

EL DISCURSO DE LA PRENSA EN EL MARCO DEL PROCESO DE PAZ ENTRE EL GOBIERNO COLOMBIANO Y LAS FARC: ANÁLISIS DE EL TIEMPO Y EL ESPECTADOR.

THE SPEECH OF THE PRESS IN THE FRAMEWORK OF THE PEACE PROCESS BETWEEN THE COLOMBIAN GOVERNMENT AND THE FARC: ANALYSIS OF EL TIEMPO AND EL ESPECTADOR

Karol Viviana Romero Jiménez¹

Recepción: 28/06/2017; Evaluación: 29/06/2017; Aceptación: 02/08/2017

Resumen

Actualmente, los medios de comunicación son apodados ‘El Cuarto Poder’, teniendo en cuenta la influencia que pueden llegar a tener al emitir cualquier tipo de información. En el presente artículo se trata de analizar la influencia que pudieron haber tenido los dos periódicos más importantes de Colombia, El Tiempo y El Espectador, al abordar el tema del proceso de paz que llevaba a cabo el gobierno colombiano y la guerrilla de las Farc, y que para el momento definitivo (votaciones del plebiscito del 2 de octubre del 2016), no fue eficaz.

Analizamos si existen o no y cuáles serían los modos de manipulación de los dos medios de comunicación, teniendo en cuenta las líneas editoriales de cada uno desde el momento de su creación hasta la actualidad. De igual manera abordamos diversas teorías de comunicación para determinar si pudo haber una violación al derecho de los

ciudadanos de estar informados de manera veraz e imparcial.

Palabras Clave: Farc, Noticia, Artículo periodístico, Diario, Discurso, Informe periodístico.

Abstract

Currently, the media are nicknamed ‘The Fourth Estate’, taking into account the influence they may have when issuing any type of information. This article attempts to analyze the influence that the two most important newspapers in Colombia, El Tiempo and El Espectador, could have had on the subject of the peace process being carried out by the Colombian government and the FARC guerrillas, and that for the final moment (votes of the plebiscite of October 2, 2016), it was not effective.

We analyze if they exist or not and what would be the modes of manipulation of the two media, taking into account the editorial lines of each one from the moment of its creation to the present. Similarly, we address various communication theories to determine if there could be a violation of the right of citizens to be informed in a truthful and impartial manner.

Keywords: Farc, News, Newspaper article, Newspaper, Speech, Newspaper report.

¹ Comunicadora Social (Universidad de Boyacá, 2015); candidata a magister en Derechos Humanos de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia -UPTC – sede Tunja; Directora del periódico ‘El Tunjano’ (2013 –2014); Locutora de radio en la emisora ‘UB Virtual Radio’ de la Universidad de Boyacá (2013-2014); Practicante de la oficina de comunicaciones internas en Acerías Paz del Río (2015); Periodista en el periódico ‘Extra Boyacá’ (2016); Freelance para el periódico ‘Boyacá Sie7e Días (2016-Actualidad).

Introducción

Durante seis años el Gobierno colombiano se acercó a la guerrilla de las Farc con el fin de acabar la guerra que por más de 40 años se desarrolló entre ese grupo armado y la fuerza pública. El 24 de noviembre del 2016, en Bogotá se firmó el texto denominado ‘Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera’, luego de una modificación realizada como consecuencia de la pérdida del plebiscito del 2 de octubre del año 2016, en donde se vio el reflejo de una nación polarizada y sin claridad sobre lo que se preguntaba en las urnas.

El ‘No’ apoyo al acuerdo con las Farc, ganó con el 50,23 % de los votos (6’424.385 votos), frente al ‘Si’ que obtuvo el 49,76 % (6’363.989). Sin embargo más del 50 % de las personas que estaban habilitadas para votar en ese momento en Colombia, se abstuvieron de hacerlo y de aportar su opinión frente al conflicto que tocó a todo al país por varios años.

Los últimos meses de negociación fueron vitales para que se llegara a tomar la decisión de firmar el acuerdo, habiendo altibajos y días en los que se llegó a pensar que se podrían romper los diálogos. Cada uno de esos momentos fueron registrados de manera diferente por los periódicos El Tiempo y El Espectador, teniendo en cuenta los intereses de las líneas editoriales.

Según César Arrueta, doctor en Comunicación, “La línea editorial se presenta como espacio medular, entendida, en términos generales, como la matriz de comprensión, interpretación y la resignificación de la realidad social; como base imprescindible para comprender la razón de los productos periodísticos”². Es decir que cada medio de comunicación se basa en unos códigos que obedecen a intereses particula-

res, lo que hace que una noticia se presente de cierta manera en un medio de comunicación, y de otra manera en otro medio de comunicación.

Los dos periódicos más antiguos de Colombia, El Tiempo (creado el 30 de enero de 1911) y El Espectador (fundado el 22 de marzo de 1887), aprovechando que durante más de 100 años han construido alianzas con sus lectores para convencerlos de los hechos publicados, habrían tenido injerencia en el resultado de las votaciones del 2 de octubre del 2016.

Para la mayoría de colombianos fue una sorpresa el resultado de la consulta realizada. Los actores nunca había pensado en qué harían si llegaba a ganar el ‘No’, y eso quedó demostrado en la zozobra que para el mismo gobierno, para las Farc y para la oposición generó dicho resultado.

Los días siguientes a las votaciones fueron el producto de lo que yo llamaría “encontrar culpables”; los representantes del Gobierno salían a los medios de comunicación a afirmar que “si la guerrilla volvía al monte era culpa de la oposición”. Por el contrario, la oposición afirmaba que “había ganado” pero nunca presentó una propuesta diferente para solucionar el supuesto “vacío” que había quedado en el acuerdo con las Farc.

Los medios de comunicación tuvieron una clara responsabilidad en el resultado de las votaciones. Si bien estos dos medios (El Tiempo y El Espectador) no mostraron una oposición al proceso, tampoco le dieron el apoyo que a mi parecer se debería haber dado al mismo. Se limitaron a mostrar lo que el representante del gobierno o de la oposición afirmaban sin refutar, sin verificar, sin contradecir y sin contrapreguntar en muchos de los casos.

Si bien es claro que los medios de comunicación tienen la garantía de informar de manera libre, también tienen una responsabilidad con la sociedad. El derecho

2 Arrueta, C. (2013). La línea editorial como estrategia de demarcación de zonas periodísticas. *Guaracá - Revista de Filosofía*, 200.

a informar no es solo el derecho a brindar información. Debe ser información veraz, clara y verificable. El artículo 20 de la Constitución Política de Colombia respalda este planteamiento: “Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y **recibir información veraz e imparcial**, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y **tienen responsabilidad social**. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura”³ (Resaltado propio).

Además como afirma la Sentencia T-473/92, luego del título 3: “El derecho a la información no es solamente el derecho a informar, sino también el derecho a estar informado”⁴, es decir que los colombianos podríamos estar frente a la vulneración del derecho fundamental a la información.

Pero también estaríamos frente a la vulneración del derecho a la paz; el no apoyo a los acuerdos también iba en contravía a lo consagrado en el artículo 22 de la Constitución política de Colombia “La paz es un derecho y un deber de obligatorio cumplimiento”⁵, que era lo que se estaba buscando con esa negociación.

Las líneas editoriales y su posible sesgo

Los periódicos en el país han cumplido una función importante ya que con cada una de sus publicaciones han hecho que los ciudadanos construyan una opinión acerca de una temática específica, pero es necesario observar la manera en la que estos dos

medios de comunicación impresa emitieron la información del acuerdo de paz entre el Gobierno colombiano y la guerrilla de las Farc, y así determinar si se respetó o no los dos derechos fundamentales antes mencionados (paz e información).

Para entrar a analizar las publicaciones de un medio de comunicación es necesario primero conocer la línea editorial que maneja, y a partir de allí se podría llegar a comprender el tratamiento que le dan a la información.

El Tiempo

El Tiempo es un periódico colombiano fundado el 30 de enero de 1911 por Alfonso Villegas Restrepo. Actualmente es el diario de mayor circulación en Colombia. Su propietario es el grupo económico liderado por el empresario colombiano Luis Carlos



Imagen 1. Primera edición de El Tiempo con su logotipo tradicional, publicada el 1° de mayo de 1917.

- 3 Constitución Política de Colombia. (1991). *Constitucioncolombia*. Obtenido de www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-20
- 4 Sentencia T 473. (1992). *Corteconstitucional.gov*. Obtenido de www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1992/t-473-92.htm
- 5 Constitución Política de Colombia. (1991). *Constitucioncolombia*. Obtenido de www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-22

Sarmiento Angulo, quien le compró su parte al Grupo Planeta de España, en marzo de 2012. Dos meses más tarde, se conoció que Sarmiento Angulo también adquirió la participación de los accionistas minoritarios: Abdón Espinosa Valderrama y los miembros de la Familia Santos.

En su creación se alineó ideológicamente con la Unión Republicana, coalición que había llevado al poder al entonces presidente Carlos E. Restrepo. Tras la muerte de doña Carlota Restrepo de Villegas, madre del fundador, éste se retiró transitoriamente de la dirección del diario, siendo

reemplazado por Tomás Rueda Vargas. Para junio de 1913, tras el fracaso de la Unión Republicana y el hecho de que el periódico tenía bastantes deudas, Villegas optó por retirarse de la política y del periodismo, así que le vendió la empresa al joven funcionario del Ministerio de Relaciones Exteriores, Eduardo Santos Montejo, quien venía siendo columnista de El Tiempo desde su segunda edición.

En la parte periodística, Enrique Santos Montejo, hermano de Eduardo Santos y fundador del periódico La linterna, de Tunja, se sumó a las páginas editoriales. Empezó a publicar el 20 de agosto de 1915, su columna "Danza de las Horas", la cual escribió hasta su fallecimiento, en septiembre de 1971. La llegada de Eduardo Santos a la dirección de El Tiempo significó su paulatino alejamiento del republicanismo. Para 1921, el diario proclamó su adhesión total al ideario del Partido Liberal y su oposición al conservatismo (que mantenía el poder desde 1886).

El desprestigio del conservatismo, los hechos violentos como la masacre de las bananeras, y la crisis económica mundial de 1929, fueron variantes que llevaron al candidato liberal Enrique Olaya Herrera a ganar en las urnas en 1930. Uno de los factores claves para el triunfo de Olaya fue la influencia que tuvo El Tiempo tanto en la escogencia del candidato como en la campaña editorial que realizó a su favor, además el jefe de debate de Olaya era Eduardo Santos.

El 13 de diciembre de 1929 en las oficinas de El Tiempo se celebró una reunión en la cual estuvo presente el director del partido Liberal Eduardo Santos y líderes como Gabriel Turbay, Francisco José Chauz, Roberto Botero Saldarriaga, Luis Cano y Luis E. Nieto Caballero. Fue el escenario donde se propuso el nombre de Enrique Olaya Herrera, Ministro en



Imagen 2. Portada edición dominical de El Tiempo, publicada el 20 de noviembre de 2016.

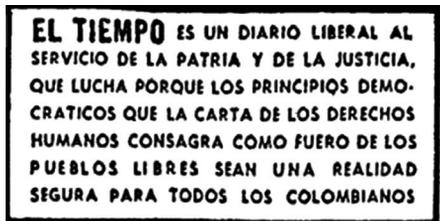


Imagen 3. Leyenda en Portada de *El Tiempo* del 1 de noviembre de 1954.

Washington, como candidato a la presidencia⁶.

En los cuatrienios de Olaya Herrera y Alfonso López Pumarejo, y aprovechando el enorme prestigio que había ganado con el periódico en su labor de afianzamiento del liberalismo en el poder, Santos ejerció los cargos públicos de ministro de Relaciones Exteriores, embajador de Colombia ante la Sociedad de Naciones, ministro plenipotenciario en Europa, gobernador de Santander, diputado a la Asamblea de Cundinamarca, representante a la Cámara y presidente del Senado. Luego se lanzó a la candidatura presidencial para el período 1938-1942, dejando el 27 de febrero de 1937 la dirección de *El Tiempo* a Germán Arciniegas, que a su vez fue reemplazado por Roberto García-Peña, el 1° de abril de 1939. Una vez terminado su mandato como Presidente de la República, Eduardo Santos regresó al periódico como Director y Propietario.

Para las elecciones presidenciales de 1946, el liberalismo llegó a las urnas dividido en dos bandos: el oficialista, con Gabriel Turbay, candidato apoyado por el director del partido (que era el propio Eduardo Santos) y por ende contaba con el respaldo de *El Tiempo*, y el sector disidente, liderado por Jorge Eliécer Gaitán. Mariano Ospina Pérez, candidato único del conservatismo,

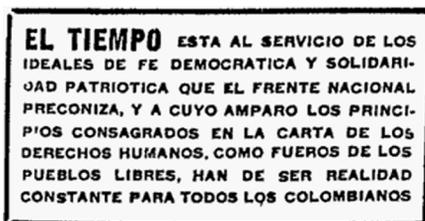


Imagen 4. Leyenda en Portada de *El Tiempo* del 23 de septiembre de 1958.

se impuso en las votaciones y durante su mandato se desarrolló plenamente La Violencia partidista entre liberales y conservadores.

La censura de prensa, instaurada por Ospina Pérez, y que había continuado durante los gobiernos de Laureano Gómez y Roberto Urdaneta Arbeláez, se intensificó durante la dictadura del general Gustavo Rojas Pinilla, y la noche del 3 de agosto de 1955, las instalaciones de *El Tiempo* fueron militarizadas y se clausuró el periódico. De esto surgió un periódico llamado 'Intermedio' que hacía oposición a la dictadura y que era de la familia Santos.

La censura terminó con la renuncia de Rojas Pinilla a la presidencia y tras la creación del Frente Nacional (la alternación de la Presidencia de la República durante los siguientes cuatro períodos y el reparto de los cargos públicos de manera equitativa entre el partido Conservador y el partido Liberal). El apoyo al Frente Nacional por el periódico era tal que cambió el lema que lo acompañó durante los días de la violencia, la censura y la dictadura, que incluso cambió su lema que decía: "*El Tiempo es un diario liberal al servicio de la patria y de la justicia, que lucha por que los principios democráticos que la carta de los Derechos Humanos consagra como fuero de los pueblos libres, sean una realidad segura para todos los colombianos*", por "*El Tiempo está al servicio de los ideales de fe democrática y solidaridad patriótica que el Frente Nacional preconiza, y a cuyo ampa-*

6 Hincapié, O. J. (2011). Atraer el pueblo a las urnas: la campaña electoral de Enrique Olaya Herrera. *REVISTA DE HISTORIA REGIONAL Y LOCAL*, 193 - 230.

Pregunta: Hoy el periódico pertenece al grupo Santo Domingo. ¿Qué ha cambiado?

Respuesta: Puede sonar a discurso bobo pero el Grupo ha sido consciente de lo que compró y no ha intervenido en la información. Al contrario, ha invertido mucha plata para fortalecer el periódico.

El Espectador de hoy no es el mismo de ayer que defendía al Partido Liberal. El de hoy dista mucho de El Espectador que fundó don Fidel Cano, un liberal radical, en plena época de la Regeneración, pero eso no se ha dado por el cambio de dueños sino porque el país ha cambiado. En El Espectador seguimos defendiendo las ideas liberales pero no al Partido Liberal.

Pregunta: ¿El Espectador es un periódico de oposición?

Respuesta: No, no tenemos como propósito hacer oposición o hacer gobiernismo, nos gusta el debate de las ideas. Es crítico, está alejado de los poderes y eso le da un carácter diferente. En la redacción lo definimos como un periódico de extremo centro.

Figura 1. (Fidel Cano Correa/10 preguntas, 2008).



Figura 2. Directores de El Espectador 1987 – 2007.

Inicialmente fue un vocero de la oposición liberal a los gobiernos de “la Regeneración” conservadora, actitud que provocó su clausura por parte de las autoridades en varias ocasiones. Varios sacerdotes en medio de las celebraciones eucarísticas pedían no leer El Espectador por las publicaciones realizadas.

Desde el 12 de noviembre de 1997, la mayoría accionaria de El Espectador está en manos del antiguo Grupo Industrial Bavaria fundado por Julio Mario Santo Domingo, hoy Valórem.

Desde el siglo XX, El Espectador ha sido muy crítico en sus editoriales sobre temas de actualidad nacional. Es así como en la década de los 80, se publicó una serie de denuncias sobre préstamos ilegales y otras irregularidades en contra del Grupo Gran-colombiano. En represalia, algunas grandes empresas suspendieron la publicidad en el

periódico, que enfrentaba ya algunas dificultades económicas. El Espectador repudió este hecho dedicando un extenso editorial a su credibilidad y a la de estos grupos económicos.

El periódico rechazó también que se le considerase “oposición subversiva” y tildó al gobierno del entonces presidente Julio César Turbay Ayala de querer tener “una prensa totalmente áulica, gobiernista a ultranza, no silenciada pero sí aduladora”. Para defenderse, el periódico publicó la columna “Si eso es oposición...” el 15 de julio de 1979.

Desde que Álvaro Uribe Vélez asumió el poder en 2002 el diario publicó artículos y editoriales criticando su programa de gobierno, las fallas de la política de seguridad democrática, el proceso mismo de la “parapolítica” y los ataques que hacía el ex mandatario a quienes disienten de sus ideales políticos. Asimismo su director

M.I.R.: Siendo Fidel, siendo Cano y siendo el director de El Espectador, usted es una persona prácticamente desconocida para el país. Nadie sabe cómo piensa. ¿A usted, por ejemplo, le gusta Uribe?

F.C.: No mucho. Le reconozco que tiene un interés impresionante por hacer bien las cosas, pero no me gusta su estilo personal y de gobierno. Tampoco me gustan sus viejas amistades ni su demostrada incapacidad para diferenciar a sus colaboradores pulcros y bien intencionados de los malandros y chupasangres del poder con los que le gusta rodearse y a los que tanto caso les hace. Pero es la opinión mía, y no la del periódico.

Figura 3. Aparte de la entrevista a Fidel Cano Correa por María Isabel Rueda, para revista *Semana* - Marzo 17 de 2007.

dijo abiertamente no estar de acuerdo con el gobierno del presidente Álvaro Uribe Vélez⁹.

Las posturas políticas asumidas por el diario y su influencia política conllevaron a que el mismo fuera víctima de ataques y presiones de diversos sectores de la sociedad, hecho que provocó el exilio y la persecución de varios colaboradores del periódico. De igual manera se vio inmerso en varios problemas económicos como presión por publicar artículos en contra de grupos poderosos.

Al observar la manera en la que fueron creados los dos medios de comunicación más antiguos de Colombia, queda claro que sus posturas siempre han estado marcadas por una tendencia que en ambos es definida como “liberal”. Inicialmente los periódicos estuvieron suscritos al pensamiento del partido liberal, pero con el pasar de los años se ha dejado de lado el apoyo a dicho partido para tomar una postura propia.

Sin embargo, no se desconoce que como han sido llamados (el cuarto poder), los medios de comunicación tienen en sus manos el poder y desde allí se puede llevar a una tendencia a la ciudadanía.

Richard Maxwell en su artículo ‘El papel de la comunicación en nuestra sociedad’, afirma que los medios de comunicación deberían dar un aporte a la ciudadanía, teniendo en cuenta que llegan a diferentes públicos y están más cerca de los mismos a través de sus modos de representar los hechos.

Existe un gran potencial en los medios de comunicación para facilitar la expansión de la participación en la vida política, económica y cultural; para organizar comunidades de dimensiones e identidades variadas; y de catalizar nuevas y no-experimentadas maneras de ser y de llegar a ser¹⁰

Pero la posibilidad de que se pueda facilitar a la ciudadanía la participación en los diferentes espacios sociales se ve truncada al momento en el que la información se convierte en un modo de obtener dinero, es decir que se mercantiliza, porque es otro tipo de información la que le conviene emitir al medio.

Los negocios globales controlan imperios comerciales de comunicación cuyo objetivo es facilitar la ampliación de un capital privado, organizando y gestionando una enorme división internacional de empleo, y

9 *Semana*. (17 de Marzo de 2007). *Semana.com*. Obtenido de <http://www.semana.com/nacion/articulo/quien-fidel-cano-hoy-dirige-el-espectador-otro-fidel-cano-fundo-hace-120-anos/84009-3>

10 Maxwell, R. (2006). El papel de la comunicación en nuestra sociedad. *Queen College*, 13.

abriendo nuevos mercados para sus bienes y servicios. La información y el conocimiento son, en sí mismos, tratados como bienes de consumo por parte de estas empresas globales. (Maxwell, 2006, pág. 14)

Además, en las academias de comunicación social y periodismo se ha venido enseñando a los futuros comunicólogos que los medios de comunicación cumplen cuatro funciones sociales: informar, persuadir, entretener y educar. Siendo este último ítem cuestionado en la vida real, ya que las grandes empresas tratan a la información según sus intereses y en la mayoría de casos se quiere aumentar el número de audiencia porque de esta manera les ingresarán más o menos avisos publicitarios o propagandísticos por lo que llegan a abandonar la función social de educar.

El Poder de la información

A lo largo de la historia se ha podido demostrar que quien tiene la información, tiene el poder, es así como en muchos casos los medios de comunicación han servido no solo para informar a la gente, también para construir una imagen distorsionada de la realidad o manipular. Dicha manipulación quedó demostrada en la segunda guerra mundial cuando Joseph Goebbels, ministro para la Ilustración Pública y Propaganda del Tercer Reich entre 1933 y 1945, manipuló a la prensa, la radio, la televisión y el cine, para que los periodistas publicaran únicamente los intereses de los Nazis¹¹.

Esta influencia y mala información llevó a la sociedad a creer en todo lo que esos medios emitían. De igual manera censuraron a quienes daban a conocer un mensaje diferente al que los Nazis querían dar, tomando el control de la información de Alemania en dicha época.

De acuerdo con el documental “Goering y Goebbels - Jerarcas nazis”, en 1938 y los medios de comunicación estaban siendo manipulados por Goebbels, por lo que la ciudadanía alemana se apostó en contra de los judíos y respondieron de manera violenta contra ellos. Los mensajes racistas y extremistas de los Nazis tuvieron gran eco en la población gracias a que eran emitidos por la prensa y la radio en esa época. (SWE, Studio, 2014).

Esto tuvo como consecuencia, que los ciudadanos alemanes tuvieran una opinión errada sobre los judíos, lo que los llevó a maltratarlos físicamente por el simple hecho de caminar por el mismo andén, de comprar en los mismos lugares o por el hecho de trabajar en las ciudades de Alemania.

De igual manera y según el análisis realizado por Emma Rodero en su artículo ‘Concepto y Técnica de la propaganda y su aplicación al Nazismo’ afirma que como lo aseguró Pratkanis y Aronson “con una repetición suficiente y la comprensión psicológica de las personas implicadas, no sería imposible probar que de hecho un cuadrado es un círculo. Después de todo, ¿qué son un cuadrado y un círculo? Son meras palabras, y las palabras pueden moldearse hasta disfrazar las ideas”¹². Disfráz ideas que se presentan en varios momentos de la vida en una sociedad, ya sea en medio de una noticia o desde la política.

En los últimos años, la prensa le ha sacado el jugo a las noticias que tienen que ver con el conflicto del país, de igual forma aprovecharon cada hecho que se conocía sobre el proceso de la Habana para hacer de éste un tema de primera página del periódico. En algunos casos con información que se rumoraba y no se había comprobado.

Es por ese hecho que cuestiono el com-

11 SWE, Studio. (4 de Agosto de 2014). Goering y Goebbels - Jerarcas nazis. Alemania.

12 Rodero Antón, E. (2000). *Concepto y Técnica de la Propaganda y su aplicación al Nazismo*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.

promiso que tuvieron los dos periódicos para mostrar el proceso de paz con las Farc y lo que se estaría definiendo en las urnas el 2 de octubre de 2016. Muchos de los ciudadanos a los que les preguntaban antes de las votaciones del plebiscito no habían leído el texto final del acuerdo y otros no lo interpretaban de manera correcta.

Si bien existió una separata en cada medio en donde plasmaron los acuerdos. Al ser un archivo tan extenso fue desechado por la mayoría de las personas y no se hizo un trabajo responsable de explicar punto por punto y de manera fácil de qué se trataban los acuerdos, convirtiéndose así en una vulneración al derecho a la paz y a la información.

Los medios de comunicación tienen libertad para dar a conocer una información, pero también tienen, en algunos casos, la responsabilidad de la reacción de la ciudadanía sobre un suceso. Tal y como pasó el 9 de abril de 1948 con el bogotazo; cuando los medios de comunicación, en especial la radio, tuvo injerencia en la violencia que se gestó, ya que líderes liberales tomaron las instalaciones de Radio Nacional y desde allí emitieron mensajes que invitaban a salir armados a las calles y buscando “venganza” por la muerte del candidato presidencial Jorge Eliecer Gaitán.

¿Se convierten los resultados del plebiscito del 2 de octubre del 2016 en un reflejo de la falta de compromiso social y educativo de los medios de comunicación?, ¿pudo hacerse un mejor trabajo desde cada una de las líneas editoriales, con el fin de atraer más ciudadanos a las urnas?, ¿Se convierten los medios en esclavos de la inmediatez faltando a la constitución política de Colombia y violando derechos fundamentales?. Estas preguntas quedan en el aire y se pueden resolver leyendo únicamente los titulares de cada noticia que se emitió sobre el proceso de paz con las Farc.

Bibliografía

- Fidel Cano Correa/10 preguntas*. (2 de noviembre de 2008). Obtenido de cambio.com: http://web.archive.org/web/20120529065253/http://www.cambio.com.co/paiscambio/10preguntas/715/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_CAMBIO-3468511.html
- Arrueta, C. (2013). La línea editorial como estrategia de demarcación de zonas periodísticas. *Guaracá - Revista de Filosofía*, 200.
- Constitución Política de Colombia. (1991). *Constitucioncolombia*. Obtenido de constitucioncolombia: <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-22>
- Hincapié, O. J. (2011). Atraer el pueblo a las urnas: la campaña electoral de Enrique Olaya Herrera. *REVISTA DE HISTORIA REGIONAL Y LOCAL*, 193 - 230.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (1969). *Dialéctica de la Ilustración*. fisclier Verbg GmbH.
- Maxwell, R. (2006). El papel de la comunicación en nuestra sociedad. *Queen College*, 13.
- Orwell, G. (1984). *El gran hermano*. (Winston, & Julia, Intérpretes) Estados Unidos.
- Pintado, J. (2003). *El papel de los medios de comunicación en la socialización de los adolescentes de Málaga*. Málaga.
- Rodero Antón, E. (2000). *Concepto y Técnica de la Propaganda y su aplicación al Nazismo*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.
- Semana. (17 de Marzo de 2007). *Semana.com*. Obtenido de <http://www.semana.com/nacion/articulo/quien-fidel-cano-hoy-dirige-el-espectador-otro-fidel-cano-fundo-hace-120-anos/84009-3>
- Sentencia T 473. (1992). *Corteconstitucional.gov*. Obtenido de Corteconstitucional.gov.

- nal.gov: <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1992/t-473-92.htm>
- SWE, Studio. (4 de Agosto de 2014). Goering y Goebbels - Jerarcas nazis. Alemania.
- Torres, R. F. (2006). *El artículo periodístico*. Guadalajara: Sistema de Universidad Virtual, Universidad de Guadalajara.
- Vázquez, J. J. (2003). Medios de Comunicación y actitudes en una sociedad mediática global. *Psicología Política*, 57-72.