

## VIDEO-ARTÍCULO

# PROYECTO DOCUMENTAL DE INVESTIGACIÓN FORMATIVA: ¿Y TÚ QUÉ VAS A HACER CON TU VOTO?

Adolfo Baltar Moreno

Profesor investigador de la Universidad Tecnológica de Bolívar. Cartagena de Indias (Colombia)

[abaltar@utb.edu.co](mailto:abaltar@utb.edu.co)

Cielo Patricia Puello Sarabia

Profesora investigadora de la Universidad Tecnológica de Bolívar. Cartagena de Indias (Colombia)

[cpuellos@utb.edu.co](mailto:cpuellos@utb.edu.co)

Yessica Blanco

Estudiante de la Universidad Tecnológica de Bolívar. Cartagena de Indias (Colombia)

[je-y-18@hotmail.com](mailto:je-y-18@hotmail.com)

Bene del Carmen Asprilla Mosquera

Estudiante de la Universidad Tecnológica de Bolívar. Cartagena de Indias (Colombia)

[basprilla97@gmail.com](mailto:basprilla97@gmail.com)

## RESUMEN

*¿Y tú qué vas a hacer con tu voto?* forma parte de un proyecto audiovisual video-documental producido por el semillero universitario de Investigación Política de la Universidad Tecnológica de Bolívar (Colombia), con motivo del plebiscito realizado en octubre de 2016 sobre el Acuerdo de Paz entre la guerrilla de las FARC y el gobierno de Colombia.

Durante las semanas previas a la elección, un grupo de estudiantes y docentes de Comunicación Social recorrieron las calles de Cartagena de Indias con dos equipos de cámara para crear un registro del clima de opinión existente en la ciudad ante la histórica decisión ciudadana. El objetivo inicial de este proyecto era producir un vídeo destinado a llamar a la comunidad universitaria a la reflexión frente a la importancia de la votación, independientemente del sentido del voto, en un país con un alto índice de abstención electoral.

Sin embargo, durante el rodaje el proyecto se transformó en una verdadera investigación exploratoria orientada a documentar audiovisualmente dicho clima, para tratar de comprender -mediante el poder la imagen- los argumentos de las posturas enfrentadas (y con ellas el *zeitgeist* del momento). Así, *¿Y tú qué vas a hacer con tu voto?* se convirtió en una experiencia de investigación formativa basada en el uso de la cámara de vídeo.

En un momento histórico en el que los grandes consensos que han regido a las democracias occidentales desde el fin de la Segunda Guerra Mundial parecen resquebrajarse (produciendo con ello sociedades cada vez más bipolares: Trump Vs. Clinton en EE.UU., el

*Brexit* en el Reino Unido o la actual crisis catalana en España), el producto final refleja una polarización más, la de la sociedad colombiana.

## PALABRAS CLAVE

*Opinión pública, investigación audiovisual, comunicación política, conflicto armado, sondeo de opinión, proceso de paz*

## ABSTRACT

*¿Y tú qué vas a hacer con tu voto?* It is part of a video-documentary audiovisual project produced by an university research group for the plebiscite held in October 2016 on the Peace Agreement between the FARC guerrilla and the Colombian government.

During the weeks prior to the election, a group of students and teachers of Social Communication toured the streets of Cartagena de Indias with two camera teams to create a record of the existing climate of opinion in the city before the historic citizen decision. The initial objective of this project was to produce a video to call the university community to reflect on the importance of voting, regardless of the meaning of the vote, in a country with a high voter turnout rate.

However, during the filming the project was transformed into a real exploratory research aimed at audiovisual documentation of this climate to try to understand -by means of the image power- the arguments of the opposing positions (and with them the zeitgeist of the moment), thus becoming in a formative research experience based on the use of the video camera.

## KEYWORDS

*Public opinion, audiovisual research, political communication, armed conflict, opinion polling, peace process*

## 1.INTRODUCCIÓN

*“Terminada la negociación y concluido el acuerdo, queda en manos de ustedes, -de todos los colombianos- decidir con su voto si apoyan este acuerdo histórico que pone fin a este largo conflicto entre hijos de una misma nación. Les prometí que ustedes tendrían la última palabra, ¡y así será!”*

(Santos, 2016)

Durante el segundo semestre de 2016, Colombia fue objeto permanente de la atención mediática internacional desde que el presidente Juan Manuel Santos anunció -a finales del mes de agosto- la decisión de refrendar con la ciudadanía el Acuerdo de Paz alcanzado entre el gobierno y la guerrilla de las FARC, tras más de 50 años de conflicto armado. De esta forma, el acuerdo se firmaría en un acto solemne en Cartagena de Indias el 26 de septiembre, y la celebración del plebiscito tendría lugar una semana después, el 2 de octubre.

Con las negociaciones que el gobierno y el grupo guerrillero habían iniciado en La Habana (Cuba) cinco años antes, el país había presenciado un debate político permanente entre los partidarios de estas negociaciones y sus detractores, estos últimos encabezados por el expresidente Álvaro Uribe Vélez.

Pese a que la mayoría de las encuestas auguraban una victoria clara del Sí -la opción defendida por el gobierno Santos- (Semana, 10 de septiembre de 2016), el plebiscito celebrado el 2 de octubre arrojó un desenlace inesperado: un ajustado resultado final que otorgó una victoria del No por un 50,21% de los votos, frente al 49,78% que obtuvo el Sí. Además, hubo una altísima abstención puesto que, de los casi 35 millones de ciudadanos llamados a las urnas, únicamente el 37,43% ejerció su derecho de voto (Registraduría Nacional del Estado Civil, 2016).

Pese a este resultado, una semana después, el 7 de octubre, el país se despertó con la noticia de que Santos se iba a convertir en el segundo colombiano, tras Gabriel García Márquez, en ganar un premio Nobel, al ser galardonado con la máxima distinción de la Paz otorgada por la academia sueca (eltiempo.com, 2016). Esto fue leído como un símbolo del apoyo de la comunidad internacional al esfuerzo del dignatario por contribuir a la pacificación de su país.

El proyecto audiovisual video-documental *¿Y tú qué vas a hacer con tu voto?* se inició con la intención de rastrear la opinión pública colombiana frente al plebiscito, tras la decisión presidencial de permitir a la ciudadanía refrendar el acuerdo, mostrando su confianza en que el país apoyaría de forma mayoritaria dicho acuerdo pese al amplio historial de abstención del electorado colombiano.

## 2.OBJETIVOS

El Semillero de Investigación en Comunicación Política e Institucional inició el seguimiento audiovisual del clima de opinión pública alrededor del plebiscito con el objetivo de promover la participación de los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Bolívar (UTB) en esta decisión histórica. Sobre todo porque en Cartagena de Indias, ciudad donde tiene su sede la UTB, se registran altos niveles de abstención electoral<sup>2</sup>.

Según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE (2013), Cartagena cuenta con alrededor de un millón de habitantes, siendo la quinta ciudad del país por cantidad de pobladores, después de Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla. En esta ciudad ubicada en el Caribe colombiano, al norte del país, se evidencian marcadas desigualdades sociales.

Cartagena fue declarada patrimonio histórico de la humanidad en 1984 por la UNESCO y es uno de los principales destinos turísticos de Colombia. De hecho, según Ayala-García y Meisel-Roca (2016), en el año 2012, “la ciudad registró un Producto Interno Bruto (PIB) por habitante equivalente a \$15,6 millones de pesos, convirtiéndose así en la tercera ciudad después de Bogotá y Bucaramanga” (p.1) y esto, en gran medida, está asociado con su vocación turística. No obstante, según estos autores, en 2015 Cartagena de Indias tiene la cifra más alta de población pobre entre las 13 capitales en Colombia (26,2% frente al 15,4% del promedio general) (p.6); y es una de las ciudades más costosas del país, aunque el ingreso laboral de un empleado es un “20,3% más bajo que el de una persona comparable en Bogotá” (p.15).

La percepción que los habitantes tienen de su calidad de vida no es muy distante a las cifras objetivas. Según la Encuesta de Percepción Ciudadana 2016 (Programa Cartagena Cómo Vamos (CCV), 2016), la autopercepción de pobreza alcanzaba al 30% de los cartageneros, la

---

<sup>2</sup> De acuerdo a la Misión de Observación Electoral (MOE) en Cartagena, en las elecciones de alcalde de 2011 hubo una abstención del 51,59%; en las elecciones atípicas de 2013 no participó el 70,69% de la población; en las elecciones locales de 2015, la abstención fue del 47,47% (Martínez Martínez, 2018).

insatisfacción con los servicios de salud al 28% y la percepción de inseguridad ciudadana al 39%.

El panorama anteriormente descrito justificó la elección de Cartagena con centro del seguimiento del clima de opinión alrededor del plebiscito. La tradición abstencionista, presente en toda Colombia y remarcada en Cartagena, aunada a la evidente desigualdad social, mostraba la importancia de promover la reflexión y el debate sobre el sentido y la razón del voto ciudadano y de estimular la participación en la consulta. Además, dado que dicho seguimiento estaba realizándose desde un semillero de investigación, se estaba propiciando la indagación alrededor de una problemática nacional desde una perspectiva que tuviese en cuenta la particularidad local.

Para ello, se emplearía la cámara audiovisual como una herramienta interactiva destinada a dialogar y a hacer dialogar a los ciudadanos. Su producto final sería un vídeo corto testimonial de la acción, dirigido a nuestro entorno más cercano (especialmente a nuestra comunidad universitaria) y pensado para ser difundido por redes sociales antes del plebiscito.

*Imagen 1. Set urbano para el documental. Fuente: Elaboración propia*



Sin embargo, a medida que se desarrolló el trabajo de campo, el grupo de investigación constató la posibilidad de elaborar un documento testimonial más amplio que, con una clara vocación de posteridad, proporcionase un registro audiovisual sobre el posicionamiento ciudadano ante la histórica decisión. De esta manera, nacieron dos productos audiovisuales diferentes, el vídeo corto *¿Y tú qué vas a hacer con tu voto?* (2016) y el documental *Argumentos* (2017).

Ambos proyectos parten de una misma investigación vídeo documental que ha pretendido, desde una perspectiva cualitativa, explorar, conocer y registrar los alegatos, justificaciones y razonamientos presentes en las decenas de ciudadanos que accedieron a participar en el proyecto con su imagen y con su voz, en una muestra heterogénea recogida en distintos puntos de la ciudad tales como universidades, centros comerciales y barrios cartageneros.

### 3. MARCO TEÓRICO

Este proyecto se ha desarrollado en el seno de un semillero de investigación. En el contexto académico, un semillero es un grupo de trabajo conformado esencialmente por estudiantes acompañados de docentes y reunido en torno a una línea o temática de investigación específica, bajo el paraguas de un grupo de investigación mayor. Los semilleros suponen un espacio de investigación formativa de carácter extracurricular con gran fuerza y tradición en la academia latinoamericana, especialmente en Colombia.

*“Los semilleros de investigación universitarios tienen la finalidad de promover la capacidad investigativa; propiciar la interacción entre profesores, investigadores y estudiantes con miras al fortalecimiento de la excelencia académica, el desarrollo social y el progreso científico de la comunidad [...] buscan fomentar una cultura de aprendizaje y participación en redes de investigación, que ofrezcan oportunidades para que sus integrantes adquieran capacidades investigativas”.*

(Universidad Pontificia Bolivariana, s.f.)

Este proyecto audiovisual, fruto de un semillero en Comunicación Política, ha partido de la investigación teórica sobre la opinión pública y de la reflexión epistemológica sobre el empleo de los datos visuales en la investigación social.

*Imagen 2. Imagen de partidarios del No recogida durante el proyecto. Fuente: Elaboración propia*



Definir el concepto de *opinión pública* es un ejercicio complejo. Igartua y Humanes (2010) explican cómo desde los años sesenta su estudio se centra en “a) su equiparación a la suma de actitudes de todos los individuos y b) su medición a través de las encuestas” (p.227-228). Estos autores recogen el criterio de Crespi (2000), para quien la opinión pública debe ser entendida como un proceso y no un estado, en el que existe una influencia decisiva de los líderes de opinión:

*“El proceso de la opinión pública comienza, según Crespi, cuando aparece un asunto de interés general que atrae en principio la atención de un grupo (líderes) A partir de entonces se desarrolla un debate y la discusión sobre este tema: es el momento del surgimiento de las opiniones individuales. A través de la comunicación se ponen en conocimiento del grupo las opiniones, que pasan a ser colectivas. Finalmente, esta opinión colectiva puede presionar con legitimidad al poder político”.*

(Igartua & Humanes, 2010, p. 229).

Desde esta concepción de la opinión pública como suma de las opiniones individuales, los sondeos de opinión han adquirido una importancia decisiva en las democracias occidentales, llegando a emplearse el término “sondeocracia” para resaltar su influencia.

Font y Pasadas (2016, p.18-20) distinguen entre las encuestas de opinión denominadas como “serias”, aquellas que cumplen estándares mínimos de calidad (basados entre otros elementos en el tamaño de la muestra o en la forma de recolectar e interpretar los datos) y lo que denominan “pseudoencuestas” (como las que realizan coyunturalmente los medios



de comunicación entre sus audiencias, las que persiguen la venta de algún producto o servicio (*sugging*), o las denominadas encuestas propagandísticas o *push polls*, aquellas que pretenden construir o crear estados de opinión, más que medirlos). Precisamente, la medición fiable de los estados de opinión es el principal objetivo de los sondeos serios, y la adecuada representatividad de la muestra el elemento clave para determinar esa fiabilidad.

Desde la perspectiva del semillero, y dada la limitada capacidad de medios e infraestructuras que suele caracterizar a estas actividades, el objetivo no podía ser el de medir con la mínima fiabilidad necesaria el estado de opinión de la ciudadanía. Pero sí podía realizarse un ejercicio de exploración de ese clima de opinión. Por ello, se planteó la realización de un proyecto de investigación formativa que involucrase a estudiantes de Comunicación Social que están formándose en el contexto de Cartagena de Indias, una ciudad llena de contradicciones sociales y económicas ; y proporcionara además, como resultado, un producto de conocimiento útil para la comunidad.

La cámara audiovisual sería empleada aquí no como un medio para medir, sino para observar el posicionamiento de la ciudadanía frente a una decisión de Sí o No, convirtiéndose con ello en una verdadera herramienta epistemológica desde las posibilidades y las limitaciones que el medio ofrece.

¿Qué validez ofrecen los datos visuales en la producción de conocimiento? En las Ciencias Sociales el uso epistemológico de la cámara de vídeo es todavía objeto de debate, como sostiene Banks (2010, p.104-109), para quien este tipo de datos han sido utilizados, tradicionalmente, más como accesorios del conocimiento producido de manera textual que como productos autónomos.

Desde esta elección metodológica (la elección del documento audiovisual como instrumento principal de recolección y representación de los datos de investigación, dándole prioridad frente a un producto final de naturaleza textual) el grupo de investigación comparte la reflexión de Buxó (1999, p.34) sobre el potencial de los medios audiovisuales en la investigación social como reveladores de conocimiento y generadores de teoría para las Ciencias Sociales.

Así, el grupo conformado por estudiantes y docentes exploraría de manera audiovisual el clima de opinión pública frente al Acuerdo de Paz en las dos semanas previas al plebiscito del 2 de octubre, elaborando un material que pudiera servir tanto como retrato sociológico como instrumento para la reflexión ciudadana.

## 4. METODOLOGÍA

¿Cómo observar adecuadamente con la cámara ese clima de opinión? El proyecto se ha basado en una metodología esencialmente cualitativa para crear un producto de investigación audiovisual. En un principio se ha partido de la clásica técnica periodística del *vox populi* o *vox pop*, un estilo de sondeo de opinión desde el que, a partir del planteamiento de una misma pregunta a distintas personas, se tratan de inferir tendencias de opinión (Huayta, 2012). En nuestro caso, se planteaba a los informantes una doble pregunta: *¿Usted qué va a hacer con su voto y por qué?*

De igual modo, para producir la observación audiovisual se ha partido de los postulados teóricos de Bill Nichols (1997) quien, en su clásica obra *La representación de la realidad*, establecía la existencia de cuatro grandes modalidades documentales de representación: la modalidad expositiva, la modalidad de observación, la modalidad interactiva y la modalidad de representación reflexiva. Siguiendo las premisas de Nichols, explicadas por Ferrándiz (2011, pp.153-154), en el trabajo se combinó el estilo de representación denominado *de observación* (donde la continuidad temporal y espacial de las imágenes tiene precedencia

respecto a la lógica de la argumentación oral) con el estilo *interactivo* (“usando intencionalmente la cámara para provocar situaciones en el campo” (p.154).

Para implementar estos dos estilos, se establecieron dos equipos de observación, denominados *Cámara 1* y *Cámara 2*. La *Cámara 1* se encargaría de registrar las opiniones de los ciudadanos y ciudadanas que, micrófono en mano, se dirigirían abiertamente al espectador. La *Cámara 2* tendría como misión registrar de manera explícita los debates que se generasen espontáneamente entre los viandantes ante los argumentos de quienes tomaban el micrófono de mano, pero recogidos aquí con el micrófono de ambiente. Desde el punto de vista técnico, el proyecto se realizó con dos equipos de cámara Sony NXCAM 30, trípodes y un micrófono de mano, equipo suministrado por el Centro de Medios Audiovisuales de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

Para provocar la participación del público en torno a esa doble pregunta, se elaboraron tres pendones. En uno de ellos se planteaba la pregunta del plebiscito: “¿Apoya usted el Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera?” En los otros dos, y precedidos de la frase “El 2 de octubre Colombia se juega su futuro”, se planteaba la pregunta de nuestra investigación: “¿Y tú qué vas a hacer con tu voto?”.

La intención del uso de los pendones era generar intencionadamente el debate en los diferentes espacios públicos visitados, provocando la reflexión individual y el diálogo ciudadano. El objetivo era el de ofrecer un espacio para la libre expresión de la ciudadanía frente a una decisión de trascendencia para la realidad política y social del país. Se partía de la premisa básica de no juzgar ninguna de las respuestas de los ciudadanos, favoreciendo al máximo la libertad de expresión de quien quisiera ponerse delante de las cámaras para expresar el sentido de su voto y sus argumentos.

*Imagen 3. Uso de los pendones para estimular la opinión frente a cámara en una concentración de partidarios del Sí. Fuente: Elaboración propia*



El trabajo de campo se realizó en 5 días distribuidos alternativamente durante las dos semanas previas a la cita con las urnas. El equipo de grabación se ubicó en diversos puntos de la ciudad donde se registra alta circulación de transeúntes. El objetivo era interrogar a un gran número de personas con capacidad de voto que quisieran expresar sus argumentos ante la cámara. Se combinaron por ello dos tipos de muestra:

- Una muestra espontánea, recogida durante los primeros días del rodaje en diversos espacios públicos de Cartagena (universidades, entradas de centros comerciales y calles y plazas de diversos sectores de la ciudad: barrios Ternera, La Castellana, Centro y Getsemaní),

- Una muestra intencional, recogida el 26 de septiembre, día de la ceremonia de firma del Acuerdo Final de Paz, en el Centro de Convenciones de Cartagena. Ese fue el día final de rodaje y visitamos expresamente una concentración de partidarios del Sí junto al estadio de fútbol Jaime Morón, en el barrio Olaya Herrera, para después acudir a la concentración de los partidarios del No en el barrio de El Cabrero.

*Imagen 4. Una de las discusiones entre partidarios del Sí y del No surgidas durante el proyecto.  
Fuente: Elaboración propia*



## 5. RESULTADOS

Tras finalizar el rodaje se habían registrado 11 horas de grabación y recogido más de 140 testimonios. El equipo de producción final estuvo conformado por cuatro estudiantes del semillero y dos docentes que acompañaron permanentemente a los estudiantes. Además, a lo largo del proceso otros estudiantes se fueron uniendo esporádicamente al proyecto debido al interés que les despertaba.

En el trabajo de campo se encontraron más personas dispuestas a hablar a favor del Sí que del No, aunque esto no deja de ser anecdótico en relación a los objetivos del trabajo. De cualquier manera, en Cartagena votaron finalmente 146.235 personas, de las que 81.500 optaron por el Sí frente a 64.735 que votaron por el No. La abstención fue del 80% (eluniversal.com, 2016)

El producto que se presenta aquí, *¿Y tú qué vas a hacer con tu voto?*, tuvo una duración final de 5 minutos y 27 segundos. En cuanto al documental largo *Argumentos*, actualmente en fase de edición, el hilo narrativo ha girado en torno a tres preguntas: qué contar, cómo hacerlo y para quién se dirige el producto.

Siendo conscientes de abordar una cuestión controvertida como lo era la postura frente al plebiscito, y debido también al objetivo de elaborar un producto que pueda ser de utilidad para otros investigadores, se decidió incluir tanto en el corto como en el documental un número equitativo de posturas frente al Sí y frente al No, dado que la intención final no era condicionar el voto en ninguno de los dos sentidos, sino la de escuchar al mayor número de ciudadanos posible para poder mostrar posteriormente al espectador la variedad de argumentos ciudadanos encontrados en la investigación.



Imagen 5. Partidario del No el 26 de septiembre en Cartagena. Fuente: Elaboración propia



Tras el resultado final del plebiscito se pudo comprobar que esta decisión narrativa, que se tomó a partir de lo hallado durante el trabajo de campo, fue una decisión acertada. Este ajustado resultado mostró una sociedad colombiana polarizada, siendo esta una de las características cada vez más presentes en las sociedades occidentales contemporáneas (como han reflejado el *Brexit* o las últimas elecciones estadounidenses, o como muestra la actual situación social y política en Venezuela o en la región de Cataluña en España).

El viernes 30 de septiembre (dos días antes de la votación) pudo ser subido un primer montaje del vídeo corto a la plataforma YouTube y difundido por las redes sociales de la comunidad universitaria, con el fin de cumplir el primero de los objetivos de la investigación: hacer reflexionar a esta comunidad sobre la trascendencia de esta votación, independientemente de la intención de voto de cada cual. Para el 2 de octubre había alcanzado 200 visionados.

## 6. CONCLUSIONES

El empleo de la cámara de vídeo y de los productos finales resultantes se han mostrado en nuestro trabajo como unas herramientas eficaces para llevar a cabo ejercicios de exploración de la opinión pública, así como para provocar debates ciudadanos en torno a los temas presentes en la agenda pública. Pero también han mostrado su potencial para lograr la participación entusiasta de los estudiantes vinculados a procesos de investigación formativa. Seguidamente mostramos las conclusiones principales del proyecto:

1. Con la difusión informal de *¿Y tú qué vas a hacer con tu voto?* se constató el enorme potencial didáctico que nos ofrece el material audiovisual. Este primer producto ha sido empleado por docentes de la universidad en diversas asignaturas (*Historia Contemporánea, Análisis Audiovisual, Metodología de la Investigación Cualitativa, Habilidades del Pensamiento, Cátedra de Paz UTB*). Esto es una ganancia adicional. La proyección siempre deja ver la polarización, aunque también lleva a comprender el porqué de los resultados del plebiscito. Cada vez que se proyecta con mayor distancia a la realización de los comicios el trabajo permite evaluar con mayor claridad los argumentos dados por las personas (o al menos deja ver que es posible realizar su evaluación), lo que no era tan fácil de identificar durante el periodo previo a la votación. El debate que se produce tras su proyección entre los espectadores confirma que se alcanzó el objetivo de hacer reflexionar a la

ciudadanía sobre el tipo de país que se debe construir en el actual periodo del postconflicto.

2. Por otra parte, desde la idea de que “se aprende a investigar investigando” el proyecto, en tanto que actividad formativa, fue plenamente satisfactorio, tanto para los estudiantes del semillero como para el equipo docente. En este caso concreto, el trabajo de campo sobre una cuestión de actualidad, combinado con el uso de instrumentos audiovisuales, contribuyó a hacer del ejercicio de la investigación una actividad estimulante para los estudiantes, lo que a debería ser siempre una premisa clave para el trabajo adelantado en cualquier semillero de investigación.
3. Obviamente, los datos finales tenían la limitación de no poder ser generalizables, pero este no era el objetivo final de trabajo al no tratarse de una encuesta de opinión que pretendiese obtener una información recogida de manera sistemática acerca de una población determinada. La intención principal era la de explorar y registrar audiovisualmente un clima de opinión en una ciudad determinada en un momento histórico concreto, sin buscar una representatividad estadística, lo que hubiera requerido de otra metodología.
4. Se considera por ello que el producto final sí es un aporte al conocimiento de la realidad social de nuestra sociedad, realizado desde la comunicación social a partir de un enfoque cualitativo, porque contribuye a la comprensión del *zeitgeist* del momento. Cuando dentro de varias décadas otros investigadores del país y de la región se dispongan a estudiar este periodo histórico de Colombia (desde la Historia, la Ciencia Política, la Antropología, la Sociología o la Comunicación Social, entre otras), tendrán en ambos productos un material rico en voces y en imágenes para poder comprender por qué el 2 de octubre de 2016 el pueblo colombiano votó así.

## 7. REFERENCIAS

- Ayala-García, J., & Meisel-Roca, A. (2016). La exclusión en los tiempos del auge: el caso de Cartagena. Cartagena: Banco de la República- Centro de Estudios Económicos Regionales.
- Banks, M. (2010). Los datos visuales en la investigación cualitativa. Madrid: Ediciones Morata.
- Buxó, M. (1999). "...que mil palabras". En M. Buxó, & J. De Miguel, De la investigación audiovisual: fotografía, cine, vídeo, televisión (pág. 34). Barcelona: Cuadernos A.
- Crespi, I. (2000). El proceso de la opinión pública. Cómo habla la gente. Barcelona: Ariel.
- eltiempo.com. (7 de octubre de 2016). Presidente Santos obtiene premio Nobel de Paz 2016. Recuperado el 6 de marzo de 2017, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16720516>
- eluniversal.com. (4 de octubre de 2016). Resultados del plebiscito en Bolívar: Así opinan políticos. Recuperado el 7 de marzo de 2017, de <http://www.eluniversal.com.co/politica/resultados-del-plebiscito-en-bolivar-asi-opinan-politicos-236987>
- Ferrándiz, F. (2011). Etnografías contemporáneas. Anclajes, métodos y claves para el futuro. Barcelona: Anthropos- Universidad Autónoma Metropolitana de México.
- Font, J., & Pasadas, S. (2016). Las encuestas de opinión. Madrid: CSIC- Los Libros de la Catarata.

- Huayta, M. L. (19 de julio de 2012). Géneros y formatos periodísticos. Recuperado el 15 de septiembre de 2016, de <http://marioluishq.blogspot.com.co/2012/07/generos-y-formatos-periodisticos.html>
- Igartua, J. J., & Humanes, M. L. (2010). Teoría e investigación en comunicación social. Madrid: Síntesis.
- Martínez Martínez, M. (4 de mayo de 2018). La abstención es el mayor riesgo electoral: MOE. El UNiversal. Cartagena de Indias. Obtenido de <http://www.eluniversal.com.co/politica/la-abstencion-es-el-mayor-riesgo-electoral-moe-277525>
- Nichols, B. (1997). La representación de la realidad. Barcelona: Paidós.
- Programa Cartagena Cómo Vamos (CCV). (2016). Encuesta de Percepción Ciudadana 2016. Obtenido de [cartagenacomovamos.org: http://www.cartagenacomovamos.org/publicaciones/encuesta-de-percepcion-ciudadana/](http://www.cartagenacomovamos.org/publicaciones/encuesta-de-percepcion-ciudadana/)
- Redacción El Tiempo. (2 de septiembre de 2016). <http://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/firma-de-paz-con-farc-sera-el-26-de-septiembre-en-cartagena-57592>. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/firma-de-paz-con-farc-sera-el-26-de-septiembre-en-cartagena-57592>
- Redacción El Tiempo. (26 de septiembre de 2016). [www.eltiempo.com](http://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/ceremonia-de-la-firma-de-la-paz-en-colombia-en-vivo-33953). Obtenido de <http://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/ceremonia-de-la-firma-de-la-paz-en-colombia-en-vivo-33953>
- Registraduría Nacional del Estado Civil. (2 de octubre de 2016). Recuperado el 8 de marzo de 2017, de <http://plebiscito.registraduria.gov.co>
- Santos, J. M. (24 de agosto de 2016). El País.com.co. Obtenido de <http://www.elpais.com.co/proceso-de-paz/plebiscito-por-la-paz-sera-el-2-de-octubre-anuncia-santos.html>
- Semillero de investigación en Comunicación Política e Institucional. (30 de septiembre de 2016). Argumentos (Trailer). Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=hCgxateFFEs>
- Universidad Pontificia Bolivariana. (s.f.). [www.upb.edu.co](https://www.upb.edu.co/es/investigacion/nuestro-sistema/semilleros). Obtenido de <https://www.upb.edu.co/es/investigacion/nuestro-sistema/semilleros>
- [www.semana.com](http://www.semana.com). (10 de septiembre de 2016). Obtenido de <http://www.semana.com/nacion/galeria/plebiscito-por-la-paz-en-las-encuestas-el-si-va-ganando/493335>

## 8. ENLACE AL VÍDEO

<https://vimeo.com/253997985>