
3

CAMBIOS EN EL PERIODISMO Y LOS MEDIOS. DE LOS AÑOS SETENTA AL NUEVO MILENIO

El periodo en que el periodismo colombiano experimentó los niveles más altos de violencia fue también uno de los periodos más decisivos de su historia.

El paisaje de los medios de comunicación cambió en el mundo y se transformó muy radicalmente en Colombia. Pero esta renovación de ninguna manera fue la causa de la violencia contra los periodistas que debe ser atribuida fundamentalmente al conflicto interno y especialmente a aquellos actores que han sido centrales en su desarrollo. Sin embargo es importante observar los cambios que se vivieron en los medios durante estas cuatro décadas para comprender de mejor manera las transformaciones del oficio y sobre todo el papel del periodismo en la vida del país. Este análisis permitirá establecer sus conexiones con el conflicto interno cuando sean evidentes y comprobadas, subrayar las diferencias entre el periodismo nacional y el periodismo local, observar el surgimiento de medios que se acercaron dramáticamente a los contextos de la guerra y reconocer algunas prácticas que han incidido negativamente en la situación de las y los periodistas y en la evolución de su oficio.

Pero lo que quizás es más importante en un ejercicio analítico como el que se propone en este capítulo, es evaluar el desarrollo

que está teniendo hoy el periodismo y sacar algunas conclusiones sobre el daño ocasionado en la sociedad, la reparación que se precisa y sobre todo la determinación de algunas de las condiciones de no repetición hacia el futuro.

La no repetición tiene que ver con una fuerte valoración colectiva del significado del periodismo para una sociedad y su democracia, con la lucha del Estado contra la impunidad —y por tanto contra el mensaje de que las vidas de periodistas carecen de valor—, con la promoción de la asociatividad periodística y con el fortalecimiento de la actividad informativa independiente en las regiones.

Porque lo que enseña el estudio de lo que ha sucedido en el periodismo es menos una cuestión del pasado y más una condición del futuro. El periodismo vive uno de los cambios más profundos y decisivos de su historia, y de lo que está sucediendo en estos años saldrá un panorama muy diferente del oficio periodístico. Lo fundamental será si ese nuevo rostro del periodismo tendrá un carácter más pluralista, democrático y participativo.

En la década de los setenta, la televisión apenas tenía 15 años. La radio, un tanto más antigua, había comenzado en los treinta, e internet ni siquiera aparecía en los sueños anticipatorios de la ciencia ficción. Hasta entrado el siglo veinte, Colombia había sido fundamentalmente un país de periódicos. Sobre todo de algunos periódicos nacionales y progresivamente de prensa escrita en las capitales de los departamentos. Pero todos ellos tuvieron prácticamente desde la colonia y después en la independencia y el surgimiento de la república una marca indeleble: estaban asociados a la política. Esta relación entre medios y política se expresa a través de la vinculación del periodismo con la representación de los procesos políticos de la sociedad, como también con la afiliación a determinadas posturas y partidos políticos.

La asimilación del periodismo con el poder tiene raíces muy antiguas. Consiste en el apoyo de la prensa escrita a los gobiernos, su participación activa y durante años en la generación de la agenda informativa y su incidencia en la creación de la opinión pública. En general los periódicos colombianos han sido fuertemente ins-

titucionales, aunque hay algunos de ellos que han guardado una distancia más crítica e independiente. Durante décadas la agenda informativa estuvo dominada completamente por la prensa escrita, vinculada a su vez con las élites y con aquellos ciudadanos que a través de la educación tenían acceso a ella.

Al ser considerados como uno de los poderes de la sociedad, los medios quedaron involucrados de inmediato en el conflicto. Sus actores los consideraban como canales adecuados para comunicar a la comunidad sus propósitos y defender sus intereses, pero también como eventuales enemigos de su presencia en los territorios de su dominio.

La relación entre los medios y el conflicto interno colombiano ha sido estudiada desde varias perspectivas: Por una parte, desde sus operaciones de representación de la guerra, es decir, desde las maneras como han mostrado públicamente el desarrollo del conflicto. Pero por otra, desde las prácticas comunicativas y periodísticas que se generaron dentro de las salas de redacción para llevar a cabo tales operaciones.

En ambas perspectivas los medios de comunicación tuvieron incidencias claras, importantes y diferenciadas. Mientras los periódicos locales, regionales y nacionales representaban el transcurrir de la guerra a través fundamentalmente del registro noticioso, la radio se acercaba de manera más directa a los acontecimientos y las pequeñas emisoras y radios comunitarias de las regiones más asoladas por el conflicto tenían un papel de intermediación informativa mucho más próximo y comprometido que, consecuentemente, las hacía más vulnerables y arriesgadas. Las estadísticas confirman que también fueron las más golpeadas, como queda registrado en los testimonios recogidos para la elaboración de este Informe. La proximidad tenía que ver con el lugar de medios y periodistas en la comunidad local, con la confianza pública en ellos depositada y con los nexos que se tenían con los diferentes actores del conflicto. “La comunidad para él era todo. Era una obsesión ayudar a la gente”, señala una fuente del Cauca, mientras que otra recuerda:

Todo el mundo que nos encontramos dice cómo hace falta don Jota, Dios mío, este pueblo se murió, ya no hay quien nos defienda. Si necesitamos pasar una información nos cobran 15.000, 20.000. Desde que don Jota no está, así se dañen las calles o no haya energía no hay quien se queje, no hay quien nos defienda, dice la gente (CNMH, 2013, Trabajo de campo, entrevista departamento del Cauca).

En las entrevistas realizadas, al referirse a la cobertura del conflicto las fuentes suelen distinguir entre las emisoras comerciales y las comunitarias, mientras resaltan el sentido de las emisoras locales.

Aquí se inicia la emisora comunitaria desde el seno de las organizaciones porque no había posibilidad alguna de expresar lo que estaba sucediendo. Los medios de comunicación departamentales no prestaban atención porque siempre se ha generalizado que todo movimiento que se haga de izquierda tiene que ver con la insurgencia y con el terrorismo, eso es una estigmatización que ha llevado a otro tipo de cosas. [Y más adelante anota:] El propósito único es realmente darle voz a la comunidad, que sea escuchada, visibilizar toda la problemática, darla a conocer, crear conciencia, tejido social, pensamiento colectivo, respeto de la vida, defensa del territorio en contra de las multinacionales (CNMH, 2013, Trabajo de campo, entrevista departamento de Arauca).

Las narraciones sobre los atentados y crímenes de estos periodistas locales son piezas de una gran intensidad y fuerza. Se dice en una de ellas recogida en el trabajo de campo:

Entonces atraviesa todo el parque, va hasta la oficina del Corregidor en la otra esquina, entra y papá está frente al micrófono porque él era periodista y muy gomoso de la radio, estaba terminando el noticiero, un programa de opinión que hacía todas las mañanas. Él estaba frente al micrófono. Entonces esa persona llegó y le dijo: “Qué hubo Enrique”. Él volteó a mirar. Estaba

frente al micrófono. De una vez le pegó tres tiros desde la puerta (CNMH, 2013, Trabajo de campo, entrevista departamento del Caquetá).

Señala otra fuente en el Caquetá:

Ya me voy aunque sea a apoyarlos con el programa y la lectura de noticias, porque imagínese él tan solo. Madrugaba y me iba con él, los dos solitos. El escribía y hacía todo el guión y por la noche revisaba las noticias, las leía y al otro día madrugaba a leerlo y a apoyarlo porque yo dije, este hombre ya quedó tan solo (CNMH, 2013, Trabajo de campo, entrevista departamento del Caquetá).

Han sido varios los estudios que desde hace años exploraron las formas de representación del conflicto e hicieron en su momento, como se planteará en un capítulo posterior de este Informe, análisis críticos sobre la exagerada presencia del registro noticioso frente a otros géneros mucho más desvalidos e infrecuentes, el unifuentismo, es decir, la sustentación de la información de guerra en pocas fuentes, nada diversas y generalmente provenientes del gobierno o los propios actores del conflicto y la ausencia de memoria y contextos de los relatos.

Las prácticas periodísticas también han sido motivo de análisis. Sus tendencias son influenciadas por factores internos como externos. Los internos tienen que ver con el funcionamiento de los medios, es decir, dependen de factores como las obligaciones de los corresponsales, las condiciones laborales de los medios, las políticas de seguridad para quienes ejercen el periodismo, su formación y actualización, la naturaleza de la planta periodística, las posibilidades internas —económicas y editoriales— para dar tiempo suficiente para la elaboración de la investigación o para que puedan desplazarse a las zonas de los sucesos, la estructura interna de las secciones, la capacidad de trabajo integral frente a la focalización por áreas, entre otros temas. Como anota Arturo Guerrero:

[S]i bien los grupos violentos y los políticos corruptos son los responsables de buena parte de las amenazas y atentados contra comunicadores, las condiciones laborales y el sistema de consecución de avisos publicitarios son mordazas eficaces a la libertad de información. Los reporteros contratados dentro de la planta de un medio, generalmente los más pudientes, son “toderos” sin especialización que deben producir grandes cantidades de material para numerosas emisiones diarias, en horarios que no respetan la noche ni los festivos. En estas condiciones no es posible adelantar investigación ni seguimiento a las noticias, ni tratarlas como procesos. Es habitual, además que estos medios tengan definidas preferencias políticas o compromisos económicos con las fuentes. Sus periodistas comprenden que a estas “hay que hacerles pasito” o no contrariar sus intereses con la información que produzcan (Guerrero, 2010).

En las entrevistas de campo se encuentran confirmaciones a lo señalado por Arturo Guerrero.

Acá hay temas álgidos que uno podría investigar, pero a veces la obsesión lleva a los periodistas a cometer demasiados errores porque se apasionan no con la investigación sino contra el funcionario que están investigando (CNMH, 2013, Trabajo de campo, entrevista departamento del Caquetá).

Critico mucho la manipulación de los periodistas, el chantaje que a veces hacen en el periodismo, que los intereses particulares marquen la línea del trabajo periodístico (CNMH, 2013, Trabajo de campo, entrevista departamento de Arauca).

Continúa Guerrero:

En muchas regiones donde no hay industria y el comercio es débil, el Estado es el único anunciante fuerte, de manera que las autoridades se vuelven intocables. Ahora bien, el grueso de los comunicadores regionales carece de contrato fijo, o trabaja como

independiente. Varios tienen un periódico semanal, quincenal o mensual, o hacen un noticiero en alguna emisora de radio o canal local de televisión. En este caso opera el sistema de “cupos publicitarios”, o arrendamiento de espacios, que obliga al periodista a conseguir y contratar la pauta, al mismo tiempo que escribe y realiza sus informaciones. “En una mano uno carga la cámara y en la otra las ofertas para vender”, dicen estos periodistas convertidos en cobradores de noticias, en comerciantes de la información, en publicistas o en relacionistas públicos de los poderes que suministran los avisos (Guerrero, 2010).

“Aquí hay muchos colegas que viven de la pauta —dice una de las fuentes consultadas en Caquetá para este Informe— que tienen un ‘cupo’ y de él viven y qué pueden hacer ellos, manejar las cosas de manera que puedan tener el cupo siempre” (CNMH, 2013, Trabajo de campo, entrevista departamento del Caquetá).

Los factores externos, en los que se ha insistido en el presente Informe, tienen que ver con la ubicación social de medios y de periodistas en el conflicto y con las estrategias y práctica de los victimarios frente a ellos. Es natural que el ejercicio del periodismo se haya visto impactado por los mecanismos de presión de actores del conflicto, como la exigencia de publicación de materiales oficiales, los secuestros para enviar información, la autocensura, las presiones jurídicas a través de demandas y juicios en que resultan involucrados medios y periodistas, la estigmatización, la confección de listas, los resquemores por publicaciones hechas o por el “tono” de las notas informativas, entre muchos mecanismos utilizados.

El paso de organizaciones familiares a organizaciones empresariales, la modificación del mercado publicitario y la conformación de grupos mediáticos corporativos nacionales y regionales, son tres cambios que incidieron en el funcionamiento de los medios en las décadas del conflicto interno. La conversión en empresas transforma los procesos de elaboración de la información debido a la importancia que empieza a tener la planificación, el diseño organizacional interno, el análisis sistemático de costos y

las necesidades crecientes de inversión económica. Todos estos cambios tienen repercusiones en los modos de construir la información y en la determinación de la rentabilidad en los enfoques informativos y editoriales. Crece la importancia de las gerencias, los departamentos de mercadeo y las áreas de comercialización, y se consolidan los estudios de mercado, los mecanismos de conocimiento y acercamiento de las audiencias y los ejercicios de rediseño de los productos periodísticos. Las salas de redacción se replantean generando implicaciones sobre el perfil de editores y periodistas y la cultura periodística. La formalidad reemplaza a la informalidad, los compromisos personales se adaptan a las identidades corporativas y las agendas informativas ceden algo de su independencia a los intereses comerciales.

Los diversos estudios que se han hecho sobre la información del conflicto en los medios de comunicación colombianos muestran, en primer lugar, que la representación del conflicto ocupaba un espacio importante dentro de la agenda diaria de los medios, y con frecuencia su registro saltaba a las primeras páginas de los periódicos o a las noticias de entrada de los noticieros de televisión (véanse Rey, 1998; Rey y otros, 2003; Bonilla y García, 1988; Arenas, Rey y Cajiao, 2003).

En segundo lugar, se percibía una oficialización de la información, que se caracterizaba especialmente por la naturaleza de las fuentes y la ubicación geográfica de los temas referentes al conflicto. En el primer caso, las fuentes institucionales del Estado sobresalían ampliamente y en el segundo, Bogotá aparecía como el epicentro de los problemas. En el periodo del primer gobierno del presidente Álvaro Uribe Vélez, el Palacio ocupó un lugar muy destacado de provisión e interpretación de la información de guerra, seguido por las fuerzas militares (ejército y policía, especialmente). Esta centralidad de la información se afirma en su ubicación en la capital. Los centros del poder administrativo son los mismos centros de la operación militar contra los actores armados ilegales, entre otros motivos, porque este primer periodo de gobierno estuvo muy marcado por las negociaciones con los grupos de autodefensas y la aprobación en el Congreso de la ley de Justicia y Paz.

Lo que llama más la atención. Sin embargo, es la gran ausencia de la sociedad en el listado de los “intérpretes” del conflicto, de por sí, muy concentrados. Fuentes como la academia, las iglesias, los sindicatos o inclusive, las víctimas, brillan por su ausencia, en un tema que precisaría con urgencia de su voz. De esta manera, la opinión se va concentrando, a medida que la política de seguridad democrática del gobierno de Uribe va avanzando y va presionando la ubicación de los actores y las voces, en el lado de lo “institucional”. La polarización de “o estás conmigo o estás contra mí” rápidamente se toma el paisaje de los proveedores de información, a pesar de que el propio gobierno se ha quejado de la crítica de los medios y sobre todo de distorsiones y persecuciones al gobierno frente a temas particularmente álgidos. Se recuerdan, por ejemplo, los problemas que vivieron las revistas *Semana* y *Cambio*, al informar sobre temas del conflicto, en una dirección que no era precisamente la que deseaba el gobierno. Los altos porcentajes de aceptación y de imagen que mantuvo el Presidente Uribe Vélez en las mediciones de opinión tuvieron un efecto indudable sobre los temas de las “definiciones institucionales” y el apoyo de los medios, que llegó a su punto máximo en los episodios que llevaron al grave conflicto entre Colombia y Ecuador, por la operación militar que concluyó con la muerte de Raúl Reyes, miembro del Secretariado de las FARC.

Lo interesante es que este vacío social en la interpretación no se ha encontrado solo en la representación del conflicto, sino también en la representación de otros temas sociales. Quizá lo que se está demostrando es el poco pluralismo que tiene el periodismo colombiano y el restringido país que pasa por sus noticias. En el fondo, lo que existe es una comprensión de la sociedad bastante limitada, tanto temática como narrativa e interpretativamente.

Tanto por su cantidad, como por su función y pluralismo, las fuentes son uno de los puntos más delicados en el periodismo colombiano si nos atenemos a los estudios realizados en estos años. En cantidad, son numerosas las noticias con dos o menos fuentes y preocupantemente elevado el de las informaciones sin fuentes, o con fuentes no identificadas o parcialmente identificadas.

En cuanto a la función, los estudios muestran que las fuentes no suelen contrastar y ampliar la información, sino reiterar, es decir, cuando hablan varias fuentes, suelen hablar de lo mismo. Tal nivel de afinidad es muy sospechoso en conflictos en que las versiones pueden ser confusas o contrastantes. En cuanto al pluralismo, los niveles de diversidad son preocupantemente bajos.

Hay una consistencia entre los titulares y la información, así como entre la información y las fotografías. En los noticieros de televisión colombianos los principales asuntos de la información sobre el conflicto son política interna, derechos humanos y lo bélico-militar. En prensa escrita, el orden encontrado fue primero, lo bélico-militar, seguido de derechos humanos y política interna.

La información del conflicto es una información en que la memoria es muy frágil, más de corto que de largo plazo; se trata, entonces, de una información sobre hechos, más que sobre reacciones a los hechos o seguimiento, con niveles más grandes de similitud, que de disimilitud. Según informes realizados por el PAN (Proyecto Antonio Nariño), en cuanto a los contextos de la información, en los noticieros de televisión, 50 por ciento aparece sin contexto, 38 por ciento señalan los antecedentes del hecho, 15 por ciento las relaciones con otros hechos y 3 por ciento las consecuencias del hecho. Y en cuanto al epicentro de la información, mientras en el consolidado general de los noticieros de televisión el 43 por ciento lo ocupa la geografía rural-municipal-regional, en los regionales es el 68 por ciento y en los noticieros nacionales baja al 37 por ciento. En el noticiero local, el epicentro es Bogotá-ciudades capitales, que concentra el 51 por ciento de la información. En la prensa escrita, el primer lugar lo tiene la no identificación geográfica, seguida de lo rural y municipal, Bogotá y las ciudades capitales con porcentajes muy similares.

En materia de géneros periodísticos, el panorama tiende a ser desolador. El registro noticioso es el género por excelencia, y esto es fácilmente explicable. Sin embargo, lo preocupante no es lo que existe, sino lo que no existe. Géneros como la crónica, la entrevista, el informe especial o el perfil, tienen una presencia muy baja en los periódicos y ratifican el fenómeno de desplazamiento de

estas narrativas hacia otros medios, como las revistas, los libros periodísticos y, más recientemente, los medios digitales (PAN, 2005).

Una de las grandes preocupaciones tiene que ver con la manera de representar a las regiones y el conflicto en los medios nacionales. La crítica frecuente cuando se analiza el tema en las regiones es la ausencia en los medios comerciales de una visión ajustada de las regiones y, por otra parte, de una situación muy angustiosa de quienes ejercen el oficio del periodismo en el ámbito regional.

El periodismo, especialmente el nacional, tiene una versión de la región que reproduce las comprensiones alejadas del centro, en la que se resaltan como objeto de noticia determinados problemas, con una mirada coyuntural más que de los procesos, las especificidades y los contextos regionales.

Existen, además, unas relaciones muy complicadas entre editores centrales y regionales y, además, unas realidades muy difíciles para el ejercicio regional del periodismo, especialmente en la cobertura del conflicto, puesto que allí se viven más directamente —y más desprotegidamente— las presiones de los actores armados ilegales que actúan en sus municipios y regiones. Análisis de las prácticas periodísticas, como el que ha hecho la periodista Patricia Gómez en su libro “La guerra: una amenaza para la prensa” (Medios para la Paz, 2004), ratifican estas dificultades en el día a día del ejercicio del oficio.

Por eso es fundamental una reconsideración de la perspectiva de región que tienen los medios comerciales nacionales, y de la situación de las y los periodistas locales, ubicados en el ojo de la confrontación. En ocasiones, los problemas no provienen solamente de los actores armados ilegales, sino también de las relaciones con la fuerza pública, un tema en el que ya hay debates muy interesantes entre periodistas y militares.

Una de las discusiones más frecuentes es la referida a la propiedad de los medios. El panorama en este campo ha cambiado no una, sino varias veces en estas décadas, aunque estas variaciones no siempre han modificado los grandes problemas que lo atraviesan. Los dos grandes periódicos nacionales, *El Tiempo* y *El Espectador* han cambiado de dueños.

El Tiempo fue inicialmente vendido al grupo Planeta de España, quien después de algunos pocos años lo vendió a Luis Carlos Sarmiento Angulo, un inversionista colombiano con grandes intereses, particularmente en el sector financiero. La familia Santos, durante años propietaria del periódico, salió completamente de su propiedad. Sus últimas decisiones con relación a la cobertura del conflicto fueron el seguimiento de la información del periódico en esta materia, los cambios en la llamada Unidad de Paz y la publicación de un Manual específicamente dedicado al manejo de la información de guerra.

El Espectador, abrumado por los problemas económicos y la obsolescencia tecnológica a la que lo condujo entre otros factores el cerco publicitario impuesto por el Grupo Grancolombiano y la persecución emprendida por el narcotráfico, fue vendido al Grupo Santodomingo, que a su vez tiene la propiedad de uno de los dos canales de televisión que existen en el país —Caracol Televisión— y la recién creada emisora de radio Blue.

El grupo PRISA de España es a la vez dueño de la cadena de radio Caracol, que le fue vendida por el Grupo Santodomingo; y la familia Ardila Lülle es desde hace años dueña de RCN Televisión y de la cadena radial del mismo nombre. Los periódicos regionales tienen, a su vez, una estructura de propiedad concentrada en familias que durante años han sido sus propietarios, muchas de las cuales siguen teniendo el dominio accionario. El grupo de revistas de *Semana* pertenece a Felipe López Caballero, hijo del expresidente Alfonso López Michelsen.

La propiedad de los medios de comunicación en Colombia está atravesada por algunos problemas centrales: la concentración, que hace que sean pocos los que tienen su dominio, que además se ha mantenido durante años; la tendencia a diversificar dicha propiedad, una vez van apareciendo en el horizonte otros medios y se va comprobando su eficiencia tanto económica como de convergencia económica. Esta diversificación va concentrando no solo la propiedad sino también la producción de opinión e información.

Entretanto estaban ocurriendo también procesos muy interesantes en la información sobre el conflicto, que Jorge Iván Bonilla

y Camilo Tamayo resaltan en su libro “Las violencias en los medios, los medios en la violencia” cuando escriben:

[T]rabajos como los de Rey (1998c), Barón (2000), García Romero (2001) y Estrada (2001) aportan elementos interesantes para analizar la naturaleza de las representaciones periodísticas del conflicto armado. A partir de sus análisis se puede deducir que la fascinación que producen “los hechos de guerra” en las agendas mediáticas obedece a que estos acontecimientos están asociados a valores-noticia que privilegian el drama, la tragedia, la novedad, la espectacularidad, el antagonismo y el heroísmo. Narrativas frente a las cuales los “hechos de paz” viven en un constante opacamiento debido a que no están relacionados con lo insólito, dramático e impactante (Bonilla y Tamayo, 2007, página 28).

Sin embargo el panorama no quedaría completo si no se resaltara también el papel que el periodismo colombiano ha tenido en la investigación, análisis y difusión de muchos acontecimientos del conflicto, que sin su intervención habrían pasado total o relativamente inadvertidos como el ascenso paramilitar, la violencia en las regiones, el crimen organizado, los vínculos entre política y paramilitares, la corrupción, entre otros. Las dinámicas de visibilidad – invisibilidad han sido constantes en el periodismo de estos años.

Uno de los hechos más importantes en el paisaje mediático colombiano de este periodo fue la aparición y el fortalecimiento de medios locales: pequeños periódicos y semanarios, emisoras comunitarias de radio y televisiones locales. Los medios ciudadanos, vinculados con el liderazgo y la política locales, han tenido una presencia muy importante de la iglesia católica, de colectivos comunitarios y organizaciones sociales. Con una infraestructura pequeña y grupos de redacción relativamente formados, estos medios empezaron a aparecer en muchas zonas del país, entre ellas las que tenían procesos de violencia promovidos por los actores armados. Cerca de medio millar de emisoras de radio crecieron por toda la geografía nacional, en medio de dificultades jurídicas, problemas financieros y tropiezos tecnológicos.

En el panorama de los medios de comunicación colombianos, los medios locales componen un mapa alterno con una identidad propia y diferenciada. Y si se trata del paisaje de estos medios en las zonas del conflicto, sus características se hacen aún más contrastantes y precisas.

La tradición de los medios locales, también llamados medios comunitarios o ciudadanos, ya tiene varias décadas. Colombia es uno de los países de América Latina en que ha existido un crecimiento más sostenido de estos medios. El aumento de los medios locales, primero emisoras ciudadanas, después canales locales de televisión y más recientemente medios digitales, se explica por el dinamismo de sus promotores, casi siempre instituciones u organizaciones de la sociedad civil, su conexión estrecha con procesos locales, su ubicación en comunidades en las que llenan un vacío de información y entretenimiento y las transformaciones del marco jurídico que les abrió espacios de participación —no siempre suficientemente democráticos, como sucede con las reglamentaciones de la radio y la televisión—. Los medios digitales se han incrementado recientemente por los cambios tecnológicos que se están viviendo en el mundo y en el país.

Pero también los medios locales se han ubicado en una orilla diferente a los medios comerciales, definiendo otro lugar de la comunicación y la producción simbólica. Se trata no solamente de un “lugar” tecnológico o jurídico, sino sobre todo de un lugar de enunciación social. En general, los medios generan procesos de relación con las audiencias, desde afiliaciones afectivas hasta interacciones que buscan refrendar las esperanzas y las demandas de la gente. Los medios locales acentúan estas relaciones y producen otras, gracias a su cercanía, al lenguaje que utilizan, a la proximidad de sus líderes y lideresas con la comunidad y, sobre todo, a la composición de su programación y su papel social.

En los medios comerciales se buscan identificaciones entre contenidos y audiencias, aunque están sobre todo determinadas por las exigencias del mercado; en los medios locales, estas identificaciones son mucho más densas y están acompañadas de su propia versión del dinamismo de los mercados locales, como se observará más adelante.

En muchas regiones del país, los medios locales se han convertido en el único canal de comunicación de comunidades aisladas y desprotegidas. Una comunicación que va desde el reporte de sus viajes o de sus novedades más personales, hasta la información sobre un país que en ocasiones resulta tan lejano (y abstracto) como el mundo.

Pero las emisoras comunitarias o los medios ciudadanos tienen un conjunto de características que resaltan su papel dentro del conflicto, y más concretamente dentro de las comunidades en las que adquieren sentido (consultar trabajos como Pereira, 2000; Ángel y otros, 1997; Bayuelo y otros, 2008; Cadavid y otros, 2007). Clemencia Rodríguez ha identificado algunos de sus rasgos: la conformación de esferas públicas locales en las que se pueden expresar y encontrarse diversas identidades; el fortalecimiento de lo local en términos de territorio y de cultura, que entre otras cosas se manifiesta en la búsqueda de estéticas y narrativas locales, formatos propios y lenguajes cercanos a la comunidad. “La insistencia en la gobernabilidad —escribe— y la transparencia. Los medios comunitarios se están convirtiendo en veedores de lo público, monitorean las administraciones municipales, los servicios públicos, los presupuestos, los contratos” (Rodríguez, 2006). A todo ello se agregan otros dos rasgos: la insistencia en que se construya desde la diversidad y la inclusión de identidades diferentes y la insistencia en que se encuentren formas no violentas de lidiar los conflictos. Señala un comunicador del Proyecto NASA para este Informe:

En medio del conflicto hemos trabajado por construir la paz, a pesar del conflicto a través de la radio tratamos de sensibilizar a los jóvenes sobre cómo organizarnos, hacer asambleas (...) [y más adelante explica que] [i]nformar lo que acá se hace con relación a los derechos humanos, así como las cosas buenas, por ejemplo, los trabajos comunitarios. La emisora ha sido muy útil para dar a conocer todo lo que acá se hace a través de los cabildos, del proyecto NASA, de las Juntas (CNMH, 2013, Trabajo de campo, entrevista departamento del Cauca).

En la introducción al libro “Lo que le vamos quitando a la guerra: Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia”, Clemencia Rodríguez escribe:

Colombia es pionera a nivel mundial en comprender el papel que puede cumplir un medio ciudadano en un contexto de conflicto armado. ¿Por qué Colombia? Primero, porque hace parte de América Latina, la región del mundo con más experiencias y conocimiento acumulado desde los 1970s sobre medios comunitarios/alternativos/ciudadanos. Y segundo, porque en Colombia existe uno de los conflictos armados más viejos del continente. Es en la intersección entre estos dos elementos que comprendemos el lugar de Colombia: una larga y profunda trayectoria teórica y práctica en el área de medios ciudadanos (compartida con toda América Latina) cruzada con la experiencia del conflicto armado, elemento único del país (Bayuelo y otros, 2008).

Este papel protagónico y diferente de los medios ciudadanos atrajo la atención de los actores del conflicto colombiano. Tenían una cercanía con las comunidades que no lograban los medios regionales o nacionales comerciales, mantenían una continuidad de la información sobre lo que estaba ocurriendo en territorios que se veían muy lejanos y en los que las noticias eran episódicas, contribuían a la expresión de la comunidad y sobre todo a conectar lo que estaba pasando en el conflicto con su vida cotidiana y facilitaban escuchar las voces de las víctimas que en otros medios se volvían invisibles. Estratégicamente se les veía como medios que podían divulgar sus puntos de vista y que generaban información que podría estrechar las relaciones entre su acción y las afinidades comunitarias. Los problemas también se vivieron al interior de los medios comunitarios: falta de rigor, lenguaje comprometido con algunos de los actores, sesgos ocasionados por los cupos o la orientación de la pauta oficial o restricciones en la agenda, son algunos de ellos.

Uno de los temas importantes dentro de los cambios de los medios de comunicación fue la paulatina profesionalización del ofi-

cio periodístico que se debió a la transición hacia empresas de las organizaciones que antes tenían una estructura de funcionamiento familiar, a la aparición de facultades y escuelas de formación en las universidades regionales, junto con el relevo de periodistas empíricos; y a las exigencias de lectores y audiencias, que aumentaron sus demandas de calidad hacia los medios.

La aparición de nuevos temas en la agenda informativa de los medios o la especialización cada vez mayor de algunos de ellos (salud, temas ambientales, entretenimiento, economía), disminuyó la excesiva concentración mediática en lo político y a la vez exigió la aparición de secciones y periodistas con otros intereses y entrenamientos.

La conformación de grupos mediáticos regionales, el debilitamiento de las asociaciones de periodistas y el surgimiento de proyectos periodísticos dedicados a fortalecer la calidad de su ejercicio, especialmente en las regiones, son tres dimensiones muy importantes en la transformación del paisaje mediático colombiano.

Las regiones habían tenido medios como periódicos y emisoras de radio, pero no grupos mediáticos que por una parte, aglutinaran diversos medios en una operación de convergencia; y, por otra, que agruparan a medios de diferentes regiones del país en un mismo emprendimiento corporativo. Los periódicos nacionales tuvieron grandes dificultades para encontrar versiones regionales viables, mientras que los regionales lograron posicionarse en sus respectivas zonas territoriales. Eso explica que, dentro de las estrategias de silenciamiento de algunos de los actores ilegales, las columnas de opinión del periodismo local o los programas de radio realizados en la región fueran considerados como ataques directos que no podían soportar. Varios de estos columnistas o directores de programas de radio fueron asesinados, sobre todo por los narcotraficantes y más tarde por las asociaciones criminales en las que participaban políticos corruptos de las regiones. Algunos periódicos regionales, como *Vanguardia Liberal* o *El Colombiano*, fueron atacados en sus periodistas y sus infraestructuras, mientras que periódicos nacionales como *El Espectador* sufrieron una intervención planeada e intencional de parte de sectores delincuenciales y mafiosos.

La organización de periodistas —concentrada sobre todo en aquellos que trabajaban en medios comerciales— se fue debilitando progresivamente. Entretanto se fortalecían los gremios que agrupaban a los periódicos, las agencias de publicidad y los medios de comunicación electrónicos. El debilitamiento de los primeros significó una zona más de indefensión para quienes ejercen el oficio, mientras que el fortalecimiento de los segundos consolidó la presencia de los medios especialmente en sus requisitorias jurídicas, económicas y tecnológicas. Sin embargo, es importante resaltar la labor de los gremios en cuanto al seguimiento y crítica de la violencia contra periodistas, ya que como se observará en uno de los capítulos finales de este informe, se involucraron en proyectos para la defensa de la libertad de expresión, la calidad informativa y la protección.

Uno de los hechos más interesantes fue el cambio en el tipo de organización y en el reciclaje de los liderazgos. Todo ello profundamente unido a la modificación de los enfoques, y sobre todo las agendas programáticas de la movilización de las y los periodistas. En varias zonas del país aparecieron colectivos de periodistas, plataformas y mesas de comunicación en que la organización partió más de las bases, redefinió los objetivos de las luchas, buscó otras alianzas y enfrentó de manera directa la relación de la comunicación y la información con el conflicto armado.

Paralelamente a todo ello surgieron proyectos periodísticos ejemplares que responden a otras dinámicas, otros tiempos y otras comprensiones de la comunicación y el periodismo, como la Fundación para el nuevo Periodismo Iberoamericano, hoy Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP), Medios para la paz, el proyecto Antonio Nariño (PAN), FENCOLPER, el movimiento de Comunicación y Desarrollo, el programa de Periodismo Responsable, Consejo de Redacción, el Círculo de Periodistas de Bogotá (CPB), entre otros. También han tenido un protagonismo importante la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), el Instituto de Prensa y Sociedad (Ipys), Reporteros sin fronteras, la Deutsche Welle, la Fundación Friedrich Ebert y especialmente su Centro de Competencias en Comunicación (C3), el Comité de

Periodistas de Nueva York (CPJ), la Fundación Konrad Adenauer, la USAID, la AECID, la Cooperación de gobiernos como Suecia, Noruega, Francia, el Reino Unido, el Reino de los Países Bajos, el PNUD y la Unión Europea. Su ingente acción será analizada más adelante en este Informe, no solo como una tarea necesaria de la memoria sino por su potencia pedagógica, es decir, por su aporte a la comprensión de las experiencias que, construidas desde países en conflicto, pueden ayudar a encontrar caminos transitables y efectivos a otras sociedades con problemas similares.

