:26:22	0:07:21 28%	1207 palabras		

FECHA DE EMISIÓN	DURACIÓN DE LA EMISIÓN (HH:MM:SS)	TIEMPO DE LA EMISIÓN DEDICADO AL TEMA DE ANÁLISIS	EXTENSIÓN EN PALABRAS DEL TIEMPO DEDICADO AL TEMA DE ANÁLISIS	DENSIDAD DE PALABRAS DURANTE LA EMISIÓN	# DE VISUALIZACIONES CLAVE REALIZADAS DURANTE EL TIEMPO DE LA EMISIÓN DEDICADO AL TEMA DE ANÁLISIS
23-09-2016	1:08:00	0:10:24 15%	1685 palabras	Secuestro - 0.75% (9) Años - 0.66% (8) Farc - 1.36% (23) No - 1.89% (20) Armas - 0.71% (12) Romaña - 0.47% (8) Acuerdos - 0.42% (7)	20 visualizaciones clave
24-09-2016	0:59:12	0:04:13 7%	710 palabras	No - 1.69% (12) Farc - 1.27% (9) Paz - 1.13% (8) Cartagena - 0.99% (7) Expresidente - 0.85% (6)	10 visualizaciones clave
25-09-2016	1:03:36	0:06:37 10%	1242 palabras	No - 1.37% (17) Gobierno - 0.81% (10) Paz - 0.64% (8) Farc - 0.56% (7) Victimas - 0.48% (6)	12 visualizaciones clave
26-09-2016	1:48:42	0:07:42 7%	1237 palabras	No - 2.02% (25) Farc - 0.81% (10) Paz - 0.73% (9) Acuerdo - 0.57% (7) Minas - 0.49% (6) Acuerdo - 0.68% (25)	12 visualizaciones clave
27-09-2016	1:12:32	0:15:39 22%	1316 palabras	No - 1.06% (14) Centro democrático - 0.53% (7) Mina - 0.46% (6) Farc - 0.38% (5)	26 visualizaciones clave
28-09-2016	1:10:26	0:07:31 11%	1305 palabras	Farc - 1.53% (20) Acuerdo - 1.30% (17) No - 1.15% (15) Plebiscito - 0.92% (12) Paz - 0.61% (8)	18 visualizaciones clave
29-09-2016	1:11:25	0:09:50 14%	1452 palabras	No - 0.96% (14) Farc - 0.90% (13) Paz - 0.55% (8) Victimas - 0.41% (6) Jurisdicción - 0.34% (5)	14 visualizaciones clave
30-09-2016	1:09:11	0:10:07 15%	1682 palabras	No - 1.84% (31) Farc - 0.77% (13) Acuerdo - 0.59% (10) País 0.54% (9) Colombianos - 0.36% (6)	10 visualizaciones clave
01-10-2016	1:10:58	0:06:41 9%	1102 palabras	No - 1.54% (17) Farc - 1.09% (12) Paz - 0.91% (10) Plebiscito - 0.54% (6) Acuerdos - 0.45% (5)	23 visualizaciones clave
02-10-2016	0:54:07	0:04:22 8%	687 palabras	No - 1.74% (12) Farc - 0.87% (6) Votación - 0.73% (5) Hostigamiento - 0.58% (4) Paz - 0.44% (3)	11 visualizaciones clave

Figura No. 20 Tabla de desagregación de emisiones. Fuente: Elaboración propia.