

Cubrimiento electoral regional 2023 - El País de Cali y El Heraldo: ¿Objetividad o sesgo?

Cómo citar este artículo:

Rosero, J., Barrios, C., Pallares, E., Velásquez, N., Molina, L. (2025) Cubrimiento electoral regional 2023 - El País de Cali y El Heraldo: ¿Objetividad o sesgo?. Revista Encuentros, Vol. 23 (02), 110-121. DOI: 10.15665/encuent.v23i02.3774

Javier Eduardo Rosero Molina
Universidad Autónoma del Caribe
javier.rosero@uac.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-2368-5757>
Carolina Barrios Barreto
Universidad Autónoma del Caribe
carolina.barrios@uac.edu.co
<https://orcid.org/0009-0009-1180-9175>
Eliana María Pallares Oliva
Universidad Autónoma del Caribe
eliana.pallares2@uac.edu.co
<https://orcid.org/0009-0001-1763-1971>
Natalia Jazmín Velásquez de la Rosa
Universidad Autónoma del Caribe
natalia.velasquez1@uac.edu.co
<https://orcid.org/0009-0001-6797-5553>
Lina Alejandra Molina Ramos
Universidad Autónoma del Caribe
lina.molina1@uac.edu.co
<https://orcid.org/0009-0007-4375-1612>

Recibido: abril 4, 2024/ Aceptado: julio 24, 2025

Resumen

Este estudio analiza la cobertura mediática de las elecciones regionales de 2023 en Colombia por parte de los periódicos El Heraldo de Barranquilla y El País de Cali, con el objetivo de identificar posibles sesgos informativos. La investigación parte del marco teórico del framing, la teoría de la agenda-setting y el periodismo de proximidad, evaluando cómo la alineación con intereses político-económicos influye en el tratamiento de la información. A través de un análisis cualitativo de contenido, se evidencia que ambos medios priorizaron la cobertura de elecciones municipales sobre las departamentales, lo que podría limitar la pluralidad informativa. El Heraldo mostró un enfoque centrado en la Alcaldía de Barranquilla, mientras que El País de Cali, tras su adquisición por el Grupo Gilinski, adoptó una postura más neutral, aunque con un sesgo hacia el contexto electoral de Bogotá. El estudio concluye que la aparente neutralidad informativa no garantiza una cobertura equilibrada, puesto que la dependencia de fuentes institucionales y la omisión de voces alternativas afectan la profundidad del análisis electoral. Se recomienda fortalecer la diversidad de fuentes y fomentar un periodismo más crítico para garantizar una información más equitativa y democrática.

Palabras clave: cubrimiento electoral; medios de comunicación; agenda setting; framing; monitoreo de medios; sesgo informativo.

Regional Electoral Coverage 2023 - El País de Cali and El Heraldo: Objectivity or Bias?

Abstract

This study analyzes the media coverage of the 2023 regional elections in Colombia by the newspapers El Heraldo from Barranquilla and El País from Cali, aiming to identify possible informational biases. The research is based on the theoretical framework of framing, agenda-setting theory, and proximity journalism, evaluating how alignment with political and economic interests influences the treatment of information. Through a qualitative content analysis, it is evident that both media outlets prioritized the coverage of municipal elections over departmental ones, which could limit informational plurality. El Heraldo focused primarily on the Barranquilla mayoral race, while El País from Cali, following its acquisition by the Gilinski Group, adopted a more neutral stance, though with a bias towards the electoral context in Bogotá. The study concludes that apparent informational neutrality does not guarantee balanced coverage, as the reliance on institutional sources and the omission of alternative voices affect the depth of electoral analysis. It is recommended to strengthen the diversity of sources and promote more critical journalism to ensure more equitable and democratic information.

Keywords: Electoral coverage; media; agenda setting; framing; media monitoring; informational bias.

Cobertura Eleitoral Regional 2023 - El País de Cali e El Heraldo: Objetividade ou Viés?

Resumo

Este estudo analisa a cobertura midiática das eleições regionais de 2023 na Colômbia pelos jornais El Heraldo de Barranquilla e El País de Cali, com o objetivo de identificar possíveis vieses informativos. A pesquisa se baseia no referencial teórico do framing, da teoria da agenda-setting e do jornalismo de proximidade, avaliando como o alinhamento com interesses político-econômicos influencia o tratamento da informação. Por meio de uma análise qualitativa de conteúdo, evidencia-se que ambos os veículos priorizaram a cobertura das eleições municipais em detrimento das departamentais, o que pode limitar a pluralidade informativa. El Heraldo apresentou um enfoque centrado na Prefeitura de Barranquilla, enquanto El País de Cali, após sua aquisição pelo Grupo Gilinski, adotou uma postura mais neutra, embora com um viés voltado para o contexto eleitoral de Bogotá. O estudo conclui que a aparente neutralidade informativa não garante uma cobertura equilibrada, uma vez que a dependência de fontes institucionais e a omissão de vozes alternativas afetam a profundidade da análise eleitoral. Recomenda-se fortalecer a diversidade de fontes e fomentar um jornalismo mais crítico para garantir uma informação mais equitativa e democrática.

Palavras-chave: cobertura eleitoral; meios de comunicação; agenda setting; framing; monitoramento da mídia; viés informativo.

Introducción

Durante la última década, los medios de comunicación en Colombia han experimentado transformaciones significativas, influenciadas tanto por la evolución tecnológica como por cambios en la propiedad y las líneas editoriales de las principales casas editoriales. Esta evolución ha sido acompañada por un incremento en la influencia de intereses político-económicos que ha modificado el encuadre de la información y la manera en que los ciudadanos perciben los procesos electorales.

Ahora bien, los enfoques editoriales y la producción de contenido informativo permeado por intereses político-económicos de los propietarios de las organizaciones, en medio de un contexto de transformaciones políticas (Luquetta, 2022), debilitan un tejido social ya tensionado, influido por información sesgada, con elecciones regionales en el horizonte.

Los procesos electorales funcionan como el momento más simbólico de los sistemas democráticos, puesto que los actores políticos lanzan todo tipo de mensajes para conseguir el apoyo de la ciudadanía. Esta clase política se halla cada vez más profesionalizada, desarrollando mensajes espectaculares Berrocal (2017, citado en Rivas-de-Roca, Morais, & Jerónimo, 2022) dentro de una lógica mediatizada. La mediatización es un fenómeno establecido por el cual los mensajes se adaptan a la narrativa de los medios de comunicación Strömbäck (2008, citado en Rivas-de-Roca, Morais, & Jerónimo, 2022), por lo tanto, es importante enmarcar el correcto cubrimiento aislado de centrismos, sesgos y neutralidad.

El problema radica en que la mediatización de la política, en combinación con la influencia de intereses político-económicos, puede llevar a una representación distorsionada de los procesos electorales. Esto no solo afecta la percepción de los ciudadanos sobre los candidatos y sus propuestas, sino que también puede influir en el resultado de las elecciones, debilitando el principio democrático de elecciones libres y justas. La ciudadanía, al estar expuesta a un flujo constante de información sesgada, corre el riesgo de tomar decisiones basadas en percepciones distorsionadas, lo que compromete la calidad de la democracia y el tejido social en general.

En un escenario donde los medios de comunicación continúan bajo la influencia de intereses particulares, es probable que la polarización social se intensifique, llevando a un aumento de la desconfianza en las instituciones democráticas. Como lo indica Neuman (2002, citado en Pérez Fuentes, I. 2009. La comunicación política en perspectiva. Comunicación y Ciudadanía), en la medida en que se acumulaba evidencia empírica, se hacía cada vez más claro que el proceso sería mejor comprendido si se describía como una interacción entre la audiencia y el medio, altamente sensitivo a las condiciones situacionales, las actitudes e intereses de la audiencia y la naturaleza del mensaje comunicativo. A largo plazo, esto podría erosionar la legitimidad del proceso electoral y profundizar las divisiones en la sociedad. Sin embargo, si se promueve un periodismo independiente y se fomenta la alfabetización mediática entre la ciudadanía, es posible revertir esta tendencia, fortaleciendo la democracia y promoviendo una mayor participación ciudadana informada y crítica.

¿Qué tan riguroso fue el manejo de la información en los medios El Herald de Barranquilla y El País de Cali durante los comicios regionales del 2023?

Antecedentes

La presente investigación se centra en analizar los sesgos presentes en el cubrimiento informativo de dos medios tradicionales colombianos, El Herald de Barranquilla y El País de Cali, durante las elecciones regionales de 2023. El estudio surge en un contexto de transformaciones significativas en el panorama mediático colombiano, influenciado por la digitalización, cambios en las líneas editoriales, y la adquisición de medios por grupos empresariales. La hipótesis central se evidencia en la alineación de los medios con ciertos intereses políticos y económicos influye en el tipo de información que se presenta al público, lo cual tiene implicaciones directas en el proceso democrático y la percepción pública.

Por otro lado, los resultados preliminares indican que ambos medios presentan sesgos hacia la neutralidad y apego a paradigmas clásicos de cubrimiento informativo. El Heraldito, alineado históricamente con una corriente política liberal, ha priorizado la cobertura de actores políticos relacionados con la Alcaldía de Barranquilla, mientras que El País de Cali, tradicionalmente conservador, ha mostrado un viraje hacia una postura más neutral desde su adquisición por el Grupo Gilinski. Además, se observó que el cubrimiento informativo estuvo más enfocado en las campañas para las alcaldías que en las gobernaciones, lo que podría reflejar una subrepresentación de intereses más amplios de la población.

La comunicación política se concibe como un flujo interactivo entre actores políticos, medios de comunicación y ciudadanos, mediado por la tecnología y esencial para el sistema democrático, pues proporciona la información necesaria para la toma de decisiones políticas (Castromil et al., 2020a). Esta dinámica es fundamental para comprender el papel central que los medios juegan en el sistema político actual. Los medios de comunicación han dejado de ser simples observadores para convertirse en actores influyentes en las contiendas políticas, como ocurrió por primera vez en un proceso electoral en 1988, cuando los medios tomaron un rol protagónico (Trejo, R., 1991). Este fenómeno ha sido analizado desde diferentes perspectivas, destacando la complementariedad y, en ocasiones, la sustitución entre medios y actores políticos, donde los primeros se han convertido en plataformas privilegiadas para la promoción de líderes y partidos (Popper, K., 1996).

Asimismo, la construcción de noticias políticas está influenciada por una variedad de factores que dependen tanto del protagonista como del contexto de la cobertura (Alsina, M., 1989, como lo citó Torres E. 2022). La prensa política no solo actúa como vigilante del sistema político, sino que también asume una responsabilidad social implícita en su labor (Robledo, K., 2017). Sin embargo, esta labor no está exenta de sesgos, y es crucial mantener la integridad y la independencia periodística a pesar de las influencias externas (Iberico, L., 2018). Los medios no solo informan, sino que también moldean la agenda política y, por extensión, la opinión pública, lo que les otorga un papel decisivo en la configuración del discurso político en la sociedad contemporánea (Casero-Ripollés, A., 2008, como lo citó Torres, E., 2022).

Estas investigaciones son importantes para nuestro proyecto debido a que amplían el área de conocimiento de la observación de medios referentes a las elecciones alrededor del mundo y como se han llevado las situaciones acordes a los sesgos y las perspectivas del tema a investigar.

Justificación

La cobertura de los medios de comunicación en contextos electorales es crucial para la formación de la opinión pública y la participación democrática. En un entorno mediático saturado de información, es fundamental evaluar cómo los medios tradicionales abordan temas electorales y cómo su enfoque puede influir en la percepción ciudadana. La identificación de sesgos y la evaluación de la profundidad informativa contribuirán a una comprensión más completa del papel de los medios en el proceso democrático.

Los resultados del estudio tienen implicaciones para los medios de comunicación en términos de cómo abordan temas cruciales para la ciudadanía y cómo contribuyen a la formación de una esfera pública informada y activa. La reflexión sobre las prácticas tradicionales y la propuesta de enfoques más inclusivos y profundos puede mejorar la calidad del periodismo y su impacto en la sociedad.

El estudio contribuye al conocimiento académico sobre la cobertura informativa en medios tradicionales y ofrecerá insights prácticos para periodistas y responsables de medios. La evaluación de prácticas actuales y la propuesta de mejoras basadas en el análisis de contenido proporcionarán una base para futuras investigaciones y desarrollos en el campo del periodismo.

Por lo expresado anteriormente, se plantea como objetivo general, analizar el manejo de la información durante las elecciones regionales del 29 de octubre del 2023 en los medios El País de Cali y El Heraldo de Barranquilla. En lo específico, se pretende examinar la distribución del contenido informativo de los dos medios de estudio; caracterizar la cantidad y el tipo de cobertura que ambos medios dieron a los distintos partidos políticos y candidatos previo y durante las elecciones; e identificar posibles sesgos, discurso de odio o polarizante en la cobertura de los candidatos y partidos.

Diseño metodológico

El estudio se enmarca en una investigación básica descriptiva (Nicomedes, T., s.f.), con un enfoque cualitativo centrado en la recolección y análisis de información (Otero, A., 2018) de medios seleccionados para identificar tendencias y sesgos en su cobertura informativa. Se utiliza el análisis de contenido como la técnica principal para estudiar las piezas informativas de los medios, con un énfasis en el análisis temático y la evaluación de las fuentes y recursos utilizados (Cruz-Castillo, A. L. et al., 2023).

La muestra se compone de dos medios de comunicación: El Heraldo y El País de Cali, seleccionados debido a su relevancia en la cobertura de temas políticos en la región. El período de estudio abarca desde el 30 de septiembre hasta el 29 de octubre de 2023, justo antes de las elecciones regionales, permitiendo así una evaluación exhaustiva de la cobertura previa al evento electoral. La unidad de análisis incluye piezas informativas relacionadas con la rama ejecutiva, como noticias, reportajes, columnas de opinión y artículos de análisis, con un enfoque en los temas tratados, las fuentes utilizadas y el tipo de recursos multimedia empleados (Robles, E., Rosero, J., Orozco, M., 2024).

El análisis de contenido permitió la identificación y clasificación de los temas según áreas específicas, como logística electoral, financiación de campañas y seguridad. (Cruz-Castillo, A. L., Martínez-Calderón, A., Acosta, J., Vásquez, M. P., & Barrera, A. F., 2023) Asimismo, se llevó a cabo un microanálisis para evaluar la concentración de la cobertura en temas municipales frente a regionales y para identificar posibles sesgos, como el centrismo en la cobertura (Red ética, 2019). El análisis cualitativo se centró en identificar el enfoque general de los contenidos, la presencia de perspectivas diversas o sesgadas y la evaluación del impacto de los recursos multimedia en la comprensión del mensaje.

Referentes conceptuales

Sesgos noticiosos y Framing

La palabra “sesgo” tiene su origen etimológico en la palabra francesa *biaias* que significa inclinación, oblicuidad o torcimiento. Los psicólogos israelíes Amos Tversky y Daniel Kahneman definieron los sesgos cognitivos como errores sistemáticos que ocurren cuando hacemos juicios y tomamos decisiones, y que suelen ocurrir por debajo del umbral de la consciencia (The cocktail, s.f).

Ahora bien, teniendo en cuenta el significado y su origen de la palabra “sesgos” hay que aclarar que para esta investigación es un término importante que hay que destacar para poder entender

mejor esta información suministrada. Por consiguiente, cuando se encuentran sesgos en alguna noticia influye en la decisión de voto (Vaccari, 2016, como se citó en la Comisión Europea).

Por otro lado, la teoría del encuadre, o framing, es fundamental para entender cómo los medios de comunicación estructuran la información y moldean la percepción pública de los eventos. El encuadre es la forma en que se presentan y organizan los temas, lo cual influye en la interpretación de la audiencia (Goffman, 1974, como citó Sánchez, E., 2018) ya que es diseñado por el medio de comunicación y por el periodista para determinar cómo una sociedad ve la realidad. En el caso de las elecciones, este encuadre puede ser utilizado para destacar o minimizar ciertos aspectos de los candidatos o las campañas.

Ahora bien, teniendo en cuenta estos dos significados podemos evidenciar que se llevan de la mano esto se debe a que existen medios de comunicación que tienden a escoger noticias ya seleccionadas y filtradas en donde omiten información. Esto se llama sesgo de encuadre y comienza a utilizarse cuando los espectadores se informan con los medios que comparten sus puntos de vista, caen en un sesgo de encuadre que los encierra en una especie de cámara de eco. Esto significa que seleccionan y consumen únicamente noticias y datos que refuerzan lo que ya creen o con lo que están de acuerdo, rodeándolo solo de opiniones afines que podrían no reflejar la realidad de manera objetiva (Díez, M., 2023).

Teoría de la agenda (Agenda Setting)

La teoría del establecimiento de la agenda sostiene que los medios de comunicación no solo informan sobre los hechos, sino que también determinan qué temas son más relevantes y cuales son menos relevantes para el público. Esta teoría fue investigada por los académicos Maxwell McCombs y Donald Shaw a comienzos de la década de los 70 ambos investigadores evidenciaron que las audiencias suelen evaluar la relevancia de un tema público según la frecuencia y la profundidad con la que es tratado por los medios (Durán, C., 2021). Además, el público también tiende a asignarles la importancia de ciertos temas, por lo tanto, la agenda propone un nuevo eje señalando que las personas les dan más relevancia a ciertos temas o los dejan de lado según lo que los medios deciden mostrar u omitir en sus contenidos (Todo sobre comunicación, 2020).

Sin embargo, esta teoría, más que su concepto en esencia es una influencia poderosa que moldea la percepción pública y afecta la toma de decisiones políticas (Benito, F., 2023). Ahora bien, la agenda setting está muy bien utilizada en las elecciones regionales del 2023 en los medios de comunicación El Heraldo y El País de Cali, puesto que en esta investigación se evidenciará cómo estas plataformas mediáticas tienen un mayor cubrimiento sobre las corporaciones ejecutivas (Luquetta, D., Rosero, J., 2024) dando en efecto que los espectadores tengan presente esa temática en las noticias.

Teoría de la sociedad hipermediada

En la era digital, la sociedad se enfrenta a una sobrecarga de información, donde la producción y el consumo de contenidos están mediados por dispositivos tecnológicos portátiles y plataformas digitales, por esto en la actualidad se ve claramente un aumento de noticias falsa proliferando la desinformación (Abuín-Penas, J., Corbacho-Valencia, J. y Pérez-Seoane, J., 2023). Esta teoría, propuesta por autores como Scolari (2008), explica cómo la saturación informativa afecta la capacidad crítica de los ciudadanos y facilita la manipulación mediática en contextos electorales. Por otro lado, las fake news y la desinformación desde el 2016 se han convertido en objeto de

investigación científica producida desde diferentes campos del saber (García-Marín, D. y Salvat-Martinrey, G, 2022).

En la actualidad, los medios de comunicación se centran más en la rapidez que en la veracidad para así generar más clics en sus plataformas y conseguir engagement dándole un menor tiempo a verificar si la información es correcta (Luquetta D., Rosero J., 2024).

Los conceptos y teorías aquí presentadas demuestran la necesidad de un análisis profundo sobre el papel de los medios de comunicación en las elecciones regionales de 2023 en Colombia. La influencia de intereses político-económicos, sumada a los desafíos de una sociedad hipermediada, plantea interrogantes sobre la objetividad y pluralidad del periodismo en la democracia colombiana.

Análisis de resultados

Sesgo Centrista en la Cobertura

El análisis reveló la presencia de un sesgo centrista en la cobertura informativa de ambos medios seleccionados. (Red ética, 2019) En el caso de El Heraldó, se observó que un 70% de su cobertura estaba centrada en la Alcaldía de Barranquilla, destacando un énfasis claro en temas locales. Esta concentración en lo municipal relegó la cobertura de la Gobernación departamental y temas como la financiación de campañas también quedaron relegados.

Por otro lado, El País de Cali presentó una cobertura desbalanceada, con un claro énfasis en Bogotá, dejando de lado los temas relevantes de su propio entorno, el Valle del Cauca. Aunque el medio abordó aspectos importantes como la financiación de campañas y la logística electoral, la falta de profundidad en cuestiones sociales y el desequilibrio geográfico evidenciaron una perspectiva limitada, que no logró ofrecer una visión integral del proceso electoral regional reflejando la teoría del framing (Mula, J. 2023) explica que la manera en que se presentan los hechos influye en su interpretación. En este caso, al priorizar el contexto electoral de Bogotá sobre el del Valle del Cauca, El País de Cali puede haber reforzado la percepción de que la política regional es menos relevante que la nacional.

Dependencia de Fuentes Institucionales

Ambos medios dependieron en gran medida de fuentes oficiales como comunicados de prensa y documentos públicos emitidos por instituciones estatales. Se evidenció que el 65% de las noticias de El Heraldó y el 72% de las de El País de Cali se basaron en comunicados de prensa y documentos públicos (Robles, E., Rosero, J., Orozco, M. 2024). Si bien el uso de fuentes oficiales fortalece la verificabilidad de la información, también limita la inclusión de perspectivas alternativas. Esto concuerda con los planteamientos de la teoría de la sociedad hipermediada (Scolari, 2008), según la cual los medios tradicionales han reducido el contraste informativo en favor de la inmediatez y la accesibilidad.

El bajo porcentaje de fuentes independientes sugiere una cobertura con poca diversidad de visiones. Según el modelo del periodismo de proximidad (Castelló, E. 2023), incluir fuentes ciudadanas o especializadas podría enriquecer el análisis electoral. La ausencia de estas fuentes podría reforzar el encuadre institucional y minimizar la voz de sectores críticos o alternativos dentro del proceso electoral

Neutralidad sin Profundidad Crítica

Ambos medios adoptan una postura que evita inclinarse hacia un partido o candidato en particular, buscando ofrecer un balance informativo. No obstante, la teoría del *hostile media effect* (Tong, Winckler & Rojas, 2021) sugiere que incluso una cobertura percibida como neutral puede interpretarse como sesgada, esta elección de neutralidad está en línea con la intención de evitar influir emocionalmente en un tejido social polarizado, especialmente durante un proceso electoral complejo. Sin embargo, este tipo de neutralidad, aunque en principio parece objetiva, limita la inclusión de múltiples perspectivas que podrían enriquecer el contexto para la audiencia. La neutralidad no necesariamente implica objetividad, y en el caso de estos dos medios, ha resultado en una cobertura que evita el cuestionamiento o la crítica hacia ciertos actores o decisiones políticas. Este enfoque limita la diversidad en la construcción de la información, lo que es crítico para un proceso democrático en el cual se esperaría que el periodismo no solo informe, sino que también genere espacios de reflexión y cuestionamiento.

La cobertura desigual de los temas y la falta de cuestionamiento crítico resalta la importancia de la teoría de la Agenda Setting, según esta teoría, los medios determinan qué temas son relevantes para el público en función de su frecuencia y prominencia en la cobertura (Durán, C., 2021). En este sentido, la cobertura centrada en ciertos temas locales o políticos, junto con la escasa profundización en otros aspectos clave del proceso electoral, sugiere una manipulación de la agenda informativa que, lejos de ofrecer una visión completa y equilibrada, contribuye a una percepción parcial del proceso electoral. Se determinó la presencia y magnitud de un sesgo centrista en la cobertura informativa de ambos medios. (Red ética, 2019)

Tanto El Heraldo como El País de Cali muestran un enfoque que prioriza temas y áreas específicas en su cobertura de las elecciones regionales. El Heraldo se enfocó predominantemente en la Alcaldía de Barranquilla, dedicando alrededor del 70% de su cobertura a temas municipales en contraste con el 30% dedicado a la Gobernación departamental. Esta concentración en el ámbito local refleja un sesgo centrado en la ciudad donde se encuentra el medio, dejando en segundo plano aspectos cruciales del proceso electoral regional. A pesar de la relevancia del medio en el contexto regional, la cobertura de temas como la financiación de campañas y la logística electoral fue insuficiente, limitando la información disponible para la ciudadanía.

Con base en nuestros objetivos, en términos generales se logró analizar el manejo informativo de El Heraldo y El País de Cali, identificando sus sesgos y estructuras de cobertura, también se evidenció que la distribución de contenido estuvo desbalanceada, con un enfoque prioritario en las alcaldías sobre las gobernaciones. Además, se caracterizó la cobertura de los partidos políticos, encontrando una tendencia centrada en fuentes institucionales y con una menor inclusión de voces diversas. Finalmente, se identificaron sesgos en la cobertura, incluyendo el sesgo centrista y la neutralidad sin profundidad crítica.

Hallazgos

Uno de los hallazgos más importantes fue el cambio de enfoque editorial en El País de Cali, que dejó atrás una postura claramente conservadora para adoptar una posición más neutral en su cobertura de las elecciones regionales de 2023. Este cambio podría estar vinculado a la compra del medio por el Grupo Gilinski, que ha traído ajustes en su línea informativa. Aunque la neutralidad busca evitar favoritismos, también puede hacer que se pierdan perspectivas importantes para entender el contexto político.

También se observó que ambos medios, *El País de Cali* y *El Herald*, les dieron prioridad a los candidatos municipales, dejando en segundo plano a los aspirantes a las gobernaciones departamentales. Este enfoque puede estar influenciado por el interés mediático en las ciudades principales, donde los temas políticos suelen tener más eco. Sin embargo, esto deja de lado problemas y decisiones relevantes que afectan a las comunidades del Atlántico y el Valle del Cauca, limitando la información disponible para los votantes sobre el panorama regional.

Finalmente, hubo diferencias claras en cómo los medios usaron recursos para presentar la información. *El País de Cali* apostó por elementos visuales y audiovisuales, como videos e infografías, mientras que *El Herald* se centró más en contenidos de opinión, como columnas críticas. Estas decisiones muestran estilos distintos para captar a sus lectores y también pueden influir en cómo estos interpretan las noticias sobre el proceso electoral.

Discusiones

Los resultados del análisis sugieren que tanto *El Herald* como *El País de Cali* reflejan un sesgo de neutralidad y un enfoque centrado en las elecciones de las alcaldías más que en las gobernaciones departamentales. Esto se evidencia en la prioridad que ambos medios otorgan a las noticias y columnas de opinión relacionadas con la administración de Barranquilla y Cali, dejando en segundo plano las problemáticas y candidaturas que competían por las gobernaciones. Esta neutralidad, si bien puede verse como un intento de evitar el partidismo, en realidad restringe el valor informativo de las noticias al limitar la diversidad de perspectivas y enfoques.

Desde la teoría del agenda-setting (McCombs y Shaw, 1972), esta tendencia refuerza la percepción de que las elecciones de alcaldías son más relevantes que las de gobernaciones, influyendo en la jerarquización de la información por parte del público. Asimismo, el framing o encuadre noticioso (Goffman, 1974, como citó Sánchez, E., 2018) permite entender que la supuesta neutralidad editorial puede funcionar como un filtro que omite o minimiza debates estructurales clave, como la transparencia en la financiación de campañas o los retos de gobernanza a nivel departamental.

El fenómeno observado en ambos medios es consistente con investigaciones anteriores sobre el encuadre informativo en medios tradicionales, donde los intereses editoriales y empresariales influyen en la cobertura mediática de temas de interés público. Desde el modelo de periodismo de acceso (Hallin & Mancini, 2004), esta neutralidad puede explicarse por los históricos vínculos de los medios con élites políticas y económicas, lo que conlleva a una cobertura más alineada con los poderes locales y menos crítica frente a sus acciones. De este modo, la pretensión de imparcialidad podría interpretarse como una omisión que debilita la pluralidad informativa y reduce el potencial de escrutinio público.

Otro aspecto relevante es la falta de contraste entre las fuentes empleadas en las noticias. Aunque ambos medios incluyeron una variedad de voces, no se evidencia un esfuerzo por contraponer diferentes perspectivas que podrían enriquecer el análisis del contexto electoral. Esto responde, en parte, a la aceleración de los procesos de producción mediática en entornos digitales, donde la presión por generar contenido rápidamente reduce el tiempo dedicado a la verificación exhaustiva de información y a la inclusión de fuentes críticas. En este sentido, la digitalización de los medios y la necesidad de optimización para audiencias en redes sociales pueden generar un periodismo de flujo continuo (Boczkowski, 2010), donde la rapidez prima sobre la profundidad y la pluralidad.

A nivel práctico, se evidencia la necesidad de que los medios fortalezcan sus prácticas de verificación y contrastación de fuentes, lo que permitiría ofrecer una perspectiva más rica y contex-

tualizada de los procesos electorales. Para el desarrollo teórico en estudios de comunicación, la investigación reafirma que los medios de comunicación regionales, pese a su alcance e influencia, pueden fallar en su rol de agentes de vigilancia democrática al priorizar un encuadre informativo neutral que diluye las voces y puntos de vista alternativos.

Entre las limitaciones de la investigación se encuentra el enfoque cualitativo, el cual, si bien permite una comprensión detallada de las narrativas periodísticas, no permite generalizar los resultados más allá de los dos medios estudiados. La muestra, aunque representativa del periodo electoral clave, podría no abarcar la totalidad de las prácticas editoriales de estos medios en otras coyunturas políticas.

Dado el impacto que los medios tienen en la formación de opinión pública y en los procesos democráticos, futuras investigaciones podrían enfocarse en comparar estos hallazgos con la cobertura de medios nacionales y evaluar si existen patrones similares de sesgo centrado en la neutralidad. Además, sería valioso investigar cómo la digitalización de los medios afecta la calidad del cubrimiento electoral, considerando el rol de los ecosistemas digitales en la formación de burbujas informativas y su relación con la participación ciudadana.

Conclusiones

La investigación sobre la cobertura informativa de El Heraldito y El País de Cali durante las elecciones regionales de 2023 permitió cumplir con los objetivos planteados, al analizar el manejo de la información en ambos medios y evidenciar los sesgos en su cobertura. Se logró examinar la distribución del contenido informativo, caracterizar el tipo de cobertura otorgada a los distintos partidos y candidatos, e identificar tendencias de sesgo, especialmente en la priorización de las corporaciones ejecutivas sobre las legislativas.

Los hallazgos confirman que la cobertura de ambos medios presentó un enfoque limitado y centralizado, con mayor atención en las alcaldías y menor en las gobernaciones, lo que restringió la diversidad informativa disponible para la ciudadanía. Además, se evidenció una fuerte dependencia de fuentes institucionales, lo que, si bien garantizó verificabilidad, también redujo la pluralidad de perspectivas en el discurso mediático.

En términos de neutralidad, si bien El País de Cali mostró un cambio editorial hacia una postura más equilibrada tras su adquisición por el Grupo Gilinski, persistieron sesgos temáticos y geográficos en su cobertura. Por su parte, El Heraldito mantuvo una línea editorial con énfasis en la Alcaldía de Barranquilla, sin una exploración crítica de otras instancias de poder. Esta falta de profundidad y diversidad en el tratamiento de la información sugiere la necesidad de fortalecer la independencia periodística y ampliar la variedad de fuentes utilizadas en los reportajes electorales.

Dado que los hallazgos confirmaron las hipótesis iniciales, se puede concluir que la investigación fue exitosa en su propósito de identificar y analizar los sesgos en la cobertura electoral. En consecuencia, se recomienda que los medios de comunicación refuercen su compromiso con la pluralidad informativa, diversifiquen sus fuentes y adopten estrategias de distribución en plataformas digitales que garanticen un acceso más equitativo a la información. De esta manera, podrán contribuir a una ciudadanía más informada, activa y participativa, fortaleciendo así el papel del periodismo en el sistema democrático contemporáneo.

Referencias

- Abuín-Penas, J., Corbacho-Valencia, J., & Pérez-Seoane, J. (2023). Análisis de los contenidos verificados por los fact-checkers españoles en Instagram. *Revista De Comunicación*, 17-34.
- Benito, F. (25 de julio del 2023). Agenda-Setting: El poder mediático en la política actual. *Decide Coaching*. <https://www.decide.coach/agenda-setting-el-poder-mediatico-en-la-politica-actual/#:~:text=La%20teor%C3%ADa%20de%20la%20agenda-setting%20en%20el%20%C3%A1mbito,en%20los%20medios.%203%20Pol%C3%ADtica%20de%20identidad%3A%20>
- Boczkowski, P. (2010). *Noticias en el trabajo: La imitación en una era de abundancia de información*. University of Chicago Press. <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/N/bo8854949.html>
- Mula, J. (2023). El Framing: La Verdad Bajo Intereses. En V. Guarinos Galán & M. Blanco Pérez (Eds.), *Universos distópicos y manipulación en la comunicación contemporánea* (pp. 275-291). Madrid: Dykinson S.L. Recuperado de <https://www.dykinson.com/libros/universos-distopicos-y-manipulacion-en-la-comunicacion-contemporanea/9788413772023/>
- Castelló, E. (2023). Sentidos de lugar, ruralidad y periodismo de proximidad. *TERRA: Revista De Desarrollo Local*, <https://doi.org/10.7203/terra.13.27338>
- Comisión europea. (s.f). El sesgo de los medios de comunicación en una cultura de noticias competitivas. *Comisión Europea*. <https://cordis.europa.eu/article/id/435675-media-bias-in-a-competitive-news-culture/es>
- Cruz-Castillo, A. L., Martínez-Calderón, A., Acosta, J., Vázquez, M. P., & Barrera, A. F. (2023). Memorias colectivas, medios de comunicación alternativa. *Universitas XXI*, 229-253.
- D'Adamo, O., Freidenberg, F., García, V., Gutierrez, R., Hallin, D., Pereira, M., Peschard, J., Ruguillo, R., Sampedro, V., Trejo, R., Waisbord, S. (2000). Los medios de comunicación en la construcción de la cultura política democrática en México. *Bucle*. <https://gredos.usal.es/handle/10366/72480>
- Díez, M. (23 de marzo del 2023). Framing: cómo los medios eligen lo que piensas. *Inesem Business School*. <https://www.inesem.es/revistadigital/educacion-sociedad/framing/>
- Durán, C. (10 de enero del 2021). Agenda Setting: ¿Cómo marcan pautas los medios de comunicación? *Pontificia Universidad Católica De Chile*. <https://www.uc.cl/noticias/agenda-setting-como-marcan-pauta-los-medios-de-comunicacion/>
- García-Marín, D. y Salvat-Martinrey, G. (2022). Viralizar la verdad. Factores predictivos del engagement en el contenido verificado en Tik Tok. *Profesional De La Información*, 31(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.10>
- Hallin, D. C., Mancini, P. (2004). *Comparación de sistemas de medios. Tres medios de sistema y política*. Cambridge University Press. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=324196>
- Iberico, L. (2018). *La autorregulación en el periodismo peruano: el derecho a la información y sus conflictos con el derecho a la intimidad y la vida privada*. Repositorio académico USMP. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3961/iberico_nlca.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Jerónimo, P., Morais, R., Rivas, R. (2022). *Comunicación y desinformación en elecciones: tendencias de investigación en España y Portugal*. Universidad Politécnica Salesiana Ecuador. <https://www.redalyc.org/journal/4761/476170165005/html/>
- Luquetta, D. J. (20 de Junio de 2022). *La Silla Vacía*. Obtenido de *La Silla Vacía*: <http://tinyurl.com/c8mv4nn4>
- Robles, E., Rosero, J., Orozco, M. (2024). Centrisimo y neutralidad: sesgos presentes en el cubrimiento informativo de *El Heraldo* y *El País* de Cali en las elecciones regionales de 2023. *Moe*. <https://www.moe.org.co/wp-content/uploads/2024/09/2024-10-02-Libro-Monitoreo->

- 2023-VF.pdf
- Nicomedes, T. (s.f). Tipos de Investigación. Core. <https://core.ac.uk/download/pdf/250080756.pdf>
- Otero, A. (2018). Enfoques de Investigación. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION
- Pérez Fuentes, I. 2009. La comunicación política en perspectiva. Comunicación y Ciudadanía. https://www.uxternado.edu.co/wp-content/uploads/2017/01/REV_COM_Y_CIUD.pdf
- Popper, K. (1996). La sociedad abierta y sus enemigos. epublibre. <https://proletarios.org/books/Popper-La-sociedad-abierta-y-sus-enemigos.pdf>
- Red ética. (11 de Marzo de 2019). Seis sesgos que afectan la objetividad de un periodista. Fundación Gabo. <http://tinyurl.com/54a4wmrx>
- Robledo, K. (2017). Periodismo político transmedia: un nuevo escenario para la consolidación de una profesión tradicional. Universidad de Piura. <https://hdl.handle.net/11042/2647>
- Sánchez, E. (06 de julio del 2018). La teoría del encuadre y la manipulación comunicativa. La mente es maravillosa. <https://lamenteesmaravillosa.com/la-teoria-del-encuadre-y-la-manipulacion-comunicativa/>
- The cocktail (s.f). La influencia de los sesgos cognitivos o Behavioral Economics en las decisiones de compra de la población española. The cocktail analysis. [https://tcanalysis.com/insights/la-influencia-de-los-sesgos-cognitivos-o-behavioral-economics-en-las-decisiones-de-compra-de-la-poblacion-espanola#:~:text=La%20palabra%20sesgo%20\(bias%20en,%2C%20oblicuidad%2C%20curvatura%20o%20torcimiento.](https://tcanalysis.com/insights/la-influencia-de-los-sesgos-cognitivos-o-behavioral-economics-en-las-decisiones-de-compra-de-la-poblacion-espanola#:~:text=La%20palabra%20sesgo%20(bias%20en,%2C%20oblicuidad%2C%20curvatura%20o%20torcimiento.)
- Todo sobre comunicación. (30 de Agosto del 2020). Teoría de la Agenda Setting. <https://todosobrecomunicacion.com/agenda-setting/>
- Tong, C., Winckler, H., & Rojas, H. (2021). La conexión entre las percepciones de sesgos mediáticos y su influencia en la polarización afectiva: un examen en Brasil, México y Estados Unidos. https://www.researchgate.net/profile/Chau-Tong/publication/354941884_La_conexion_entre_las_percepciones_de_sesgos_mediaticos_y_su_influencia_en_la_polarizacion_afectiva_un_examen_en_Brasil_Mexico_y_Estados_Unidos/links/630e34a1ddd4470211eae1/La-conexion-entre-las-percepciones-de-sesgos-mediaticos-y-su-influencia-en-la-polarizacion-afectiva-un-examen-en-Brasil-Mexico-y-Estados-Unidos.pdf
- Torres, E. (5 de julio del 2022). Tratamiento periodístico de los medios de comunicación escritos durante las campañas electorales. Repositorio académico UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/660724/Torres-VE.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Trejo, R. (1991). Proceso Electoral de 1988. Unam. <https://rtrejo.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/12/el-proceso-electoral-de-1988-en-asi-se-callo-el-sistema-1991.pdf>