

**ROL SIMBOLICO, POLITICO E IDEOLOGICO DE LOS NOTICIEROS
TELEVISIVOS DE LA RADIO CADENA NACIONAL (RCN) DURANTE LAS
RUEDAS DE PRENSA DE ALGUNAS OPERACIONES MILITARES CONTRA EL
GRUPO SUBVERSIVO DE LAS FUERZAS ARMADAS REVOLUCIONARIAS DE
COLOMBIA (FARC) EN LA POLITICA DE “SEGURIDAD DEMOCRATICA” DE
ALVARO URIBE VELEZ (2002 AL 2010)**

ABAD GARCIA OROZCO

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS (FCSH)
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGIA
2012**

**ROL SIMBOLICO, POLITICO E IDEOLOGICO DE LOS NOTICIEROS
TELEVISIVOS DE LA RADIO CADENA NACIONAL (RCN) DURANTE LAS
RUEDAS DE PRENSA DE ALGUNAS OPERACIONES MILITARES CONTRA EL
GRUPO SUBVERSIVO DE LAS FUERZAS ARMADAS REVOLUCIONARIAS DE
COLOMBIA (FARC) EN LA POLITICA DE “SEGURIDAD DEMOCRATICA” DE
ALVARO URIBE VELEZ (2002 AL 2010)**

ABAD GARCIA OROZCO

Trabajo de grado para optar al título de Antropólogo

**ASESOR
ROBERT VAN HORN DOVER**

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS (FCSH)
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGIA
2012**

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
PRESENTACIÓN.....	12
1. PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA.....	18
2. PROPUESTA ETICA Y DEONTOLOGICA HACIA LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION.....	22
3. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL DIRECCIONAMIENTO DE LOS MEDIOS MASIVOS DE INFORMACIÓN HACIA FINES ESPECÍFICOS (POLÍTICO-MILITAR)	43
4. CONTEXTUALIZACIÓN DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN LA ACTUALIDAD, ANÁLISIS CRÍTICO.....	50
5. LA TELEVISIÓN COMO MEDIO MASIVO DE COMUNICACIÓN, REFLEXIONES CRÍTICAS ACTUALES	59
6. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS SIMBÓLICO, POLÍTICO E IDEOLÓGICO DE LOS OPERATIVOS MILITARES SOL NACIENTE, FÉNIX, FORTÍN, JAQUE Y CAMALEÓN, A TRAVÉS DEL CUBRIMIENTO EN TELEVISIÓN DE LAS RUEDAS DE PRENSA QUE HIZO LA RADIO CADENA NACIONAL (RCN).....	78
6.1 INTRODUCCIÓN A LO SIMBÓLICO.....	78
6.2 EVENTO: OPERACIÓN SOL NACIENTE	81
6.2.1 Análisis simbólico.....	81
6.3 EVENTO: OPERACIÓN FÉNIX	83

6.3.1	Análisis simbólico.....	84
6.4	EVENTO: OPERACIÓN FORTÍN	86
6.4.1	Análisis simbólico.....	86
6.5	EVENTO: OPERACIÓN JAQUE.....	87
6.5.1	Análisis simbólico.....	87
6.6	EVENTO: OPERACIÓN CAMALEÓN	91
6.6.1	Análisis simbólico.....	91
6.7	INTRODUCCIÓN A LO POLÍTICO	98
6.7.1	Análisis político	108
6.8	INTRODUCCIÓN A LO IDEOLÓGICO	149
6.8.1	Análisis ideológico.....	152
7.	MAX HORKHEIMER Y THEODOR W. ADORNO: LA INDUSTRIA CULTURAL, UNA VENTANA QUE NOS DEJA EL TIEMPO PARA ANALIZAR LA CAPACIDAD SIMBÓLICA, POLÍTICA E IDEOLÓGICA DONDE SE ASIENTAN LAS EMISIONES TELEVISIVAS DE LOS NOTICIEROS TELEVISIVOS DE LA RADIO CADENA NACIONAL (RCN) DURANTE LOS CUBRIMIENTOS DE LAS RUEDAS DE PRENSA DE LAS OPERACIONES MILITARES (SOL NACIENTE, FÉNIX, FORTÍN, JAQUE Y CAMALEÓN)	164
8.	TEUN A. VAN DIJK Y SU PROPUESTA DESDE EL ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO (ACD) PARA ANALIZAR EL PODER DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN.....	175
	CONCLUSIONES	188

BIBLIOGRAFIA 195

CIBERGRAFIA 202

LISTA DE GRAFICAS

Pág.

Gráfica 1. Hábitos y preferencias de dos grupos de adultos mayores de los barrios La América y La Pradera Parte Alta (comunas 12 y 13 de la ciudad de Medellín) hacia los medios masivos de comunicación.....	62
Gráfica 2. Preferencia hacia el canal televisivo de la Radio Cadena Nacional (RCN) en combinación con otros canales y, hacia otros canales, en dos grupos de adultos mayores de los barrios La América y La Pradera Parte Alta (comunas 12 y 13 de la ciudad de Medellín).....	72
Gráfica 3. Preferencias de los grupos de la tercera edad de los barrios La América y la Pradera Parte Alta hacia los noticieros y otros espacios televisivos de la Radio Cadena Nacional (RCN) en combinación con otros canales y, también sus preferencias por los noticieros y otros espacios en otros canales.....	73
Gráfica 4. Percepción de los 8 años de gobierno de Álvaro Uribe Vélez (2002 a 2010) en dos grupos de la tercera edad de los barrios La América y La Pradera Parte Alta (comunas 12 y 13 de la ciudad de Medellín).....	143
Gráfica 5. Medios masivos de información donde los dos grupos de adultos mayores de los barrios La América y La Pradera Parte Alta (comunas 12 y 13 de la ciudad de Medellín) recibieron información sobre la política de seguridad democrática.....	145
Gráfica 6. Información sobre la política de seguridad democrática, recibida tanto en los noticieros como en otros espacios de opinión –La Noche y El Radar- en el canal televisivo de la Radio Cadena Nacional (RCN) en combinación con otros canales, en dos grupos de	

adultos mayores de los barrios La América y La Pradera Parte Alta (comunas 12 y 13 de la ciudad de Medellín)..... 147

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración 1. El dolor, el espíritu.....	11
Ilustración 2. La edad de la esperanza	17
Ilustración 3. "Madre y Niño", (obra la ternura).	21
Ilustración 4. Tiempo de angustia	42
Ilustración 5. Los desesperados.	49
Ilustración 6. Nunca.....	58
Ilustración 7. Perdón.....	77
Ilustración 8. Los niños muertos.	163
Ilustración 9. Manos de lágrimas.	174
Ilustración 10. Torso desnudo	187

DEDICATORIA

Sinceramente, para lo más bello que la vida me ha dado: mi familia. Para Mami, Mayra Alejandra, Luz Mery, Liliana Modestina, Nixon, John Jaider, Gonzalo Enrique, Ronny Andrés; también para mis sobrinas y sobrinos. A todos los llevo y los llevaré en mi mente y en mi corazón.

AGRADECIMIENTOS

No quisiera ser injusto con ninguna persona al escribir estas palabras de agradecimiento, por lo que trataré en lo posible, de ser honesto para no olvidar a todas y todos aquellos que me han aportado en este camino, el camino del conocimiento.

Mis agradecimientos por siempre para todos los profesores del Departamento de Antropología y de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas (FCSH) de la Universidad de Antioquia; a tres grandes maestros como son Víctor Manuel Álvarez, Johan Friedrich Hasler y Edgar Bolívar Rojas; a los compañeros del Grupo de Interés en Salud Indígena y del grupo de Investigación en Sexualidades Humanas y Salud Reproductiva, adscritos al Grupo de Investigación en Salud Mental de la Facultad Nacional de Salud Pública (GISAME); a los compañeros de la corporación cultural Estanislao Zuleta, por acogerme en su espacio del grupo de estudio de la conferencia de los miércoles; a los compañeros del Grupo de Epistemologías y Metodologías de Investigación en Ciencias Humanas (GEMIC); a Roberth Van Horn Dover, mi asesor de grado por su dedicación y sus orientaciones siempre lucidas; a todos los compañeros del grupo de caminantes: Danilo, Don Rodrigo, Albeiro, Álvaro, José Arley y otros; a los integrantes del grupo de la tercera edad del Barrio La América: los mejores años de mi vida; a la profesora Luz Análida Aguirre Restrepo; a la fundación Educación para la Democracia y la Paz (DEMOPAZ); al grupo de derechos humanos “Gustavo Marulanda”; al Movimiento de Víctimas de Crímenes de Estado (MOVICE); y a todas las luchadoras y luchadores por los derechos humanos en Colombia y en el mundo.

Ilustración 1. El dolor, el espíritu.



PRESENTACIÓN

En la presente reflexión, centrada en analizar el manejo informativo que le imprimieron los noticieros de televisión de la Radio Cadena Nacional (RCN), al momento de cubrir las ruedas de prensa que dieron los funcionarios del gobierno de Álvaro Uribe Vélez (2002 a 2010), en cabeza de Juan Manuel Santos, Ministro de Defensa y su posterior sucesor en esa cartera ministerial Gabriel Silva Lujan, acompañados por los altos mandos de las Fuerzas Militares y del director de la Policía Nacional de Colombia, sobre algunos operativos de gran resonancia y significativos para la política de “seguridad democrática”, se ha asumido una posición personal –que aunque es subjetiva, trata en lo posible de ser fiel a un análisis abierto, transparente y no constreñido de artilugios para mostrar una realidad, la realidad que invito a cuestionar-, que quiérase o no, está atravesada por una formación y convicción política e ideológica. Sin embargo, creo que eso no es óbice, para adentrarme en el análisis desde un plano investigativo y académico –el punto desde donde me paro, el de mi formación a partir de un saber científico como el de la antropología- del manejo informativo que asumieron los noticieros televisivos de RCN de esa política de gobierno.

Dejando claro y reiterando nuevamente, que como ser humano que soy con su subjetividad a cuestas –atravesado por una historia, por unos sentimientos, por unas vivencias y experiencias, por un contexto específico, por una formación académica; en fin, por una cultura y una sociedad envuelta en lo particular y en lo general, en lo singular y en lo plural, en lo local y en lo global-, pongo a consideración de la academia, una reflexión construida con argumentos que se apartan de la caracterización discursiva de los representantes de la política de gobierno de la “seguridad democrática”. Una caracterización, que tal como mostraré en los análisis que se han hecho en esta propuesta, es parte de la

estrategia para posicionar una propuesta de gobierno, que muy hábilmente utilizaron en el anterior gobierno, apoyándose en diferentes instancias e instituciones esenciales para ese propósito (los medios masivos de comunicación, la iglesia, diversas instituciones del estado y otras); y que es algo que no ha parado, ya que es el mismo libreto que se sigue utilizando en el gobierno actual, a la cabeza del actual mandatario Juan Manuel Santos (2010 a 2014).

Dejando sentado lo anterior, la reflexión que hemos hecho, asume a las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) como una organización político militar alzada en armas contra el Estado colombiano¹. Igualmente, la reflexión asume que las personas en poder de las FARC –militares y miembros de la clase política- están en calidad de retenidos, y no de secuestrados; ya que sus capturas han ocurrido a través de confrontaciones militares entre este grupo subversivo y las fuerzas militares de Colombia. Esa posición, también parte, del reconocimiento que acaba de hacer Juan Manuel Santos (2010 al 2014), actual presidente de Colombia, sobre la existencia de un conflicto armado interno en el país; lo cual no implica que se le de status de beligerancia a ese grupo insurgente². Es ese el enfoque discursivo que asumimos y que se encontrará en las reflexiones que hacemos; desmarcadas del discurso oficial y gubernamental, plagado hasta la saciedad de un lenguaje donde prevalecen los tambores de guerra, la confrontación militar, el fuego de las armas; un lenguaje donde prevalece la muerte.

¹ Forma en que se define ese grupo subversivo. Tomado de la página web: <http://www.cedema.org/ver.php?id=2184>.

² Información obtenida de las páginas web <http://noticias.telemedelin.tv/?p=7122>, <http://noticias.telemedellin.tv/?p=7153> y del artículo de revista electrónico: Beligerancia, terrorismo y conflicto armado, escrito por Juan Manuel Valcárcel Torres. Pagina web: http://www.javeriana.edu.col/facultades/C_juridicas/pub_rev/documents/10valcarcel_000.pdf.

Para llevar a cabo la propuesta que hemos planteado en el párrafo inicial, se ha optado por analizar ciertos eventos de esa política de gobierno –y específicamente su componente militar-, como fueron algunos operativos militares que le permitieron al gobierno, en ciertas acciones, dar de baja a comandantes de gran ascendencia dentro de esa organización subversiva, y en otros casos, le permitieron liberar a personas retenidas por esa misma organización (miembros de las fuerzas militares y representantes de sectores políticos). Acciones militares que representaron –y aun lo siguen siendo- para la política de “Seguridad Democrática”, un éxito en su lucha contra ese grupo subversivo y, la muestra ante el país, de que es posible derrotar a la guerrilla.

La estructura de la propuesta que a continuación ponemos a consideración, toma de forma cronológica –sigue una secuencia en el tiempo, de las primeras acciones militares de los ocho años de gobierno de Álvaro Uribe Vélez y, que representaron un éxito contra la guerrilla de las FARC- algunas operaciones militares en donde los representantes del gobierno en cabeza de Juan Manuel Santos, en calidad de Ministro de Defensa y posteriormente, de quien le sucede en esa cartera ministerial Gabriel Silva Lujan, acompañados de los altos mandos de las Fuerzas Militares y del director de la Policía Nacional, dieron en rueda de prensa ante el país, los pormenores de esos operativos y que fueron cubiertos por los informativos televisivos de la Radio Cadena Nacional (RCN). Se toman las ruedas de prensa que esos funcionarios dieron, ya que ese momento está atravesado por varias circunstancias trascendentales para el análisis que nos proponemos: esa información al caliente y por la representatividad institucional que tiene, es asumida como prioritaria por los informativos televisivos de esa casa periodística, la cual aprovechan para desplegar al máximo todo los recursos tecnológicos –cámaras, antenas de transmisión y otros- y todo el cuerpo humano de que disponen –los periodistas que cubren la información en el sitio donde se hace el anuncio y, todo el personal apostado en los estudios centrales a donde

llegan esos cubrimientos (las y los presentadores y el personal de apoyo)-, a la vez que concita la atención del televidente, que no quiere perderse ningún detalle de ese acontecimiento.

Tal como mencionamos en el párrafo anterior, para esta propuesta, nos centramos en analizar las ruedas de prensa de algunos operativos significativos y de gran trascendencia, realizados en los dos periodos consecutivos de gobierno de Álvaro Uribe Vélez (2002 a 2010), ya que al revisar las páginas en internet para buscarlos, encontramos los archivos en video del cubrimiento que hicieron los noticieros de la Radio Cadena Nacional (RCN); y se omitieron de igual forma, otros operativos de gran trascendencia para ese proyecto político, ya que no fue posible encontrar los archivos audiovisuales correspondientes a esas acciones militares. También, nos parece oportuno decir que después de ese periodo de gobierno, se han realizado otros operativos de gran relevancia para el estado colombiano y que omitimos en este análisis, en cabeza del nuevo gobierno que sucedió al anterior y que está bajo el mando de Juan Manuel Santos (2010 a 2014); antiguo funcionario y quizás uno de los principales alfiles de la propuesta de gobierno de la “seguridad democrática” en su componente militar. Como continuador de la anterior política de seguridad, esos nuevos operativos y las ruedas de prensa que han cubierto los noticieros de RCN, han seguido la misma pauta periodística de esa cadena privada de televisión.

Quienes se sientan motivados y alberguen alguna curiosidad por explorar estas reflexiones, encontrarán además de lo dicho en los párrafos anteriores –que es a fin de cuentas, la columna vertebral de esta propuesta-, una reflexión en torno al análisis ético y deontológico sobre los medios masivos de comunicación, en aras de posibilitar espacios de fortalecimiento democrático y emancipatorio de esos otros; aspectos que se tornan esenciales, para formar un sujeto y una sociedad

reflexiva, autónoma en la toma de decisiones, que al fin o al cabo, lo afectan directa o indirectamente en su vida diaria. En el contenido, también se encontrará un análisis sobre los antecedentes históricos, que muestra la forma como los medios masivos de comunicación fueron – y aun lo son –utilizados para lograr consensos y apoyos hacia propuestas políticas en contextos históricos determinados; específicamente hacia objetivos militares. En esa misma estructura que hemos propuesto, se encontrará una reflexión sobre la forma como han sido utilizados los medios masivos de comunicación –específicamente la televisión– como recursos para lograr un fin o unos fines. Además, se le han articulado a la propuesta, dos análisis que se hacen sobre los medios masivos de comunicación en diferentes contextos históricos: uno que empieza a develar a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, el entramado de intereses sociales, políticos y económicos que hay detrás de los medios masivos de comunicación y, que se conoce como “La Industria Cultural”; y el otro, que aborda a esos medios, a partir de una reflexión que su autor hace después de la segunda mitad del siglo XX y que ha denominado Análisis Crítico del Discurso (ACD). Finalmente –mas no da por cerrada esta propuesta–, se encuentran las conclusiones que han dejado esta reflexión sobre una política de gobierno –la “seguridad democrática”–; tomando como análisis, su componente militar y de defensa, quizás el de mayor soporte de ese proyecto político.

Ilustración 2. La edad de la esperanza.



1. PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA

El estudio que se propone sobre esa propuesta de gobierno, tiene como su eje medular, analizar como los medios informativos televisivos de la Radio Cadena Nacional (RCN) asumieron la propuesta política de gobierno conocida como “la Seguridad Democrática”, que llevó y mantuvo como presidente de la Republica de Colombia durante ocho años consecutivos a Álvaro Uribe Vélez (2002 a 2010)³.

Propuesta que emprendimos, a raíz de la política periodística asumida hacia esa política de gobierno por ese medio masivo de comunicación y, que nos parece pertinente desde una perspectiva simbólica, política e ideológica, tratar de develar el enfoque dado a esos espacios informativos y que, sin lugar a dudas, generaron y potenciaron en las personas que habitualmente ven y siguen las informaciones de esa casa periodística –y también las de otros conglomerados que poseen medios masivos de comunicación, pero sobre los cuales no nos hemos centrado-, la toma de decisión y apoyo hacia esa política de gobierno.

Es indudable que esa política de gobierno, entronizada por Álvaro Uribe Vélez durante los ocho años de gobierno que estuvo al frente de la nación, caló hondamente en sectores de la población colombiana, en virtud de una propuesta que estuvo centrada básicamente, en confrontar a través de las armas, a los grupos subversivos que hoy hacen presencia en la realidad social, económica y política de la nación – específicamente a las Fuerzas Armadas Revolucionarias de

³ La constitución política de Colombia de 1991, establece en el artículo 190, para quien sea elegido presidente de la República, su permanencia en el cargo solamente durante cuatro años. A través de una enmienda o reforma que se le hizo a su cuerpo doctrinal con el acto legislativo 02/04, artículo 2° tramitado en el legislativo (congreso de Colombia), se le dio vía libre a la reelección presidencial por otro periodo consecutivo de gobierno. Esta reforma, recibió el visto bueno de la Corte Constitucional y fue avalada a través de la sentencia C-1040/05.

Colombia (FARC)-. Si bien esa política, mostró resultados positivos para los intereses de quienes proyectaron e idearon esa política de gobierno –sobre todo, se magnifican esos logros a través del componente militar-, basada en contrarrestar el control social, económico y político que ejerce ese grupo subversivo en diversas zonas del territorio nacional; también hay que decir, que la misma se ha mostrado complaciente y en muchos casos, en una especie de connivencia con otros grupos armados que hacen presencia en el territorio colombiano –en especial, con los grupos paramilitares, que al igual que los otros, también hacen presencia en casi todo el país-.

Desde lo metodológico, la propuesta discurrió a través de un enfoque cualitativo –sin descartar los aportes que para el tema, nos pueda brindar el enfoque cuantitativo-. En esa vía, vimos como lo más adecuado en el método a utilizar, el análisis de las conversaciones, los discursos y las imágenes (análisis de material visual/auditivo), que han sido emitidos a través de los informativos del canal privado de televisión de la Radio Cadena Nacional (RCN), durante la política de “Seguridad Democrática” que llevó y mantuvo durante ocho años consecutivos como presidente de la República de Colombia a Álvaro Uribe Vélez (2002 al 2010). Centrándonos específicamente, en el análisis del cubrimiento que hizo esa casa periodística, sobre las ruedas de prensa que realizaron los funcionarios encargados de la cartera de defensa, sobre algunos operativos militares –Sol Naciente, Fénix, Fortín, Jaque y Camaleón- llevados a cabo contra el grupo subversivo de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia ((FARC).

Ese análisis de los cubrimientos de la rueda de prensa que hicieron los noticieros televisivos de la RCN, también abrigaba una sospecha –creemos que le era inherente a ese análisis-sobre el posible impacto que ese medio masivo pudo haber producido en los televidentes. Lo cual nos llevó a realizar una etnografía

con dos grupos de la tercera edad de los barrios La América y La Pradera Parte Alta (comunas 12 y 13 de la ciudad de Medellín), basada en un taller que se articuló en dos momentos: en una primera parte se hizo un cuestionario que buscaba indagar los hábitos de esas personas hacia los medios masivos de comunicación y, específicamente hacia un medio masivo como la televisión; y posteriormente, se realizaron unas entrevistas con algunas personas de esos dos grupos.

Ilustración 3. "Madre y Niño", (obra la ternura).



2. PROPUESTA ETICA Y DEONTOLOGICA HACIA LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION

Plantear que uno de los propósitos, o una de las razones fundamentales, que deberían tener los medios masivos de comunicación para potenciar en las personas, esa capacidad crítica que debería tener todo ser humano en una sociedad que desde su más tierna edad –incluso mucho antes de nacer, desde sus anteriores generaciones – lo envuelve en ese torbellino de situaciones, de circunstancias, de constricciones, de regulaciones; todo ello conocido o enmarcado, en eso que llamamos la estructura sociocultural y que en ultimas, es quizás el elemento distintivo, que nos hace particulares entre las demás especies que viven en el planeta tierra; eso que nos clasifica como la especie *homo sapiens sapiens* en el orden animal. Capacidad de reflexión y de análisis, que deberían ser potenciadas permanentemente en vías de lograr ciudadanos propositivos, participes y con capacidad argumentativa para deliberar, exigir, defender, y sobre todo, que tenga la capacidad de tomar decisiones libres y autónomas.

Desde esa tentativa que proponemos, el Licenciado Leonardo González et al, en su estudio que lleva por título: “La TV y los medios de comunicación como escenarios de disputa por los sentidos”, nos plantea que entiende a la comunicación en términos de cultura, es decir, como el lugar desde el que salen a flote los conflictos que esta articula. Como el campo desde donde poder ver la producción, circulación, recepción y re-producción de los sentidos sociales. De ahí que la comunicación sea entendida en tanto movimiento de un proceso que en su carácter histórico y estructural; ámbito de resignificación en los modos de vida cotidiana, en los modos de ver, de sentir, de conocer, de congregarse. Visto así, desde ese complejo mundo de símbolos que los seres humanos elaboran con sus actos materiales y simbólicos, la comunicación tendrá sentido transferible a la vida

cotidiana. Y en este sentido, la comunicación nos muestra uno de sus elementos esenciales de la cultura, de la sociedad: la comunicación es cuestión de sujetos y no solo de aparatos. Es un proceso relacional y por tanto dialógico y desigual. Partiendo de ello, se entiende que el receptor ya no es marca del emisor, receptáculo vacío, puesto que es capaz de resemantizar y re-crear el mensaje de los medios. Nos muestra ello, que la comunicación es producción y no solo reproducción, es decir, retomando al investigador español Jesús Martín Barbero, se trata de concebir a la comunicación en todos sus niveles de funcionamiento como un aspecto del proceso productivo general de la sociedad⁴.

Con un poco más de desglose disciplinar y, centrándose en las posibilidades que aportan los medios masivos de comunicación como un recurso para la transmisión de cultura, el investigador chileno Francisco Osorio esboza lo que él llama “La antropología de los *mass media*”; un campo aun por explorar dentro de la antropología sociocultural, que se centraría en analizar la relación entre los medios masivos de comunicación y la cultura.

Según Osorio (2002), el punto específico de la relación entre antropología y medios masivos de comunicación, es analizar como la cultura se transmite a través de los *mass media*. Un enfoque que estudia un proceso o un sistema por medio del cual la sociedad es formada. Desde este campo disciplinar, algunos de esos intereses a explorar es como una manera de ser (mujer, étnico, nacional, etc.) se transmite a las personas por un proceso de comunicación masiva. Al ampliar un poco más esa postura, el autor plantea que en este medio podemos encontrar dos sentidos o esferas: uno débil y uno fuerte. El primer sentido sostiene que:

⁴ GONZÁLEZ, Leonardo. La TV y los medios masivos de comunicación como escenarios de disputa por los sentidos. Pág. 2.

- Los medios masivos de comunicación, son uno de los mecanismos para la transmisión de la cultura.
- Algunos elementos culturales, se transmiten actualmente, a través de los medios masivos de comunicación.

El sentido fuerte sostiene, que los medios masivos de comunicación son el vehículo de transmisión de la cultura. El mismo, defiende que en el proceso de evolución de las sociedades, los medios masivos de comunicación (sobre todo la televisión) se convierten en el vehículo de transmisión de la cultura⁵.

Apreciación que nos parece un poco débil y estrecha en su tratamiento, por el sentido determinista en que esta expresado, ya que a pesar del papel preponderante a todas luces, de un medio masivo de comunicación como la televisión en la sociedad actual; la transmisión de la cultura no recae totalmente en ella. Todavía el núcleo familiar y otras instituciones socioculturales como la escuela, cumplen un papel decisivo, en la transmisión cultural de unas generaciones a otras.

Sin dejar de valorar los aportes que nos propone ese autor, a partir de un enfoque centrado en las repercusiones que provoca la televisión en el tejido cultural de los pueblos; también vemos, que hay aspectos en él que no pueden ser asumidos desde paradigmas universalistas, homogéneos y absolutistas; algo que se deja ver, al plantear que desde un punto de vista antropológico, los medios masivos de comunicación son hoy en día el mecanismo a través del cual la cultura se difunde; y reafirma este enfoque, al asumirlo desde un medio masivo de comunicación

⁵ OSORIO, Francisco. Propuesta para una Antropología de los Mass Media. 2002. Pág. 1, 2, 5.

como es el de la televisión, al decir, que las personas aprenden su manera particular de ser por la exposición ante este medio. Posición que como señalamos en el párrafo anterior, minimiza e invisibiliza, el papel todavía influyente para la transmisión de la cultura de instituciones socioculturales como la familia, la escuela y la religión y otras.

Uno de los papeles que inmensos sectores de la sociedad les reclama a los medios masivos de comunicación, es que asuman una posición vigilante ante los poderes políticos y económicos concentrados en los sistemas de gobierno (los Estados-Nación) y que además, ese servicio sea un articulador de los intereses, de las demandas, de las necesidades y de los proyectos que se cuecen en las propias comunidades; que sirvan para fortalecer los vínculos comunitarios, el tejido cultural; que sirvan como mediadores de esas demandas y los funcionarios del estado.

Unas luces que encontramos y que sin lugar a dudas son valiosas a este respecto, son las que nos propone Cesar Rojas sobre la función que vienen desempeñando algunos medios masivos de comunicación en Bolivia. Según este autor, la sociedad boliviana vivió hasta una década atrás, alrededor del Estado benefactor, mientras que ahora vive en torno a los medios masivos de comunicación. Este es el nuevo astro solar en torno al cual esa sociedad empieza a girar todos los días, mientras la vieja estrella estatal empieza a palidecer. Los medios masivos de comunicación se han instalado en el centro de esa sociedad, y lo hacen en un lugar privilegiado, que gana cada vez más fuerza en sectores marginados de los centros de decisión política. Parte de esa fuerza se debe, a que hacen visible socialmente la realidad. La mediatización de la realidad es la sustancia etérea en que se funda su poder. Por tanto, todo actor o institución que conforma la realidad tiene o debería tener relación con los masivos de comunicación, ya que estos

configuran su representación. En sí, lo que es visto define hoy lo real. E indudablemente, uno de los recursos que permiten hoy en día que las cosas sean vistas, son los medios masivos de comunicación, convertidos en un jugador con mucho peso que gravita en el centro del sistema sociocultural⁶.

Para Rojas, el ascenso de los medios masivos en la sociedad boliviana se debe a que los partidos políticos van en picada en la credibilidad ciudadana, o en otras palabras, a que la valorización de los medios obedece a la desvalorización de los partidos políticos. El motivo para que los medios ganen lo que pierden los partidos –prestigio y credibilidad-, se debe a la función de vigilancia que cumple la prensa sobre la esfera política, o lo que Doris Graber denomina como “los medios como gobierno en la sombra”, es decir, la prensa actúa como un supervisor que vigila como un gobierno realiza las funciones que le son asignadas, mediante la cobertura diaria o realizando una investigación sistemática cuando surgen indicios de irregularidades gubernamentales. Pensados y actuando de esta forma, los medios adquirirían así dosis elevadas de prestigio en la ciudadanía, ya que convertidos en poder en la sombra de las instituciones (sobre todo del gobierno) las registran con lupa en la mano, para –finalmente- denunciar todo hecho de corrupción y hacer visibles a los responsables. Evidentemente, una de las funciones que cumple o debería cumplir la prensa es la de “gobierno a la sombra” o la de “perro guardián” de la democracia. Mucho mas, resulta necesario ese papel de los medios masivos de comunicación, cuando existe una coyuntura de alta corrupción, ya que esta función escrutadora y vigilante, se hace más evidente y pasan a ser vistos como los guardianes de la moralidad pública; por el contrario, en una coyuntura de baja corrupción esta función sobresale menos, y no por ello, su papel deja de ser visible⁷.

⁶ ROJAS, Cesar. Los nuevos populismos mediáticos. La relación entre ciudadanía, medios masivos y política en Bolivia. Pág.195.

⁷ Ibíd. Pág. 198.

Continuando con la postura de Rojas y retomando lo señalado anteriormente, que cuando los medios masivos van a la alta –obtiene un crédito funcional- los partidos políticos van al abaja; pero que esta relación de trasvase que acabamos de exponer (gana uno lo que pierde el otro) no se presenta siempre, sino cuando la política atraviesa por etapas de alta corrupción. Y ello se debe, porque esta actividad está en el centro de atención de los medios, lo cual es visto por el pensador italiano Norberto Bobbio cuando reflexiona sobre la democracia que lo que allí está en efervescencia es el “gobierno del poder público en público”, y además, donde “la publicidad es la regla {y} el secreto es la excepción”. Eso mismo, es visto por el escritor argentino Ernesto Sabato al señalar que “la democracia se caracteriza por permitir la publicación de sus defectos”. Estas posturas, ponen de relieve que la política está para que los medios la hagan visible y para que la opinión pública la vea, es decir, el principio rector de la democracia es que la opinión pública –vía mediación de la prensa- tenga la mayor accesibilidad, visibilidad, cognoscibilidad y, por tanto, ciertos márgenes de control de los actos del poder público. Precisamente por estar referida desde sus primeros pensadores en la Grecia clásica, la polis debe ser un asunto abierto –no secreto, no velado ni vedado- a las personas⁸.

En esa misma línea que propone Cesar Rojas, pero con más elementos etnográficos (datos que emergen de la realidad, del rol que vienen cumpliendo algunos medios de comunicación masivos), Marlene Choque Aldana nos comparte las experiencias que desde hace algunas décadas vienen desempeñando la radio y la televisión en Bolivia. Con su estudio que lleva por título: “Medios masivos, identidades colectivas y la construcción de ciudadanía en Bolivia”, nos muestra la forma como las comunidades en ese país, han entendido que los medios masivos de comunicación, son instancias nada despreciables para fortalecer y generar propuestas al interior de sus comunidades y fuera de ellas. En ese estudio la

⁸ Ibíd. Pág. 199.

autora da sus primeras puntadas, planteando que el papel de los medios masivos, en la política contemporánea de las sociedades latinoamericanas, empieza a adquirir mayor relevancia en los últimos años tanto en el ámbito académico como en el ámbito político.

En el contexto recién planteado, para Choque Aldana (1998) los medios masivos devienen como instancias públicas de interpelación, de mediación, de constitución de identidades y, por consiguiente, en la construcción de ciudadanos participantes en el sistema político. Para ella, el abordaje de los medios de comunicación masiva en las sociedades actuales no es posible sin una consideración previa de dos aspectos interrelacionados: la ampliación del espacio político y de la emergencia de un nuevo espacio público mediático. Ambos aspectos, estructuran y redefinen las relaciones sociales y, han dado lugar a lo que filósofos como el italiano Gianni Vattimo denominan “el advenimiento de la sociedad de la comunicación”⁹.

Para Choque Aldana uno de los estudiosos en esos dos ámbitos esenciales de las dinámicas sociales, que muestran con suma claridad el papel cada vez más notorio que vienen desempeñando los medios masivos de comunicación es John B. Thompson. Sus trabajos develan como el desarrollo de la comunicación de masas ha transformado la naturaleza de la interacción social y de los modos de experiencia en las sociedades actuales; posibilitando la emergencia de “nuevas formas de interacción social, que modifican o socavan la viejas formas de interacción, crean nuevos focos y nuevas redes para la acción y la interacción, y

⁹ CHOQUE ALDANA, Marlene. Medios masivos, identidades colectivas y la construcción de la ciudadanía en Bolivia. 1998. Pág. 45.

sirven para reestructurar las relaciones sociales existentes, las instituciones y las organizaciones de las cuales forma parte”¹⁰.

En el estudio que hemos venido considerando, Choque Aldana analiza cómo algunos medios de comunicación masiva, asumen ciertas tareas o roles tradicionalmente asignados a los mediadores políticos por excelencia en Bolivia: los partidos políticos y los sindicatos; y son potenciados al interior de las comunidades, adquiriendo plausibilidad y significación cuando empiezan a vislumbrarse una serie de cambios profundos en el seno de la cultura política de las mayorías de un país. De esos cambios se destacan:

- Una notable ampliación del debate público: emergen y se legitiman temas antes prohibidos y, reaparecen a la escena pública, una variedad de protagonistas y de opiniones.
- Emergen una proliferación de estrategias discursivas, destinadas a proveer pautas sociales y políticas para la reconstrucción y constitución de identidades colectivas.
- La bilateralidad o dualidad del pasado (partidos políticos tradicionales y los sindicatos), dan lugar a la multipolaridad del espacio político, y a la emergencia de nuevos actores: entre ellos, los medios masivos de comunicación y organizaciones sociales de diversa índole¹¹.

Otro aspecto que se resalta de los estudios de Choque Aldana, es que una de las funciones que le caben a los *mass media* es dar visibilidad a nuevos sujetos sociales, dando publicidad a ciertos sectores del sistema social, a los problemas, a

¹⁰ Ibíd. Pág. 45.

¹¹ Ibíd. Pág. 47.

las tensiones y a los sujetos colectivos; ya que ello favorece la metabolización de cuestiones y problemáticas antes marginados socialmente, y que a través de los *media* pueden constituirse en el centro de atención y discusión dentro de la sociedad y del sistema político. En ese sentido rescata los análisis de Mauro Wolf, para quien los medios masivos están posibilitando una visibilidad progresiva de lo social, que habría llevado a descubrir minorías nuevas y grupos sociales que viven en condiciones y situaciones de marginalidad y diferencia. Todo ello, la lleva a concluir que si con la política comunicacional se brinda acceso y participación a los sectores marginados para hacer escuchar su voz, con la labor social se canalizan y/o solucionan problemas pequeños pero significativos de esos sectores¹².

Un aspecto que hasta el momento no se ha abordado con suficiente ilustración y que está contenido en el título es lo atinente a la ética de los medios de comunicación masivos (su deber ser). Un aspecto que debería ser el faro sobre el cual se asiente, el papel de los profesionales que están al frente de los medios masivos de comunicación; una responsabilidad consigo mismo y sobre todo, a quienes están dirigidas esas informaciones (la audiencia). Un aspecto que al ser potencializado cada segundo de nuestras vidas, al ser fortalecido permanentemente en nuestras acciones diarias, nos acercan a eso por lo que tanto han luchado y se han sacrificado tantos hombres y mujeres en la historia: hacernos más humanos.

Y se hace más humano cuando nuestras acciones –y entiéndase la acción como una praxis: donde pensamiento y acción actúan indisolublemente, no están segmentadas; por el contrario se funden en un todo- están cargadas en todo momento de la responsabilidad con y hacia el otro; cuando las mediaciones están

¹² Ibíd. Pág. 48-49.

dirigidas a fortalecer la autonomía y la emancipación de las personas desde los detalles mínimos en las relaciones que se establecen con los otros; cuando cada hombre o mujer son capaces de tomar decisiones sin transgredir las decisiones de los otros. Y es ahí en donde se les debe de exigir a los medios de comunicación masiva, que estén a la altura y sean conscientes de la responsabilidad para con quienes los leen, los escuchan y los ven.

Y en este sentido, nada más adecuado y pertinente, que recoger los análisis que desde la filosofía ética nos ofrecen personas como Adela Cortina con respecto al papel que deberían jugar los medios masivos de comunicación en aras de potenciar sujetos autónomos, participativos y críticos con las decisiones que a diario lo interpelan (un sujeto político). En su estudio titulado “Ciudadanía activa en una sociedad mediática”, nos hace ver que en las sociedades pluralistas es crucial el papel de los medios de comunicación; ya que esos medios, nacieron con el afán de hacer posible la libertad de informar y de recibir información, con el afán de sentar las bases del “uso público de la razón”, que con el transcurrir del tiempo, y sobre todo al convertirse sus productos en objetos codiciados por el poder político y económico, fueron cambiando el empeño en informar por el empeño en controlar las preferencias de los individuos y en orientar sus elecciones. Un cambio que no resulta accidental para la configuración de una sociedad que se pretenda democrática, sino todo lo contrario: es un cambio esencial porque, de tener en sus pretensiones, no serian los ciudadanos los protagonistas de la vida pública, sino de nuevo vasallos, de nuevo súbditos¹³.

Para Cortina (2004), si los ciudadanos deben ser los protagonistas de la vida pública, porque no han de serlo también en una sociedad mediática, un tipo de

¹³ CORTINA, Adela. Ciudadanía activa en una sociedad mediática. En Jesús Conill y Vicent Gozávez (coordinadores). Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual. 2004. Pág. 11.

sociedad que resulta incomprensible sin contar con los medios de comunicación como una de las claves interpretativas esenciales. Desde este deber ser, los medios masivos de comunicación deberían intentar generar una opinión pública madura y responsable, sin lo cual no existe ni por asomo una sociedad pluralista y democrática. De acuerdo a ello, se proponen tres principios que son indispensables e inseparables hacia ese fin:

1. Aumentar la libertad de los ciudadanos, mediante informaciones centradas, opiniones fundadas e interpretaciones razonables y plausibles. Una de las metas prioritarias de los medios de comunicación masiva, consiste en ampliar el ámbito de información de los ciudadanos, de modo que puedan realizar elecciones libres.

2. Permitir la libre expresión de las opiniones. En principio, la libre expresión de los profesionales de los medios de comunicación; rompiendo esquemas y criticando acciones de las elites y de los grupos de poder.

3. Potenciar una opinión pública razonante. Es potenciar ese proceso publico de deliberación, sin el que no hay democracia posible ni sociedad adulta; verlo desde esa óptica, es ver un conjunto de personas unidas por la discrepancia y por el dialogo racional que intentan pensar y razonar conjuntamente. No les es sólo la emoción, ni tampoco un foco puntual de interés, sino el debate público, la apuesta por el intercambio de opiniones, del que se espera tener obtener enriquecimiento mutuo y también forjar autónomamente una voluntad común¹⁴.

Desde otra perspectiva, pero encontrando coincidencias y diferencias -con respecto a la posición anterior- en la responsabilidad ética de los medios masivos de comunicación, en una sociedad cada vez mas acorralada por la omnipotencia de los poderes políticos y económicos; hoy en día, jugadores esenciales y

¹⁴ Ibíd. Pág. 20- 22.

protagonistas de primer plano sobre el control de los medios masivos de comunicación, encontramos las propuestas de la filósofa española Victoria Camps mas que oportunas. Incluso esenciales en países que como Colombia fundan su ordenamiento constitucional bajo el principio fundamental de “un Estado social de derecho”, consagrado en el Artículo 1 del título I: De los principios fundamentales¹⁵. Partiendo de ese principio, Camps (2004) propone que en los Estados de derecho, la sociedad de la información se asienta sobre dos derechos básicos: el derecho a la libertad de expresión y el derecho a la información; algo que también se encuentra en la constitución política de Colombia de 1991 consagrado en el Artículo 20 del Capítulo 1 y este a la vez en el título II: De los derechos, las garantías y los deberes¹⁶. Por lo tanto, la democracia, en la medida que pueda seguir significando “gobierno del pueblo”, debe contar con la posibilidad de que se construya una opinión pública en las mejores condiciones para que lo sea de veras, esto es, una opinión conformada desde la libertad, desde la información y con una participación adecuada de los ciudadanos. Esa posibilidad de informar con transparencia, sin trabas ni impedimentos procedentes del poder político –y agregaría el poder económico- o de los intereses facticos es un requisito básico de cualquier democracia¹⁷.

Desde nuestra visión, el planteamiento de Camps y las normas constitucionales consagradas en la carta política colombiana de 1991 que establecen los derechos a recibir una información de los medios masivos veraz, creíble, desafectada de cualquier interés mezquino y parcializado, ya sea político o económico –pensados por los constituyentes como un deber ser, pero que en la realidad lo desborda y

¹⁵ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA DE 1991. Derechos del niño, de la mujer, del hombre. Defensor del pueblo. Año 2001. Pág. 9.

¹⁶ *Ibíd.* Pág. 13.

¹⁷ CAMPS, Victoria. Opinión pública, libertad de expresión y derecho a la información. En Jesús Conill y Vicent González (coordinadores). Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual. 2004. Pág. 33.

despedaza-, es posible lograrla cuando se trazan metas a largo plazo de fortalecimiento humano y político. Cuando esas propuestas emanan de una construcción colectiva de las instituciones socioculturales de una nación (la familia, la escuela, la iglesia, los medios masivos de comunicación, las organizaciones y los movimientos sociales, entre otros).

Otros estudiosos del tema ético, pluralista y democrático en que deberían asentarse el papel de los medios masivos de comunicación en el seno de las sociedades nos lo aportan Vicent Gozávez y J. Feliz Lozano en su estudio titulado: Autonomía profesional y códigos deontológicos de la comunicación audiovisual. Sus análisis están planteados o giran en torno al concepto deontológico que le es inherente a la ética de los profesionales que laboran en los medios de información.

Ya que esos autores nos introducirán por unos momentos en sus reflexiones sobre este concepto, empecemos por conocerlo desde sus más básicas definiciones. El Diccionario de la Lengua de la Real Academia Española, (2001, p. 748) lo define como una “ciencia o tratado de los deberes”. El Diccionario de filosofía de Víctor Florián, (2002, p. 93) lo define en los siguientes términos: “ética propia de las profesiones liberales a través de los códigos deontológicos, éticos y legales que regulan el ejercicio de una profesión”. Con estos elementos básicos de guía, Vicent Gozávez y J. Félix Lozano (2004) plantean que simplemente el hecho de observar y pensar en el creciente papel que los periodistas y profesionales de lo audiovisual tiene en el rumbo de una sociedad es ya suficiente motivo para reiniciar una reflexión acerca de la responsabilidad de aquellos con ésta. No sólo es la sociedad o ciudadanía quien lo pide, sino que son los mismos hacedores del entorno comunicacional, tanto los que producen y vierten comunicación como los que la analizan desde el sector universitario, quienes de hecho comienzan a

interesarse en serio por ésta tarea ética. Tarea que al estar cimentada en un buen ejercicio de una profesión, necesariamente ha de ser sensible a los códigos deontológicos dinámicos y asumidos responsable y autónomamente¹⁸.

Esos dos investigadores afirman que la bondad sobre este tema la extraen o la conocen los profesionales de los medios de comunicación, a partir de la deliberación autónoma acerca de los bienes internos de la actividad social que desempeñan, y a partir de lo que los propios trabajadores como comunidad de profesionales van apreciando como lo valioso, lo digno de ser admirado, reconocido y querido dentro de lo que son los fines propios de su profesión. Asimismo, ser un buen profesional es algo que se dibuja atendiendo a los mensajes y expectativas que los otros afectados por su labor (la ciudadanía y el resto de las instituciones sociales) les envían por uno u otro medio¹⁹.

La llamada a la autonomía colectiva que hacen los autores al gremio de los periodistas, es la condición para que la asimilación de un código sea algo moral, es decir, interiorizado, perteneciente al bagaje interno, a ese pequeño tesoro de aspiraciones irrenunciables que empujan hacia la superación y el perfeccionamiento. La autonomía colectiva es así mismo la condición para una revisión deliberativa, realizada en buenas condiciones, de los límites que no conviene rebasar; es ahí en donde aparece la autorregulación. Y quizás, la causa primaria de la incapacidad de los profesionales de la comunicación para autorregularse sea la pérdida de su independencia²⁰.

¹⁸ GOZÁLVEZ, Vicent y J. LOZANO, Félix. Autonomía profesional y códigos deontológicos de la comunicación audiovisual. En Jesús Conill y Vicent Gozálvéz (coordinadores). Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual. 2004. Pág. 52.

¹⁹ *Ibíd.* Pág. 53.

²⁰ *Ibíd.* Pág. 53-54.

Al plantear el termino de autonomía, Vicent Gozávez y J. Feliz Lozano se hacen la pregunta ¿Pero que entendemos por autonomía? para tratar de ahondar un poco en ella. Para ellos, autonomía es libertad en una de sus mejores formas. Partiendo de la intrínseca relación entre ética y la libertad (la ética como el pensar en la expansión adecuada de nuestra libertad), la autonomía es uno de los conceptos cruciales en la ética y una magnífica expresión de lo que significa ser libre (conceptos que siguen el abordaje que ha hecho pensadores que lo empezaron a teorizar como Spinoza o Kant, pasando posteriormente por Nietzsche, Heidegger y más recientemente –en el siglo XX- con Widgestein, Horkheimer, Adorno y Habermas, por citar solo algunos.

Continuando con su abordaje, para Gozávez y Lozano (2004, p. 55) ser autónomo es ser independiente; el trabajador o profesional de la comunicación ha de realizar su labor con independencia; independencia en la presentación, en la elaboración de las informaciones sin estar sometidos a poderes externos y sin coacciones distorsionadoras y ajenas. Ello significa, actuar sin presiones políticas, económicas, o de otra índole que perturben la adecuada realización de los fines propios de la profesión.

Ambos autores quieren poner de relieve, otros aspectos que son del resorte de la autonomía y que trascienden la mera independencia. Y empiezan por plantear que el compromiso autónomo de los profesionales de la comunicación de masas va más allá de la independencia. Ello supone no sólo la ausencia de dependencias, injerencias o interferencias a la libertad de expresión, sino un impulso activo por conseguir una comunicación transparente, idealmente imparcial, con sentido, que nos aporte nuevos elementos para pensar y vivir, o poder ser mejores. Ser autónomo significa, en última instancia, comprometerse en proceso dinámico para liberar el pensamiento de visiones preconcebidas, de

sesgos cognitivos, de perspectivas parciales u opacas. Es liberar el pensamiento y contribuir a que la sociedad en su querencia de pluralidad, libere el suyo de tales cadenas²¹.

La autonomía de los profesionales de la comunicación es una condición de posibilidad para la realización de los bienes y fines de la actividad social. Una autonomía entendida no sólo como independencia, sino también como un impulso activo por conseguir una comunicación que nos aporte nuevos elementos para pensar y vivir mejor²².

El concepto de autonomía que se ha venido desarrollando hasta el momento y su proyección en lo social, nos da pie para preguntarnos: ¿hacia qué ética profesional apuntar? Dejándonos acompañar por ese camino que nos han venido trazando Gozávez y Lozano (2004, p. 66), asumimos que es una ética que no solo incluye deberes, sino también recomendaciones, virtudes, ejemplos, etc. Y nuevamente nos vemos impelidos a recordar que el concepto que nos ha servido de guía para pensar la autonomía y la ética, esto es, la deontología, exige en su práctica y no solo en las palabras, normas, comportamientos concretos; mientras que la ética, además, propone actuación y pide motivaciones. Ambos autores apoyan todo lo anterior, en el concepto sobre la ética de los medios de comunicación de E. Bonete; para quien la tarea principal de cualquier deontología profesional “consiste en explicar a través de los códigos deontológicos un ethos profesional, una marca moral de ser profesional, más que el inculcar deberes y normas que se han de cumplir por parte de los profesionales conscientes de su responsabilidad social”.

²¹ Ibíd. Pág. 55-56.

²² Ibíd. Pág. 64-65.

Para Gozávez y Lozano, un elemento que no se puede dejar pasar por alto en cuanto en cuanto a los códigos deontológicos es lo concerniente a dos funciones que le son inherentes: la regulativa y la ideológica. Partiendo de los conceptos de J. Kullgen, la función regulativa se manifiesta en tres aspectos o ámbitos diferentes: como guía, a partir de un contrato y desde lo judicial. La primera función, de guía, se entiende como aquella orientada a determinar y dirigir las conductas profesionales en su ámbito profesional, y hace especial hincapié en evitar conflictos entre moralidad e interés propio. La función de contrato es en donde está enclavada la cuestión de la confianza y la legitimidad profesional; en este sentido, la sociedad permite que los grupos profesionales se autorregulen por la confianza que tienen en ellos. También, esta función se manifiesta en la aceptación de una serie de obligaciones y deberes entre los colegas y el colectivo profesional en general. La función judicial, es la que se concreta en el intento de hacer efectivo el código profesional. Su objetivo es doble, por un lado se pretende garantizar que los que no cumplen paguen o se hagan responsables de sus actuaciones, pero se pretende también convencer a los de débil voluntad del peligro de cometer una falta. Refuerza su moral, el hecho de saber que los incumplen el código tienen su castigo.

Con respecto a la función ideológica, la ideología profesional que la sustenta y su relevancia social, reside básicamente, en que le confieren a los códigos un carácter más allá de un mero agregado de normas. La ideología profesional es un conjunto de ideas que utiliza un determinado grupo para conseguir o mantener un estatus en tanto que profesión. Las ideas que los profesionales tienen sobre la actividad que realizan y las actitudes necesarias para ser un profesional excelente, se transmite en los códigos de conducta y en los juramentos profesionales; y es especialmente relevante, en el área de los profesionales de la comunicación, ya que se ejerce una labor que trabaja con bienes inmateriales; algo que indiscutiblemente tiene una connotación especial, por lo cual Gozávez y

Lozano (2004, p. 67) lo resalta a partir del siguiente comentario de E. Bonete: “las empresas informativas y de la comunicación generan un producto que no es propiamente material, sino más bien inmaterial: manejan ideas, símbolos, opiniones, reflexiones, concepciones de la realidad que influyen en los comportamientos y en las actitudes de unos receptores”.

Un autor de indiscutible referencia, en este tema del papel que cumplen –o que deberían cumplir- los medios masivos de comunicación en la sociedad es la que propone el filósofo alemán Jürgen Habermas en los análisis conceptuales que hace en el texto: Teoría de la acción comunicativa, II. Crítica de la razón funcionalista. Este pensador y autoridad de reconocimiento mundial, aborda el tema de los medios masivos de comunicación y su rol en la sociedad contemporánea dándole o depositando en el espectador la capacidad de moverse con márgenes de autonomía en la información que recibe, algo que cuestiona en las posiciones que al respecto asumen sus maestros Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, fundadores de la Teoría Crítica y/o más conocida como La Escuela de Frankfurt; quienes ven a los medios de comunicación envueltos en torno a lo que ellos denominan “La Industria Cultural”. Con esos términos dan a entender la forma como los medios de comunicación han sido absorbidos por la economía y lo que le es imprescindible, el capital. Lo cual cosifica y desvirtúa, la función que deberían de tener en la sociedad: brindar elementos críticos que potencien en los ciudadanos su capacidad política y reflexiva sobre los acontecimientos sociales, políticos y económicos en donde se encuentra sumergido, quiéralo o no, como individuo que hace parte de una nación y de una sociedad cada vez más globalizada.

Como hemos reseñado en el texto del párrafo anterior, Jürgen Habermas (2008) se muestra escéptico frente a la tesis de que en las sociedades postliberales haya

sido liquidado el espacio de la opinión pública. Su argumentación está elaborada en la clasificación que hace de los medios de comunicación: por un lado, los medios de control sistémico, a través de los cuales los subsistemas se diferencian del mundo de la vida, y por otro lado, las formas generalizadas de comunicación que no sustituyen el entendimiento lingüístico, sino que simplemente lo condensan y que, por lo mismo, permanecen ligados a los contextos del mundo de la vida. Mientras que los medios de control desligan la coordinación de la acción de la formación lingüística de un consenso y la neutralizan frente a la alternativa de acuerdo o falta de entendimiento; en el otro caso se trata de una especialización de los procesos lingüísticos de formación de consensos, que siguen dependiendo de la posibilidad de echar mano de los recursos del trasfondo que por la acción comunicativa representa el mundo de la vida. Los medios de comunicación de masas, pertenecen a estas formas generalizadas de comunicación. Liberan a los procesos de comunicación, de la provincialidad que suponen los contextos limitados en el espacio y en el tiempo y, hacen surgir espacios de opinión pública, implantando la simultaneidad abstracta de una red virtualmente siempre presente de contenidos de comunicación muy alejados en el tiempo y en el espacio y poniendo los mensajes a disposición de contextos multiplicados²³.

Para el mismo autor, estos espacios públicos creados por los medios, jerarquizan el horizonte de comunicaciones públicas a la vez que le quitan sus barreras; el primer espacio no puede separarse del segundo, y en ello radica las ambivalencias de su potencial. Al canalizar unilateralmente los flujos de comunicación en una red centralizada, el centro a la periferia y de arriba abajo, los medios de comunicación de masas pueden reforzar considerablemente la eficacia de los controles sociales. Pero la utilización de este potencial autoritario resulta siempre precario, ya que las propias estructuras de la comunicación llevan inserto

²³ HABERMAS, Jürgen. 3. Tareas de una teoría crítica de la sociedad. Teoría de La acción comunicativa, II. Crítica de la razón funcionalista. 2008. Pág. 551-552.

el contrapeso de un potencial emancipatorio. Los medios de comunicación de masas pueden, ciertamente, escalonar, acaparar y condensar simultáneamente los procesos de entendimiento, pero sólo en primera instancia pueden descargar a las interacciones de las tomas de postura de afirmación o de negación frente a pretensiones de validez susceptibles de crítica, pues las comunicaciones, aun cuando se las abstraiga y empaquete, nunca pueden quedar fiablemente blindadas contra la posibilidad de ser contradichas por actores capaces de responder autónomamente de sus propios actos²⁴.

Antes de poner en este escrito los discursos –donde hacemos una reflexión desde los aspectos simbólicos, políticos e ideológicos que se cuecen en ellos- que hemos seleccionado de esos operativos militares, viajemos un poco en el tiempo y en el espacio, para conocer un poco sobre uno de roles que han desempeñado los medios masivos de comunicación en la sociedad y que es el que trataremos de mostrar en este análisis: el poder infinitesimal que tienen los medios masivos de comunicación y, más específicamente, el poder de la televisión para generar y posicionar sentidos en los otros; para generar, crear y posicionar una realidad, una realidad única y homogénea, la realidad que más le conviene a sectores dominantes en un contexto particular, en un país.

²⁴ Ibíd. Pág. 552-553.

Ilustración 4. Tiempo de angustia.



3. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL DIRECCIONAMIENTO DE LOS MEDIOS MASIVOS DE INFORMACIÓN HACIA FINES ESPECÍFICOS (POLÍTICO-MILITAR)

El manejo y direccionamiento de los medios masivos de comunicación con trasfondos e intenciones de crear y posicionar sentidos en los públicos, en los receptores de esas informaciones, con el objetivo de lograr apoyos en torno a proyectos sociopolíticos y económicos; ya sea a través de una institución todopoderosa como el Estado, o, a través de grupos y sectores sociales con grandes poderes, recursos e influencias tras el estado (el establishment) lo podemos rastrear a comienzos del siglo XX en torno a los acontecimientos bélicos de la Primera Guerra Mundial.

En una entrevista realizada por David Barsamian en octubre de 2003, al lingüista estadounidense Noam Chomsky y, publicada en la revista “El Viejo Topo”, en donde se le indagaba sobre su postura del manejo o del rol que cumplieron los medios masivos de comunicación, con ocasión de los atentados a las torres gemelas y a la sede del pentágono, el 11 de septiembre de 2001 en los Estados Unidos, este se remitía de forma retrospectiva en el tiempo y el espacio para mostrar, en qué momento de la historia, el direccionamiento de los medios masivos de comunicación se transformaban en dispositivos poderosos para crear y posicionar sentidos o realidades, buscando con ello, lograr captar adhesión hacia intereses y causas sociopolíticas. Para Chomsky, eso se puede rastrear, en el contexto de la Primera Guerra Mundial, cuando el primer ministro de propaganda coordinado, llamado Ministerio de Información, fue creado en Gran Bretaña. Su misión o el objeto de la misma, tal como fue descrita, era controlar la mente del mundo. Este propósito se empieza a gestar, durante la administración del presidente Wilson en los Estados Unidos –ante los pedidos del gobierno

británico para que los apoyen en su guerra contra Alemania- quien reacciona constituyendo la primera agencia estatal de propaganda, llamada Comité sobre Información Pública.

Fue tal el éxito de este proyecto, principalmente con los intelectuales liberales estadounidenses, gentes del círculo de John Dewey, quienes de hecho estaban orgullosos, de haber creado por primera vez en la historia, según ellos, un fanatismo para tiempos de guerra, y no por parte de líderes militares ni políticos, sino por los miembros más responsables y serios de la comunidad, los reflexivos intelectuales. La creación de esta agencia, incluía entre otros, a Walter Lippmann, el principal intelectual público del siglo XX y la figura más respetable de los medios. Sobre ese proyecto, decían al respecto, que habían aprendido con esto, que se puede controlar a la opinión pública, que se pueden controlar actitudes y opiniones²⁵.

Para Chomsky, con ese proyecto de controlar y manipular la información en los medios masivos de comunicación, nacido al calor de la confrontación bélica de la Primera Guerra Mundial, lo que hay detrás de ello, es un motivo o fin sumamente poderoso: si puedes controlar a la gente por la fuerza no es tan importante controlar lo que piensan y sienten; pero si pierdes la capacidad de controlar a la gente por la fuerza, se hace más necesario controlar actitudes y opiniones. Y allí, juegan un papel fundamental, los dispositivos privados de los medios de comunicación de masas; las cuales hacen parte de empresas –grandes monopolios de la información- que llevan a cabo la función de controlar la opinión

²⁵ BARSAMIAN, David. Entrevista a Noam Chomsky/1. Lenguaje Colateral. En: El Viejo Topo. Barcelona, España. Número 184-185. Octubre de 2003. Pág. 7-8.

y las actitudes; estas no reciben órdenes del gobierno, pero por supuesto están muy vinculados a este²⁶.

Otro de los estudios que nos brinda antecedentes históricos sobre el rol de los medios masivos de comunicación para crear y posicionar sentidos lo encontramos en el ensayo de Winfried B. Lerg, aparecido en la revista Medios de Comunicación, Democracia y Poder, editada por Josef Thesing y Wilhelm Hofmeister. En este recorrido histórico, un elemento nuevo que nos aporta Lerg (1995), es lo que tiene que ver con el origen de los términos “Medios Masivos de Comunicación”, cuya circulación abierta se puede rastrear y con bastante profusión a partir del año 1945, cuando finalizaba la Segunda Guerra Mundial. En esa época, comenzó a circular un término que algunos institutos demoscópicos y agencias de publicidad americanos ya habían manejado al final de los años treinta: el término “médium” (medio de comunicación) como palabra colectiva en la forma latina correcta del plural “media”. Y es en el “Departamento de Conducción de Guerra Psicológica” de los aliados y en las autoridades de control de la información del gobierno militar americano y británico en Alemania, que “mediun of expresión” (medio de expresión) o “media of communication” (medio de comunicación) pronto pasaron a ser términos usuales²⁷.

Un aspecto que le inquieta a Lerg, es el poco tratamiento que han recibido los medios masivos de comunicación en tanto su capacidad de producir efectos en las personas. Y lo hace, a partir del planteamiento de una pregunta base sobre la cual gira todo su análisis: ¿de qué forma obra en el conocer y comprender, percibir y

²⁶ Ibíd. Pág. 8.

²⁷ LERG, Winfried B. El poder de los medios de comunicación y la política. En: Medios de comunicación, democracia y poder. Editores: Josef Thesing y Wilhelm Hofmeister. Konrad – Adenauer – Stiftung A.C. 1995. Centro Interdisciplinario de Estudios Sobre el Desarrollo Latinoamericano. Buenos Aires. Pág. 12.

recordar, sobre la transformación en opiniones y valores, sobre cambios de comportamientos y actitudes de sus públicos? Esa tarea escrutadora la empieza, señalando la poca importancia que se le dio a los medios de comunicación como un elemento importante en la producción y posicionamiento de sentidos durante la Primera y Segunda Guerra Mundial. Esto empieza a virar o a ser tenido en cuenta, a partir de los estudios realizados por Paul Lazarsfel en un medio como la radiodifusión durante los años treinta, pero específicamente, por su estudio orientado sobre el rol de los medios de prensa y radiodifusión en las elecciones presidenciales americanas en 1940. La economía de los medios de comunicación y las autoridades encargadas de la propaganda en la Segunda Guerra Mundial, en cuanto caían bajo presión política de legitimarse, podían relajarse, señalando los resultados de las investigaciones realizadas que les atestiguaban efectos mínimos de los medios. Cuando mas, las personas se reflejaban ellas mismas en los medios, confirmando sus puntos de vista.

El esquema anterior, un esquema de la impotencia dominaba la política, el periodismo y, bajo la denominación de “Hipótesis de Amplificación”, la investigación aplicada y científica de la comunicación en los Estados Unidos hacia fines de los años sesenta. Este esquema de la impotencia, gozaría de gran aceptación por parte de la política, tanto en Inglaterra como en la Republica Federal de Alemania; incluso en la Republica Democrática Alemana.

Según Lerg, en tanto que el esquema de la impotencia, ilustrado con la hipótesis de amplificación, había llevado a la investigación política de la comunicación a la resignación, habiéndola movido cuando más a realizar innumerables estudios afirmativos, surgió inquietud en la investigación publicitaria. El poder de los medios de comunicación como medios de publicidad, que tiene efecto sólo a través de la comunicación del mercado, no debía empañarse por ningún motivo. Es en esta

inquietud, que aparecen una serie de estudios, que ponen o hacen gravitar el poder de los medios masivos de comunicación, en tanto productores y generadores de sentido.

Para Lerg, partir de la década del 50, se empiezan a dar una profusión de análisis sobre el rol de los medios masivos de comunicación en torno al mercado en norteamérica, trayendo a colación los siguientes: en el año de 1957 apareció el escrito de Vance Packards "The Hidden Persuaders" (La Persuasión Oculta); un año después, aparece el libro de Martin Mayer "Madison Avenue, EE.UU" en 1958. Rosser Reeves en 1960, publica su libro "Reality in Advertising" (Realidad y Publicidad). Desde el campo de la psicología, los estudios sobre el impacto de la publicidad en el ser humano, se destacan los estudios de George Katona "The Powerful Consumer" (El Consumidor Poderoso) en 1960 y de Ernest Dichter con su estudio "The Strategy of Desire" (La Estrategia del Deseo) en 1960.

Un enfoque que quiebra o abre nuevos horizontes de análisis, en torno al rol de los medios masivos de comunicación como creador de sentidos, se da con Herbert Marshall McLuhan. Este experto en letras canadiense generó nuevos ámbitos de reflexión con su estudio "The Gutenberg Galaxy" (la Galaxia de Gutenberg) en 1962. Ese estudio se aventura a pronosticar el paso de la Era de Gutenberg y la partida hacia la "Era Marconi". Con ello, se dio un primer golpe efectivo contra el esquema de la impotencia, convirtiéndose en el favorito de los medios de los medios de comunicación. A su producción analítica sobre el tema, le sigue en 1964 su crítica a la cultura de los medios bajo el título de "Understanding Media: The Extensions of Man" (Medios de Entendimiento: La Extensión del Hombre).

Este enfoque teórico de la evolución periodística, significaba la magnífica salvación del esquema de la gran potencia de los medios de comunicación.

Otros estudios sobre el poder o potencia de los medios masivos de comunicación durante la segunda mitad del siglo XX, especialmente en la década del setenta, los tenemos con Herbert Schiller, quien atacó al imperialismo de la comunicación americano (*Mass Communications and American Empire*, 1970) y en su libro “*The Mind Managers*” (*Administradores de la Mente*) declaró a la industria americana de los medios de ser un complejo de poder, socialmente nocivo. De esa misma forma, Harry Pross en una línea similar, desafió a la nueva política de comunicación en su escrito polémico “*La mayoría de las noticias son falsas*” (1971), siguiéndole al año siguiente su folleto “*comunicación y Poder*” (1972). Otros estudios en esa misma década los tenemos con Ben Bagdikian, quien apuntó sobre las nuevas técnicas de comunicación: “*The Informations Machines, Their Impacto on Men and The Media*” (1971); Franz Droge dio a conocer su estudio titulado “*Saber sin Conciencia*” (1972) y Edward Epstein en sus análisis, consideraba las noticias televisivas ni “falsas” ni “inconscientes”, sino “no-noticias” (*News from Now here*, 1973)²⁸.

²⁸ Ibíd. Pág. 19.

Ilustración 5. Los desesperados.



4. CONTEXTUALIZACIÓN DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN LA ACTUALIDAD, ANÁLISIS CRÍTICO

Trataremos de hacer un breve recorrido que visualice el papel que han jugado los medios masivos de comunicación –la radio, la prensa, la televisión, el cine, las redes informáticas, y otras-, para mostrar el poder que tienen los mismos en la generación y creación de sentidos, de realidades.

No es un secreto, que los medios de comunicación de masas, constituyen y son un poder fundamental en la sociedad contemporánea; ya que la información se ha convertido en un bien sumamentepreciado y estratégico para crear y posicionar sentidos, realidades. De acuerdo a esto, Marcelo Visbal (2002) plantea que a los medios hay que verlos como la pieza de un gran sistema mundial-global de comunicación e información que tiene su asiento en la localidad particular de cada país (glocalización). Los medios ocupan un lugar estratégico en las dinámicas del presente informativo, principalmente por el nivel de confianza y de honestidad institucional que las personas depositan en ellos²⁹.

Esa confianza que el consumidor deposita en los medios masivos de comunicación generan cambios y formas de ver las cosas, la realidad. Al incidir de esta forma en las conciencias, el consumidor sin darse cuenta, es llevado a una instrumentalización en la concepción de la realidad que otros crean.

²⁹VISBAL, Marcelino. En Venezuela, niveles altos de confianza y honestidad. Los dominios mediáticos. 2002. Pág. 30.

Para Omar Raúl Martínez (2002), el papel que hoy están jugando los medios masivos de comunicación, está dado por lo que él llama “metáforas caninas de la información”. Veamos algunas de ellas:

- Perros falderos: estos asumen una actitud de subordinación, dependencia, lambisconería y tibia o nula crítica con el afán de ganarse el beneplácito del dueño del poder y, por ende paladear la chuleta publicitaria.
- Perros cirqueros: privilegian los criterios de entretenimiento, con el solo objeto de generar ratings o sintonía.
- Perros de ataque: son los que se van lance en ristre contra alguien por x o y motivos.
- Perros de vigilancia: son los que se centran en una acuciosa tarea de supervisión del entramado sociopolítico, a fin de custodiar o hacer valer, públicamente, el respeto de libertades y derechos ciudadanos.
- Perros lazarillos: se centran en hacer ver y aportar luz a quienes necesitan orientación en su andar cotidiano para elevar su nivel de vida³⁰.

Además de las anteriores metáforas, diríamos que los medios masivos de comunicación también asumen otros papeles como el de enmascarar situaciones que vienen ocurriendo en la vida cotidiana, pero que le son álgidos y tocan las fibras de los poderes políticos o económicos, que están en algunos casos en posesión de esos medios de comunicación o, sin serlo, hacen parte de intereses comunes que los benefician. Propósito que busca mostrar ante los consumidores de esos medios, realidades prefabricadas en estudios de grabación o, realidades

³⁰ MARTÍNEZ, Omar Raúl. Medios, información y democracia. 2002. Pág. 7.

construidas en ciertos contextos sociales con un trasfondo de mutilación y enmascaramiento de lo que realmente está ocurriendo.

Según Ana Pamela Paz García (2008), entre las diversas características que pueden reconocerse a los medios de comunicación, integrados a las lógicas de propiedad capitalistas, con un papel central en la producción simbólica de consumo masivo, impactados por el creciente desarrollo tecnológico y constituidos en arena discursiva de luchas políticas y sociales, se destaca su configuración como verdadero sistema de mediación en el conocimiento e interpretación de la realidad social. Precisamente, al estar los medios masivos de comunicación girando en torno a las lógicas de intereses capitalistas, donde el poder se alza y deja ver sus intenciones, implícita o explícitamente, para crear y posicionar sentidos en el consumidor, es lo que se puede atisbar en el horizonte de nuestra sociedad. Esa misma autora, plantea que en ese papel que viene jugando hoy en día los medios masivos de comunicación, se advierte la importancia de abordar este problema de la construcción de sentido social reinscribiéndolo en un binomio de profundidad filosófica como es el de identidad-alteridad, a partir del descubrimiento que el yo hace del otro y como circunstancia que a su vez vuelve sobre el sujeto condicionando su propia posición, actitud o comportamiento³¹.

Ahondando un poco más desde lo conductual, Paz García plantea que desde el enfoque constructivista planteado por el Circulo de Bajtin³², se define el enunciado

³¹ PAZ GARCIA, Ana Pamela. Opinión pública, Mediatización y Representación Democrática: La conflictiva construcción de horizontes colectiva de sentido. Intersticios. Revista Sociológica de Pensamiento Crítico. Vol. 2, 2008. Pág. 198.

³² Nombre dado a un grupo de intelectuales y académicos rusos en cabeza de Mijaíl Mijailovich Bajtin (1895 – 1975). Se le considera a él y a los otros miembros los fundadores del postformalismo ruso. Sus intereses académicos estaban centrados, en los estudios del pensamiento contemporáneo y de las nuevas corrientes de la ciencia. Su obra y la de quienes formaban este círculo de intelectuales está en el origen de la nueva lingüística, la sociolingüística, la narratología, la antropología literaria e, incluso, de los estudios culturales y las construcciones

discursivo como unidad intersubjetiva y translinguística; y se entiende a los géneros discursivos (entre ellos el periodismo) como instituciones socioverbales que, proponiendo distintas representaciones posibles de mundo, organizan la esfera de la praxis social. La materialidad ideológica del lenguaje juega un papel fundamental en la construcción de sentido que hacen los medios de comunicación: el individuo como poseedor de los contenidos de su conciencia, como autor de sus ideas, como persona responsable de sus sentimientos y deseos es un fenómeno estrictamente socioideológico. El mismo grado de la conciencia de su individualidad, con sus derechos internos, es de carácter ideológico, histórico y está totalmente condicionado por factores sociológicos. Todo signo es social en cuanto tal, y un significado interno no lo es menos que el externo. Abordándolo desde lo sociológico, las representaciones sociales también han ocupado históricamente un lugar central. Incluso, se puede rastrear su origen a partir del concepto Durkheniano de “representaciones colectivas”, asociado a la conciencia colectiva como hecho social inmaterial, distante de cualquier referencia a la ideología en un sentido materialista: “las nociones que corresponden a los distintos elementos de la lengua son, pues, representaciones colectivas. Si son comunes a todo un grupo social, no es porque sean la simple media de las representaciones individuales correspondientes; están preñadas de un saber que sobrepasa al individuo medio; corresponde a la manera en que ese ser especial que es la sociedad, piensa las cosas de su propia experiencia”³³.

Retomando el enfoque del proceso ideológico y de representaciones colectivas que incide sobre la construcción de identidades y transpolandolo al rol de los medios masivos de comunicación, debe reconocerse que la lógica semiótica de transmisión de las representaciones sociales se halla subsumida a la lógica

hipertextuales. Disponible en internet: www.es.wikipedia.org/wiki/Mijail_Bajtin.
<http://www.ugr.es/.../Tema%205a.%20EL%20Circulo%20de%20Bajtin.doc>.
<http://www.infoamerica.org/teoría/bajtin1htm>.

³³ Ibíd. Pág. 199.

comercial y de esta manera, el lenguaje mediático no se haya exento de opacidad; operando como espejo deformante, en la transmisión de una visión parcializada y estereotipada del espacio público. Opacidad, que en los análisis que hace Charaudeau (2003) sobre comunicación masiva, emerge con especial relevancia el binomio representaciones-identidades; y advierte, la existencia de una relación de complementariedad. Las representaciones sociales, permiten al mismo tiempo la organización colectiva de conocimiento y valores, la visibilidad estilizada de los mismos frente a la sociedad y su encarnación identitaria, a partir de una interrelación dialéctica entre estas representaciones y las prácticas sociales, que luego hace posible la construcción de imaginario. Ese mismo autor, se refiere a los medios de información como conjunto de soportes tecnológicos, que operan dentro de una doble lógica económica-semiológica. La finalidad del ese contrato mediático, se desenvuelve entre dos propósitos opuestos: información y captación. La primera, organizada con frecuencia sobre una “hipótesis de baja” que busca el impacto sobre el mayor numero de receptores posibles; los cuales aun con características heterogéneas, suelen compartir un bajo nivel de instrucción que las coloca en una posición de necesidad informativa; y la segunda, a través de estrategias de persuasión e influencia dentro de un mercado competitivo³⁴.

Otros autores que siguen abordando el papel que hoy cumplen los medios masivos de comunicación, poco se apartan de los que hemos venido dejando como premisa, en esta contextualización sobre la capacidad que poseen esos medios para crear y posicionar sentidos y realidades en el espectador; es así como para Marlene Choque Aldana (1998), el abordaje de los medios de comunicación masiva en las sociedades actuales, no es posible sin una consideración previa de dos aspectos interrelacionados: la ampliación del espacio político y de la emergencia de un nuevo espacio público mediático. Ambos reestructuran y redefinen las relaciones sociales y, han dado lugar a lo que

³⁴ Ibíd. Pág. 198-200.

algunos autores como el filósofo italiano Gianni Vattimo, han denominado el advenimiento de la sociedad de la comunicación. Precisamente, gracias a su posición estratégica, los medios masivos de comunicación tienen la capacidad de construir ciertas representaciones sociales; y lo pueden hacer, dando relevancia o visibilidad a ciertos acontecimientos, y también, designando quienes pueden ser los portavoces autorizados para emitir la información. Según ella, en la actualidad los medios masivos de comunicación están deviniendo en un lugar de privilegiados donde se construye, se interpreta y se disputa la lucha por el conocimiento y el poder en las culturas contemporáneas³⁵.

Uno de los aspectos que de forma muy astuta, estratégica y hábil, en donde se cuece todo el entramado de sentidos que una empresa de medios masivos quiere posicionar, pasa por lo Choque Aldana considera como a partir de la estructuración de la imagen de la realidad política, se utiliza la función de “fijación de agenda” o agenda setting, que se sustenta en dos mecanismos:

- En la fijación del orden del día de los temas, argumentos y problemas presentes en la agenda de los *mass media*.
- En la jerarquización de la importancia y prioridad con la que dichos elementos son dispuestos en el orden del día³⁶.

Un aspecto, que si bien ha tenido algún tratamiento, por el desborde y papel cada vez mas abrumador que hoy tienen los medios masivos de comunicación, tiene que ver con el desplazamiento de instituciones, otroras reconocidas como

³⁵ CHOQUE ALDANA, Marlene. Medios Masivos, Identidades Colectivas y la Construcción de Ciudadanía en Bolivia. 2002. Pág. 45-46.

³⁶ *Ibíd.* Pág. 47-48.

depositarias de la formación en principios y sentidos en el ser humano; nos referimos a instituciones como la familia y las instituciones educativas. La postura que al respecto toma Ricardo Rouvier (2008), tiene que ver, con que es habitual tomar contacto con el juicio que sostiene, que en el proceso de construcción de la subjetividad del hombre actual, los medios masivos de comunicación tiene cada vez mayor incidencia; al punto que aparecen en orden de importancia, compitiendo con las instituciones a quienes ayer y aun hoy, se depositaba como ejes de la socialización del ser humano (los grupos primarios y la educación formal).

Sopesando ese mismo papel e influencia cada vez más abrumador y homogeneizante que los medios masivos de comunicación tienen en la sociedad actual, también se encuentra Cesar Rojas, para quien los medios de comunicación están instalados en un lugar privilegiado de la esfera social de las personas. Tienen peso, todo porque hacen visible socialmente la realidad. La mediatización de la realidad es la sustancia etérea que funda su poder; por lo tanto, todo actor o institución que conforma la realidad tiene relación con los medios masivos, porque estos configuran su representación. Lo que es visto hoy conforma lo real; y los que permiten hoy que las cosas puedan ser vistas, son los medios masivos convertidos en el nuevo centro de gravedad del sistema. Ese mismo autor, se da a la tarea de introducir el concepto de “mediacentrismo” para referirse a la capacidad transformadora de sentidos que tienen los medios masivos de comunicación en el tejido social. El mismo, está estructurado de la siguiente forma:

- Construyen y gestionan la realidad.
- Son la principal fuente de donde extraemos información y conocimiento.

- Disminuyen la incertidumbre y refuerzan la seguridad cognitiva.
- Fijan la agenda de lo públicamente relevante.
- Generan clímax y corrientes de opinión.

Ese concepto, es el anillo mayor que envuelve uno menor, pero fundamental: “la mediocracia”. El termino por si solo lo dice todo: vivimos en una democracia centrada en los medios masivos de comunicación³⁷.

³⁷ ROJAS, Cesar. Los nuevos populismos mediáticos. La relación entre ciudadanía, medios masivos y política en Bolivia. Pág. 195.

Ilustración 6. Nunca.



5. LA TELEVISIÓN COMO MEDIO MASIVO DE COMUNICACIÓN, REFLEXIONES CRÍTICAS ACTUALES

Le dedicaremos a este medio audiovisual de comunicación, un análisis particular, realizando un contexto general, en el papel que viene desempeñando a nivel social en la formación de sentidos. Nos parece pertinente hacerlo, ya que los niveles de aceptación y credibilidad que hoy desempeña en la sociedad, desbordan a otros medios masivos de comunicación como la prensa escrita, la radio, revistas de diferentes géneros, el cine y otros.

Para Ricardo Rouvier (2008), la prevalencia de los medios audiovisuales, y en particular la televisión, establece que ahora, cuando se hace referencia a la influencia mediática, se habla casi exclusivamente de la T.V. La cual, ejerce una acción canibalesca respecto de los otros medios masivos de comunicación. Para ponderar el rol de este medio de comunicación, plantea la teoría de la bala o aguja hipodérmica en su versión más polar y, que en muchos sectores se esgrime como una verdad. Esta visión totalizadora se complementa en la política, con lo que él denomina como “ilusión Goebbels”³⁸ que prima entre los políticos profesionales. Este término se refiere a que para construir o sostener su poder, los mismos ven necesario controlar lo más posible, la maquina productora de signos y símbolos que significan los medios de comunicación³⁹.

³⁸ Palabras que utiliza el autor del texto para referirse a Paul Joseph Goebbels (1897-1945), político alemán y miembro del gobierno de Adolf Hitler en calidad de Ministro de propaganda. Se le considera el inventor de la propaganda moderna. Información obtenida en la páginas webs: <http://www.elimportuno.com/cultura/historia/personajes-historicos/item/1584-goebbels-el-genio-de-la-mentira> y en http://es.wikipedia.org/wiki/Joseph_Goebbels.

³⁹ ROUVIER, Ricardo. El Vínculo complejo entre los medios masivos y la política. Pág. 23, 24, 27.

Para darle soporte a sus planteamientos, Rouvier extrae elementos conceptuales de Giovanni Sartori; alguien que ha reflexionado y que es una autoridad sobre el rol de un medio de comunicación como la televisión, la política y el público. En su trabajo recogido en “Teoría de la Democracia”, argumenta que en las democracias actuales, el papel principal en la formación de opinión pública lo desempeñan los medios de comunicación. En el texto *homo videns*, profundiza su visión sobre lo mediático, distinguiendo el logos del pathos, considerando que el primero es el espacio de la política y el segundo el de la T.V. Este nuevo tipo humano, pierde la capacidad de pensar, de comprender, de analizar. Todo le llega a través de las imágenes y pierde su relación con la palabra escrita que nos permite la abstracción y el entendimiento⁴⁰.

En esa línea crítica sobre el papel de los medios audiovisuales, según Rouvier, no se puede dejar pasar por alto a los teóricos de la Escuela de Frankfurt, apuntando su observación hacia lo que sus representantes denominaban la “Industria de la Cultura”; quienes empezaban a colocar el dedo en las estructuras racionalizadoras y burocratizadas en que se veían transformarse los medios masivos de comunicación. Señalaban en forma enfática, a las cadenas de la televisión que empezaban a controlar cada vez más a la cultura moderna. La industria de la cultura, que produce lo que convencionalmente se ha denominado una “cultura de masas”, se define como una cultura manipulada, falsa, no espontánea y reificada, opuesta a la verdad. Con respecto a esta industria, lo que más enfatiza la Escuela de Frankfurt es, en primer lugar, la falsedad. Señalan que las informaciones allí tratadas, hacen parte de un conjunto preformado de ideas producidas en masa y divulgadas a las masas por los medios masivos de comunicación; en segundo lugar les preocupa, su efecto apaciguador, represor y narcotizante que opera en el

⁴⁰ Ibíd. Pág. 29-30.

receptor; rescatando una opinión pública crítica que se ubica por debajo de la epidermis social⁴¹.

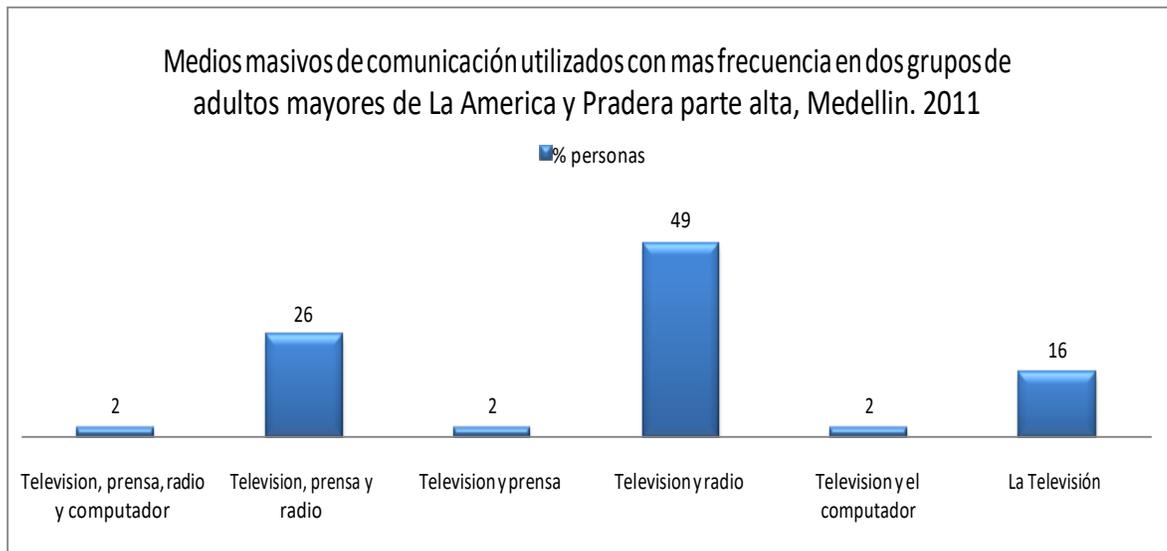
Sobre ese mismo papel que hoy cumple la televisión, Cesar Rojas rescata de Giovanni Sartori lo siguiente: “con la televisión la autoridad es la visión en sí misma, es la autoridad de la imagen. Se habría entrado en otro tiempo político; en uno que está siendo revolucionado por el medio televisivo y la tele-realidad”⁴².

Esos aspectos que han señalado los autores anteriores –y que no parten de la nada; por el contrario, sus reflexiones tienen soporte, en las investigaciones que ellos han llevado a cabo y, en las que otros estudiosos del tema también han realizado- se pueden corroborar, a partir de los talleres llevados a cabo con dos grupos de adultos mayores de los barrios La América y La Pradera Parte Alta (comunales 12 y 13 de la ciudad de Medellín), y que entre uno de los propósitos, era observar los hábitos que tienen las personas adultas hacia los medios masivos de comunicación y, específicamente, hacia un medio como la televisión; esos resultados nos muestran, que esta variable, sea de preferencia individual o en combinación con otras variables, es la principal fuente de información de la personas que participaron en los talleres con una puntuación de 42 personas (el 98 %). También es necesario señalar –aunque no era el medio que estamos analizando-, que los hábitos de las personas por la variable radio, ya sea escuchada individualmente o en combinación con otras variables, es significativa en las preferencias de las personas que participaron en el taller, con una puntuación de 34 personas (77 %). Datos que se pueden observar estadísticamente en la grafica 1.

⁴¹ Ibíd. Pág. 30.

⁴² ROJAS, Cesar. Los nuevos populismos mediáticos. La relación entre ciudadanía, medios masivos y política en Bolivia. Pág. 196.

Gráfica 1. Hábitos y preferencias de dos grupos de adultos mayores de los barrios La América y La Pradera Parte Alta (comunas 12 y 13 de la ciudad de Medellín) hacia los medios masivos de comunicación.



Esos datos estadísticos, relacionados en los párrafos anteriores y plasmados en la grafica 1, al cruzarlos con entrevistas que se hicieron con algunos de los participantes en los talleres, y de las cuales tomamos algunos comentarios como es el caso de las siguientes personas: para Juan Paniagua^{*43} “las noticias y los programas de entretenimiento (las novelas y otros) son muy importantes”; para Fanny Ortiz* “la televisión, además de mantenerse informada de las noticias, también le sirve de distracción por la programación de interés social y familiar”; para Juana Gallego* la televisión es su medio predilecto de información “por las novelas, por las noticias y muchos programas más”; para Marta Vásquez* en la televisión “me gusta ver la noticias, las novelas y escuchar la santa misa y muchos programas importantes”; muestran de forma fehaciente el grado de credibilidad y la preferencia por ese medio masivo de comunicación.

⁴³ El * hace referencia a nombres modificados para guardar la privacidad de los participantes.

Un aspecto que salta inmediatamente a la vista, al observar el porcentaje de preferencia de las personas que participaron en el taller -42 personas (el 98 %)- por un medio masivo de información como la televisión y los diálogos que se sostuvieron con ellos a través de las entrevistas, es la variada gama de espacios o programas que ese medio les presenta –noticias, programas familiares y recreativos, deportes, espacios religiosos (por lo general, de doctrina católica), y otros-; acrecentado por un valor agregado que ese medio tiene: se puede ver y escuchar al mismo tiempo. Comentario que manifestaron algunas de las personas que participaron en los talleres y con la cuales sostuvimos un diálogo, escuchando lo siguiente: para Francisco Agudelo* “la televisión se escucha y se observa”; a Jorge Aristizabal* esa unión del sonido y la imagen le lleva a decir que “la televisión, porque me informo, me recreo, puedo ver y escuchar a la vez”. Algo que indudablemente, potencializa a la televisión por encima de otros medios masivos de comunicación en las preferencias; sobre todo, de aquellas personas adultas que nacieron y crecieron al calor de este medio masivo; tal como lo podemos ver en los dos grupos de adultos mayores -tanto de La América como de La Pradera Parte Alta- que han participado en los talleres.

Datos que están acorde con los análisis recientes del sociólogo Manuel Castells sobre el poder de los medios masivos de comunicación y, específicamente de la trascendencia de la televisión en la creación y posicionamientos de sentidos en los espectadores. Un aporte que nos hace Castells a través de su investigación condensada en el libro que lleva por título “Comunicación y Poder”, es que en el caso de los medios masivos mayoritarios, su principal activo es la credibilidad. Algo que se ve corroborado, ya que la gente recurre en un porcentaje muy alto a los medios masivos de comunicación para obtener la mayor parte de su información política; y dos medios masivos acaparan específicamente esta

preferencias: la radio y la televisión. Ambos siguen siendo la fuente de información de noticias políticas que inspira más confianza y credibilidad⁴⁴.

Los elementos anteriores, encajan perfectamente en las reflexiones de un autor que como Pierre Bourdieu, con su pensamiento perspicaz, nos ha dado luces sobre el posicionamiento de la televisión y su capacidad de generar sentidos y posicionarlos en el televidente. En sus argumentaciones al respecto, recogidos en el texto “Sobre la televisión”, plantea que la forma como se estructuran los mensajes que se emiten en la televisión, ponen en peligro la vida política y la democracia en una nación. Lo esencial de la novedad en la forma como se instrumentaliza el mensaje a través de este medio audiovisual –tanto el discurso como las imágenes-, estriba en las posibilidades de explotar a fondo las pasiones primarias que suministran, hoy en día, los modernos medios de comunicación⁴⁵.

Para Bourdieu (1997), el acceso a la televisión tiene como contrapartida una formidable censura, una pérdida de autonomía que está ligada, entre otras cosas, a que el tema es impuesto, a que las condiciones de la comunicación son impuestas. El hecho de saber quién está detrás de las empresas o conglomerados económicos, que son en últimas los propietarios de los medios de comunicación masivos-radio, prensa, televisión, cine, y otros; implica no dejar pasar por alto, que allí se ocultan los mecanismos anónimos e invisibles, a través de los cuales se ejercen las censuras de todo orden, que hacen que la televisión sea un colosal instrumento de mantenimiento del orden simbólico⁴⁶.

⁴⁴ CASTELLS, Manuel. Comunicación y Poder. Primera reimpresión, 2010. Alianza Editorial, S. A. Madrid. Pág. 263-264.

⁴⁵ BOURDIEU, Pierre. Sobre la televisión. Segunda edición. 2007. Editorial Anagrama, S. A. Barcelona. Pág. 8-9.

⁴⁶ *Ibíd.* Pág. 19-20

La forma como algunos actores sociales instrumentalizan el mensaje, a través de un discurso con una urdimbre bien estructurada, es compartida también por Manuel Castells en sus investigaciones contenidas en el texto ya aludido. Según él, la lógica de dominación también se puede integrar en discursos como formas alternativas o complementarias de ejercicio de poder. El tipo de discurso a que se hace referencia, se entiende, de acuerdo al enfoque propuesto por Michel Foucault, esto es, como una forma de combinar conocimiento y lenguaje. No existiendo contradicción entre dominación a través de la posibilidad de recurrir a la fuerza y la utilizada a través de los discursos disciplinarios. De hecho, el análisis que hace Foucault de la dominación por lo discursos disciplinarios que subyacen a las instituciones de la sociedad se refieren principalmente a las instituciones estatales y paraestatales (prisiones, ejército y hospitales psiquiátricos). Dicho en otras palabras, los discursos disciplinarios están respaldados por el uso potencial de la violencia, y la violencia del estado se racionaliza, interioriza y en última instancia se legitima mediante discursos que enmarcan y/o conforman la acción humana. Efectivamente, las instituciones y parainstituciones estatales (instituciones religiosas, universidades, elites intelectuales y hasta cierto punto los medios masivos de comunicación) son las principales fuentes de estos discursos⁴⁷.

Otro aspecto al cual hace alusión Castells en la misma dirección que lo propone Bourdieu, es el que se refiere al control que ejercen sobre los medios masivos de comunicación grandes conglomerados económicos (las corporaciones). Sobre ello, plantea que si bien los medios masivos de comunicación han sido definidos por un gran número de analistas como el cuarto poder; para otros -entre los cuales se encuentra él-, esa consideración debe rebatirse. Según su apreciación, los medios masivos de comunicación no son el cuarto poder; son mucho más que

⁴⁷ CASTELLS, Manuel. Comunicación y Poder. Primera reimpresión, 2010. Alianza Editorial, S. A. Madrid. Pág. 40.

eso: son el espacio donde se crea el poder. Los medios de comunicación constituyen el espacio en que se deciden las relaciones de poder entre los actores políticos y sociales rivales. Por ello, para lograr sus objetivos, casi todos los actores y los mensajes deben pasar por los medios masivos de comunicación. Con el agregado, de que esos medios, en su conjunto, no son neutrales, tal y como proclama la ideología del periodismo profesional, ni tan poco son instrumentos directos del poder estatal, con la excepción obvia de los medios de comunicación en los regímenes autoritarios. Los actores de los medios de comunicación crean plataformas de comunicación y producen mensajes en consonancia con sus intereses profesionales y empresariales específicos. Dada su diversidad, estos intereses también son diversos. Por ejemplo, los medios corporativos son fundamentalmente un negocio, y la mayor parte del negocio se compone de entretenimiento, incluidas las noticias. Pero también tienen intereses políticos más amplios, ya que se encuentran directamente implicados en la dinámica del estado, que es una parte fundamental de su entorno empresarial⁴⁸.

Esa imposición de la noticia al televidente, le llega a este, y es asumida como una verdad. Como medio inigualable para crear y posicionar sentidos, la noticia que allí se emite, es asumida como veraz por el televidente; ya que la forma como es presentada la noticia-las imágenes, el discurso y los portadores de ese discurso-crea tal impacto, que moldea y estructura la adhesión a ciegas hacia la información que se le está presentando. De una forma automática y poco reflexiva, el televidente se vuelve defensor a capa y espada, de la noticia y del discurso que le están presentando. Este aspecto, el modelamiento cognitivo que producen los medios masivos de comunicación, por ser trascendental en los estudios sobre la capacidad que tienen esos medios para generar y posicionar sentidos en las personas lo pone de presente el sociólogo Manuel Castells en la obra que acabamos de citar. Según él, la forma esencial del poder está en la capacidad

⁴⁸ Ibíd. Pág. 262- 263.

para modelar la mente. La forma en que sentimos y pensamos determina nuestra manera de actuar; tanto individual como colectivamente. Si la batalla primordial para la definición de las normas de la sociedad y la aplicación de dichas normas a la vida diaria gira en torno al moldeado de la mente, la comunicación sí que resulta fundamental en esta lucha, ya que es mediante la comunicación como la mente humana interactúa con su entorno social y natural. Y este proceso de comunicación opera de acuerdo con la estructura, la cultura, la organización y la tecnología de comunicación de una determinada sociedad⁴⁹.

Un aspecto que acrecienta y potencializa a la televisión, por encima de otros medios masivos de información en las preferencias de grandes masas de personas, es la desidia y pereza informativa para buscar información en otros medios. Ese menor esfuerzo, es el que canaliza y sabe aprovechar la televisión para posicionarse en la mente de los televidentes; aspectos que se dejan leer claramente, en las respuestas de los cuestionarios y sobre todo, de las entrevistas realizadas con algunos de los participantes en esos talleres y, de donde se desprende, que el umbral de preferencia tan alto hacia la televisión – y también hacia la radio- por encima de otros medios masivos de comunicación –prensa, computador (internet), y otros- esta potencializado, además de los señalados en los anteriores párrafos, por el placer, el confort y la comodidad que permite ese medio masivo de información. Veamos algunas de esas entrevistas: Martin Solano* expresa “porque yo veo mucha televisión y me gusta pasarlo para las noticias cuando en un canal están en propaganda. La prensa, cuando tengo la oportunidad de leerla”; Gloria Escobar* tiene preferencia por la televisión ya que “es el medio que tengo para mi alcance y, yo con mis años, es el predilecto”. Pensamientos que nos parecen indicado, conectarlo con lo que piensa en ese aspecto particular Pierre Bourdieu; según él, hay un sector muy importante de la población que no lee ningún periódico, que está atado de pies y manos a la

⁴⁹ Ibíd. Pág. 24.

televisión como forma única de información. Ese medio audiovisual, posee una especie de monopolio de hecho, sobre la información de las mentes de esa parte nada desdeñable de la población⁵⁰.

Para Bourdieu, el rol que cumplen los periodistas, en este universo todopoderoso en que se ha convertido la televisión merece reflexionarlo. Según él, el mundo del periodista-de los periodistas- es un mundo fragmentado donde hay conflictos, competencias, hostilidades. Está convencido de que los productos periodísticos son mucho más homogéneos de lo que la gente cree. Las evidencias más evidentes, relacionadas fundamentalmente con el color político de los periódicos (los cuales, dicho sea de paso, están cada vez descoloridos...), ocultan profundamente similitudes, consecuencia, sobre todo, de los constreñimientos impuestos por las fuentes y por toda una serie de mecanismos, entre los cuales, el de mayor importancia es la lógica de la competencia. Gran parte de esos constreñimientos a que se ven sometidos –voluntaria o involuntariamente- los periodistas son los índices de audiencia, el dios oculto de este universo; el cual reina sobre las conciencias hasta el extremo de que bajar un punto en el índice de audiencia, en determinados casos, significa la muerte sin paliativos. Y pensar de esta forma, significa ni más ni menos, que dejarlo todo en manos del éxito comercial; y ese tipo de lógicas comerciales, se termina imponiendo, irremediabilmente a las producciones de tipo cultural⁵¹.

Un elemento, que para Bourdieu está unido y en simbiosis permanente con los índices de audiencias, es la premura o urgencia. Esas mediciones, ejercen un efecto muy particular sobre la televisión: se traducen en una mayor presión de la urgencia. Esta especie de presión simultánea que los periodistas ejercen unos

⁵⁰BOURDIEU, Pierre. Sobre la televisión. Segunda edición. 2007. Editorial Anagrama, S. A. Barcelona. Pág. 23.

⁵¹Ibíd. Pág. 30, 33, 36, 37.

sobre otros, tiene una serie de consecuencias que, a su vez, se traducen en elecciones, ausencias y presencias. Y ello, no resulta muy favorable para la expresión del pensamiento; esta situación en el manejo del tiempo, provoca o establece un vínculo negativo entre la urgencia y el pensamiento. Es a todas luces evidente, que existe un nexo entre el pensamiento y el tiempo; y uno de los mayores problemas que plantea la televisión, es el de las relaciones entre el pensamiento y la velocidad⁵².

Otro elemento de análisis, que aporta este sociólogo francés sobre el entramado en que se mueve la televisión, y que permanentemente, pasa desapercibido por el común de los televidentes, es todo el juego no verbal que hay en la comunicación verbal. Para él, hay estudiosos que desde la sociología tratan de cribar lo implícito no verbal de la comunicación verbal: se dicen tantas cosas con las miradas, con los movimientos de los ojos; así como con las palabras, con la entonación de las mismas, en fin, con todo tipo de cosas. Todo este entramado de transparencias e intransparencias de la comunicación, terminan por revelar y dejar cosas escuetas, mucho más que lo que se puede controlar y ocultar. Hay tantos matices de la expresión, incluso, aunque solo sea a nivel de la palabra propiamente dicha –por mas que se controle el nivel fonológico, no se controla el nivel sintáctico, etc.-, que nadie, ni siquiera la persona que mayor dominio tenga de sí misma, salvo que esté interpretando un papel o recurra a un lenguaje estereotipado, puede dominar todo⁵³.

Algo que tampoco quiere dejar pasar inadvertido Bourdieu, es todo ese entramado, lleno de apariencias, en que transforman el escenario televisivo donde se debaten temas de interés general. En sus análisis, los presentadores de los

⁵² Ibíd. Pág. 38-39.

⁵³ Ibíd. Pág. 43-44.

escenarios –personajes y temas-, es el otro factor invisible, aunque absolutamente determinante: el dispositivo montado previamente, mediante conversaciones preparatorias para sondear a los participantes que puede desembocar en una especie de guion, más o menos rígida, como un molde al que los participantes han de adaptarse (en algunos casos, al igual que ocurre en algunos juegos, la preparación puede llegar a tomar la forma de ensayo). En este guión donde todo está previsto de antemano, la improvisación prácticamente no tiene cabida, ni la palabra libre, sin cortapisas, considerada demasiado arriesgada, incluso peligrosa, para el presentador y su programa⁵⁴.

Siguiendo en esa tónica, para Bourdieu los periodistas –habría que decir el campo periodístico- deben su importancia en el mundo social a que ostentan el monopolio de hecho de los medios de producción y difusión a gran escala de la información, mediante los cuales regulan el acceso los ciudadanos de a pie, así como de los demás productores culturales, científicos, artistas, escritores, a lo que a veces se llama el “espacio público”; es decir, a la difusión a gran escala. Ya que están a disposición de aparecer en público de modo permanente, de expresarse a gran escala, algo absolutamente impensable, por lo menos hasta la aparición de la televisión, para un producto cultural, por muy famoso que fuera, pueden imponer al conjunto de la sociedad sus principios de visión del mundo, su problemática, sus puntos de vista⁵⁵.

No hay discurso (análisis científico, manifiesto político, etc.) que para tener acceso al debate público, no deba someterse a esta prueba de selección periodística, es decir, a esta colosal censura que los periodistas ejercen, sin darse cuenta, al no retener más que lo que es capaz de interesarlos, de “captar su atención”, es decir,

⁵⁴ Ibíd. Pág. 48.

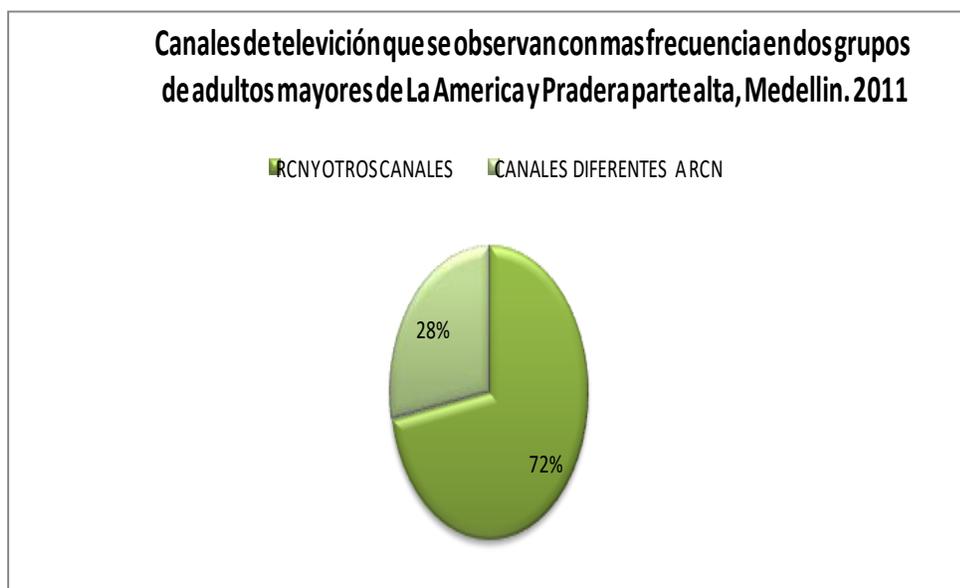
⁵⁵ Ibíd. Pág. 67-68.

de entrar en sus categorías, en sus esquemas mentales, y condenar a la insignificancia o a la indiferencia a expresiones simbólicas merecedoras de llegar al conjunto de los ciudadanos⁵⁶.

Ante otra de las preguntas que estructuraban el cuestionario como ¿Cuales canales de televisión y que espacios o programas observa con más frecuencia en ellos?, la cual, si bien esta relaciona con la anterior pregunta, con esta se pretendía desglosar más específicamente, las preferencias hacia uno o varios canales de televisión que tienen derechos adquiridos para operar en Colombia, los resultados nos muestran lo siguiente: la Radio Cadena Nacional (RCN), ya sea observada como única cadena de televisión o en combinación con otras cadenas (caracol, teleantioquia, teledimedellín, CM&, noticias uno, teledida, telemiga, cosmovisión, entre otras), tiene una favorabilidad de 31 personas (representa un 72 %); mientras que 12 personas (28 %), manifestaron tener preferencias hacia otros canales de televisión. Resultado que deja a las claras, que no se necesita ser muy conspicuo en el conocimiento sobre medios masivos de comunicación, para ponderar la trascendencia que aun tiene la televisión – a pesar de la irrupción y los nuevos hábitos, que insertaron en un número no despreciable de habitantes, los medios cibernéticos como el ordenador y que no han dejado de parar- como fuente de información para grandes sectores de la población. Hábitos que al marcar una preferencia tan significativa y, conociendo la capacidad de ese medio para construir realidades y posicionarlas en la mente de los televidentes, son pocas las dudas que quedan sobre su omnipotencia. Tal como puede observarse estadísticamente en la grafica 2.

⁵⁶ Ibíd. Pág. 68.

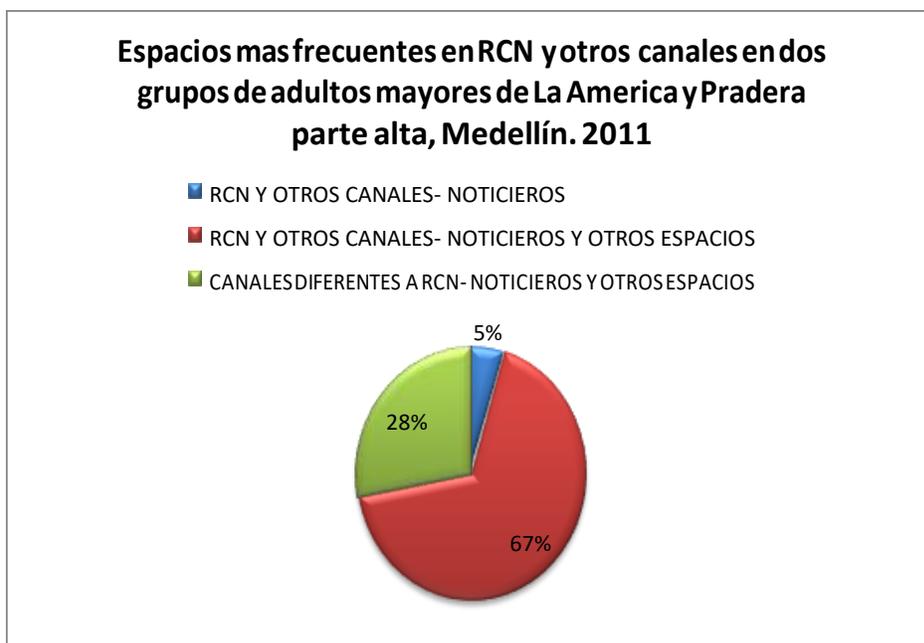
Gráfica 2. Preferencia hacia el canal televisivo de la Radio Cadena Nacional (RCN) en combinación con otros canales y, hacia otros canales, en dos grupos de adultos mayores de los barrios La América y La Pradera Parte Alta (comunales 12 y 13 de la ciudad de Medellín).



Entre los espacios que las personas observan de ese canal –y en los otros canales-, la tendencia es muy marcada hacia los noticieros, los programas de entretenimiento y de interés familiar (novelas, realitis, concursos, religiosos de doctrina católica por lo general, y otros). El tiempo que le dedican a los noticieros y a esos espacios de entretenimiento y de interés general –el hábito-, aunado al grado de credibilidad que manifiestan las personas que participaron en los talleres hacia esos espacios es bastante alto; me atrevería a decir que es considerable, tomando como referente los resultados hallados en los talleres realizados y que se reflejan, en la preferencia de 29 personas (67 %) hacia los noticieros y otros espacios de entretenimiento y, 2 personas (5 %) manifestaron observar solamente los noticieros de RCN en combinación con otros canales; mientras que 12 personas (28 %) indicaron que observan los noticieros y otros espacios en

canales diferentes al de RCN. Estos resultados, con el fin de ahondar un poco más al respecto, fueron potenciados con las entrevistas que se hicieron con algunas de las personas que amablemente accedieron a conversar con nosotros: Ana Fidelia Rodríguez * observa a RCN, Caracol y Teleantioquia “pues porque me parece que sus noticias son muy veraces y oportunas, además de completas”; para Consuelo Fernández * RCN, Caracol y Teleantioquia “tienen programas diferentes y me dan credibilidad. Me gustan las noticias, los realitis, los concursos”; Osvaldo Zapata* además de RCN, observa a Caracol, CM&, Noticias Uno, Teleantioquia y Telemedellín “porque todos estos canales me brindan lo que a mí me gusta, en unos noticias y en otros temas de importancia para la familia y la comunidad”. Resultados que se pueden observar estadísticamente, a través de la grafica 3.

Gráfica 3. Preferencias de los grupos de la tercera edad de los barrios La América y la Pradera Parte Alta hacia los noticieros y otros espacios televisivos de la Radio Cadena Nacional (RCN) en combinación con otros canales y, también sus preferencias por los noticieros y otros espacios en otros canales.



Los resultados anteriores –amalgamando las estadísticas porcentuales de los gráficos con las entrevistas-, al ponerlos a dialogar con el pensamiento crítico de Pierre Bourdieu (2007) cuando se refiere a las mutaciones que ha sufrido la televisión desde su irrupción en la esfera sociocultural, política y económica de las personas, muestra a través de un desentrañamiento temporal, que la televisión de los años cincuenta pretendía ser cultural, y utilizaba en cierto modo, su monopolio para imponer a todos unos productos con pretensiones culturales (documentales, adaptaciones de obras clásicas, debates culturales, etc.) y formar así los gustos del gran público. Por el contrario, la televisión de los años noventa se propone explotar y halagar esos gustos para alcanzar la audiencia más amplia posible, ofreciendo a los telespectadores productos sin refinar, cuyo paradigma es el talk-show (entrevistas), retazos de vida, exhibiciones sin tapujos de experiencias vividas, a menudo externas e ideales, para satisfacer una necesidad de voyeurismo y de exhibicionismo (como, por lo demás, los concursos televisivos, en lo que la gente se desvive por participar, incluso a título de mero espectador, con tal de conseguir por un instante que lo vean)⁵⁷.

Según Bourdieu (2007), hay indicios evidentes del retroceso progresivo del periodismo de prensa escrita en relación con la televisión: por ejemplo, el hecho de que el espacio del suplemento dedicado a la televisión aumente incesantemente en todos los periódicos, y el de que los periodistas confieran el máximo valor a ser mencionados por la televisión (y también, por supuesto, a aparecer en ella, lo que contribuye a otorgarles una mayor valoración en su propio periódico: un periodista que pretenda tener peso, ha de disponer de un programa de televisión). Tampoco hay que olvidar el hecho de lo que los americanos llaman agenda (aquello de lo que hay que hablar, los temas de los editoriales, los problemas importantes) está definido cada vez más por la televisión (en la circulación circular de la información que he descrito antes, el peso de la televisión

⁵⁷ Ibíd. Pág. 69-70.

es determinante, y si un tema –un caso, un debate- llega a ser propuesto por los periodistas de la prensa escrita, no llega a ser determinante, central, si la televisión no la menciona, lo orquesta y lo dota, al mismo tiempo de un eficacia política⁵⁸.

Un aspecto que le es trascendental al campo periodístico y sin el cual no podría sobrevivir , tiene que ver con que depende mucho mas de las fuerzas externas que cualquier otro campo de producción cultural, como el de las matemáticas, el de la literatura, el jurídico, el científico, etc. En fin, depende muy directamente de la demanda, está sometido a la sanción del mercado, del plebiscito, incluso tal vez más que el campo político. Los índices de audiencia significan la sanción del mercado, de la economía, es decir, de una legalidad externa y puramente comercial, y el sometimiento a las exigencias de ese instrumento de mercadotecnia es el equivalente exacto de cultura de lo que es la demagogia orientada por los sondeos de opinión en materia de política. La televisión gobernada por los índices de audiencia contribuye a que pesen sobre el consumidor supuestamente libre e ilustrado las imposiciones del mercado⁵⁹.

Un elemento nuevo que aparece en el análisis de Bourdieu y, que nos parece interesante consignarlo en este análisis, es el que se refiere a lo que él llama como “campo”. Para este autor, todos los campos de producción cultural están sometidos a la coerción estructural del campo periodístico, y no de este o aquel periodista, de tal o cual director de cadena, a su vez superados por las fuerzas del campo. Coerción que tiene unos efectos sistemáticos absolutamente equivalentes en todos los campos. El campo periodístico actúa, en tanto que campo, sobre los demás campos. En otras palabras, un campo dominado cada vez más por la

⁵⁸ Ibíd. Pág. 72-73.

⁵⁹ Ibíd. Pág. 77-96.

lógica comercial impone una creciente coerción sobre los demás universos. A través de la presión de los índices de audiencia, el peso de la economía se ejerce sobre la televisión, y, a través del peso de esta sobre el periodismo, se ejerce sobre los periódicos, incluso los más puros, y sobre los periodistas, que paulatinamente, se van dejando imponer los problemas de la televisión; y del mismo modo, el peso en conjunto del campo periodístico, influye sustancialmente todos los campos de producción cultural⁶⁰.

⁶⁰ Ibíd. Pág. 81.

Ilustración 7. Perdón.



6. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS SIMBÓLICO, POLÍTICO E IDEOLÓGICO DE LOS OPERATIVOS MILITARES SOL NACIENTE, FÉNIX, FORTÍN, JAQUE Y CAMALEÓN, A TRAVÉS DEL CUBRIMIENTO EN TELEVISIÓN DE LAS RUEDAS DE PRENSA QUE HIZO LA RADIO CADENA NACIONAL (RCN)

Llegados a este punto y, luego de hacer un recorrido por los antecedentes históricos y por la contextualización actual de uno de los roles que ha asumido y que aun continúan asumiendo los medios masivos de comunicación en la sociedad, en contextos históricos específicos; damos curso, a los análisis que se han realizado, a partir de algunos operativos militares que llevaron a cabo las fuerzas militares y de la policía nacional de Colombia, en su confrontación militar contra el grupo subversivo de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia-Ejército del Pueblo (FARC-EP). Acciones militares que representaron un éxito para el proyecto político de gobierno de Álvaro Uribe Vélez, más conocido como de la “seguridad democrática”.

6.1 INTRODUCCIÓN A LO SIMBÓLICO

De acuerdo al Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2001: pág. 1403), símbolo deviene del latín *symbolum*, palabra que es retomada en su origen de la lengua griega; entre alguna de sus acepciones etimológicas, tomamos la siguiente, ya que se acerca o adecua a la noción que habremos de analizar en esta propuesta: “Representación sensorialmente perceptible de una realidad, en virtud de rasgos que se asocian con esta por una convención socialmente aceptada”. Definición que comparte y a la vez amplía un poco más el antropólogo Clifford Geertz. Para éste, lo simbólico –sea un rito de pasaje, una novela

romántica, una ideología revolucionaria o un cuadro paisajístico- tiene una existencia tan concreta y una entidad tan manifiesta como lo material. Las estructuras que lo simbólico trasunta, si bien elusivas, no constituyen milagros ni espejismos, sino hechos tangibles⁶¹.

Partiendo de la anterior definición, trataremos de darle paso a otros planteamientos más amplios sobre el símbolo, que nos permitan conocer otras dimensiones en que se desenvuelve. De acuerdo a ello, para Jean Chevalier y Alain Gheerbrant (2003: pág. 19) “El símbolo está cargado de realidades concretas. La abstracción vacía el símbolo y engendra el signo. El símbolo es entonces bastante más que un simple signo: lleva más allá de la significación, necesita de la interpretación y esta de una cierta predisposición. Esta cargada de afectividad y dinamismo. No sólo representa, en cierto modo, a la par que vela... Juega con estructuras mentales. Por esto se le compara con esquemas afectivos, funcionales, motores, para mostrar bien que moviliza de alguna suerte la totalidad del psiquismo”. Los elementos anteriores, al plantear que el símbolo es una construcción humana real y concreta, con propósitos definidos para comunicar algo, para producir sensaciones, se incrusta más allá de lo perceptible. Viaja a través de lo consciente y de lo inconsciente.

Un aspecto que pone de presente la fuerza del símbolo, es la vitalidad en que se mueve. Existe y demanda permanentemente una actitud activa. Para Chevalier y Gheerbrant (2003: pág. 23) “La percepción del símbolo excluye, pues, la actitud de simple espectador y exige una participación de actor. El símbolo sólo existe en el plano sujeto, pero sobre la base del plano del objeto. Actitudes y percepciones subjetivas recurren a una experiencia sensible y no a una conceptualización”.

⁶¹ GEERTZ, Clifford. La Interpretación de las Culturas. Editorial Gedisa, S. A. 1997. Barcelona. Pág. 10.

La potencia del símbolo es multidimensional, se incrusta en muchas esferas de la realidad humana. A partir del símbolo, cobran vida y se dinamizan diferentes intereses, se emplaza hacia diversas realidades, se construyen múltiples conceptos. Uno de esos y que es de nuestro interés es el que se refiere al simbolismo. Para Chevalier y Gheerbrant (2003: pág. 21) “El simbolismo es una ciencia especulativa fundada sobre la esencia del símbolo y sobre sus consecuencias normativas. El simbolismo se emplea igualmente para designar la capacidad de una imagen o una realidad para servir de símbolo, por ejemplo, el simbolismo de la luna”.

Tratando de aportar más elementos sobre el símbolo, buscando múltiples visiones y análisis desde diferentes áreas y reflexiones del conocimiento; procurando de esta forma, mostrar su característica versátil y multifacética; también nos parecen pertinentes los planteamientos que se encuentran en el Diccionario de Etnología y Antropología cuya autoría es de Pierre Bonte y otros. Allí, al referirse a la palabra simbolismo, toman los aportes que al respecto hace Marc Auge (1979) de que es posible distinguir dos grandes tipos de tratamiento antropológico de los hechos de simbolización que son bastante bien expresados por la oposición tradicional entre sentido y función. Desde este punto de vista, o bien el análisis trata del contenido, la lógica o las propiedades de estructura de los sistemas simbólicos, o bien se concentra sobre sus funciones sociales o políticas. En el primer caso, los sistemas simbólicos se consideran en su dimensión expresiva o intelectual, remitidos a exigencias de comunicación o de conocimiento. Mientras que en el segundo caso, los sistemas simbólicos son considerados en su dimensión instrumental y puestos en relación con los modos de organización o de dominación⁶².

⁶² BONTE, Pierre y otros. Diccionario de Etnología y Antropología. Editorial Akal, S. A. Madrid. 1996. Pág. 673.

Ya que es en el segundo aspecto –su función social y política-, donde se asienta la propuesta de análisis que nos hemos trazado, para tratar de develar la forma como los noticieros televisivos de la Radio Cadena Nacional (RCN), en el cubrimiento que hicieron de algunos operativos militares que hicieron las Fuerzas Militares de Colombia contra el grupo subversivo de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), construyeron y suministraron al televidente unas informaciones plagadas de todo un entramado simbólico; el siguiente planteamiento de ese diccionario nos parece que sintetiza la búsqueda que nos hemos propuesto. Según lo expuesto allí, la antropología de inspiración marxista privilegia su función política. Discutiendo que estos sistemas sean colectivamente elaborados y sobre todo “apropiados” de manera indivisa, los remite a los intereses de los que puedan formar un cuerpo más o menos especializado, que los manipulan y a los grupos sociales que interiorizan la visión del mundo de la que estos sistemas son portadores. Los sistemas simbólicos se emparentan entonces con las ideologías y su significado tiende a consumirse en los efectos de legitimación del orden establecido y mas generalmente de dominación a los que inducen⁶³.

6.2 EVENTO: OPERACIÓN SOL NACIENTE

Muerte del jefe guerrillero de las FARC Tomas Medina Caracas, alias el “Negro Acacio”. Hecho ocurrido el día 2 de septiembre de 2007, en las selvas del Departamento del Guaviare, cerca de la frontera con Brasil.

6.2.1 Análisis simbólico. Tal como hemos venido haciendo para develar toda la carga simbólica que el canal de noticias de RCN televisión, le imprime a sus

⁶³ Ibíd. Pág. 675.

emisiones, cada que hay una acción militar del gobierno de Álvaro Uribe Vélez contra el grupo subversivo del las FARC, transcribimos apartes de la rueda de prensa que ofreció Juan Manuel Santos, hombre encargado de la cartera de defensa, acompañado como es costumbre, por los altos mandos de las Fuerzas Militares y del director de la Policía Nacional: "La fuerza pública, mediante una operación conjunta del Ejército, Fuerza Aérea, Policía y DAS, bombardeo y copó el campamento del Frente 16 de las FARC, donde fueron dados de baja el cabecilla Tomas Medina Caracas alias "El Negro Acacio" y 16 "terroristas" mas. Gracias a una efectiva labor de inteligencia, se logró penetrar el Frente 16 de esa organización terrorista y, se llevó a cabo la operación "Sol Naciente", en la madrugada del sábado en el Departamento del Guaviare, entre San José y Barranco Minas...Tomas Medina Caracas, era el cabecilla más importante para el financiamiento y sostenimiento de las FARC, y era quien controlaba el negocio del narcotráfico y la adquisición de armas, explosivos y municiones en todo el Oriente del país; era también quien mantenía el contacto directo con todas las redes internacionales del crimen, como se demostró en la Operación Gato Negro donde fue capturado el narcotraficante brasilero conocido con el alias de "Fernandinho Beira Mar"⁶⁴en uno de sus campamentos. Acacio fue el que negocio directamente con Montesinos⁶⁵, la compra de los 10000 fusiles en el sonado caso en el año 2000. Este golpe, es sin duda, el más fuerte que se le ha dado a la capacidad logística de este grupo "terrorista"...Contra el Negro Acacio, considerado uno de los más sanguinarios y más astutos cabecillas de las FARC, y de quien se decía que era irremplazable en las FARC, había 23 ordenes de captura, una solicitud de

⁶⁴ Su nombre de pila es Luis Fernando Da Costa. Capturado en Colombia, el 19 de Abril del año 2001 en la operación militar "Gato Negro", llevada a cabo por el Ejército Nacional en la selvas del Departamento del Vichada, en los límites de Brasil y Venezuela. Disponible en internet: http://es.wikipedia.org/wiki/tom%C3%A1s_Medina_Caracas.

⁶⁵ En la rueda de prensa se refieren a Vladimiro Lenin Montesinos Torres (político y militar peruano). Se desempeñó como asesor presidencial y Consejero de seguridad del Gobierno del presidente del Perú Alberto Fujimori en la década de 1990 al año 2000. En Junio del año 2001 fue capturado en Venezuela y deportado posteriormente al Perú, donde fue procesado por juicios de narcotráfico, enriquecimiento ilícito, asesinato y lavado de dinero. Encontrado culpable de esos delitos, actualmente se encuentra recluido en la Base Naval del Callao, purgando una pena de 25 años de prisión. Disponible en internet: http://es.wikipedia.org/Vladimiro_Montesinos#juicio_y_prisi.C3.B3n.

extradición y una circular roja de la Interpol*; en Colombia estaba acusado de concierto para delinquir, de secuestro, de tortura, de homicidio agravado, "de terrorismo", de extorsión y de hurto calificado...". Algo que ha sido reiterativo y que volvemos a remarcar, en las informaciones televisivas de RCN televisión, es que cuando los portavoces del gobierno -en este caso, a la cabeza del ministro de Defensa y los altos mandos de las Fuerzas Militares y del director de la Policía Nacional- están dando la rueda de prensa ante el país, se colocan en un lugar central y de máxima visibilidad para el televidente y, reforzado en letras mayúsculas, los detalles más significativos de la alocución del ministro: "MURIO EN COMBATE EL NEGRO ACASIO CONFIRMA MINDEFENSA", "14 GUERRILLEROS MURIERON EN EL SITIO DEL OPERATIVO", "EL NEGRO ACASIO TENIA UNA SOLICITUD DE EXTRADICION DE EE. UU.", "CON NARCOTRAFICO, ACASIO FORTALECIO A LAS FARC", "LO BUSCABAN POR HOMICIDIO, SECUESTRO, EXTORSION Y MAS"⁶⁶. Una lectura que sin lugar a dudas -y tal como lo han expresado en sus reflexiones, diferentes investigadores, sobre la capacidad inigualable que tiene un medio masivo de comunicación como lo es la televisión, para alienar y para posicionar sentidos en los televidentes- muestra como es utilizado ese medio, para potenciar los logros militares de esa política de gobierno.

6.3 EVENTO: OPERACIÓN FÉNIX

Operación militar realizada el 1 de marzo de 2008, en donde se da de baja a Luis Edgard Devia Silva, más conocido con el alias de "Raúl Reyes", miembro del secretariado de las FARC. Acción militar realizada en zona selvática de Angostura,

⁶⁶ YOU TUBE. El Negro Acacio, RCN. (En línea). Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=K1CvNHJ6K4M>.

cerca de la población de Santa Rosa de Yanamaru, en la provincia ecuatoriana de Sucumbíos.

6.3.1 Análisis simbólico. Uno de los videos que pasa esta cadena privada de televisión, muestra las imágenes bastante confusas en tonos grises, el sonido de los helicópteros y la voz de uno de los soldados que participo en esa operación, con mucha cordialidad y respeto por las personas que quedaron vivas y heridas en esa operación militar. Reproducimos sus comentarios: "entréguese, entréguese, ya a Karla -una de las mujeres que estaban en el campamento con Raúl Reyes, a la hora de la operación militar y que resultó herida- le estamos aplicando los primeros auxilios; vamos a respetarles la vida a la gente que se entregue hermano; dígame a Karla que hable. Luego aparece la voz del periodista: "los soldados continuaron penetrando en la selva y nuevamente optan primero por el dialogo". Luego se escucha nuevamente la voz del anterior militar: "vea Paul, le estamos respetando la vida, ya le estamos curando la piernita a Paula marica; no se hagan matar chimbamente; ya por el que queríamos ya lo encontramos -se refiere a Raúl Reyes-; ya ustedes no son blanco para nosotros; el barbucho que queríamos ya lo tenemos, entonces no se hagan matar chimbamente; entréguese, entréguese". Luego, aparece la voz de otro militar con acento y dialecto diferente al anterior, quien refuerza las palabras del anterior militar diciendo muy sintéticamente: "les respetamos la vida". Posteriormente, aparece nuevamente la voz de fondo-voz en off- del periodista: "después el soldado procede a describir las primeras cosas que ve del campamento; otra prueba que indica, que el lugar no era provisional, era la nueva "Casa Verde" de las FARC"⁶⁷.

⁶⁷ YOU TUBE. Operación Fénix que abatió al terrorista Raul Reyes. (En línea). Disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=ZVNA8ObKQJI&feature=results_video&playnext=1&list=PL041FCF537A911BAF.

En otras de la emisiones -que fueron permanentes- de ese canal, cuando Juan Manuel Santos, Ministro de Defensa del Gobierno de Álvaro Uribe Vélez, acompañado por los altos mandos de las Fuerzas Militares y de la Policía de Colombia, se alistaba para anunciarle esa operación militar al país, una de las imágenes que transmite ese canal, muestra un video de Raúl Reyes, en compañía de la exsenadora y dirigente del partido liberal Piedad Córdoba. Lectura que también muestra la irresponsabilidad y la sevicia de ese canal privado de televisión hacia una persona -Piedad Córdoba-, que ha pretendido tender puentes para que esa guerrilla y el gobierno de Álvaro Uribe Vélez, se sienten y lleguen a acuerdos para liberar a los militares, políticos y personas del común que esa organización guerrillera tiene retenidos. Lo resalto, por la connotación que tiene y ha tenido en el país, señalar y estigmatizar personas por su pensamiento ideológico y/o político; ya que el riesgo de la vida, en que se le coloca a una persona en un país como Colombia, con los niveles de polarización que se vivieron durante los ocho de gobierno de Álvaro Uribe Vélez y que aun continúan, son impresionantes. Quienes hemos nacido y vivido en Colombia, quienes la padecemos y sentimos minuto a minuto, tenemos los criterios más palpables, para decir lo que acontece a diario con las personas que por el hecho de pensar diferente y/o de sentar una posición política o ideológica contraria a la del régimen, a la del sistema, a la del stablishment en este país, inmediatamente es tildado con palabras como subversivo, guerrillero, "terrorista". Esa realidad -para quien desconozca la historia del país- es parte de una estrategia continua y de largo aliento en el tiempo, de la cual han echado mano y aun lo siguen haciendo, las elites gobernantes de esta nación⁶⁸.

⁶⁸YOU TUBE. Muerte del más grande terrorista de Colombia, Raúl Reyes. (En línea). Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=VTM2LCIU-LA&feature=related>.

6.4 EVENTO: OPERACIÓN FORTÍN

Muerte de Manuel de Jesús Muñoz Ortiz, más conocido con el alias de “Iván Ríos”, comandante de uno de los frentes de las FARC, a manos de uno de sus hombres más cercanos, conocido en la organización como alias "Rojas". Su deceso ocurrió el día 3 de marzo de 2008, en inmediaciones del Rio Arma, en zona rural del municipio de Samaná (departamento de Caldas), y en cercanías del municipio de Sonsón (Departamento de Antioquia).

6.4.1 Análisis simbólico. En la rueda de prensa que da Juan Manuel Santos, Ministro de Defensa del gobierno de Álvaro Uribe Vélez, en compañía de los altos mandos de las Fuerzas Militares y del director de la Policía Nacional, se puede observar que mientras el ministro da los detalles de esa operación - bautizada Operación Fortín-, a la vez que se comparte y se muestra en la pantalla de televisión las imágenes de archivo de Iván Ríos, vivo y en un campamento de esa organización guerrillera rodeado de varias personas civiles; el noticiero de RCN, remarca en letras mayúsculas y con gran visibilidad para el espectador, unos títulos que carecen de realidad: "EN OPERACION FORTIN DEL EJERCITO MURIO IVAN RIOS" Carecen de veracidad, ya que como el mismo ministro lo anuncio, la muerte de Iván Ríos fue causada por uno de sus hombres de confianza, conocido en esa organización guerrillera como alias "Rojas", quien luego de asesinarlo con un disparo en la cabeza, procedió a cortarle la mano derecha para llevársela a la brigada del ejército, acantonada en zona del Departamento de Caldas, como prueba fehaciente de la muerte de ese comandante guerrillero.

6.5 EVENTO: OPERACIÓN JAQUE

Operación de las Fuerzas Militares para rescatar a varios militares-siete miembros del Ejército y cuatro miembros de la Policía-, a los 3 militares estadounidenses y a la excandidata presidencial Ingrid Betancourt. Operativo realizado el 2 de julio del año 2008 en las selvas del Guaviare.

6.5.1 Análisis simbólico. El noticiero inicia e irrumpe en la pantalla de televisión, con el anuncio "PRIMICIA MUNDIAL con las letras en mayúsculas y, con un tono de voz que ya tienen interiorizado los televidentes que ven ese medio de comunicación y, que identifican inmediatamente con alguna noticia de importancia; posteriormente aparece en la pantalla un tablero de ajedrez con varias fichas (alfiles, peones, damas y otras), para a continuación mostrar el desplazamiento en el aire de los helicópteros en donde se rescataron a los retenidos por las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC). Otro aspecto que muestra la estrategia simbólica desplegada en las emisiones de ese acontecimiento, es la repetición constante a lo largo de días, noches y semanas de los sucesos de ese acontecimiento. Algo que a través de sus análisis, varios investigadores de los medios masivos de comunicación, han develado como un aspecto que termina calando como una verdad incontrovertible en la mente del televidente; pero no de cualquier televidente: enajena y aliena la mente, de aquellas personas que tienen a los medios masivos de comunicación, como un referente incontrovertible y fiable de la realidad, del acontecer diario. La posición de este receptor es totalmente acrítica, su alienación a los medios masivos de comunicación, le impide tomar algún margen de distancia para cuestionar y hacerse preguntas sobre las informaciones que recibe.

La música que discurre en esos primeros momentos de las imágenes, también juega dentro de ese simbolismo, ya que es esa música hollywoodesca de las series de batallas y enfrentamientos bélicos que han inundado las pantallas chicas -la televisión- y las pantallas grandes -el cine- de los hogares y de las ciudades de Colombia. Además de lo analizado en uno de los anteriores párrafos, el entramado musical está organizado en una secuencia que transcurre según las imágenes, en una música con ritmos hollywoodescos característicos de la guerra, donde priman los sonidos estridentes de instrumentos como el bajo eléctrico, las guitarras eléctricas, los tambores y las baterías; pasando posteriormente, a sonidos de música clásica, lenta y espaciosa, donde priman instrumentos como los violines, los saxofones, los violonchelos; y que al contrario de los primeros, invitan o tratan de mover en la persona la sensibilidad, sentimientos de amor hacia las personas rescatadas y hacia los militares.

El lente de la cámara también se detiene, para mostrar la carrera de felicidad que hace una mujer cuando va al encuentro de los militares que la han liberado y, deja ver ese manejo simbólico de esa operación. La detención que hace la cámara en un rostro femenino, con la sonrisa a toda flor, muestra también ese manejo. Sin embargo, en ese mismo juego simbólico, también se pasa al otro extremo del acontecimiento. Se muestra la imagen de uno de los guerrilleros que estaba a cargo de ese grupo de secuestrados, siendo arrastrado en su ropa interior por dos de los militares que rescataron a los secuestrados. Otra de las imágenes en donde se detiene la cámara del noticiero de RCN -y lo hace a través de una secuencia ralentizada-, es el momento en que muestra las cadenas y los candados que portaron durante su cautiverio, las personas secuestradas por las FARC y recién liberadas. Las imágenes son despaciosas y captan el sonido metálico de esas cadenas cuando un militar las está removiendo.

Otra de las imágenes, en la secuencia que va mostrando RCN televisión durante los preparativos previos al rescate de los secuestrados, es el clímax de armonía y fraternidad -abrazos y aplausos-, entre los miembros de ese selecto grupo de militares que se prepararon durante meses para rescatar a los secuestrados; imágenes que son resaltadas por la narración que hace el periodista en ese momento: "supervisados todos los detalles, el Comandante del Ejército -General Mario Montoya- y el comandante de la Brigada de Aviación del Ejército, se despidieron uno a uno de los hombres que partieron a la misión más osada en la historia de la Fuerzas Militares". El periodista continúa narrando en la alianza con las imágenes -creo que ese es uno, sino el gran poder, que tienen los medios masivos de comunicación que incorporan imágenes y sonido a la vez para entretener el poder de la simbología- el preparativo meticuloso, que coronó uno de los golpes más importantes que se le hayan dado a las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC): "todo estaba listo, solo faltaba el adiós con los compañeros; todos sabían el riesgo que corrían, por eso ningún abrazo sobró. Uno a uno se fueron subiendo al helicóptero, conscientes de que tal vez no volverían. La suerte del operativo deja una de dos alternativas: o ser héroes o ser mártires"⁶⁹.

Otro de los aspectos para hacer lectura del manejo mediático de que echan mano los periodistas y del enfoque que le dan los directores de ese noticiero - en últimas, son estos últimos quienes trazan y generan las directrices de lo que hay que mostrar y como se debe mostrar-, son las palabras e imágenes de uno de los militares liberados que lo muestran con la voz entrecortada, veamos su narración: "excúseme, tengo solamente una cosa que decir, que he estado encadenado 10

⁶⁹ YOU TUBE. Especial RCN, Operación Jaque, Parte 2. (En línea). Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=AcQjEckQeGA&feature=related>.

años; yo soy el Teniente Malagon del glorioso Ejercito Nacional de Colombia, secuestrado por múltiples factores por la guerrilla"⁷⁰.

Otro bien trazado juego simbólico que nos muestran las imágenes de esa operación es la voz del General Freddy Padilla De León, Comandante de las Fuerzas Militares de Colombia, narrando algunos aspectos de la operación de rescate, la música de fondo espaciosa y suave, que coincide en la secuencia que hace la cámara, con el desplazamiento de la secuestrada y uno de los botines más preciados de la guerrilla de las FARC, la candidata presidencial para el momento de su secuestro Ingrid Betancourt. La imagen se detiene con lentitud, mostrándola cabizbaja y con andar cansino y doloroso, dirigiéndose hacia una de las puertas del helicóptero que intervino en esa operación⁷¹.

Otra secuencia que ese canal de televisión nos muestra y, que muestra ese tejido simbólico, sobre la cual está montada la emisión, es el momento en que los liberados, ya trasladados a Bogotá y vestidos con el uniforme camuflado del Ejercito de Colombia, limpio y reluciente, son recibidos por el presidente de la Republica de Colombia y estandarte de la política de "Seguridad Democrática", Álvaro Uribe Vélez. La escena muestra el momento, en que interviene con unas palabras ante el bien organizado escenario, la excandidata presidencial y exsecuestrada Ingrid Betancur. Sus palabras se refieren a uno de los instantes en que interviene uno de los militares y quien estaba a cargo de esa operación (un Mayor del Ejército de quien no menciona su nombre) y quien les decía que eran de las Fuerzas Militares y que estaban en libertad. Todo eso, ocurrido en el

⁷⁰ YOU TUBE. Especial RCN, Operación Jaque, Parte 4. (En línea). Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=CVI5r3ovAjU&feature=related>.

⁷¹ YOU TUBE. Imágenes inéditas de la liberación de Ingrid Betancourt. (En línea). Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=MluojfaMTiw&feature=related>.

momento que despegaba y se encontraba el helicóptero MI -aeronave de fabricación rusa y utilizado básicamente para transportar tropas- a suficiente altura y fuera del alcance de los guerrilleros que estaban en tierra. Una imagen que es acompañada, de aplausos de una comitiva de funcionarios gubernamentales y de miembros de la Fuerzas Militares en algún recinto del palacio presidencial⁷².

6.6 EVENTO: OPERACIÓN CAMALEÓN

Operativo de las Fuerzas Militares de Colombia para liberar al Coronel Luis Erlindo Mendieta y, a otros militares retenidos por las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), en la toma al comando de la policía en Mitú, Vaupés, el día 1 de Noviembre de 1998. Acción militar realizada entre los días 13 y 14 de junio de 2010, al sureste de la población de Calamar, zona selvática donde nace el Río Inírida, Departamento del Guaviare.

6.6.1 Análisis simbólico. La emisión del noticiero -a las 12:00 a.m. - inicia con los detalles preliminares de las dos presentadoras, relatando el sitio donde se llevo a cabo la operación de rescate. He aquí la narración de una de ellas: "la operación inicio hace cuatro meses, y tuvo su momento definitivo a las 2:00 a.m. del Domingo; a esa hora llegaron al campamento guerrillero los primeros hombres de las fuerzas especiales del Ejército"; luego de esa intervención, habla la otra presentadora de la siguiente forma: "su misión era crear un cerco de seguridad para el ingreso de lo por lo menos 300 hombres más que se tomarían el campamento guerrillero"; posteriormente, la voz pasa a la presentadora que inicialmente hablo, diciendo esto: "el sector, una zona selvática a 48 Km de

⁷² YOU TUBE. Especial RCN, Operación Jaque, Parte 4. (En línea). Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=CVI5r3ovAjU&feature=related>.

Calamar, muy cerca al nacimiento del Rio Inírida en el Guaviare". Dichos comentarios se hacen, mostrando imágenes de la selva y del momento en que las tropas helicoportadas descienden a la espesa selva. Posteriormente, el noticiero da paso a la alocución del los funcionarios gubernamentales a la cabeza del nuevo Ministro de Defensa para ese entonces Gabriel Silva Lujan, acompañado como es costumbre cuando se realiza un operativo militar, por los altos mandos de las Fuerzas Militares y por el director de la Policía Nacional, he aquí sus palabras: "Esta es una operación de alta cirugía, eso significa que de manera quirúrgica, con precisión absoluta llegamos al lugar; el propósito era recuperar nuestros hombres". Se refiere a la liberación de algunos de los militares retenidos por las FARC en la toma a Mitú Putumayo, sus nombres son: el General Luis Erlindo Mendieta, el Coronel Luis Enrique Murillo, el Teniente Coronel William Donato y el Sargento Arbey Delgado). Posteriormente, el noticiero le da paso a la intervención del Álvaro Uribe Vélez, quien desde otro sitio del país y acompañado en un auditorio por muchas personas reforzaba esa información al país. Al momento de dar ese anuncio, el noticiero muy estratégicamente recoge la salva de aplausos y las voces de júbilo y algarabía en ese auditorio, he aquí sus palabras: " El comando de operaciones conjuntas de nuestras Fuerzas Armadas, acaba de rescatar al señor General Mendieta y al señor Coronel Murillo".

Otra de las presentadoras, da los siguientes detalles en esa misma emisión, reforzada por la imagen del Teniente Coronel William Donato en la selva, con el uniforme camuflado raído por el tiempo, por las condiciones adversas de su cautiverio y con las cadenas sueltas que colgaban desde la parte inferior de su cuello; he aquí las palabras de la presentadora: "durante la Operación Camaleón, el Teniente Coronel William Donato se interno en la selva para salvar su vida; solo hoy en la madrugada se conoció que ya estaba en manos de la fuerza pública". Más adelante, y a través de una comunicación telefónica con una hermana del Coronel William Donato de nombre Jacqueline Donato, esta les agradece a Dios y

a los medios de comunicación por la liberación de su hermano; sus palabras eran reforzadas con las imágenes de las acciones en la selva de las Fuerzas Militares y nuevamente, por la imagen del Teniente Coronel Donato con el camuflado raído por el tiempo y con las cadenas que portaba en su cautiverio, colgadas de su cuello; he aquí sus palabras: "Dios los bendiga y papito Dios por todas las cosas que ustedes han hecho por nosotros, mi familia y yo les quedamos altamente agradecidos a todos los medios de comunicación". Varias instituciones sociales y políticas son resaltadas por la emisión de ese noticiero durante las imágenes, las declaraciones de los militares retenidos, las declaraciones de sus familiares y los comentarios de los periodistas de esa empresa periodística: la familia (madre, hermanos, esposa e hijos), la Iglesia (un templo católico en plena ceremonia), los agradecimientos y las encomendaciones permanentes de los familiares a Dios, antes y después de la liberación del militar), el Estado en cabeza del presidente, del ministro de defensa y de los altos mandos de las Fuerzas Militares y de la Policía Nacional y, por supuesto los medios masivos de comunicación a través de esa casa periodística⁷³.

Tal cual como está estructurada la rueda de prensa que dan esos funcionarios gubernamentales y la forma como es hecho el cubrimiento por los informativos televisivos de RCN, nos permiten entrar en diálogo con las posturas que asumen estudiosos de los medios masivos de comunicación desde el ámbito simbólico; un aporte que valoramos, ya que nos van dando luces para develar aspectos de interés para las ciencias humanas y, más específicamente para una disciplina como la antropología, desde donde hemos partido para hacer esta propuesta . Es así como para Ana Leticia Gaspar (2002), indiscutiblemente, uno de los fenómenos más polémicos de la época actual, es el papel que juegan los medios de comunicación masiva, así como su intervención en los procesos de

⁷³ YOU TUBE. Paso a paso Operación Camaleón. (En Línea). Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=w4rxSAB0o4c>.

construcción y apropiación de la realidad. Según ella, especialistas en el tema como John B. Thompson la denominan mediatización de la cultura moderna, la cual se concibe como el proceso general por el que la transmisión de formas simbólicas llega a estos cada vez más mediada por los aparatos técnicos e institucionales de las industrias de los medios de comunicación⁷⁴.

Continúa planteando, que el problema es que son muy pocos los espectadores que pueden situar el mensaje dentro de un contexto cultural y así, aislado y fragmentado, su significación se modifica, se deforma y se asume en forma parcial, es decir, el receptor se apropia de forma simbólicas que no entiende a cabalidad. Dicha apropiación de formas simbólicas permite insertarse dentro de lo que se denomina como imaginario social y que comprende, todo aquello que forma la concepción que se tiene del mundo (o cosmovisión). Entonces, si se recibe constantemente el mensaje, de que la violencia y el enfrentamiento son los únicos caminos para lograr los objetivos, como se presentan habitualmente en las caricaturas y en los noticieros, se integra esta idea al imaginario y se considera a la violencia como una opción cuando las demás alternativas no funcionan o, lo que es peor, como la única opción. El anterior análisis, nos llega como anillo al dedo, para mostrar el papel que han desempeñado los noticieros y los espacios editoriales de la Radio Cadena Nacional (RCN), durante el periodo de gobierno de Álvaro Uribe Vélez y que ha tenido como bandera la política de “Seguridad Democrática”. Precisamente, esa política tiene como eje medular –tanto en el discurso como en los hechos-, la justificación y casi que única alternativa para enfrentar al grupo subversivo de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), la confrontación militar. Un aspecto que se debe tener en cuenta y no dejar pasar por alto, en todo ese juego simbólico a que está sometido el televidente, es el que se refiere, a el tipo de población a que están legando los

⁷⁴ GASPAR BOHÓRQUEZ, Ana Leticia. Aproximaciones a una relación tormentosa: Medios y receptores. Revista mexicana de comunicación., Vol. XV, No 77. Septiembre – Octubre, 2002. Pág. 36.

mensajes. Según Gaspar Bohórquez, también habría que reflexionar acerca de las diferencias de percepción que se presentan según los grupos de edades (adultos, jóvenes y niños); lo cual significa, que el acercamiento a los mensajes de los medios será diferente de acuerdo con el contexto generacional⁷⁵.

Otro elemento que juega en el manejo simbólico que se le quiere dar a las noticias, mensajes e informaciones que se emiten en la televisión, pasa por lo dinámicas que se vuelven en el tiempo. Para Gaspar Bohórquez, es conveniente considerar que la significación de las formas simbólicas se va transformando permanentemente. No se puede considerar al imaginario como algo inamovible, sino que está siempre en proceso de reconstrucción; claro está, dependiendo de la calidad y cantidad de formas simbólicas que se le añaden por medio de la apropiación. Por lo tanto, las representaciones que operan en la mente de las personas son susceptibles de ser moldeadas, permitiendo identificar la orientación o el capital imaginario de un individuo o grupo social. El conocimiento de estas orientaciones, posibilita entender fenómenos de aceptación, rechazo o alteración de imágenes al interior de grupos sociales definidos⁷⁶.

Douglas Kellner en su artículo: “El 11 de septiembre. Medios de comunicación y fiebre de guerra”, plantea que uno de los elementos estratégicos que utilizó el gobierno estadounidense para posicionar y exaltar ese ambiente de guerra en el televidente fue el simbólico. La bandera se volvió un icono dominante en los logotipos y gráficos de los noticieros de televisión, así como un poderoso dispositivo de publicidad para un gran número de productos. Los programas de entretenimiento sazonaron sus espacios con banderas, mientras que algunas series regulares como *The West Wing* (El Ala del Oeste) y *Law and Order* (Ley y

⁷⁵ *Ibíd.* Pág. 37.

⁷⁶ *Ibíd.*

Orden), metieron en sus programas banderas diseñadas por computador para ayudar a captar la atención del televidente y difundir el nuevo patriotismo. Se multiplicaron un número infinito de banderas en los anuncios publicitarios de automóviles, refrescos y otros productos⁷⁷.

Un autor que ha escudriñado específicamente en el manejo simbólico tanto del discurso como de las imágenes, que hace la televisión es Pierre Bourdieu. Para él, entre los elementos de análisis que se podrían hacer sobre la televisión y, la forma particularmente perniciosa de violencia simbólica en que es utilizada se encuentra la crónica de sucesos. La violencia que hay allí, se ejerce con la complicidad tacita de quienes la padecen y también, a menudo, de quienes la practican, en la medida en que unos y otros no son conscientes de padecerla o de practicarla. La sociología –y no solamente ella, también otras áreas humanas como la antropología, la historia, la psicología, la filosofía y otras-, al igual que todas las ciencias, tiene como misión descubrir cosas ocultas. Al hacerlo, puede contribuir a minimizar la violencia simbólica que se ejerce en las relaciones sociales en general y en las de comunicación mediática en particular⁷⁸.

Al tomar como ejemplo, a la crónica de sucesos como uno de los recursos distractores y de instrumentación simbólica, plantea Bourdieu, en que además del contenido en que han sido utilizados, también han sido empleados como mecanismos-elementos de distracción. Algo que se puede observar, olfatear, y sentir en ese tipo de género periodístico, es el papel preponderante de los prestidigitadores. Los mismos, tienen un principio elemental que consiste en llamar la atención sobre una cosa distinta de la que están haciendo. He allí, que una

⁷⁷ KELLNER, Douglas. El 11 de septiembre. Medios de comunicación y fiebre de guerra. 2002. Pág. 16.

⁷⁸ BOURDIEU, Pierre. Sobre la televisión. Segunda edición, 2007. Editorial Anagrama, S. A. Barcelona. Pág. 21-22.

parte de la acción simbólica de la televisión, a nivel de los noticieros, por ejemplo, consiste en llamar la atención sobre unos hechos que por su naturaleza pueden interesar a todo el mundo, de lo que cabe decir que son para todos los gustos⁷⁹.

Todo ese engranaje de ocultamientos y mensajes velados, que utilizan los periodistas en la crónica de sucesos y, que se hacen imperceptibles para el espectador común, lo sintetiza Bourdieu, al plantear que la televisión puede o tiene la capacidad, paradójicamente de ocultar mostrando. Y lo hace cuando muestra algo distinto de lo que tendría que mostrar si hicieran lo que se supone que se ha de hacer, es decir, informar, y también cuando muestra lo que debe, pero de tal forma que hace que pase inadvertido o que parezca insignificante, o lo elabora de tal modo, que toma un sentido que no corresponde en absoluto a la realidad. Todo esto pasa por la forma como los periodistas perciben la noticia y como la seleccionan –los periodistas tienen unos lentes particulares mediante los cuales ven unas cosas, y no otras, y además, ven de una forma determinada lo que ven-. Sin más ni más, la selección que hacen pasa por la búsqueda de lo sensacional, de lo espectacular, de lo amarillista⁸⁰.

Según Bourdieu (2007), a causa del incremento del peso simbólico –y, entre las cadenas competidoras, de aquellas que se dedican con el mayor cinismo y el mayor éxito a la búsqueda del sensacionalismo, de lo espectacular, de lo extraordinario-, una determinada visión de la información, esta circunscrita a los llamados periódicos sensacionalistas, dedicados a los deportes y a la crónica de sucesos, tiende a imponerse al conjunto del campo periodístico. Impulsados por la competencia, por las cuotas de mercado, las cadenas de televisión recurren cada vez más, a los viejos trucos de los periódicos sensacionalistas. Los sucesos, tienen el efecto de crear un vacío político, de despolitizar o de reducir la vida del mundo a la anécdota o al cotilleo (que puede ser nacional o planetario, con la vida

⁷⁹ *Ibíd.* Pág. 22.

⁸⁰ *Ibíd.* Pág. 24.

de las estrellas o de las familias reales), al fijar o mantener la atención en unos acontecimientos carentes de consecuencias políticas, que se dramatizan para “extraer la lección pertinente” o para transformarlos en problemas de sociedad⁸¹.

6.7 INTRODUCCIÓN A LO POLÍTICO

De acuerdo al Diccionario de la Lengua de la Real Academia Española (2001: pág. 1796), político (ca) es una palabra de origen griego que es retomada por el latín *politicus*. Entre algunas de sus definiciones básicas tenemos: “Perteneiente o relativo a la doctrina política”; “Perteneiente o relativo a la actividad política”; “Dicho de una persona que interviene en las cosas del gobierno y negocios del Estado”; “Arte, doctrina u opinión referente al gobierno de los Estados”; “Actividad de quienes rigen o aspiran a regir los asuntos públicos”; y “Actividad del ciudadano cuando interviene en los asuntos públicos con su opinión, con su voto, o de cualquier otro modo”.

Si observamos las definiciones que acabamos de citar, se puede hacer una lectura que entraña múltiples significados y, que a la vez encuentran en estas unos ejes que las atraviesan. Ejes que al pasar y/o estar centrados en aparatos institucionales como el Estado como entidad política que regula, controla y ejerce dominio sobre un grupo poblacional en un contexto social, económico y político específico; nos conduce a señalar un aspecto que se anida en él y, sin el cual no sería posible pensar eso que llamamos política: nos referimos al poder.

Si hablar de la política es hablar del poder, también es necesario definirlo en qué aspectos o a que situaciones nos estamos refiriendo cuando hablamos del poder, ya que esto nos podría hacer caer en inconsistencias teóricas, en una

⁸¹ *Ibíd.* Pág. 73-75.

ambigüedad. Y se hace prioritario, ya que lo que nos interesa matizar en esta introducción, es el poder que ejercen grupos de personas que en contextos históricos determinados y, controlando espacios y/o instituciones desde la cuales pueden desplegar e imponer sus intereses hacia otros, introyectando consciente e inconscientemente formas de pensar, de decidir, de actuar.

Uno de los grandes pensadores de la política como lo es el sociólogo alemán Max Weber, nos dan luces, para pasar de esas puntadas iniciales sobre la política, circunscritas a meras definiciones; para adentrarnos en unos planteamientos más densos y con mas aristas de la política, unos planteamientos que lo pongan en una dimensión conceptual. Para ello, Weber propone que por política quiere hacer entender solamente la dirección o la influencia sobre la dirección de una asociación política: en la actualidad, las organizaciones conocidas como Estados. Y desde el punto de vista del área de su interés –la sociología-, el estado moderno solo se puede definir, mas bien, en ultimo termino por el medio específico que como toda asociación política posee y controla la violencia física. Es su medio específico, característico. Y el Estado, es aquella comunidad humana que dentro de un determinado territorio –el “territorio” es un elemento distintivo, determinante-reclama para sí (con éxito) el monopolio de la violencia física legitima. El Estado es, así como las asociaciones políticas que lo han precedido históricamente, una relación de dominación de hombres sobre hombres, basada en el medio de la violencia legítima (es decir, de la violencia considerada como legítima). Para que exista esa situación, un grupo de personas (los dominados) deben someterse a la autoridad a la que aspiran los que dominan en un momento y contexto histórico determinado⁸².

⁸²WEBER, Max. La Ciencia como profesión. La Política como profesión. Espasa Calpe, S. A. 2007. Madrid. Pág. 87- 89.

A partir de estos primeros planteamientos, Weber deja en claro cuales es el enfoque sociológico que determina lo que dimensiona para el pensar la política. Y lo sigue acentuando cuando dice que la política significaría en este sentido, la aspiración a participar en el poder, o, a influir en la distribución del poder entre distintos estados o, también, dentro de un estado, entre los distintos grupos humanos que éste comprende. Y acentúa de una forma tajante, que quien hace política aspira al poder. Ya sea al poder como medio al servicio de otros fines (egoístas o idealistas), o al poder por y para sí mismo, esto es, para gozar del sentimiento de prestigio que el poder da⁸³.

En sus estudios sobre la política, Norberto Bobbio al hacer un rastreo histórico de la política, encuentra que en sus orígenes griegos, se deriva de aquella forma particular de ordenamiento político que es la sociedad política, *la societas perfecta*. Y en ello encuentra, que la yunta “Estado” y “política” si algo tienen en común (y que es la razón de ser de su intercambialidad) es la referencia al fenómeno del poder. No hay teoría política que no parta de alguna manera directa o indirectamente de una definición del poder y de un análisis del fenómeno del poder⁸⁴.

A través de la historia, encontramos, que son varias las áreas del conocimiento que han pensado lo concerniente al poder, cada una, como es de esperar, imprimiéndole unos tintes propios desde sus particulares enfoques teórico-conceptuales. Para el caso que nos concierne, que es el de ir delimitando y construyendo una noción de lo político, la propuesta que nos trae Bobbio a partir de los planteamientos que se encuentran en el área de la filosofía política nos parecen más que pertinentes. Según este pensador, desde la filosofía política el

⁸³ Ibíd. Pág. 88-89.

⁸⁴ BOBBIO, Norberto. Estado, Gobierno y Sociedad. Por una teoría general de la política. Fondo De Cultura Económica. México, D. F. 2006. Pág. 102.

problema del poder ha sido presentado bajo tres aspectos con base en los cuales se pueden distinguir tres enfoques teóricos del poder: el sustancialista, el subjetivista y el relacional⁸⁵.

De forma muy sucinta extractamos los aspectos que este autor nos pone a consideración sobre estos tres tipos de enfoques. El sustancialista se entiende como algo que sirve para alcanzar lo que es objeto del deseo de las personas. El subjetivista (de corte hobbesiano), influenciado a partir de la concepción de John Locke, entiende el poder como la capacidad del sujeto para obtener ciertos efectos. Y el relacional, entiende el poder como una relación entre dos sujetos, de los cuales el primero obtiene del segundo un comportamiento que este de otra forma no habría realizado. Creemos que este último enfoque, se articula adecuadamente hacia el objetivo que nos hemos trazado de construir una noción de lo político, estructurado esencialmente, en las informaciones que transmiten los medios masivos de comunicación sobre los discursos que emanan si y solo si, de una sola fuente de actores políticos, los funcionarios gubernamentales de una organización política como es la del estado⁸⁶.

Si observamos con cuidado, ese enfoque relacional está atravesado por el poder que ejercen unos hombres sobre otros con el objetivo de establecer y de perpetuar un interés, unas condiciones sociales, políticas y económicas. Y para entender esto, se hace imprescindible enmarcarlo en lo que significa para Bobbio el poder político y, en ello, es indispensable tratarlo a partir de la vía conceptual de soberanía o *summa potestas* que plantearon los juristas medievales. Los defensores y los detentadores de la potestad temporal tienden a atribuirle al estado el derecho y el poder exclusivo de ejercer sobre un determinado territorio y

⁸⁵ Ibíd. Pág. 103.

⁸⁶ Ibíd. Pág. 103-104.

en referencia a los habitantes del territorio la fuerza física. El poder político así concebido, se identifica con el ejercicio de la fuerza, y es definido como el poder que para obtener los efectos deseados tiene derecho de servirse, si bien en última instancia, como extrema ratio (como razón extrema) de la fuerza. Para la definición y la concepción del poder político el uso de la fuerza física es la condición necesaria, pero no es la condición suficiente. Solo el uso exclusivo de este poder es la condición suficiente⁸⁷.

El enfoque relacional que recién tratamos, también es puesto de presente en los análisis que sobre el poder ha hecho el sociólogo Manuel Castells. En el libro de su autoría que lleva por nombre “Comunicación y Poder”, nos comparte sus reflexiones al respecto, afirmando que el poder es el proceso fundamental de la sociedad, puesto que ésta se define en torno a valores e instituciones, y lo que se valora e institucionaliza está definido por relaciones de poder. El poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder. El poder se ejerce mediante la coacción (o la posibilidad de ejercerla) y/o mediante la construcción de significados partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones. Las relaciones de poder están enmarcadas por la dominación, que es el poder que reside en las instituciones de la sociedad. La capacidad relacional del poder está condicionada, pero no determinada, por la capacidad estructural de dominación. Esta capacidad significa entonces, que el poder no es un atributo sino una relación. No puede abstraerse de la relación específica entre los sujetos del poder, los empoderados y los que están sometidos a dicho

⁸⁷ Ibíd. Pág. 107-108.

empoderamiento en un contexto dado. El poder es relacional, la dominación es institucional⁸⁸.

Muy acordes con la noción de lo político que estamos tratando de construir, es el planteamiento que hace Castells cuando aborda el significado de la política. Para él, la política es el proceso de asignación de poder en las instituciones del estado. Y cuando se habla en términos de relaciones de poder, estas se basan en gran medida, en la capacidad para modelar las mentes construyendo significados a través de la creación de imágenes; y las ideas, son imágenes (visuales o no) en el cerebro humano. Para la sociedad en general, a diferencia del individuo concreto, la creación de imágenes se realiza en ámbito de la comunicación socializada. Y en la sociedad contemporánea (incluso a nivel mundial) los medios de comunicación son la forma de comunicación decisiva⁸⁹

Dispuesta o utilizada la política en relación con los medios masivos de comunicación, para Castells esto se traduce en lo que se denomina política mediática, que es la forma de hacer política en y a través de los medios masivos de comunicación. Y es tan determinante esta relación en la actualidad, que los mensajes, las organizaciones y los líderes que no tienen presencia mediática no existen para el público. De donde se desprende, que solo aquellos que consiguen transmitir sus mensajes a los ciudadanos, tienen la posibilidad de influir en sus decisiones personales, de forma que esto les lleve a posiciones de poder en una organización todopoderosa como el estado y/o a mantener su control en las instituciones políticas⁹⁰.

⁸⁸ CASTELLS, Manuel. Comunicación y Poder. Primera reimpresión, 2010. Alianza Editorial, S. A. Madrid. Pág. 33, 34, 39.

⁸⁹ *Ibíd.* Pág. 261.

⁹⁰ *Ibíd.* Pág. 262.

Después de poner a consideración varios planteamientos sobre la política básicamente, la construcción de una noción de lo político, que es al fin de cuentas, lo que más nos interesa para que sirva de guía en la propuesta de análisis del discurso político que los noticieros televisivos de la Radio Cadena Nacional (RCN), a través del cubrimiento de las ruedas de prensa sobre algunos operativos militares contra las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC); es posible llevarla a cabo con las luces que nos brinda un autor como Carl Schmitt. Y es a partir de su texto: El Concepto De Lo Político, que podemos lanzarnos a la tarea de construir esa noción de lo político. Para ese autor casi siempre la “política” suele equipararse de un modo u otro con lo “estatal”, o al menos se lo suele referir al Estado. Con ello el Estado se muestra como algo político, pero a su vez lo político se muestra como algo estatal, y este es un círculo vicioso que no puede satisfacer a nadie. Y lo político, tiene que hallarse en una serie de distinciones propias y últimas, a las cuales pueda reconducirse todo cuanto sea acción política en un sentido específico. Este tipo de distinción, aquella a la que pueden reconducirse todas las acciones y motivos políticos, es la distinción de amigo y enemigo. Lo que esta distinción proporciona no es desde luego una definición exhaustiva de lo político, ni una descripción de su contenido, pero sí una determinación de su concepto en el sentido de un criterio⁹¹.

Esa distinción que propone Schmitt, es la vía argumentativa a partir de la cual pretende dejar unas bases conceptuales de lo político, mostrando las tensiones que dan origen a ese concepto y a la vez, lo que ese mismo concepto produce en las sociedades donde se han implantado formas de gobierno estatal, sobre todo en las sociedades occidentales que es donde han pelechado estas organizaciones políticas. Para ese autor, el sentido de la distinción amigo-enemigo permite marcar el grado máximo de intensidad de una unión o separación, de una

⁹¹ SCHMITT, Carl. El Concepto De Lo Político. Alianza Editorial, S. A., Madrid. 1998. Pág. 50, 51, 56.

asociación o disociación. De esas tensiones humanas, donde prevalecen intereses de por medio, esa distinción conflictiva deja márgenes donde la oscilación puede permitir acuerdos y acercamientos a la vez que puede resultar extrema en las posiciones. Esa pareja de distinciones en sus especificidades, puede decidir por sí mismas si la alteridad del extraño representa en el conflicto concreto y actual la negación del propio modo de existencia y, en consecuencia, si hay que rechazarlo o combatirlo para preservar la propia esencial de la vida. Visto esto en el plano de la realidad psicológica, es fácil que se trate al enemigo como se fuese también malo y feo, ya que toda distinción, y desde luego la de la política, que es una de las más fuertes e intensas, echa mano de cualquier otra distinción que encuentre con tal de procurarse apoyo⁹².

Esa distinción que le es específica a la política, es algo que es incuestionable e innegable en el transcurso histórico de la vida social, política y económica de los pueblos. Según Schmitt, lo que no se puede negar razonablemente es que los pueblos se han agrupado y lo siguen haciendo a través de la distinción de amigos y enemigos, oposición que está dada como posibilidad real para todo pueblo que exista políticamente. En aras de tener elementos de análisis sobre las bases en que se asienta esa distinción, el enfoque aquí propuesto concibe que no es cualquier competidor o adversario al que se señala de enemigo; tampoco se dirigen las miradas al adversario privado que se detesta por cuestión de sentimientos o antipatía. Enemigo es solo un conjunto de hombres que siquiera eventualmente, esto es, de acuerdo con una posibilidad real, se opone combativamente a otro conjunto análogo. Solo es enemigo el enemigo político, pues todo cuanto hace referencia a un conjunto tal de personas, o en términos más precisos a un pueblo entero, adquiere carácter público. También esta preñado o le es constitutivo a esta distinción de enemigo, que en el dominio de lo real se dé la eventualidad de una lucha. El concepto de amigo y enemigo, y

⁹² Ibíd. Pág. 57.

consecuentemente la tensión que allí se engendra expresada en la lucha, adquieren un sentido real por el hecho de que están y se mantienen en conexión con la posibilidad real de eliminar físicamente al adversario o al enemigo. No hace falta recordar -en esto la historia de la humanidad sí que es categórica-, que las tensiones desencadenadas por la enemistad han desembocado en las luchas y/o guerras entre pueblos; lo que esta realidad muestra es la incubación de una negación ontica de un ser distinto. Sintéticamente, la guerra no es sino la realización extrema de la enemistad. Con todo ello, la guerra no es pues en modo alguno objetivo o incluso contenido de la política, pero sí constituye el presupuesto que esta siempre dado como posibilidad real, y que determina de una manera peculiar la acción y el pensamiento humano y origina así una conducta política. Solo en la lucha real se hace patente la consecuencia extrema de la agrupación política según amigos y enemigos; y es por referencia a esta posibilidad extrema como la vida del hombre adquiere su tensión específicamente política⁹³.

Para condensar todos los elementos que se han aportado hasta aquí, que buscan ante todo, definir unas márgenes hacia donde pensamos lo político cuando hacemos el análisis de los discursos emitidos en las ruedas de prensa, sobre algunos operativos militares llevados a cabo en contra del grupo subversivo de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) y, realizadas por los funcionarios gubernamentales encargados del componente militar y de defensa de la política de seguridad democrática, que fueron cubiertos por los noticieros televisivos de la Radio Cadena Nacional (RCN); y volviendo a los planteamientos de Carl Schmitt, lo político no estriba en la lucha misma; esta posee a su vez sus propias leyes técnicas, psicológicas y militares. Lo político está o hay que buscarlo, en una conducta determinada por esa posibilidad real, que es la clara comprensión de la propia situación y de su manera de estar determinada por ella, así como en el cometido de distinguir correctamente entre amigos y enemigos. Lo

⁹³ Ibíd. Pág. 58, 59, 62- 65.

político puede extraer sus fuerzas de los ámbitos más diversos de la vida humana, ya sea de antagonismos religiosos, económicos, morales, ideológicos, etc. Por sí mismo, lo político no acota un campo propio de la realidad, sino sólo un cierto grado de intensidad de la asociación o disociación de los hombres⁹⁴.

Y en todo este esfuerzo argumentativo de definir el campo y/o área, donde se establecen los márgenes que determinan lo político, para Carl Schmitt un elemento que hay que ponderar en todo ello es lo concerniente a la unidad política. Ya que al fin al cabo, está estructura es la marca la pauta, sean cuales sean las fuerzas de las que extrae sus motivos psicológicos últimos; y cuando existe, es la unidad suprema, esto es, la que marca la pauta en el caso decisivo. Precisamente, el hecho de que el estado sea una unidad política, y que sea justamente la que marca la pauta, es lo que lo hace que repose sobre su carácter político⁹⁵.

Cuando hablamos de la intención que nos hemos propuesto de construir una noción de los márgenes en que entendemos el área de lo político, queremos aclarar que esos márgenes son maleables y no rígidos, son versátiles y plurisignificativos. Y lo ponemos de presente, acompañados de las consideraciones argumentativas que para el caso nos aporta Carl Schmitt. Según este autor, del rasgo conceptual de lo político que hemos esbozado en esta propuesta deriva el pluralismo en el mundo de los estados. La unidad política, presupone la posibilidad real del enemigo y con ello la existencia simultánea de otras unidades políticas. El mundo político es un pluriuniverso, no un universo. Por

⁹⁴ Ibíd. Pág. 67-68.

⁹⁵ Ibíd. Pág. 73.

su esencia, la unidad política no puede ser universal en el sentido de una unidad que comprendiese el conjunto de la humanidad y de la tierra⁹⁶.

6.7.1 Análisis político. Para evitar caer en redundancia y/o en una repetición inocua de los detalles de los operativos militares en que nos hemos basado para este análisis, solamente señalaremos el nombre y el orden en que están estructuradas –en la secuencia temporal en que ocurrieron-, ya que esos detalles se encuentran en el análisis que abre este apartado –el análisis simbólico-, el cual nos sirve de guía. Tal como lo acabamos de expresar, daremos paso a los análisis políticos de las operaciones Sol Naciente, Fénix, Fortín, Jaque y Camaleón.

Empecemos por abordar la segunda operación en sus detalles políticos: La emisión de noticias RCN, a pocas horas de haber ocurrido la "Operación Fénix" y que dio de baja a Luis Edgar Devia, más conocido con el alias de Raúl Reyes y, a otros 16 miembros de ese grupo subversivo, empieza por una información que no es exacta: La periodista que está haciendo el cubrimiento de la información que va a suministrar Juan Manuel Santos, Ministro de Defensa del Gobierno de Álvaro Uribe Vélez, acompañado por los altos mandos de las Fuerzas Militares y del director de la Policía Nacional (General Freddy Padilla De León, comandante de las Fuerzas Militares; General Mario Montoya, Comandante del Ejército; el General Oscar Naranjo, Director de la Policía; el Comandante de las Armada; y el comandante de la Fuerza Aérea; dice: "esta aquí el ministro de defensa, quien va a entregar detalles de esta importante noticia: la muerte en zona rural de Puerto Asís, exactamente en Teteyé Putumayo"; algo que como manifesté más arriba, es inexacto, ya que ese operativo se realizó en territorio ecuatoriano; violando el gobierno de Álvaro Uribe Vélez*, las normas nacionales e internacionales que impiden realizar acciones militares de un país en un territorio que no le

⁹⁶ Ibíd. Pág. 82-83.

corresponde. Transcribimos las palabras, tal cual salieron de la boca del ministro Juan Manuel Santos, cuando anunció ese operativo por esa cadena privada de noticias: "Quiero comunicarle al país que en una operación conjunta de las Fuerzas Militares y la Policía Nacional, fue dado de baja "alias Raúl Reyes", miembro del secretariado de las FARC y, este es el golpe más contundente que se le ha dado a ese "grupo terrorista" hasta el momento⁹⁷.

En la tercera operación, la rueda de prensa es realizada y comunicada al país, a través de Juan Manuel Santos, Ministro de la Defensa del gobierno de Álvaro Uribe Vélez, en compañía de los altos mandos de las fuerzas militares y del director de la Policía Nacional, veamos sus palabras: "Quiero informarle al país y al mundo, que las FARC han sufrido un nuevo golpe contundente; la muerte de Manuel Jesús Muñoz alias "Iván Ríos", otro miembro del secretariado de ese grupo terrorista". En menos de una semana y, gracias al trabajo conjunto de nuestra fuerza pública, las FARC han perdido a dos de sus miembros más importantes. Este "terrorista" desde noviembre del 2003, hacia parte del secretariado y era el responsable del Bloque Noroccidental de las FARC".

En la cuarta operación, las personas a quienes se invita y se les brinda ese espacio para que relaten, den detalles y resalten esa operación militar son el presidente Álvaro Uribe Vélez y los funcionarios que estuvieron a cargo de esa operación (el Ministro de la Defensa Juan Manuel Santos, el Comandante de las Fuerzas Militares General Freddy Padilla de León y el comandante del Ejército General Mario Montoya; los epítetos que utilizan, hacen parte de un lenguaje articulado cual partitura musical en su mejor estado de coordinación. Utilizan palabras para resaltar a los Miembros de las Fuerzas Militares como las de

⁹⁷ YOU TUBE. Colombia anuncia muerte de Raúl Reyes. (En Línea). Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=JE3m65K008s>.

verdaderos patriotas, verdaderos héroes de la Patria; por el contrario y a la par que exaltan a las Fuerzas Militares, utilizan epítetos con una carga agresiva y de combate como: un golpe maestro en las entrañas del terrorismo; para que sepan los terroristas y delincuentes, que no hay sitio de la patria en donde se puedan esconder de las fuerzas del orden.

En el quinto ultimo operativo, en una de las tantas emisiones que hizo de esa operación RCN televisión a través de sus noticieros, extractamos estas palabras que da en rueda de prensa el nuevo Ministro de Defensa Gabriel Silva Lujan acompañado por los altos mandos de las Fuerzas Militares de Colombia y del director de la Policía Nacional: "Esta, la Operación Camaleón, llevó a que las fuerzas especiales fueran capaces, sin ningún riesgo para la vida de los secuestrados y sin ninguna baja para nuestras fuerzas...". Otra de sus palabras en donde podemos hacer lectura del trasfondo político, de la política de gobierno de Álvaro Uribe Vélez, la "Seguridad Democrática" y en donde Gabriel Silva Lujan como Ministro de Defensa es uno de sus principales alfiles son estas: "...muchas gracias a todos por estar aquí en este día glorioso para el país, para el ejército y la fuerza pública; estamos inmensamente satisfechos con el resultado del trabajo de nuestro ejército y el apoyo de todas las fuerzas militares y de la policía, para lograr el rescate del General Luis Erlindo Mendieta Ovalle, del Teniente Coronel Enrique Murillo Sánchez, y del Sargento Primero Arbey Delgado Argote. Estos tres secuestrados por "los narcoterroristas de las FARC" hace más de una década, estaban ilegalmente torturados y retenidos y, gracias a un trabajo cuidadoso de inteligencia a cargo del ejército y, al impecable desarrollo de una operación que fuerzas especiales, con 300 hombres que lograron sin ninguna baja y, sin poner en riesgo la vida de los secuestrados devolvernos nuestros hombres; esto demuestra una vez más, que la "Seguridad Democrática y la actitud de firmeza es el camino correcto para devolverle a todos los colombianos la libertad, devolverle a todos los colombianos la tranquilidad, y esto representa la demostración de la

alta moral de la fuerza pública y de la capacidad que es ya reconocida mundialmente de nuestros hombres para realizar operaciones impecables, sin mancha, con pleno éxito; nuestros secuestrados no están solos, esto lo demuestra, no estaban solos nunca, trabajamos con los altos mandos todas las semanas y todos los días, recibiendo las informaciones, planeando las operaciones, cruzando los dedos a veces, para rogarle a Dios que nos diera la suerte y la bendición de tenerlos con nosotros; gracias a Dios, a la integridad de la fuerza pública, al profesionalismo de las fuerzas especiales y a la valentía del ejército nacional, tenemos hoy con nosotros a estos hombres que están con nosotros..."⁹⁸.

Tal como hicimos con la anterior categoría de análisis –la simbólica-, los invitamos a viajar, a explorar y a desentrañar con algunos estudiosos el espectro político que subyace en las ruedas de prensa que los funcionarios del gobierno de Álvaro Uribe Vélez; específicamente, los encargados de direccionar las estrategias militares para enfrentar al grupo subversivo de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), en cabeza de Juan Manuel Santos, Ministro de la Defensa y de quien lo sucede posteriormente, Gabriel Silva Lujan y, acompañados por los altos mandos de las Fuerzas Militares y de la Policía Nacional

Este elemento, el papel político que han jugado las emisiones televisivas –específicamente los noticieros - de la Radio Cadena Nacional (RCN), nos parece un aspecto medular que debe ser tratado en este análisis, ya que igualmente al entramado simbólico de la información suministrada al televidente, la estrategia política para posicionar la política de “Seguridad Democrática”, ha sido un punto

⁹⁸ YOU TUBE. 1 de 2 Rueda de prensa- Operación Camaleón- Rescatados General Mendieta y Coronel Murillo. (En línea). Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=XAQqXifGal8>.

importantísimo sobre el cual han girado las informaciones transmitidas a los colombianos.

En aras de dar luces sobre la forma como la televisión, crea una serie de maquinaciones y estrategias para posicionar un discurso político, Jorge Ramírez Caro (2001), aborda su análisis tomando como referencia la forma como algunos medios de información –escritos y televisivos- enfocaron las acciones del 11 de septiembre en los Estados Unidos: ataques a las torres gemelas en Nueva York y a la sede del pentágono en Washington.

Dicho análisis centra sus críticas, en la forma manipulada como algunos medios de comunicación enfocaron la noticia. Ramírez Caro, específicamente, toma como puntos de análisis el programa televisivo “Todos Unidos”, transmitido por el canal 7, el día sábado 15 de septiembre en el espacio de Sábado Gigante; también toma para su análisis, el periódico costarricense “La Nación”; haciendo un seguimiento de las informaciones publicadas desde el 12 al 22 de septiembre de 2011.

Ramírez Caro, plantea que le interesan tres aspectos, de esta cobertura noticiosa sobre un hecho del que tenían familiarizados hasta la saciedad al televidente las pantallas chica y grande:

- La realización de una ficción.
- La victimización del verdugo.
- La generalización de la guerra como nuevo totalitarismo ideológico-

Al abordar estos dos medios de comunicación, cree oportuno ofrecer una lectura de estos medios masivos, no solo por el papel preponderante que tiene en la creación de opinión pública, sino también porque en ellos se mide el pulso ideológico de una nación que aboga por los valores civilistas y al mismo tiempo apoya e incita a una guerra cuyas consecuencias aun no se saben. Los despliegues y las coberturas de los acontecimientos, han servido para crear y difundir una euforia por la guerra, una exhortación al sacrificio y al derramamiento de sangre. La desmantelación de los esquemas ideológicos que subyacen en quienes abogan por la eliminación del otro, es una más de las razones por las que conviene hacer este ejercicio de lectura crítica de los medios masivos de comunicación ya señalados, sobre la cobertura noticiosa del atentado a los símbolos del capitalismo y el poder político-militar de los Estados Unidos⁹⁹.

Cuando Ramírez Caro trata el primer aspecto -la realización de una ficción-, plantea que lo que más ha sacudido a los periodistas y al público en general, es la estrecha relación que los hechos guardan con la ficción. Frente a los hechos reales y concretos, la gente vaciló y sólo salió de esa incertidumbre cuando ya no vio surgir de ningún lado, al superhéroe que siempre aparece para evitar la catástrofe. Esta vacilación para aceptar la realidad, se debe a que es tan fuerte el guion de infalibilidad, de superioridad y de invulnerabilidad que se tiene sobre los Estados Unidos, que se cree imposible que lo ocurrido suceda en una nación que todo lo tiene resuelto y previsto en la pantalla -tanto en la televisión como en el cine- y al cambiar los escenarios en donde se produjeron los hechos, la desconcertación se apodero de todo el mundo y el guion cinematográfico se volvió realidad; la ficción desbordo los marcos de la televisión y el cine, haciéndoseles realidad en su propio patio. La espectacularidad de ese atentado planetarizó la humillación del coloso. Otra razón por la que cuesta admitir esos hechos, es

⁹⁹ RAMÍREZ CARO, Jorge. La Globalización del Terrorismo. En: Repertorio Americano. Instituto de Estudios Latinoamericanos. No 12. Julio – Diciembre, 2001. Pág. 6.

porque han acostumbrado al ciudadano a que el mal, el terrorismo, la violencia, los estallidos de bombas y la destrucción de edificios suceden en otros contextos geográficos. Las noticias y las películas, se deleitan en enfocar ese tipo de problemas, en aquellas naciones que se oponen a los intereses norteamericanos. Muchos se han acostumbrado a ver las cosas con mucha naturalidad y se han resignado a su perpetuación; de igual forma a que sean los otros, los objetos de la violencia y el terrorismo. La imaginación y la creatividad la revientan contra el nacionalismo, el utilitarismo y el pragmatismo¹⁰⁰.

Ante la opinión de un congresista estadounidense, en el programa televisivo “Todos Unidos” del espacio de Sábados Gigantes, para quien el pueblo norteamericano ha sido un pueblo pacífico que no agrede a otras naciones, pero que ha sido agredido, Ramírez Caro plantea, que basta con no tener memoria, hacerse el de la vista gorda o ser un fanático, para externar una opinión como la de ese congresista. Se pone en evidencia con esa opinión, que no existe mundo más allá de sus narices y que no hay mas realidad que la suya. Y el papel que han jugado, la gran mayoría de los medios masivos de comunicación en los Estados Unidos y en otros países de la tierra, a través de los voceros de ese gobierno; ya sea a través de los miembros de que conforman ese gobierno con el presidente George W Bush a la cabeza o, a través de los dueños y empresarios de los grandes medios de comunicación; ha pasado por el tamiz de presentar al gran patrón como manso corderito, como víctima de los feroces ataques de gente desalmada. Discurso que va más allá y convierte a la víctima en salvador y vengador de la raza humana. El ataque a ese país, es transformado en un ataque a todos los pueblos libres, democráticos y civilizados de occidente. Un ataque contra los Estados Unidos, es un ataque contra todos los seres humanos. Por más limpio, inocente y victima que lo quieran presentar, tanto sus portavoces gubernamentales como los empresarios y dueños de los medios de comunicación

¹⁰⁰ Ibíd. Pág. 7-8.

masivos; afortunadamente, la historia nos recuerda que los Estados Unidos han sido el país que más se ha entremetido en la vida de los pueblos que procuraron y aun procuran por su autodeterminación¹⁰¹.

Esa forma estratégica y bien maquinada, que utilizan los Estados Unidos para generalizar cualquier tipo de sucesos que desafíen sus intereses –tal como ocurrió con los atentados del 11 de septiembre de 2001- y hacerse doliente de todos los pueblos de la tierra, es la que de igual forma vienen haciendo uso algunos gobiernos y grupos de poder en los países latinoamericanos. Apuntando a este tipo de estratagemas, Ramírez caro nos plantea que con esta construcción de los Estados Unidos como la manifestación de todo lo humano, sucede lo que es frecuente con quienes detentan el poder en los países latinoamericanos: si a uno de los gobernantes se les muere un pariente, se declara luto nacional; el dolor de unas elites se vende como el dolor de toda la nación. Si un terrorista amenaza al presidente, se le hace sentir a cada ciudadano que su vida también peligra. Si a un alto dignatario le son violados sus derechos fundamentales –algo que no es usual-, de inmediato los medios masivos de comunicación propalan que el agredido ha sido el país entero. Los intereses de una sola persona o de un solo país, se presentan como si fueran los intereses de todas las personas y de todos los países¹⁰².

Otro aporte que nos brinda elementos para analizar toda la urdimbre mediática que los noticieros y los espacios editoriales de la Radio Cadena Nacional (RCN), han hecho en torno a la política de “seguridad democrática de Álvaro Uribe Vélez, no los brinda Mirla Villadiego al analizar el manejo que hicieron los medios de comunicación masivos durante los atentados del 11 de septiembre en los Estados

¹⁰¹ Ibíd. Pág. 9.

¹⁰² Ibíd.

Unidos. Hay un aspecto que para ella es focal en ese manejo informativo: el impacto psicosocial que se busca generar, para invisibilizar a las voces que no están de acuerdo con las políticas guerreristas, que unos cuantos sectores de la sociedad norteamericana pretenden imponer a toda costa.

Uno de esos elementos psicosociales que estuvo en juego permanentemente y que el gobierno estadounidense trató por todos los medios de diezmar, lo retoma Villadiego a partir de Herbert Marcuse, quien plantea lo siguiente: “como consecuencia de la represión a la posibilidad de una realización plena de la condición humana, los individuos manifiestan una gran agresividad que, si no es reconducida o funcionalizada por mecanismos alienantes, puede convertirse en una fuente de subversión y aniquilación del orden establecido”. Este planteamiento se hace pertinente a la luz de las observaciones de Francisco Sierra Caballero sobre la política informativa de los Estados Unidos y en la que para él, se hace un uso intensivo de la información y la propaganda para poder contrarrestar las voces disidentes de algunos sectores de la opinión pública que se resisten frente a algunas acciones de la política nacional e internacional de ese país. Precisamente para catapultar esa política, el gobierno norteamericano diseña un discurso, en que la posibilidad de una discusión abierta sobre las verdaderas causas del terrorismo, es sustituido por la insistencia de los medios en la personalización de sus actores y en la invalidación de sus acciones como actos irracionales producto del fanatismo religioso¹⁰³.

El anterior planteamiento, al ponerlo en el plano de la política de “seguridad democrática” que implementó Álvaro Uribe Vélez durante dos periodos consecutivos de gobierno, muestra la forma sistemática y direccionada de los

¹⁰³ VILLADIEGO PRINS, Mirla. Comunicación masiva y terrorismo. Elementos para el debate y la investigación. 2002. Pág. 21.

medios informativos de la Radio Cadena Nacional (RCN), para posicionar en el televidente, a ciertos actores del conflicto armado que desangra a Colombia desde hace sesenta años aproximadamente. Al hacerlo, descargan todos los medios habidos y por haber, para señalar a los grupos subversivos; específicamente a las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC-EP) como único causante de esa violencia que no deja marchar al país por los cauces del desarrollo, del progreso. Desde la stampa informativa que le ha sido característica a esta casa periodística durante esa política de gobierno, el debate a profundidad sobre la situación social, política y económica que ha sido el mal endémico de Colombia brilla por su ausencia.

Siguiendo con los planteamientos que Villadiego retoma de Sierra Caballero, además de las anteriores medidas que los gobiernos líderes del Nuevo Orden Mundial han tomado, también han servido los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001 para fortalecer la política de seguridad nacional estadounidense, la cual asigna grandes presupuestos para reprimir cualquier manifestación que sea transgresora del orden o represente una amenaza para su supervivencia¹⁰⁴. Al ver esto a la luz de la política de “seguridad democrática” en Colombia, nos topamos inmediatamente, que ella ha servido para incrementar el presupuesto del ministerio de defensa a unos montos que nunca se habían dado. Además de ello, esa política de seguridad ha servido para que los Estados Unidos incrementen la ayuda militar a través del “Plan Colombia”. Cooperación que está basada –según el convenio suscrito entre los dos gobiernos- para erradicar y contrarrestar el narcotráfico en algunas zonas del país, pero que en la realidad, ha servido para fortalecer militarmente a las Fuerzas Armadas de Colombia en su lucha contra el grupo subversivo de las FARC.

¹⁰⁴ Ibíd. Pág. 21.

Cuando Mirla Villadiego pasa a examinar lo concerniente a las lógicas, a las dinámicas del terrorismo y el papel que juegan en todo esto los medios masivos de comunicación, se apoya en el análisis que hace Miquel Rodrigo Alsina. Este investigador plantea cuatro tipos de discursos que operan en los medios:

- El discurso oficial, en el que son prioritarios las voces de los funcionarios del gobierno para condenar y criminalizar las acciones terroristas.
- El discurso alternativo, que sin tomar partido por algún sector, busca generar una comprensión amplia de las causas, las manifestaciones y consecuencias del terrorismo.
- El discurso de la oposición, que poniéndose del lado de los terroristas, pretende justificar sus acciones.
- El discurso populista, que sugiere límites a la represión que el estado pretende hacer del terrorismo, como una forma de salvaguardar los derechos y libertades civiles¹⁰⁵.

Para el caso de la forma como la Radio Cadena Nacional (RCN), construye la información que se emiten en los noticieros –y también en los espacios editoriales o de opinión, pero que hemos omitido para este análisis- sobre la política de “seguridad democrática”, es evidente que sólo han servido para mostrar el discurso oficial; sus portavoces gubernamentales y no gubernamentales, encuentran en ese medio, un terreno expedito e inmejorable para lanzar contra viento y marea esa política, cuyo componente principal es la confrontación armada hacia los grupos guerrilleros y específicamente, focalizada en provocar la derrota

¹⁰⁵ Ibíd. Pág. 24.

militar de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia-Ejército del Pueblo (FARC-EP) . Por el contrario, los planteamientos discursivos de quienes discrepan o le hacen reparos a esa política de gobierno, son marginales o casi inexistentes en esos espacios televisivos; nunca permiten el debate y la argumentación desde varios puntos de vista, desde reflexiones que muestren los espectros sociales, económicos y políticos que han sido y aun lo siguen siendo el combustible y la causa de esta confrontación que padece el país en su totalidad, pero sobre todo, que padecen los hombres y mujeres más excluidos de esta nación. Son ellos, los protagonistas y testigos fieles que desde las zonas rurales más apartadas y de quienes viven en los suburbios o en las zonas marginales de las grandes capitales de Colombia, padecen a diario los embates de esta guerra.

Según Villadiego, para Rodrigo Alsina un estudio en profundidad de estos discursos, revelaría la existencia de sentidos implícitos sobre los que se superponen los manifiestos. Estos sentidos tienen un carácter ideológico, en la medida en que no se limitan a hacer una descripción de los hechos, sino que al describir, interpretan, favoreciendo a uno de los puntos de vista en conflicto. Ese carácter ideológico de los discursos no se traduce sólo en el hecho de representar una visión del mundo, sino en su tendencia a justificar el ejercicio y legitimar la existencia de un poder. Apreciación que está en consonancia con la que plantea Francisco Sierra sobre las estrategias ideológicas desde las cuales se construye el discurso antiterrorista de los Estados Unidos, las cuales pueden identificarse o giran en torno a tres estrategias fundamentales y desde las cuales se revela la estructura ideológica del discurso. La primera, evidencia como los medios masivos de comunicación buscaron representar la guerra contra el terrorismo como una acción justa, desde la cual se defendía no sólo al pueblo sino también valores como la libertad y la democracia; sin cuestionar que, antes, los Estados Unidos habían violentado derechos como la autodeterminación de los pueblos. La segunda estrategia consistió, en construir relatos en los que se muestra la

situación internacional como caótica, anárquica y bárbara y en donde es necesario mostrar a los otros como los verdaderos responsables del desorden mundial, que amenazan la estabilidad y el orden planetario, demostrando que la actividad bélica es en defensa propia¹⁰⁶.

Cuando Mirla Villadiego, plantea el tema sobre las “dinámicas mediáticas” que se dan en los medios masivos de comunicación, muestra que el punto de vista de Rodrigo Alsina constituye solamente el punto de partida a una serie de estudios que consideran que la dinámica que los acontecimientos violentos imprimen a los medios, evidencia una crisis de la información y la comunicación, como bien lo han señalado entre otros, Ignacio Ramonet. La cual evidencia, que los medios se han constituido nuevamente en espacios de propaganda e intoxicación informativa que promueven la cultura pública belicista¹⁰⁷.

Entre los aspectos que resalta Villadiego sobre el rol que vienen ejerciendo los medios masivos de comunicación en hechos como los del 11 de septiembre en los Estados Unidos, es que esta crisis es generada por tres razones: la primera de ellas, es que los medios de comunicación han supeditado su producción informativa al valor de la inmediatez, impidiendo con ello un ejercicio reposado del periodismo que, como lo ha planteado la mexicana Maricruz Castro Ricalde, permita hacer de éste, una actividad responsable en donde sea posible confrontar las fuentes y verificar de primera mano los hechos. La segunda tiene que ver y, como lo ha señalado Noam Chomsky, que alejados del análisis y de la serena reflexión, los medios de difusión existen principalmente para cumplir la misión que les indique el gobierno y no para producir un correctivo o expresar disconformidad,

¹⁰⁶ *Ibíd.* Pág. 24.

¹⁰⁷ *Ibíd.* Pág. 25.

colocando de este modo a la información como una extensión de las estrategias militares¹⁰⁸.

Cuando Villadiego aborda lo que denomina como “regímenes de visibilidad”, acude a la postura de Jorge Iván Bonilla, quien siguiendo a Norberto Bobbio, ha señalado que una de las paradojas de las democracias es enfrentarse a momentos excepcionales de concentración del poder que, como en las guerras reivindican lo invisible. En la medida en que la guerra, en tanto situación excepcional que apela a la violencia organizada, está ligada a decisiones que se toman en el marco de la “razón de Estado” (lo que al Estado le está permitido hacer) o, en todo caso, en círculos cerrados de elites y expertos que toman decisiones, siempre con la esperanza de vencer; en esa medida, ella también requiere de zonas opacas de visibilidad pública que habiliten a los guerreros a actuar sin ser vistos, esto es, a matar sin morir, a engañar sin ser engañados, a difamar al enemigo sin que este se defienda y a derrumbar la moral y el apoyo público del otro sin que este pueda echar al piso el apoyo público a las acciones propias. La visibilidad que los medios proporcionan a la información sobre la guerra está también por el tipo de fuentes que son consultadas para la elaboración de la información y que justamente representan las voces de los expertos, especialistas, analistas militares, políticos y guerreros del establishment. Sin duda esta situación tiene como consecuencia –como también lo han señalado otros autores como Francisco Sierra- la reducción de las posibilidades de que exista un debate público en el que se examinen abiertamente las implicaciones de la guerra para las sociedades¹⁰⁹.

¹⁰⁸ Ibíd. Pág. 25-26.

¹⁰⁹ Ibíd. Pág. 26.

Al tratar el tema sobre las relaciones entre los medios de comunicación y los públicos durante el cubrimiento de las acciones terroristas, Villadiego (2002), acota que las pocas investigaciones que se han realizado parten del supuesto del poder de la información para manipular, controlar, enmascarar o dirigir las opiniones y comportamientos del público receptor de medios frente al terrorismo. No es de extrañar entonces, que a la información manipulada por el gobierno estadounidense sobre el terrorismo, Francisco Sierra le atribuya cierto poder para generar en el ciudadano un sentimiento de temor que pueda ser funcional a favor de movilizar una fuerza militar que aniquile cualquier intención de vulnerar el bienestar y los derechos de los ciudadanos de ese país. Este planteamiento, bien puede ser sustentado desde los estudios que se integran en torno a hipótesis de la agenda setting, según la cual los medios no le dicen a los públicos qué pensar pero si les sugieren acerca de qué cosas pensar.

Para los investigadores que se ubican en la versión generalizada de esta perspectiva de análisis, los medios tienen la posibilidad de pasar los temas de sus agendas a las agendas del público, consiguiendo con ello generar una influencia que habla del poder de los medios para producir efectos de persuasión, que logran traspasar las barreras que el individuo impone cuando logra activar los mecanismos psicológicos selectivos, las predisposiciones y contrapresiones o cuando ejerce la actividad de extraer solo las gratificaciones que le interesan de la información.

Con respecto a lo ocurrido con los atentados del 11 de septiembre de 2001 en los Estados Unidos, Villadiego (2002), plantea que en ese país, la gran cantidad de información que se elabora sobre las acciones terroristas y sus autores materiales e intelectuales, produjo, como bien lo señalaron analistas como Hernando Gómez Buendía, una confusión de sentimientos de rabia, miedo y orgullo nacional en

buena parte del pueblo estadounidense. A su vez, esta mezcla de sentimientos terminó haciendo emerger lo que Gerardo Reyes denominó como un patriotismo ciego, gracias a la cual una gran cantidad de norteamericanos se unieron para defender su nación y los principios que ella encarna.

Para seguir aportándole al tema que nos concita, traemos en esa misma línea de análisis el enfoque propuesto por Miquel Rodrigo Alsina (2002), para quien la utilización de los medios de comunicación con fines políticos es una constante desde principios del siglo XX. El semiólogo y lingüista Noam Chomsky nos recuerda que en 1916 se produjo la primera operación de propaganda política para convencer a los Estados Unidos de entrar en la Primera Guerra Mundial. Sin embargo, es después de la guerra del Vietnam, cuando ese país es consciente de que en toda operación bélica no solo es necesario convencer a la opinión pública nacional e internacional de la necesidad de la acción, además, también es imprescindible controlar la información y, en especial, las imágenes del conflicto; sobre todo, aquellas imágenes que son susceptibles de convertirse en iconos, en imágenes símbolo representativas de la síntesis emocional del conflicto.

Entre los autores en que se apoya Alsina para dar cuerpo a sus reflexiones, retoma del sociólogo y analista urbano Manuel Castell sus enfoques sobre algunas características en que hoy se soportan las guerras. Y para efectos del análisis mediático en que se han tornado los medios masivos de comunicación, retoma la característica que se basa en que la guerra debe ser limpia, esterilizada, y mantener la destrucción, incluso del enemigo, dentro de unos límites razonables; además debe ocultarse lo más posible de la opinión pública, así que, en consecuencia, han de mantenerse estrechamente unidos, tanto el manejo de la información, como la creación de imágenes y las actuaciones bélicas. Y allí, el interés pasa fundamental por destacar precisamente este último punto. Si bien en

las guerras de principios del siglo XX era importante el papel de la comunicación, a finales de ese siglo se convierte en un elemento más de la estrategia militar; y esa estrategia del control de la información implica distintas tácticas que se podrían sintetizar en tres tipos de actuación:

- Dar información que no informa.
- No dar ninguna información.
- Dar información falsa.

Acudir al black-out (el silencio informativo), no es posible porque, se necesita del apoyo de la opinión pública y, una posible salida que de vía expedita al propósito de posicionar una política, es acudir a la táctica de la hiperinformación. Con ella, se trata de alimentar a los medios de comunicación con gran cantidad de datos y de imágenes; sin embargo, paradójicamente, este volumen excesivo de información supone un infraconocimiento, ya que no siempre información es sinónimo de conocimiento. Cuando la información que se transmite pasa del hacer saber hacia el hacer creer (la persuasión) y el hacer sentir (el sensacionalismo emocional), se puede ocultar. Lo que sucede si se muestra una sola parte de lo que sucede, aunque sea la más llamativa. Saber no es simplemente ver, como a veces pretende el discurso televisivo. Saber es entender, es comprender el acontecimiento, comprender causas y consecuencias, asumir la existencia de distintas interpretaciones, etc. Por el contrario, la saturación de información indiscriminada, anecdótica y espectacularizada, produce más confusión que conocimiento. El no dar información es otra de las posibles tácticas. Esta característica está impregnada de la censura y de la autocensura. La primera, además de tachar algunos párrafos de las crónicas, se trata de un autentico dirigismo de la información, controlando las fuentes mismas, limitando el punto de

vista del periodista y suministrando información desde instancias oficiales, políticas y militares.

Para Alsina (2002), todo esto produce una gran desconfianza en los medios de comunicación y, sobre todo, en la televisión. Se empieza a poner de manifiesto que los medios también mienten. Retoma los análisis que hace Ramonet al respecto, para quien los medios han entrado en una era de la sospecha: escepticismo, desconfianza e incredulidad. Tales son los sentimientos dominantes entre los ciudadanos respecto a los *mass media*, y muy particularmente a la televisión. Confusamente, se percibe que algo no marcha en el funcionamiento general de la información.

Uno de los tantos elementos que explica el trabajo periodístico es su destinatario. Estudiosos de las áreas de la sociología y de la antropología suelen escribir pensando en otros especialistas, no necesariamente de su propia cultura; mientras que el periodista tiene una audiencia que necesita comprender, de acuerdo con sus propios marcos de referencia, lo que acontece en contextos muy distantes y distintos. Para hacer los acontecimientos comprensibles, cuando los medios de comunicación reciben el material informativo, los adaptan a los patrones culturales de su audiencia. A pesar de que puedan existir comunidades interpretativas en una cultura, los medios suelen aproximarse a la interpretación hegemónica o, al menos, fácilmente consensuable. Además, los medios de comunicación establecen un horizonte espacial cognitivo y emotivo por el que se establecen unas fronteras que marcan los límites entre el nosotros y el ellos, que es muy claro en el periodismo bélico. Es decir, los medios de comunicación suelen tomar partido en el conflicto bélico. Este tipo de información se hace a partir de una expectativa determinada. Así, se instituye un espacio mental y un espacio sentimental, que son el anverso y el reverso de una misma construcción cultural.

El primero, establecerá con quienes estamos y quiénes son los otros, mientras que el segundo, llenará esta mismidad y otredad de valores. Por ejemplo, el espacio sentimental establecerá la justicia de las actuaciones propias y estigmatizara al enemigo. Así, se fomentará la afiliación emocional de los propios procesos personales de identificación simbólica¹¹⁰.

Según Alsina (2002), en el periodismo bélico parece imprescindible identificar y calificar al enemigo. Además, se suele construir la figura del enemigo llena de negatividad. Las narraciones bélicas periodísticas solo permiten la identificación simbólica con un bando. Es cierto que por las limitaciones que se han podido apreciar, para los periodistas no siempre es fácil construir una alteridad exenta de connotaciones negativas. Pero en la opinión pública, algunas voces críticas se alzan en contra de esa imagen simplificadora del otro. Si a esto se suma la manipulación que propicia el periodismo bélico, cabe preguntarse hasta que punto todo esto no atenta contra la clave de bóveda del periodismo informativo que es la credibilidad.

Para Alsina (2002), los medios de comunicación, en su propuesta de contrato pragmático-fiduciario, se autorepresentan como simples transmisores de la realidad social, y al mismo tiempo, se presentan ubicuos y omniscientes. Pero, poco a poco, se va comprendiendo que los productores de la información lo que hacen es interpretar los fenómenos sociales. Describiendo la realidad social, la interpretan. Esta construcción de la realidad se hace a través de estrategias discursivas que son invisibles a los ojos del lector ingenuo. En general, a los ojos del lector ingenuo, el periodista debe construir un discurso veridictorio que parezca verídico. Para ello cita las fuentes utilizadas y convierte la noticia en algo

¹¹⁰ ALSINA, Miquel Rodrigo. El periodismo bélico o la guerra al periodismo. 2002. Pág. 47.

verificable. Se vale de la estrategia de usar las comillas, para poner en boca de los protagonistas sus declaraciones y así juzgar la objetividad de su trabajo. Estructura la noticia de forma canónica, recogiendo en primer lugar lo datos que se consideran esenciales del acontecimiento. A veces, también aporta multitud de pruebas anecdóticas suplementarias, para dar la impresión de que conoce hasta los detalles más nimios de lo que ha sucedido. En definitiva, trata de crear un efecto de verosimilitud que, sin embargo, no es garantía de veracidad. Lo que hace un periodista, es interpretar la realidad a partir de unas limitaciones personales y profesionales. Las limitaciones profesionales hacen referencias al medio de comunicación para el que trabaja y a la proyección social de su actividad.

Buscando aportarle más elementos analíticos a la forma como se estructura la información en un medio masivo tan representativo y en quienes las personas depositan mucha credibilidad, nos parece pertinente los argumentos que propone el analista Jorge Bonilla (2002), para quien las confrontaciones armadas no están asociadas únicamente con la movilización de la violencia organizada y de sus armamentos de destrucción para derrotar o imponer la voluntad al enemigo, sino con la capacidad de gestionar en la esfera pública marcos de interpretación que buscan el control hegemónico de la representaciones simbólicas de la sociedad. Dicho de otra forma, en la lucha política contemporánea –y la guerra es una forma extrema de la lucha política– en la que se enfrentan antagonistas de diversa índole, no solo se movilizan recursos tecnológicos, armamentos y ejércitos, sino que también se gestionan significados, en tanto que se trata de un proceso en el que no hay exclusivamente maquinas de destrucción y muerte, sino de producción de sentidos.

De los anteriores planteamientos, se desprenden dos premisas básicas. En primer lugar, que la guerra puede ser entendida como un estado de hostilidad de carácter excepcional, sangriento, colectivo y organizado que establece un aparato de figuración (Michaud), un régimen comunicativo (Brunner) o, si se prefiere, unos regímenes de invisibilidad (Imbert), que reivindican para sí zonas de expresión y visibilidad pública opacas. En estas zonas de opacidad, los periodistas y los medios de comunicación están involucrados en complejas relaciones de desigualdad, consenso, censura, control, oposición, autonomía, independencia o subordinación con otros agentes con capacidad comunicativa –individuos, grupos e instituciones- quienes a su vez luchan no solo por acceder, hacerse visibles en la(s) esfera(s) pública(s), sino también por controlar, callar y administrar la información y la comunicación en tanto recursos escasos y estratégicos, fundamentales para la gestión político-militar de la guerra¹¹¹.

Para Bonilla (2002), el periodismo puede ser analizado como un campo intelectual y profesional que opera en un contexto más general, que es el de la sociedad y sus conflictos, con sus desigualdades y pretensiones por parte de los agentes e instituciones que la conforman, de alcanzar el consentimiento social. Como tal, es un campo que está organizado mediante un conjunto de normas, exigencias y regla internas, cuyo respeto garantiza su evolución y producción histórica. Pero además, está estructurado a la manera de una red múltiple de relaciones de autoridad, dominación, legitimidad, credibilidad, autonomía, consenso y oposición entre sus miembros e integrantes, para definir cuáles son los temas y problemas que deben ser objetos de atención y preocupación del campo. Ubicarlo desde estos dos campos, es importante porque permite plantear, como en estados de guerra y soberanías en disputa, donde como lo señala la socióloga e investigadora María Teresa Uribe, el poder institucional no es soberano, al menos en algunas

¹¹¹ BONILLA VÉLEZ, Jorge. Periodismo, guerra y paz. Campo intelectual periodístico y agendas de la información en Colombia. 2002. Pág. 54.

partes del territorio colombiano, y donde predominan la voluntad, por parte de sectores amplios de la colectividad nacional, de no someterse al orden estatal, manteniendo abierta la posibilidad de confrontarla, disputándola con las armas el dominio y el control del territorio; en estas circunstancias, el periodismo no es ajeno a los avatares y las arbitrariedades de esas confrontaciones bélicas. Por el contrario, se convierte en objeto de disputas por definir el contexto y sus orientaciones, lo que por cierto pone en juego la estabilidad institucional del campo periodístico y su relativa autonomía frente a otras esferas y agentes sociales.

De los tres puntos de análisis que plantea Bonilla sobre la segunda premisa, el tercer punto nos parece que aborda y aporta elementos conceptuales para la reflexión sobre el papel que han jugado los medios masivos de comunicación – tanto hablados como escritos-durante la política de seguridad democrática de Álvaro Uribe Vélez. Siguiendo esa tercera vía de análisis, el enfoque discurre en torno a la discusión sobre el campo intelectual y profesional del periodismo, basado en tres hipótesis que a continuación exponemos:

- Las agendas de guerra y paz se están confeccionando según un modelo de prensa sensacionalista que, a pesar de lo cuestionable y limitado, tiene variantes de visibilidad pública que no se deberían subestimar.
- En contextos donde la seguridad del estado se encuentra amenazada, los esquemas de control y censura, son contraproducentes para lograr el consentimiento social de los medios de comunicación y los periodistas a favor del estado.
- En órdenes sociales fragmentados, donde la soberanía y la hegemonía de las representaciones simbólicas están en disputa, las definiciones sobre la guerra y la paz son variadas, ambiguas y ambivalentes; es decir, no proceden de un solo

centro-raíz, lo que puede plantearle posibles aperturas informativas a los medios de comunicación¹¹².

Sobre el rol del periodismo profesional, ético y comprometido con las temáticas sociales, Bonilla plantea que por otra parte, hay un debate sobre el profesionalismo que no es reducible a un asunto de buena o mala preparación. Este debate se podría plantear con la siguiente pregunta: ¿es posible seguir apelando a los principios fundacionales del periodismo liberal moderno, que insisten en definir el rol democrático de los medios de comunicación en tanto foro de debate público, que debe estar abierto a diferentes voces que conforman la sociedad?. Principios que además proponen comparar a los periodistas como perros guardianes de la democracia, que vigilan, controlan y denuncian los abusos y las arbitrariedades del poder. Son esos principios fundacionales del periodismo moderno los que han generado en los periodistas una autopercepción de que su trabajo se inscribe en una cultura de interés público. Y precisamente, quienes más han encarnado estos ideales son también quienes más persecuciones, amenazas, censuras, exilios y asesinatos sufren, tanto en Colombia como en el mundo entero. Así, el profesionalismo no solo se convierte en un camino para el rigor, la exactitud, la imparcialidad, el equilibrio y la objetividad, sino que tiene otra cara: hacer visible el poder oculto, que no acepta el periodismo crítico, autónomo, imparcial e independiente. De modo que un mayor profesionalismo también puede traducirse en un mayor riesgo¹¹³.

La segunda hipótesis planteada por Bonilla, la cual hace referencia a que en contextos de soberanías volátiles y ordenes sociales en disputa, donde la seguridad nacional aparece amenazada, la tentación de imponer controles

¹¹² *Ibíd.* Pág. 55-56.

¹¹³ *Ibíd.* Pág. 62-63.

censuras legales al campo periodístico por parte del poder político-militar central, puede ser contraproducente para lograr una gestión favorable del consentimiento social. Si lo que se quiere conseguir es el último fin, la posibilidad que habrá que buscar es la de un proyecto mediático-cultural que asegure el consenso por otras vías que no sean las de la restricción-represión, así como de dinámicas propias del mercado de masas que aseguren la desregulación de las obligaciones de servicio público de los medios de comunicación. A este respecto, existen investigaciones que afirman la posibilidad real para que en sociedades que perciben una amenaza real o ficticia contra el orden político y la seguridad ciudadana, los sectores con liderazgo político y cultural afrontan la permanente tensión de acudir a los beneficios relativos de la censura. Esto es, el cierre legal y formal de cualquier posibilidad de acceso y visibilidad pública en el sistema hegemónico de comunicación, de aquellos contra-públicos que son considerados una amenaza contra la seguridad: terroristas, delincuentes políticos, separatistas, entre otros. Este tipo de regulación, abre la posibilidad de legitimar un discurso oficial que suele acusar a los medios de comunicación de operar como unas cajas de resonancia y un teatro de operaciones, dedicados a amplificar las acciones y discursos de los grupos al margen de la ley. Así, cualquier entrevista, fotografía o imagen a este tipo de contra-públicos se considera altamente nociva, ya que esto o solo atenta contra la legitimidad del estado, sino que ofende a los ciudadanos de bien, vulnera los derechos de los más indefensos, como la población infantil, y concede ventajas estratégicas a los enemigos de la sociedad para llevar a cabo sus objetivos propagandísticos (construir la discusión a partir de los señalamientos que el gobierno de Uribe Vélez se dedicó a hacer de las personas y organizaciones que cuestionaron su política)¹¹⁴.

Esa tensión que se genera a partir de la censura impuesta a los medios masivos de información, puede llevar a consecuencias que impiden y anulan la libertad y

¹¹⁴ Ibíd. Pág. 66.

autonomía de la libre información. Para Bonilla, esto lo podemos observar en los planteamientos que hace el profesor Daniel Hallin de la Universidad de California en el sentido de que en situaciones en la que el consenso político prevalece, los periodistas tienden a actuar como miembros responsables del establishment, tomando la perspectiva política dominante y asumiendo que los valores de las autoridades son los valores de la nación en su conjunto. Por el contrario, en situaciones de conflicto y ruptura del consenso político, como la que se vivió en la guerra de Vietnam, los periodistas se vuelven más independientes e incluso asumen una posición contrapuesta, pese a que no pasaran las barreras de ese establishment político y continuaran escuchando de manera privilegiada la voz oficial¹¹⁵.

Entre los elementos que se deben considerar, con respecto al papel que juegan los medios masivos de comunicación, en estados que tratan de controlar a como dé lugar las informaciones en contextos de conflicto armado, esta dado por las características socioculturales, políticas y económicas en donde se dan estas situaciones. Para Bonilla, las dinámicas que se dan en un país con culturas políticas fragmentadas y no consensuales, permiten que se abra un abanico de posibilidades en donde aparecen resquicios y aperturas en los medios de comunicación, que favorecen unas libertades y autonomías que permiten tomar distancias con respecto al discurso oficial. Estas aperturas se han articulado a dinámicas propias del campo periodístico, en la que no todos los consensos apuntan –al menos hasta hoy- a favor de la guerra total. También se han asociado a posiciones de campo, que se niegan a seguir las ordenes de un discurso oficial que vive en la permanente tentación (sobre todo, a partir de la ruptura del reciente proceso de paz, entre el gobierno de Andrés Pastrana y el grupo subversivo de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, FARC-EP) de exigirle al periodismo que, además de obediencia, debe mostrar amor y fe, esto es, tomar

¹¹⁵ Ibíd. Pág. 67.

posición a favor de las instituciones y del estado, que es el que encarna y libra la guerra justa¹¹⁶.

Un analista e investigador del área de la lingüística como lo es Noam Chomsky, nos brinda elementos valiosos, por la lucidez para develar la forma como los sectores de poder, fuera o al interior de las estructuras estatales de un país, se valen de los medios de comunicación masivos para generar apoyos en momentos de crisis, para generar sentimientos y emotividad en las personas hacia causas de confrontación militar y otras. Es así, como para ese investigador la prensa se convirtió esencialmente en un instrumento de la política estatal; algo que si se mira con bastante cuidado no es de aparición reciente. Como por arte de magia, esto ocurre casi siempre que hay un conflicto militar, y cuando se produce una confrontación general. En gran medida, la prensa tiende a funcionar dentro del marco de la política estatal-empresarial de mutua relación¹¹⁷.

Otro de los elementos puntuales y debeladores, que nos muestra Chomsky en todo el engranaje que hay en torno a los poderes de los medios masivos de comunicación, es el peso que tienen en la fabricación de consensos. Ese autor los define como todos esos medios, vienes y estrategias que se utilizan para domar al rebaño desconcertado, el pueblo. La ve como una revolución emergente en el arte de la democracia. La premisa básica que hay allí imbricada con esa intención es la necesidad de dividir los medios de difusión, las escuelas y la cultura popular. Con ello, un grupo de privilegiados pretende inculcar, crear y posicionar sentidos hacia lo que ellos consideran que son los intereses comunes de la sociedad; el

¹¹⁶ Ibíd. Pág. 69

¹¹⁷ DWYER, Bernie. Terrorismo es una gran palabra. En: El Viejo Topo. Octubre, 2003. No 184-185. Barcelona. Pág. 13.

control del pensamiento, es lo que en últimas está tras de ello¹¹⁸. Ese control, soportado en la buena propaganda, lo que a fin de cuentas quiere es generar una consigna unilineal y que nadie esté en contra de ella; antes por el contrario, busca que todo el mundo esté a favor de ella. Cuando se busca que la imagen oficial penetre y sea bien entendida, uno de los medios o dispositivos que más se utiliza es el control de los medios de difusión, el sistema de enseñanza. Este espacio como otros institucionales, son espacios propicios para presentar una imagen del mundo que poco tiene que ver con la realidad. Por el contrario, la verdad del asunto se encuentra enterrada bajo un cumulo de mentiras¹¹⁹.

La publicidad y/o la propaganda como una estrategia poderosa para generar consensos y movilizar apoyos hacia intereses sociales, políticos y económicos a los que acabada de referirse Chomsky, no es un descubrimiento reciente; sobre eso, dos pensadores de la Escuela de Frankfurt, ya habían vertido reflexiones de la forma como los grupos de poder -en el contexto alemán y europeo de las últimas décadas del siglo XIX y de la primera mitad del siglo XX- encontraban un aliado poderoso para posicionar consensos políticos, ideológicos y de otra índole. Esos análisis hacen referencia a lo que Max Horkheimer y Theodor W. Adorno dieron en llamar como “La Industria Cultural”. Para ambos pensadores, esto pasa cuando la cultura es asumida como una mercancía paradójica. Se halla hasta tal punto sujeta a la ley del intercambio que ya ni siquiera es intercambiada. Se disuelve tan ciegamente en el uso mismo, que ya nos es posible utilizarla. Por ello se funde con la publicidad. La publicidad se convierte en el arte por excelencia, con el cual Goebbels, lleno de olfato, la había ya identificado: el arte por el arte, publicidad por sí misma para exposición del poder social. Tanto técnica como económicamente, la publicidad y la industria cultural se funden la una a la otra. Tanto en la una como en la otra, la misma cosa aparece en innumerables lugares,

¹¹⁸ CHOMSKY, Noam. El control de los medios de difusión. Los espectaculares logros de la propaganda. Actos de agresión. Editorial Crítica. Barcelona, España. 2004. Pág. 14-16.

¹¹⁹ Ibíd. Pág. 24-25.

y la repetición mecánica del mismo producto cultural es ya la repetición del mismo motivo propagandístico. Tanto en la una como en la otra, la técnica se convierte en psicotécnica, en técnica de la manipulación de los hombres. Se trata siempre de subyugar al cliente, ya se presente como distraído o como resistente a la manipulación¹²⁰.

Desde esa concepción de publicidad, articulada a lo que esos dos pensadores dan en llamar la industria cultural, la reflexión nos lleva a pensar, si acaso todo ese despliegue estratégico, a través de diferentes instancias que han sido utilizado durante los ocho años de gobierno de Álvaro Uribe Vélez (2002 a 2010) para posicionar la política de seguridad democrática en vastos sectores de la sociedad, no se hizo a costa de asumir a los otros como mera mercancía, como algo transable, intercambiable, negociable. Lectura que se desprende al pasar la vista por los análisis que hemos hecho, en donde la información al caliente y de última hora –en el argot periodístico es llamada “una chiva”- al concitar la atención de un gran público, opera como un resorte de inigualable valor económico, social y político.

Un elemento que juega un papel fundamental en las tramas que se urden en torno a la publicidad es el lenguaje, el elemento simbólico por excelencia de la especie *Homo sapiens sapiens*. Porque para Horkheimer y Adorno, ahí radica gran parte del secreto para que la publicidad logre su cometido –las imágenes hacen la otra parte-, lo abordan, así sea brevemente, en su ensayo sobre la industria cultural. Para ellos, a través del lenguaje con el que se expresa, el cliente mismo contribuye también a promover el carácter publicitario de la cultura. La expresión americana *fad*, para modas que se afirman y propagan como una epidemia – promovidas por potencias económicas altamente concentradas-, designaba el

¹²⁰ Ibíd. Pág. 208-209.

fenómeno mucho antes de que los directores de la propaganda totalitaria dictasen poco a poco las líneas generales de la cultura. Si un día los fascistas alemanes lanzan desde los altavoces una palabra como “intolerable”, todo el pueblo dirá el día siguiente esa palabra. Siguiendo el mismo esquema, las naciones que constituyeron el objetivo de la guerra relámpago alemana han acogido en su jerga esa palabra. La repetición universal de los términos adoptados para las diversas medidas termina por hacer a estas de algún modo familiares, lo mismo que en tiempos del libre mercado el nombre de un producto en la boca de todos promovía su venta. La ciega repetición y la rápida difusión de palabras establecidas relacionan la publicidad con las consignas del orden totalitario. Innumerables personas utilizan palabras y expresiones que, o no entienden ya, o las utilizan sólo por su valor conductista de posición, como símbolos protectores, que al fin se adhieren a sus objetos con tanta mayor tenacidad cuanto menos se está en condiciones de comprender su significado lingüístico. El lenguaje y el gesto de los oyentes y de los espectadores, se hayan impregnados por los esquemas de la industria cultural, hasta en matices a los que hasta ahora ningún método experimental de investigación ha podido llegar más fuertemente que nunca hasta ahora. La libertad en la elección de la ideología, que refleja siempre la coacción económica, se revela en todos los sectores como la libertad para siempre lo mismo¹²¹.

A través del rastreo histórico que hacen Asa Briggs y Peter Burke en el texto “De Gutenberg a Internet. Una Historia Social de los Medios de Comunicación”, también se puede ver la forma como los sectores de poder y con intereses hacia proyectos sociales, políticos y económicos, encuentran en los medios masivos de comunicación existentes para finales del siglo XIX y principios del siglo XX, una estrategia muy potente para movilizar y generar consensos en la población que ese recurso mediático les permitía: la propaganda. Estrategia que no ha dejado de

¹²¹ Ibíd. Pág. 210- 212.

ser utilizada, desde la creación de medios masivos de comunicación con alto poder de movilización como son la radio, la prensa, el cine, la televisión, el internet, entre otros.

El empleo de algunos medios masivos de comunicación y, a través de ellos, la explotación que empezaron a hacer sectores de poder para posicionar proyectos y políticas específicas con impactos sociales, políticos y económicos; nos lo muestran Briggs y Burke (2002) al encontrar en ese rastreo histórico, que solo en virtud de una serie de inventos del periodo comprendido entre la última década del siglo XIX y las dos primeras del siglo XX –algunas de las cuales fueron producto de cuidadosa investigación científica, mientras que otros se vieron estimulados por circunstancias especiales de la I Guerra Mundial, en la que se empleo la radio con fines militares-, fue posible escribir en términos de tamaño de audiencia¹²².

La visión futurista que abrigaban los medios masivos de comunicación, en cuanto a potencial de publicidad, que algunas mentes incisivas logaron ver, para movilizar masivamente hacia fines específicos a los consumidores de los medios para ese contexto histórico al que nos referimos en el párrafo anterior, Briggs y Burke lo rescatan de ese rastreo histórico por lo determinante que ha sido y aun lo sigue siendo para movilizar apoyos y consensos hacia políticas específicas. Para ellos, un aspecto que se debe resaltar del contexto que se vivió con el invento de la radio es la visión futurista en cuanto a la masificación –gracias a la publicidad- que permitió este medio de comunicación. En este sentido, es más que pertinente señalar la visión del norteamericano David Sarnoff (1891-1971) al respecto. Pensaba que la transmisión radiofónica, aunque todavía no usaba la palabra *broadcasting*, que a semejanza de “cultura” y “cultivo” no derivaba de la tecnología o de la industria, sino de la agricultura: se llamaba *broadcast* a la semilla dispersa

¹²² *Ibíd.* Pág. 177.

a voleo, no depositada en surcos ni en filas. Analogía que permite recrear, ese paso de una radio pensada en sus comienzos con un tipo de uso más social y comunitario o de estrategia militar, a uno insertado en las posibilidades económicas, en el negocio que brinda la publicidad. Al comienzo como hemos visto, se pensaba que la dispersión era una desventaja comercial, pero cuando se empezó a concebir la transmisión (*broadcasting*) como medio de comunicación, la desventaja se transformó en punta de apoyo. Sin embargo, es de aclarar que quien más influyó en este auge de la publicidad en la radio fue el británico Arthur Burrows (1882-1947); para él “no había ninguna dificultad técnica en que una emprendedora agencia de publicidad dispusiera de intervalos en el programa musical para llenarlos con anuncios audibles, llamamientos patéticos o convincentes –en tono adecuado- en nombre de un jabón o de una salsa Ketchup¹²³.

Como cualquier bien o recurso que es apetecido por sus grandes valores o potenciales, ya sea que con él se logren grandes ganancias económicas, o, que sirvan como mecanismos que inciden en la superestructura de la sociedad; las pujas por su control y dominio han estado al orden del día. Así lo testimonian Asa Briggs y Peter Burke cuando plantean que en la medida que la radio se hacía más útil social, política y económicamente, las tensiones sobre su uso y las regulaciones que empiezan a darse dejan ver las luchas por controlar ese medio; y sitúan esta situación tomando como fecha el mes de octubre de 1916, cuando la Radio Corporation of América (RCA), versión civil del monopolio militar que había controlado la radio durante la guerra”, compró todas las patentes de Marconi. Esta compañía, con apoyo gubernamental, estableció estrechas relaciones con AT&T, con General Electric y con Westinghouse, productoras de aparatos de radio civiles; pero tanto aquellas como estas tenían que preocuparse no sólo por las patentes y los competidores, sino también por las aspiraciones de la competencia

¹²³ Ibíd. Pág. 178-182.

a acceder al espectro radial del gobierno –y sobre todo de las fuerzas armadas- y de un ejército pacífico y ya enorme de radioaficionados que ya contaba con batallones al otro lado del Atlántico¹²⁴.

En torno a esta posibilidad que brindaba la publicidad es que nace la BBC en Gran Bretaña en 1922, empresa que se crea como monopolio en gran parte por razones técnicas, no obtuvo sus ingresos iniciales de la publicidad, sino de las regalías o de las ventas de aparatos de radio y de los derechos de uso. Por el contrario, la radiofonía norteamericana se iniciaría de otra manera. En 1922 se produjo un notable boom de la radio, que se describió del mismo modo que el boom de los canales y el de los ferrocarriles: como una manía. Es así como en mayo de 1922 el Departamento de Comercio había concedido más de trescientas licencias de transmisión, incrementándose a finales de ese año. En medio de esa dinámica, es que surgen poderosos consorcios que marcarían el auge de este medio de comunicación en los Estados Unidos. La primera de ella fue la National Broadcasting Company (NBC), creada por Sarnoff como de “servicio público”; la segunda fue la Columbia Broadcasting System (CBS), creada por William Paley (1901-1990)¹²⁵.

Ese aspecto estratégico que abrigan los medios masivos de comunicación como lo es la publicidad y, todo el potencial inconmensurable que hay en ella en lo social, en lo político y en lo económico, no pasó desapercibido por el ojo avizor de una instancia con mucho poder: las corporaciones. La huella de esas instituciones por controlar tan fabuloso recurso y, el valor nada despreciable que encuentran en esos medios para incrustar la publicidad; publicidad que no solamente pasaba por

¹²⁴ Ibíd. Pág. 178-179.

¹²⁵ Ibíd. Pág. 182- 184.

el mercadeo de productos y los réditos económicos que ello produce, sino también, por su potencial para incidir en el modelamiento mental de quienes los consumen, eso que en términos marxistas se llama la superestructura. Así como en un primer momento ese agudo olfato de las corporaciones pone sus ojos sobre la radio, posteriormente, hacen lo mismo con otros medios de igual o de mayor potencia para los fines que hemos esbozado; tal cual sucedió con el cine, la televisión, el internet y otros. Esta situación, la soportan Briggs y Burke en el rastreo histórico que han hecho de los medios masivos. Ellos encuentran, que de la misma forma que aconteció con los otros medios masivos de comunicación –se refieren básicamente a la radio-, el corporativismo, inmediatamente vio en el cine un área expedita para producir ganancias, ya sus inicios están apalancados por el surgimiento de conglomerados empresariales como La Columbia Phonograph Company, La Victoria Talking Machine Company creada en 1901; ambas con el monopolio de esa industria en Norteamérica; mientras que en Europa continental surgirían compañías en ese ramo como la Pathé Freres en Francia, constituida en 1898 y que produjo gramófonos de cilindro antes de cambiar a los discos en 1906.¹²⁶

Un medio masivo de comunicación, que en sus inicios se sostiene gracias a la publicidad, logrando un mayor auge sobre los medios que lo antecedieron es la televisión. Según Briggs y Burke (2002), la distribución y comercialización en masa de los receptores de televisión empezaron a ponerse en venta a finales de los años veinte; en ese momento, en Gran Bretaña la atención se centraba en el invento particular del escocés nacido en Helensburgh John Logie Baird (1888-1946), hijo de un pastor protestante; y a consecuencia de la falta de recursos para continuar con ese proyecto, vio en la publicidad una fuente importante para sostener este y otros proyectos, y en consecuencia, hizo más que ninguna otra persona a favor de la introducción de la publicidad en la televisión a ambos lados

¹²⁶ Ibíd. Pág. 204-205.

del Atlántico. Con este medio se dio un paso más adelante en la masificación de los medios de comunicación y, quizás de una trascendencia mayor que la del cine, ocurre con la llegada de la televisión. Este nuevo medio cambia por completo las interacciones que se venían dando con el cine; si bien compartían algo en común –se podían apreciar en un solo medio las imágenes y el sonido-, el cine era un medio que sólo podía ser apreciado a través de los servicios de las grandes compañías, que poseían la capacidad económica para ofrecerlo a la audiencia; mientras que la televisión, con el correr el tiempo, ofrecía las posibilidades –tal como sucedió- a las personas comunes y corrientes, de poseerlo y recibir el servicio en sus casas¹²⁷.

Tal como ocurrió con la aparición y el auge de los anteriores medios de comunicación, la televisión tampoco escapó al ojo avizor de las grandes empresas corporativas, que vieron en ella –y mucho más que los anteriores medios- un magnífico aliado para la inversión económica. Ello es palpable, a raíz de la creación de compañías que iban naciendo a medida que la televisión se posicionaba en la sociedad. Veamos algunas de ellas: La Electrical and Musical Industries Ltd. (EMI), Marconi Wireless Company, RCA y Bair, la Philadelphia Battery Company, la BBC y otras. Briggs y Burke (2002: pág. 200) lo corroboran en su estudio en las siguientes palabras “desde el comienzo, todas las ventajas comerciales se decantaron del lado de la grandes organizaciones y no de los inventores individuales”.

Algo que vale la pena resaltar y que no puede pasar desapercibido en este análisis puntual sobre el control que han ejercido las corporaciones sobre los medios masivos de comunicación –y que no ha parado en el tiempo-; es que el nacimiento de esos medios, se hace al calor de cambios económicos, sociales y

¹²⁷ Ibíd. Pág. 198.

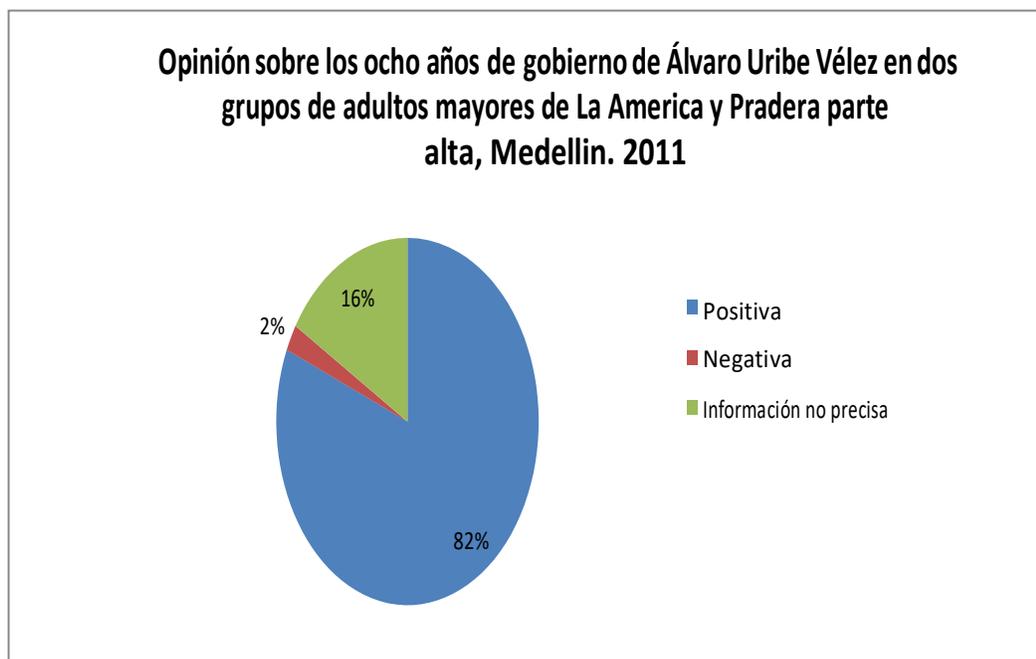
políticos que pondrían al ser humano y a la naturaleza en una tensión que hasta el momento, en los albores del siglo XXI no han sido posible que se zanjen satisfactoriamente. Para la muestra de lo dicho anteriormente, la Revolución Industrial, cuyo epicentro fue la Gran Bretaña en el siglo XIX, introduce nuevas formas en las relaciones del hombre con el trabajo y con el propio hombre, también una nueva forma de la explotación de la naturaleza cuyo impacto y depredación no ha dejado de parar, que se extenderían como polvo en el viento por todos los lugares de la tierra. Lo señalamos, porque ese embate que se da con esa revolución, también dejaría su impronta en las dinámicas y transformaciones que sufrirían los medios masivos de comunicación.

Esa forma en que se valen los medios masivos de comunicación y, en el caso específico que nos ocupa, del papel que desempeñaron los noticieros de la Radio Cadena Nacional (RCN), para potenciar niveles de apoyos en grandes sectores de la población colombiana en torno a la política de seguridad democrática que se implantó en el país –y que aun sigue prevaleciendo- durante ocho años consecutivos del gobierno de Álvaro Uribe Vélez (2002 al 2011), y que en el párrafos anteriores nos lo plantearon desde un análisis crítico Noam Chomsky, Max Horkheimer y Theodor W. Adorno y, desde un análisis histórico Asa Briggs y Peter Burke, al mostrar la forma como la publicidad y/o la propaganda fueron utilizados con fines políticos para generar consensos; situación que se puede ver en las respuestas encontradas en los cuestionarios llevados a cabo con dos grupos de la tercera edad de los barrios La América y La Pradera Parte Alta – comunas 12 y 13 de la ciudad de Medellín- y en las entrevistas que sostuvimos con algunas personas de esos grupos.

Fue así que ante la pregunta ¿Qué opinión le merece los ocho años de gobierno de Álvaro Uribe Vélez?, encontramos que de un total de 43 personas que

participaron, para 35 personas (82 %) fue positiva; fue negativa para 1 persona (2 %) y 7 personas (16 %) no suministraron información clara. Resultados estadísticos que se pueden observar en la gráfica 4.

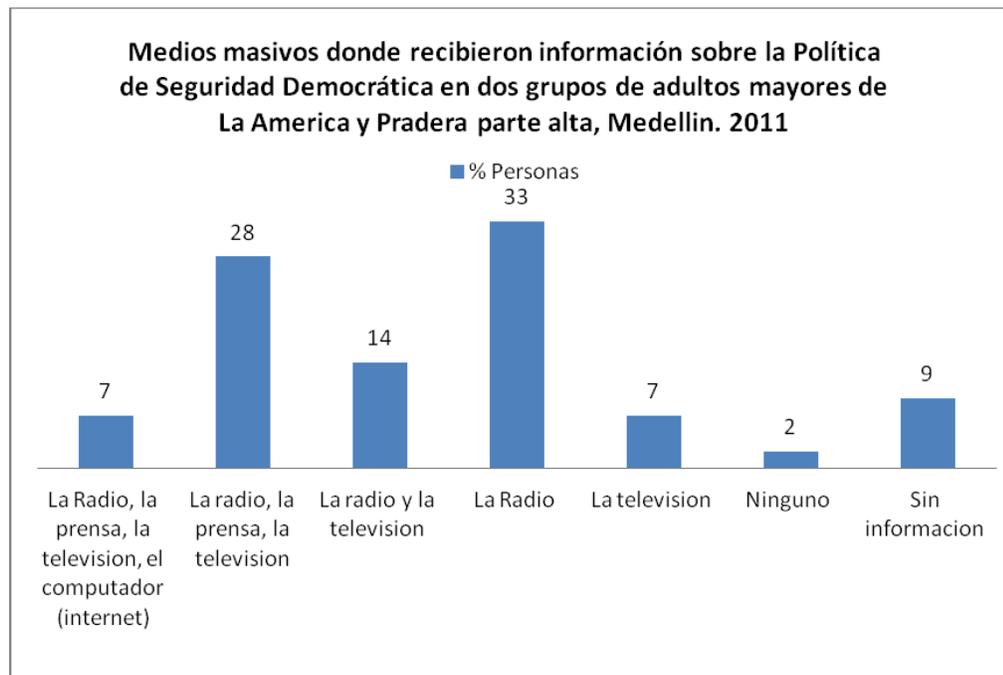
Gráfica 4. Percepción de los 8 años de gobierno de Álvaro Uribe Vélez (2002 a 2010) en dos grupos de la tercera edad de los barrios La América y La Pradera Parte Alta (comunas 12 y 13 de la ciudad de Medellín).



A la anterior pregunta y a los resultados arrojados, les era necesario y lógico articularla con una pregunta, que es el conector y el desencadenante para poner en tensión la sospecha sobre esa alta favorabilidad hacia la política de seguridad democrática que manifestaban las personas en los cuestionarios: una primera pregunta necesaria, era preguntar por ¿Cual fue el medio masivo de información donde recibió más información de ese proyecto político? Al hacer una revisión de los cuestionarios con respecto a esta pregunta, que indagaba en primera

instancia, sobre el contexto general de los medios masivos por donde recibieron esa información, encontramos que la variable de radio, prensa, televisión y computador fue seleccionada por 3 personas (7 %), la variable radio, prensa y televisión fue seleccionada por 12 personas (28 %), la variable radio y televisión fue seleccionada por 6 personas (14 %), la variable radio fue seleccionada por 14 personas (33 %), la variable televisión fue seleccionada por 3 personas (7 %), 1 sola persona (2 %) señaló no haber recibido por ningún medio masivo esa información y, en 4 personas (9 %) la información es ambigua. Estos resultados, muestran claramente que dos medios masivos como la televisión y la radio, sean observados y escuchados individual o en combinación con otros medios, tienen una preferencia muy marcada por sobre otros medios masivos de comunicación; a tal punto, que si sumamos la variable televisión combinada con las otras variables, vemos que su preferencia es de 24 personas (56 %) y si sumamos la variable radio en combinación con otras variables su preferencia es de 35 personas (82 %). Resultados estadísticos que se pueden observar en la grafica 5.

Gráfica 5. Medios masivos de información donde los dos grupos de adultos mayores de los barrios La América y La Pradera Parte Alta (comunas 12 y 13 de la ciudad de Medellín) recibieron información sobre la política de seguridad democrática.



La anterior pregunta, desencadenaba necesariamente hacia otra y, que como señalamos en uno de los párrafos anteriores, nos permitiría corroborar o no, la sospecha que teníamos entre manos y que es, el eje transversal de la propuesta de análisis que hemos llevado a cabo sobre el papel simbólico, político e ideológico que jugó en esa política de gobierno los noticieros de la Radio Cadena Nacional (RCN). Los resultados muestran que además de recibirla en los noticieros televisivos de la Radio Cadena nacional, también la recibieron en ese mismo canal en combinación con otros canales como Caracol, Teleantioquia, Telemedellín, Noticias Uno y CM& con una preferencia de 30 personas (70 %) sobre un total de 43 personas (100 %) que participaron. Si observamos los porcentajes allí plasmados, vemos que la favorabilidad de las personas que participaron en el taller hacia esa política de gobierno es incuestionable y

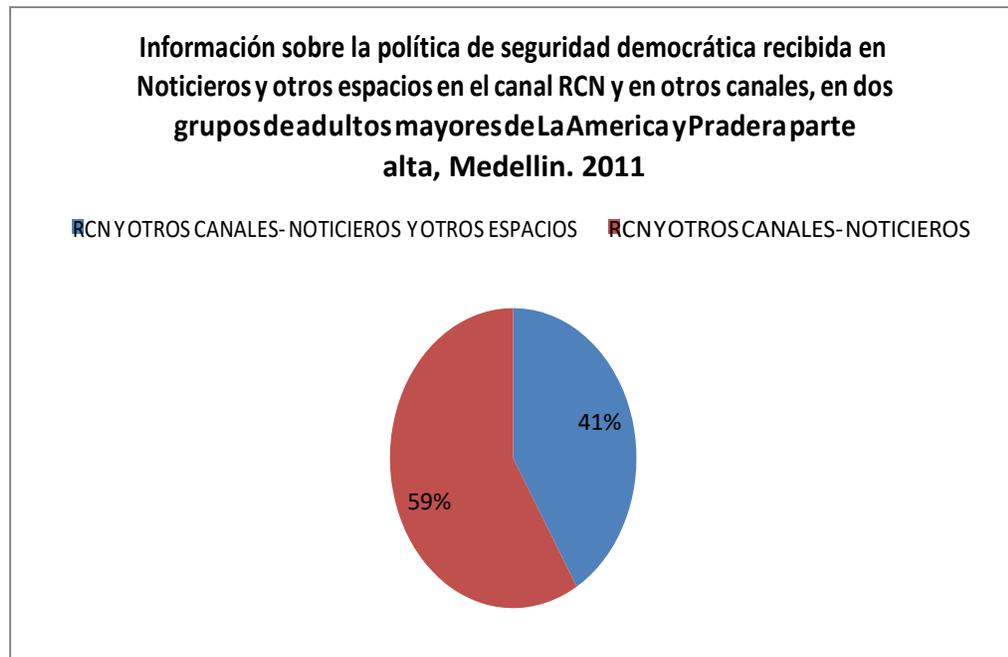
avasallante; además, uno de los canales predilectos por donde recibieron esas informaciones en combinación con otros es la Radio Cadena nacional (RCN). De modo que para aclarar nuestras sospechas sobre esa alta aceptación, se nos hacía necesario indagar un poco más a profundidad; por lo cual, accedimos a realizar entrevistas con las personas que se mostraron dispuestas a colaborarnos.

Los diálogos nos corroboraron la sospecha del potencial que tienen los medios masivos de comunicación –y más específicamente un medio como la televisión– para generar y posicionar sentidos en el televidente. Tal como acabamos de mencionar, esos diálogos se centraron en poner en tensión la sospecha o la hipótesis que estructuró esta propuesta: el papel o rol simbólico, político e ideológico de los noticieros televisivos de la Radio Cadena Nacional (RCN), durante las ruedas de prensa de algunos operativos militares contra el grupo subversivo de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) y, que fueron exitosos para la política de seguridad democrática; y el impacto que esas emisiones televisivas generan en el telespectador.

Veamos que arrojan los diálogos donde esas personas dan su opinión sobre esa política de gobierno y los canales de televisión por donde recibieron la información. Aquileo Bastidas* recibió esas informaciones, preferentemente en los canales RCN, Caracol, Noticias Uno y Teleantioquia y, se refiere a esa política de gobierno en los siguientes términos: “un presidente como el no vuelve a nacer; es el único que le importó los ancianos, los niños, los desplazados; mejor dicho le importó el pueblo colombiano. Si cien veces se lanza como presidente, cien veces botaré por él”; Margot Echeverri* recibió esas informaciones en los canales de RCN, Caracol, CM&, Noticias Uno y Teleantioquia y, esa política de gobierno es positiva porque “fue el mejor mandatario en miles de años y, que dejó un país con seguridad, excelente; no como se encuentra el país actual”; para Eugenio

Blandón* es positiva “porque acabó con tanta inseguridad y Medellín es un ejemplo. Habían comunas donde los que gobernaban eran los malvados. Durante su mandato eso se arregló; desafortunadamente, ahora estamos volviendo a lo mismo”. Resultados estadísticos que se pueden observar en la grafica 6.

Gráfica 6. Información sobre la política de seguridad democrática, recibida tanto en los noticieros como en otros espacios de opinión –La Noche y El Radar- en el canal televisivo de la Radio Cadena Nacional (RCN) en combinación con otros canales, en dos grupos de adultos mayores de los barrios La América y La Pradera Parte Alta (comunas 12 y 13 de la ciudad de Medellín).



Si hacemos un cruzamiento de los resultados mostrados en los párrafos anteriores, a través los porcentajes de la favorabilidad hacia la política de gobierno de la seguridad democrática y los medios masivos de comunicación preferidos por las personas que participaron en los talleres, donde la televisión avasalla por su contundencia a otros medios; sumado a los canales en quienes son fieles devotos

porque les generan credibilidad y veracidad; apoyados también por los diálogos sostenidos con algunos de los participantes en los talleres, en donde sale a relucir inmediatamente, la parquedad en las respuestas, la falta de profundidad y consistencia en la argumentación, reducidas básicamente a unas cuantas palabras, muestran la falta de elementos reflexivos para cuestionar esa política de gobierno. Al manifestar su devoción inalienable hacia un medio masivo como la televisión –y específicamente hacia varias cadenas de televisión, entre las cuales, RCN figura como una de las favoritas- y, a más de ello, cuando se tiene como casi único referente de información un medio como la televisión; por supuesto que esa concepción de país y de realidad pasa por la unidireccionalidad que le muestra ese medio. Reduciéndose ostensiblemente, la posibilidad de contrastar y de cuestionar esas informaciones con otras fuentes de información y a través de otros espacios. Lo cual disminuye, indiscutiblemente, las posibilidades de formación política y argumentativa; que son vitales, necesarias e imprescindibles para potenciar en las personas, márgenes y posibilidades adecuadas para cuestionar las dinámicas sociales, políticas y económicas que envuelven permanentemente a un país. Aspectos que indiscutiblemente están atravesados por varios elementos que se interceptan en la formación de los colombianos: bajos niveles de formación política en grandes capas de la población; los hábitos de lectura por cada habitante son de los más bajos en Latinoamérica; según datos estadísticos de 2005, el promedio de libros leídos en Colombia al año es de 1,64¹²⁸. Lo cual nos corrobora la sospecha que teníamos cuando plateamos la hipótesis que estructuró o fue el eje medular en donde radicó la propuesta de análisis que nos propusimos. Hipótesis que la fuimos confrontando con estudios sobre el papel de los medios masivos de comunicación y el impacto que han causado y que aún siguen causando en diferentes contextos geográficos y socioculturales (políticos, económicos, ideológicos), a través de diferentes autores, que desde diversas áreas del conocimiento –sociología, historia, filosofía,

¹²⁸ EL MALPENSANTE. Cuantofrenia del desaliento lector. (En línea). Disponible en: http://www.elmalpensante.com/index.php?doc=display_contenido&id=312 tomado el

periodismo, lingüística- nos han aportado valiosos conceptos y reflexiones para llevar a cabo ese reto que nos propusimos; nos permite concluir y potencia lo que algunos autores como Pierre Bourdieu y Manuel Castells han develado, sobre el papel preponderante que ha desempeñado y aun sigue desempeñando la televisión en la actualidad para generar y posicionar sentidos.

6.8 INTRODUCCIÓN A LO IDEOLÓGICO:

Tal como lo hemos hecho con las anteriores introducciones (simbólica y política), realizaremos lo mismo con el término ideología, buscando con ello, dar claridad a partir de sus definiciones más elementales, así como también, brindar reflexiones más amplias y conceptuales. Algo que nos parece pertinente y necesario, en aras de mostrar la ruta que se encontrará en el análisis que nos hemos propuesto.

De acuerdo a lo anterior, en el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua (2003: pág. 1245), “la palabra ideología es de origen griego (*idea*, y *logía*)”, encontrando entre sus acepciones etimológicas, la que se refiere a una “doctrina filosófica centrada en el estudio del origen de las ideas”; y la otra, que se refiere a un “conjunto de ideas fundamentales que caracteriza el pensamiento de una persona, colectividad o época, de un movimiento cultural, religioso o político, etc.”. Hacia la dirección de este último significado, es en donde vamos a marcar una introducción argumentativa de diferentes posiciones conceptuales, ya que nos pone a tono con el análisis ideológico de los cubrimientos que hicieron los noticieros televisivos de la Radio Cadena Nacional (RCN), a través de las ruedas de prensa de algunos operativos militares de las Fuerzas Militares de Colombia contra el grupo subversivo de las Fuerzas Armadas de Colombia (FARC), que realizaron los funcionarios gubernamentales encargados de la cartera de defensa

de la política de seguridad democrática durante los dos periodos consecutivos de gobierno de Álvaro Uribe Vélez (2002 al 2010).

La palabra ideología, más allá de una definición –que en sí, dice poco y mucho a la vez-, es empleada por primera a finales del siglo XVIII (en 1796) por Destutt de Tracy. Sus reflexiones al respecto, dan los cimientos que le dan cuerpo a una ciencia que aborda como objeto de estudio a las ideas, y específicamente a su formación¹²⁹.

Con la puesta en escena del materialismo histórico en cabeza de Karl H. Marx y de Friedrich Engels, en su crítica al idealismo alemán, utilizan la palabra ideología dándole el sentido de sistema de ideas y representaciones que, aunque proporcionado la ilusión de desarrollarse de forma autónoma, está de hecho determinada por la realidad, puesto que está estrechamente sometida a la forma en que los hombres, producen socialmente sus medios de existencia. De acuerdo con esta concepción materialista, la ideología es entonces el producto de mecanismos sociales y económicos que “el llamado pensador realiza sin duda conscientemente, pero con una consciencia falsa”, el reflejo invertido de la actividad humana de la actividad humana o incluso el velo intelectual (“justificación moral y aroma espiritual”) generado por la clase dominante para a la vez marcar y enmascarar su dominación¹³⁰.

Posterior al marxismo, otros pensadores se han dado a la tarea de reflexionar sobre la ideología. Entre estos tenemos a R. Aron, quien la aborda a partir de dos nociones. Una, según la cual la ideología es una construcción intelectual al

¹²⁹ BONTE, Pierre y otros. Diccionario de Etnología y Antropología. Ediciones Akal, S. A., 1996. Madrid. Pág. 357.

¹³⁰ *Ibid.* Pág. 357.

servicio de intereses que hay que justificar; y la otra, de inspiración más neutra y que se remonta al sentido original, puesto que la ideología sería el estudio riguroso de cualquier sistema de representaciones. Otro estudioso del tema como lo es K. Mannheim, distingue un concepto “parcial” y otro “general y total” de la ideología. Según él, cada grupo humano en determinada posición social, desarrolla un punto de vista sobre lo real que es la expresión de esta posición. Los grupos sociales dominantes elaboran ideologías de justificación; y los grupos dominados, elaboran ideologías utópicas o de oposición. Toda estructura de pensamiento está comprometida en un proceso de ideologización¹³¹.

Desde un área del conocimiento como la antropología y, específicamente, desde una visión antropológica norteamericana, L. Domunt utiliza la palabra ideología para referirse a todo “conjunto social de representaciones”, o, a todo “conjunto de ideas y valores comunes en la sociedad”. Para Marc Auge, en todas las sociedades –occidentales y no occidentales-, la eficacia del simbolismo en tanto que configuración estructural, se relaciona y esta embebida con su función ideológica. Desde el enfoque que hace M. Godelier, se explicita su rechazo a la visión clásica de una verticalidad de instancias bajo la forma de una distinción substantificada entre infraestructura por una parte, y superestructura e ideología por la otra. Contra una concepción reductora del marxismo, él considera que esta distinción es de funciones y no de instituciones; “lo ideal” es, para él, un componente de lo real. Las ideologías no son entonces simples representaciones ilusorias que sirven para justificar después un orden social, sino que sirven como armazón interno a las relaciones de los hombres entre sí¹³². Para el antropólogo social Clifford Geertz, siendo agente de su propia realización, el hombre crea, valiéndose de su capacidad general para construir modelos simbólicos, en esencia las aptitudes específicas que lo definen; o, el hombre se hace, para bien o

¹³¹ *Ibíd.* Pág. 358.

¹³² *Ibíd.*

para mal, un animal político por obra de la construcción de ideologías, de imágenes esquemáticas del orden social. La función de la ideología consiste en hacer posible una política autónoma, al proveer conceptos llenos de autoridad que le den sentido, al suministrar imágenes persuasivas por medio de las cuales pueda captársela sensatamente¹³³.

6.8.1 Análisis ideológico. De las cinco acciones militares u operativos que hemos seleccionado para este análisis –operación Sol Naciente, operación Fénix, operación Fortín, operación Jaque y operación Camaleón-, también se desprenden, explícita o implícitamente, la carga ideológica que emanan de las palabras pronunciadas en las ruedas de prensa que se hicieron, inmediatamente y al calor de esos acontecimientos por los funcionarios gubernamentales en cabeza de Juan Manuel Santos, Ministro de la Defensa en ese entonces y posteriormente quien lo sucede en el cargo, Gabriel Silva Lujan, acompañados por los altos mandos de las Fuerzas Militares y del director de la Policía Nacional.

Los epítetos que son utilizados en esas ruedas de prensa, están matizados por un discurso que está plagado, de principio a fin, con palabras que estigmatizan y que potencian esa carga agresiva y de guerra contra el grupo subversivo de las FARC. Un discurso atiborrado y finamente acordado por todos los funcionarios de esa política de gobierno –“la seguridad democrática”- donde resaltan y se enfatiza hasta más no poder palabras y frases como estas: "terroristas", el cabecilla, organización terrorista, el negocio del narcotráfico y la adquisición de armas, explosivos y municiones, las redes internacionales del crimen, grupo "terrorista"...Contra el Negro Acacio, considerado uno de los más sanguinarios y más astutos cabecillas de las FARC, había 23 ordenes de captura, una solicitud

¹³³ GEERTZ, Clifford. La Interpretación de las Culturas. Editorial Gedisa, S. A. Octava reimpresión, 1997. Barcelona. Pág. 190-191.

de extradición y una circular roja de la Interpol; en Colombia estaba acusado de concierto para delinquir, de secuestro, de tortura, de homicidio agravado, "de terrorismo", de extorsión y de hurto calificado...", "grupo terrorista", ese grupo terrorista", Este "terrorista", "un golpe maestro en las entrañas del terrorismo", "sepan los terroristas y delincuentes, "los narcoterroristas de las FARC", ilegalmente torturados y retenidos".

Un discurso que como decíamos más arriba -finamente planeado y acordado por todos los miembros de esa política de gobierno en su más alto grado de perfección-sigue unas directrices transnacionales, a partir de los sucesos ocurridos en los Estados Unidos el 11 de septiembre del año 2001 y, que fielmente como mansos corderos ante el gran coloso del norte no podían desentonar, tal como nos lo muestran a continuación las reflexiones de diferentes analistas sobre ese acontecimiento.

La urdimbre ideológica que hay tras los sucesos del 11 de septiembre de 2001 en los Estados Unidos, también se puede palpar en el discurso y las imágenes, que el gobierno de ese país en cabeza de su presidente George W Bush y de sus subalternos, han tratado de posicionar en los medios masivos de información, especial mente –y que es el que más nos interesa analizar- en la televisión. Al respecto, Ramírez Caro puntualiza, que ya nos es el comunismo el enemigo número uno de la democracia occidental. El nuevo chivo expiatorio que tiene en zozobra, en angustia y temor al mundo es el terrorismo. Ese temor que experimentan allá en el norte quiere que otras naciones lo encarnen. Para ello, utilizan varis estrategias:

- Son declarados enemigos de la humanidad y no solo de los Estados Unidos, los países que no se sumen a esa política y discurso ideológico.

- Se amenaza a los países que adopten una posición política contraria a la de los Estados Unidos, de ser objetos de represalias político-económicas.

Sobre este punto, es diciente la sentencia del presidente George W Bush en el sentido de que “cada nación, en cada región, tiene una decisión que tomar. O están con nosotros o están con los terroristas. A partir de este día, cada nación que siga protegiendo o apoyando el terrorismo será vista por los Estados Unidos como un régimen hostil”.

- Se explotan hasta la saciedad, las escenas y los reportajes lacrimosos y sensacionalistas sobre las víctimas del siniestro con tal de asaltar la sensibilidad y lograr el apoyo sentimental y moral de los espectadores del planeta¹³⁴.

Por el contrario, según Ramírez Caro, jamás se dice ni se ha dicho que la causa que más muertes ha sembrado y sigue sembrado en el mundo es el capitalismo. Jamás reconocerán esto quienes se han autoadjudicado la defensa de la paz, la democracia y la libertad en occidente. Nunca se autoculpabilizan por la emergencia de los grupos insurgentes y de los terroristas en el mundo. Solo muy pocas veces han hablado del “efecto búmeran” o del “cría cuervos”. Como dijo Carlos Cortes: “el terrorismo es la bomba atómica de los pobres”. El resto de las voces han entonado y se han sumado al son o a la partitura orquestada por las agencias internacionales de noticias, en procura de crear una opinión pública planetaria, que legitime y justifique una guerra con la que los Estados Unidos eliminaría los últimos obstáculos armados que todavía encuentran las fuerzas expansivas de la globalización económica¹³⁵.

¹³⁴ RAMIREZ CARO, Jorge. La Globalización del Terrorismo. En: Repertorio Americano. Instituto de Estudios Latinoamericanos. No 12. Julio – Diciembre, 2001. Pág. 10.

¹³⁵ *Ibíd.*

Siguiendo en su análisis, sobre el papel que jugaron los medios de comunicación masiva, en el cubrimiento que hicieron del atentado del 11 de septiembre de 2001 en los Estados Unidos, Ramírez Caro plantea un aspecto que puede tener consecuencias lamentables para la seguridad, los derechos y el buen nombre de ciudadanos, de pueblos, de naciones. Se refiere con ello a la alerta que deben tener los pueblos en el mundo, ante los tambores de guerra que se vienen fraguando desde Washington: si usted piensa como las agencias internacionales de noticias y sigue paso a paso a los fanáticos de la guerra, entonces usted es un patriota, un ser decente, libre demócrata y civilizado. Pero si usted no apoya esta iniciativa estadounidense puede ser acusado de soliviantador, calienta cabezas y practicante de terrorista; además de ser calificado como un ser salvaje, fanático, perverso, maligno, fundamentalista, oscurantista, radical, dominado por complejos de inferioridad o de superioridad, en definitiva, usted sería un ser incivilizado¹³⁶.

Volviendo al programa de televisión “todos unidos”, del espacio de sábados Gigantes, según Ramírez Caro, las declaraciones del congresista invitado pasan por ver al terrorismo como un mal ajeno, extraño y foráneo, nunca como algo propio, familiar e interno. Según estos publicistas de la guerra, “terroristas son los otros, nosotros somos los defensores del universo y actuamos en legítima defensa y con licencia para matar”. El terrorismo tiene rostro propio, nombre y apellido. Se ubica en países donde los Estados Unidos tienen sobrados intereses. Como para esta nación del norte ninguno de sus hijos es terrorista, entonces ese mal hay que extirparlo en otra parte del mundo, fuera de sus fronteras. Por ese motivo la guerra es exportada e impuesta a otros pueblos¹³⁷.

¹³⁶ Ibíd. Pág. 11.

¹³⁷ Ibíd. Pág. 11.

Según Ramírez Caro, pese a los afanes de la globalización por integrar al mundo, ha predominado en esta cobertura y en la explicación de los acontecimientos que han realizado los medios masivos de comunicación de los sucesos del 11 de septiembre de 2001 en los Estados Unidos, una visión dualista y maniquea. No solo se ha repetido hasta la saciedad lo consabido, sino que se han resucitado todos los fantasmas verbales e ideológicos con que occidente ha estigmatizado a sus enemigos. Los mismos esquemas de representación que se tenían para estigmatizar el marxismo-comunismo-leninismo, se han transferido hacia el terrorismo. Y para hacer un recordis sobre esta estrategia, miremos algunos de los estereotipos canonizados por los medios masivos de comunicación en occidente. Se consideran que tres son los ejes alrededor de los cuales se nuclea la visión que occidente ha creado sobre los otros, visión que subyace agazapada en la memoria colectiva, produciendo cada día más frutos, y que ninguna política económica globalizada ha podido ni podrá erradicar de las mentes humanas:

- El eje central del cual se desprenden otros es el que agrupa a las sociedades civilizadas, libres y democráticas de occidente frente a las sociedades bárbaras, despóticas y represivas de oriente. Este primer eje está constituida por una serie de parejas de opuestos, fáciles de encontrar en cualquier noticia sobre la cobertura que aquí analizamos: cultura/incultura; cuerdos/locos, dementes; creyentes mesurados/fanáticos; amantes de la vida/suicidas y terroristas; luz/tinieblas; orden/caos. Se pueden ver a las claras, que de las sociedades con culturas diferentes a las occidentales se resaltan las atrocidades, los actos inhumanos, las muestras de salvajismo y los actos barbaros contra las mujeres, niños y ancianos. En algunos casos, el pueblo aparece como victima de líderes fanáticos, déspotas y satánicos según los medios y los intelectuales del orden.
- Un segundo eje lo constituye el binomio de fuerzas del bien constituidas por soldados, militares civilizados, cuerdos, con causas y proyectos políticos, con licencias para matar en legítima defensa, frente a las fuerzas del mal compuestas

por terroristas, fanáticos, radicales fundamentalistas, indecentes, narcotraficantes, incivilizados, sin causa legítima y sin proyecto ideológico ni político, razón por la que no tiene una justificación para matar y puede por lo tanto, ser considerado un asesino-criminal, enemigo número uno de la humanidad. En definitiva un ser sacrificable.

- Un tercer y último eje que posee también derivaciones secundarias es el constituido por los términos progreso, desarrollo, bienestar; frente a atraso, pobreza, miseria. Las escenas que se presentan del mundo del otro, buscan activar en el lector-espectador, los guiones de explotación, analfabetismo y falta de espíritu emprendedor de esos pueblos y de quienes los lideran¹³⁸.

Cuando Ramírez Caro, aborda el papel que ha asumido los intelectuales en esta coyuntura de los atentados en los Estados Unidos, plantea que pareciera que ahora son asesores presidenciales y escriben los discursos de condolencias que los mandatarios del continente expresan al gobierno de la casa blanca. Cantar afuera del charco y no desentonar con la partitura que el maestro de ceremonia ejecuta es prueba inequívoca de que falta en nuestras palabras un compromiso ético que nos conecte con el mundo al que le hemos dado la espalda. Hace falta despertar del sueño de felicidad, prosperidad y armonía que nos ofrece la globalización. Hace falta volver a ser sensibles para erradicar nuestro calculado pensamiento y volver nuestro corazón hacia quienes sólo han conocido una vida de sobresaltos, penurias y humillaciones. Hace falta que descreamos de los escrito en el catecismo de los dueños del capital y que oigamos la voz sangrante de quienes han sido olvidados por el progreso, el desarrollo y la globalización del bienestar. En lugar de abogar por la mundialización del terror, deberíamos acuerpar la causa de un mundo más humano en el que el bienestar y la alegría

¹³⁸ Ibíd. Pág. 13.

estén al alcance de todos los sueños, de todos los idiomas, en todas las mesas, en todos los hogares, en todos los rostros, en todas las geografías¹³⁹.

Finalmente, Ramírez Caro invita a los intelectuales a no dejarse morder por el mal de rabia del perro sediento de sangre. El antídoto no es sumarse a la guerra para demostrar que se es feliz, obedientes y serviles al imperio. El antídoto no es escoger el camino más fácil ante la encrucijada de estar con él o contra él en que nos ha puesto el coloso del norte. La vida no es la disyuntiva entre la luz o las tinieblas, entre el bien o el mal, entre Dios o Satán. La vida es la asimilación e integración de todos esos contrarios, es el concierto de todas esas oposiciones, es la manifestación de la totalidad y la pluralidad en el uno múltiple que somos todos. Todos estamos hechos de todos. Todas las culturas están tejidas a partir de todas las culturas existentes. También en todas las mesas debería correr la misma abundancia, el mismo bienestar, la misma salud, la misma seguridad como corre el aire bajo este mismo planeta, casa única que compartimos todos¹⁴⁰.

Otra perspectiva de análisis sobre los sucesos del 11 de septiembre de 2001 ocurridos en los Estados Unidos, la encontramos en el artículo de Douglas Kellner, el cual lleva por título “El 11 de septiembre. Medios de comunicación y fiebre de guerra”. Lo vemos pertinente, ya que el autor centra sus pesquisas, en el papel que jugó la televisión en la construcción y posicionamiento de un discurso que estuvo soportado en la yunta de una carga ideológica y de unas acciones bélicas, que propalaban a mil voces la estigmatización y eliminación física del otro. Una estrategia que fue adoptada a raja tabla, por “la política de seguridad democrática”; bastión principal de los ocho años de gobierno de Álvaro Uribe Vélez.

¹³⁹ Ibíd. Pág. 16.

¹⁴⁰ Ibíd. Pág. 17.

En ese escrito, el autor pretende realizar un análisis de los discursos, las escenas y las imágenes más importantes transmitidas por los medios y sobre los cuales se basó el debate público de los días posteriores a los ataques terroristas del 11 de septiembre. En sus palabras, plantea lo siguiente: “me propongo mostrar como los principales medios de comunicación de los Estados Unidos privilegiaron el modelo de conflicto entre civilizaciones, establecieron un dualismo binario entre el terrorismo islámico y la civilización, y difundieron ampliamente una fiebre de guerra, un sentimiento y un discurso que exigían tomar represalias y apoyaban alguna forma de intervención militar. Mi argumento es que ese militarismo unidimensional podría empeorar la crisis actual en lugar de ofrecer soluciones al problema del terrorismo mundial. En consecuencia, y a pesar de que en una democracia los medios deberían promover el debate crítico de los temas urgentes para la nación, en esta crisis del terror los principales medios de comunicación estadounidenses, en particular la televisión, promovieron una fiebre de guerra y una solución militar al problema del terrorismo mundial”¹⁴¹.

La impronta del maniqueísmo –el bien y el mal- también se deja ver en esa construcción discursiva e ideológica de que están cargadas las ruedas de prensa que se dieron para dar a conocer los operativos de liberación de militares y políticos retenidos por las FARC y, también en los operativos en donde dieron de bajas a los comandantes de los frentes guerrilleros y a otros miembros de ese grupo armado. Y por supuesto, los portavoces gubernamentales lo hacen resaltando como lo más puro e impoluto, los valores en que se asientan las instituciones sociopolíticas de la nación y que ellos dicen representar. Varias instituciones sociales y políticas son resaltadas por la emisión de ese noticiero durante las imágenes, las declaraciones de los militares retenidos, las declaraciones de sus familiares y los comentarios de los periodistas de esa

¹⁴¹ KELLNER, Douglas. El 11 de septiembre. Medios de comunicación y fiebre de guerra. 2002. Pág. 10.

empresa periodística: la familia (madre, hermanos, esposa e hijos), la Iglesia (un templo católico en plena ceremonia), los agradecimientos y las encomendaciones permanentes de los familiares a Dios, antes y después de la liberación del militar), el Estado en cabeza del presidente, del ministro de defensa y de los altos mandos de las Fuerzas Militares y de la Policía Nacional y, por supuesto los medios masivos de comunicación a través de esa casa periodística. Tal cual no los muestra de forma muy lucida y sencilla, Douglas Kellner en el estudio ya mencionado más arriba y que volvemos a retomar.

Un elemento en común que encuentra Kellner al analizar los discursos tanto del gobierno estadounidense como los de Bin Laden y los islamistas radicales, es la posición maniqueista que plantea una oposición binaria entre el bien y el mal, nosotros y ellos, la civilización y la barbarie. Ambas partes, asumen que nosotros somos los buenos y que los otros son los malos; afirmación que hizo George W Bush en su convicción incesante de que los malhechores que hacen malas obras serán castigados y que el malo será sometido a la justicia; equiparando implícitamente a Bin Laden con satán¹⁴².

El argumento medular de Kellner, al analizar el discurso con que el gobierno estadounidense inundo los espacios televisivos, es que las transmisiones por este medio masivo de comunicación permitieron que algunos fanáticos peligrosos, y posiblemente trastornados, expresaran públicamente e hicieran circular las opiniones más agresivas, fanáticas y claramente demenciales; creando un consenso sobre la necesidad de una acción militar inmediata y una guerra por todos los medios. A tal punto, que las propias cadenas de televisión usaban titulares como “Guerra en Norteamérica”, “la nueva guerra de Norteamérica” y otras formulas alarmistas, que asumían que los Estados Unidos estaban en guerra

¹⁴² Ibíd. Pág. 12.

y que la única reacción apropiada era una respuesta militar; la gran mayoría de ellas tocaban tambores de guerra, día tras día y noche tras noche, sin dejar siquiera el alivio de los comerciales durante tres días continuos, conduciendo al país a la histeria y asegurando que habría respuesta militar y guerra. Por el contrario, brillaron por su ausencia en las principales cadenas de televisión, personas con la cabeza fría para analizar desde ópticas no beligerantes los sucesos del 11 de septiembre. Este comportamiento de las cadenas de televisión estadounidenses fue atroz, precisamente, en un momento que debió caracterizarse por un debate nacional profundo y mesurado sobre la respuesta más apropiada a la amenaza terrorista, tal como se estaba dando a diario en internet y en algunos de los medios y la prensa extranjera. Por el contrario, la implacable histeria de guerra en las cadenas de televisión y el fracaso absoluto para producir algo cercano a un análisis coherente de lo que ocurrió el 11 de septiembre y la respuesta razonable a los ataques terroristas, puso en evidencia las circunstancias aterradoras de permitirle a las grandes empresas de los medios contratar equipos de noticias ideológicamente dóciles, que no tienen ninguna competencia para tratar hechos políticos complejos y que permiten la circulación de las opiniones más irresponsables¹⁴³.

En sus reflexiones centradas en analizar la ideología en el tejido de los sistemas culturales, el antropólogo social Clifford Geertz plantea que desde una concepción ideológica que niega lo otro y al negarla, lo estigmatiza, lo señala, arremete contra el todas las estrategias habidas y por haber para eliminarla, proscribirla y conducirla al ostracismo; este tipo de ideología fundamentalmente consiste en el supuesto de que la política debería manejarse desde el punto de vista de una serie coherente y comprensiva de creencias que deben imponerse a toda otra consideración. Lo mismo que la política a la que presta apoyo, esta visión es dualista y opone los buenos “nosotros” a los malos “ellos”, alegando que quien no

¹⁴³ Ibíd. Pág. 14-17.

está conmigo está contra mí. Es una visión enajenante, por cuanto desconfía de las instituciones políticas establecidas y trabaja para minarlas. Es doctrinaria, puesto que pretende la posesión completa y exclusiva de la verdad política y rechaza todo compromiso de conciliación. Es total, por cuanto aspira a ordenar toda la vida cultural y social de conformidad con la imagen de sus ideales. Y es futurista, pues pugna por alcanzar una utópica culminación de la historia en la cual estará realizada el orden¹⁴⁴.

Según Geertz, actualmente hay dos posiciones principales en el estudio de los determinantes sociales de la ideología: la teoría del interés y la teoría de la tensión. Para el primer enfoque, la ideología es una máscara y un arma, donde los pronunciamientos ideológicos han de verse sobre el fondo de una lucha universal para lograr ventajas; es político, en tanto los hombres persiguen a como dé lugar el poder. Mientras que para el segundo, es un síntoma y un remedio, que atiende a un permanente esfuerzo de corregir el desequilibrio sociopsicológico; tiene como propósito huir de la ansiedad¹⁴⁵.

¹⁴⁴ GEERTZ, Clifford. La Interpretación de las Culturas. Editorial Gedisa, S. A. Octava reimpresión, 1997. Barcelona. Pág. 174-175.

¹⁴⁵ Ibíd. Pág. 177.

Ilustración 8. Los niños muertos.



7. MAX HORKHEIMER Y THEODOR W. ADORNO: LA INDUSTRIA CULTURAL, UNA VENTANA QUE NOS DEJA EL TIEMPO PARA ANALIZAR LA CAPACIDAD SIMBÓLICA, POLÍTICA E IDEOLÓGICA DONDE SE ASIENTAN LAS EMISIONES TELEVISIVAS DE LOS NOTICIEROS TELEVISIVOS DE LA RADIO CADENA NACIONAL (RCN) DURANTE LOS CUBRIMIENTOS DE LAS RUEDAS DE PRENSA DE LAS OPERACIONES MILITARES (SOL NACIENTE, FÉNIX, FORTÍN, JAQUE Y CAMALEÓN)

Necesarios y pertinentes resultan para el trabajo académico que nos hemos propuesto, los aportes que dos pensadores como Max Horkheimer y Theodor W. Adorno hacen a partir del ensayo: La Industria Cultural, Ilustración como engaño de masas. Aparecido en el texto: Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos Filosóficos; donde se trenzan a escudriñar la capacidad que para ese momento de sus vidas –finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX- en el contexto alemán y europeo, se venían dando con el papel que estaban desempeñando medios masivos de comunicación como la radio, la prensa y el cine; pero sobre todo, la inquietud que muestran sus reflexiones en ese ensayo, pasan por las visiones del poder social, político y económico que se anclarían, a futuro, en los medios masivos de comunicación.

Como señalamos al iniciar el párrafo inicial, nos parecen más que pertinentes las reflexiones de estos dos pensadores para la propuesta de análisis que hemos realizado, ya que tuvieron el tacto y la sensibilidad de mostrar para ese momento de sus vidas y vivencias, las articulaciones y estrategias que una sociedad dominante, es capaz de hacer para estructurar un orden, un pensamiento, unos gustos y unas formas en que se relacionan los seres humanos. Todo ello, valiéndose, además de las instituciones sociales como la familia, la escuela, la iglesia y otras, también de la potencia de un recurso como lo son los medios

masivos de comunicación para lograr ese cometido. Sus planteamientos, cargados de un olfato supremamente sensible, resultan un adelanto debelador en el tiempo que encajan perfectamente y, nos permiten mostrar la forma sutil como las emisiones televisivas de RCN, informaron al país los acontecimientos que sucedieron con respecto a algunas operaciones militares, llevadas a cabo contra el grupo subversivo de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) y que fueron significativas para posicionar y legitimar en vastos sectores de la población colombiana la propuesta de gobierno de la seguridad democrática en cabeza de Álvaro Uribe Vélez (2002 – 2010).

Uno de los elementos que se desprenden, después de analizar el cubrimiento y las informaciones que esa cadena televisiva realizó de las ruedas de prensa, donde se daban a conocer los pormenores de algunos operativos militares llevados a cabo por las Fuerzas Militares y de la Policía Nacional de Colombia en contra de las FARC, muestra la repetición incesante durante el día y durante días de los pormenores de esas acciones; repetición que indudablemente estimula el sistema nervioso, excitándolo y llevando a producir una reacción. Reacción que para Horkheimer y Adorno significaban -en ese momento y contexto específico europeo- la atrofia de la imaginación y de la espontaneidad del actual consumidor cultural y que no necesita ser reducido a mecanismos psicológicos; los mismos productos, comenzando por el más característico, el cine sonoro, paralizan, por su propia constitución objetiva, tales facultades; ellos están hechos de tal manera que su percepción adecuada exige rapidez de intuición, capacidad de observación y competencia específica, pero al mismo tiempo prohíben directamente la actividad pensante del espectador, si este no quiere perder los hechos que pasan con rapidez ante su mirada¹⁴⁶. Reflexiones que desvelaban en esa misma dirección, en el mismo contexto europeo, pero ya en otro tiempo al sociólogo francés Pierre

¹⁴⁶ HORKHEIMER, Max y ADORNO, Theodor W.. Dialéctica de la Ilustración: La Industria Cultural, Ilustración como engaño de masas. Editorial Trotta, S. A. Séptima edición. Madrid. 2005. Pág. 171.

Bourdieu en el texto que lleva por título Sobre la televisión (1997); en donde se refiere al tiempo, y al referirse a este aspecto, lo analiza a través de la velocidad como se construyen las informaciones, impidiendo que se realice un procesamiento y análisis adecuado de la información.

Partiendo de la premisa y quizás el eje articulador de sus análisis, según la cual, “la industria cultural, en suma, absolutiza la imitación”, Horkheimer y Adorno (2005: pág. 175) empiezan a mostrarnos hasta que punto, los grupos que controlan el poder, en cualquier momento y bajo contextos económicos, políticos y sociales específicos –ya sean de tendencia socialista, comunista, o capitalista- recurren a un recurso como es el de los medios masivos de comunicación , que si son bien utilizados -buscando impactar hacia un fin o unos fines e intereses específicos- logran interiorizarse consiente e inconscientemente en la mente del ser humano.

Ese papel que realizaron los medios masivos de comunicación –y específicamente la televisión, a través de los noticieros y los espacios editoriales de RCN, durante la política de seguridad democrática – muestra de forma fehaciente la articulación de un todo –los símbolos, la política y la ideología- para instrumentalizar y homogenizar posiciones de apoyo a esa política de gobierno; y que Horkheimer y Adorno lo plantean rescatando en el tiempo las inquietudes que perturbaban a Alexis De Tocqueville en la sociedad y en las estructuras políticas, económicas e ideológicas que primaban en el siglo XVIII. Para ellos, el análisis que hizo Tocqueville hace cien años se ha verificado, entretanto plenamente, bajo el monopolio privado de la cultura, “la tiranía deja el cuerpo y va derecha al alma.

El amo ya no dice: pensad como yo o moriréis. Más bien dice: Sois libres de pensar como yo. Vuestra idea, vuestros vienes, todo lo conservaréis, pero a partir de ese día seréis un extraño entre vosotros”. Quien no se adapta es golpeado con

una impotencia económica que se prolonga en la impotencia espiritual del solitario. Excluido de la industria, es fácil convencerlo de su insuficiencia. Mientras hoy, en la producción material, el mecanismo de la oferta y la demanda se halla en vías de disolución, dicho mecanismo actúa en la superestructura como control a favor de los que dominan. Los consumidores son los obreros y empleados agricultores y pequeños burgueses. La producción capitalista los encadena de tal modo en cuerpo y alma que se someten sin resistencia a todo lo que se les ofrece¹⁴⁷. Superestructura – el condicionamiento ideológico - que como hemos analizado a partir del cubrimiento que hicieron los noticieros de RCN televisión, entraron a jugar un papel nada despreciable para instrumentalizar y homogenizar posiciones de apoyo a esa política de gobierno; pero a la vez, dicha instrumentalización fue utilizada para estigmatizar y señalar como auspiciadores y apologistas del terrorismo, a todos aquellos que disientían y se levantaban en medio del redil para cuestionar esa política.

Una caracterización que a la vez nos sirve como una radiografía patética en la forma casi abrumadora y de control total en que se unieron los estandartes de la política de seguridad democrática con Álvaro Uribe Vélez a la cabeza y los grandes monopolios económicos del país como el grupo Ardila Lule y el grupo Santodomingo, por mencionar solo unos cuantos; estos últimos, dueños de dos grandes medios masivos en Colombia –RCN Y Caracol-. Nos dan pistas, sobre los amangualamientos en torno a intereses comunes y por ende, de apoyos mutuos, entre sectores que a través de diferentes ámbitos o áreas de intereses, y que para este caso, se mueven, unos desde el poder político y otros desde el poder económico. Radiografía que es mostrado por Horkheimer y Adorno, al plantear que los gigantes de las agencias culturales, que armonizan entre sí como solo un administrador con otro, independientemente de que este proceda del ramo de la confección o del college, han depurado y racionalizado desde hace tiempo el

¹⁴⁷ Ibíd. Pág. 177-178.

espíritu objetivo. Es como si una instancia omnipresente hubiese examinado el material y establecido el catalogo oficial de los bienes culturales que presenta brevemente las series disponibles. Las ideas se hallan escritas en el ciclo de la cultura, en el que fueron ya dispuestas por Platón, una vez convertidas en entidades numéricas, mas así, en números fijos e invariables¹⁴⁸ .

Un aspecto al que le hemos seguido la pista, en torno a la influencia y al apego que las personas depositan en un medio masivo como es el de la televisión; tiene que ver con la comodidad y la placidez que ese medio ejerce sobre los hogares de quienes son sus habituales consumidores. Algo que se potencia cuando las empresas periodísticas construyen y brindan esos espacios, carentes de informaciones que le permitan fortalecerse en un pensamiento crítico, autónomo, emancipado. Según parece, entre menos incomode y perturbe la comodidad corporal y el estado mental de quien recibe las informaciones, mucho mejor resulta para posicionar sus intereses sociales, políticos y económicos. Y eso lo han sabido leer de forma magistral, los estrategas de esos grandes medios de comunicación masivos. Para Horkheimer y Adorno ese placer se petrifica en aburrimiento, pues para seguir siendo tal no debe costar esfuerzo y debe por tanto moverse estrictamente en los raíles de las asociaciones habituales. El espectador no debe necesitar de ningún pensamiento propio: el producto prescribe toda reacción, no en virtud de su contexto objetivo (que se desmorona en cuanto implica al pensamiento), sino, a través de señales. Toda conexión lógica que requiera esfuerzo intelectual es cuidadosamente evitada¹⁴⁹ .

Como acotábamos más arriba, no les interesa en absoluto, incomodar y generar trances mentales que fortalezcan la reflexión sobre el contexto en que vive el

¹⁴⁸ Ibíd. Pág. 179.

¹⁴⁹ Ibíd. Pág. 181-182.

televidente. Que es producido, cuando los proyectos –más bien sus programas- son estructurados a través de un vaciamiento cultural, artístico, político y social; interesándole solamente la diversión, la espectacularización, el impacto amarillista.

Posición que conectamos con lo que plantean Horkheimer y Adorno cuando dicen que la industria cultural pone la renuncia jovial en el lugar del dolor, que está presente tanto en la ebriedad como en la ascesis. La ley suprema es que los que disfrutan de ello no alcancen jamás lo que desean, y justamente con ello deben reír y contentarse. La permanente renuncia que impone la civilización es nuevamente infligida y demostrada a sus víctimas, de modo claro e indefectible en toda exhibición de la industria cultural. Ofrecer a tales víctimas algo y privarlas de ello es, en realidad, una y la misma cosa. Divertirse significa siempre que no hay que pensar, que hay que olvidar el dolor, incluso de los más significantes, de reflejar, en su propia limitación, el todo. Divertirse significa siempre que no hay que pensar, que hay que olvidar el dolor, incluso allí donde se muestra. La impotencia está en su base. Es, en verdad, huida, pero no como se afirma, huida de la mala realidad, sino del último pensamiento de resistencia que esa realidad haya podido dejar aun. La liberación que promete la diversión es la liberación del pensamiento en cuanto negación¹⁵⁰.

Esa homogenización de pensamiento que se devela en los cubrimientos televisivos que hizo la Radio Cadena Nacional (RCN) durante las ruedas de prensa que hicieron los funcionarios gubernamentales encargados del componente militar de la política de seguridad democrática, sobre algunos operativos militares en donde dieron de baja a comandantes relevantes en la estructura organizativa del grupo subversivo de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) por un lado, y en donde se liberaron a

¹⁵⁰ Ibíd. Pág. 185, 186, 189.

militares y a políticos retenidos por esa misma organización, por el otro lado; negando ese mismo espacio para escuchar posturas del conflicto colombiano a partir de otras voces, más alejadas de ese proyecto guerrillero y que le posibilitarían al televidente abrigar opciones de reflexión, nos ponen a dialogar discursivamente con lo que plantean Horkheimer y Adorno cuando dicen que donde la industria cultural invita aun a una ingenua identificación, ésta se ve rápidamente desmentida. Ahora, los personajes felices de la pantalla son ejemplares de la misma especie que cualquiera del público, pero justamente en esta igualdad queda establecida la separación insuperable de los elementos humanos. La perfecta semejanza es la absoluta diferencia. La identidad de la especie prohíbe la identidad de las cosas individuales. La industria cultural ha realizado malignamente al hombre como ser genérico. Cada uno es solo aquello en virtud de lo cual puede sustituir a cualquier otro: fungible, un ejemplar. El mismo, en cuanto individuo, es lo absolutamente sustituible, lo para nada, y es justamente lo que empieza a experimentar tan pronto como, con el tiempo, llega a perder la semejanza¹⁵¹.

En la industria cultural el individuo es ilusorio no sólo debido a la estandarización de sus modos de producción. El individuo es tolerado sólo en cuanto su identidad incondicionada con lo universal se halla fuera de toda duda. La peculiaridad de sí mismo es un bien monopolista socialmente condicionado, presentado falsamente como natural. El principio de la individualidad ha sido contradictorio desde el comienzo. Ante todo, no se ha llegado jamás a una verdadera individuación. La forma de autoconservación propia de la sociedad de clases ha mantenido a todos en el estadio de puros seres genéricos. Todo carácter burgués expresaba, a pesar de su desviación y justamente en ella, una y la misma cosa: la dureza de la sociedad competitiva. El individuo sobre el que se apoyaba la sociedad, llevaba la marca de tal dureza. En su aparente libertad, no era sino el producto de su

¹⁵¹ Ibíd. Pág. 190.

aparato económico y social. La industria cultural puede disponer de la individualidad de forma tan eficaz sólo porque en ésta se reproduce desde siempre la íntima fractura de la sociedad¹⁵².

En cuanto a la posición ideológica, que se deja destilar de los discursos que se unen en perfecta armonía con lo simbólico y lo político y, que hemos analizado a partir de los cubrimientos que hizo RCN televisión de esas ruedas de prensa; se extrae el acento escrito en letras mayúsculas de un discurso articulado y vociferado al unísono –tanto por los funcionarios gubernamentales como por la dirección que le imprimían a las noticias- donde resaltaban en todo momento palabras y frases que seguían el guion dictado desde los Estados Unidos a raíz de los atentados a las Torres Gemelas y a las instalaciones del Pentágono, el 11 de septiembre de 2001. La palabra terrorista fue la punta del iceberg para invisibilizar, estigmatizar y macartizar tanto a las FARC como a las personas que adoptan una postura diferente sobre la realidad del conflicto armado en Colombia. En este sentido, recogemos los aportes que nos hacen Horkheimer y Adorno cuando plantean para ese momento y contexto específico de la Europa de finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, y que nos parecen totalmente válidos para el momento y el contexto que estamos analizando, que la nueva ideología tiene al mundo en cuanto tal como objeto. Ella adopta el culto del hecho en cuanto se limita a elevar la mala realidad, mediante la exposición más exacta posible, al reino de los hechos. Mediante esta transposición, la realidad misma se convierte en sucedáneo del sentido y del derecho. Bello es todo lo que la cámara reproduce. Pese a todo el progreso de la técnica de la representación, de la regla y de las especialidades, pese a todo agitado afanarse, el pánico con que la industria cultural alimenta a los hombres sigue siendo la piedra del estereotipo. La industria cultural vive del ciclo, de la admiración, ciertamente fundada, de que las madres sigan a pesar de todo engendrando hijos, de que las ruedas continúen

¹⁵² Ibíd. Pág. 199-200.

girando. Lo cual sirve para endurecer la inmutabilidad de las relaciones existentes. La libertad formal de cada uno está garantizada. Oficialmente, nadie debe rendir cuentas sobre lo que piensa. A cambio, cada uno está desde el principio encerrado en un sistema de iglesias, círculos, asociaciones permanentes y otras relaciones, que constituyen el instrumento más sensible de control social¹⁵³.

Al imponer la ideología la esencial igualdad de sus caracteres –con la excepción del infame- hasta llegar a la exclusión de las fisonomías repugnante, hace de momento la vida más fácil a los espectadores. Cuanto menos tiene la industria cultural que ofrecer, cuanto menos es capaz de mostrar la vida como llena de sentido, tanto más vacía se vuelve necesariamente la ideología que ella difunde. La ideología llevada así a la vaguedad y a la falta de compromiso, no se hace por ello más transparente, ni tampoco más débil. Precisamente esto, su vaguedad, su aversión casi científica a comportarse con algo que no pueda ser verificado, sirve eficazmente de instrumento de dominación. Ella se convierte en la proclamación enérgica y sistemática de lo que no existe¹⁵⁴.

El hecho de que en toda carrera, pero especialmente en las profesiones liberales, los conocimientos específicos del ramo se hallen por lo general relacionados con una posición conformista, puede suscitar fácilmente la ilusión de que ello es debido sólo y exclusivamente a los mismos conocimientos específicos. En realidad, forma parte de la planificación irracional de esta sociedad el que ella reproduzca, en ciertos modos, sólo la vida de los que le son fieles. La escala de los niveles de vida corresponde exactamente a la conexión interna de las clases y de los individuos del sistema¹⁵⁵.

¹⁵³ Ibíd. Pág. 192- 194.

¹⁵⁴ Ibíd. Pág. 190, 192

¹⁵⁵ Ibíd. Pág. 194.

Las masas desmoronadas por la existencia bajo la coerción del sistema, que demuestran estar civilizadas sólo en comportamientos automáticos y forzados que dejan translucir por doquier rebeldía y furor, deben ser disciplinados por el espectáculo de la vida inexorable y por el comportamiento ejemplar de las víctimas. La cultura ha contribuido siempre a domar y controlar los instintos, tanto los revolucionarios como los barbaros. La cultura industrializada hace aun algo más. Ella enseña e inculca la condición que es preciso observar para poder tolerar de algún modo esta vida despiadada. El individuo debe utilizar su disgusto general como impulso para abandonarse al poder colectivo del que está harto¹⁵⁶.

Un ejemplo que nos colocan desde el ámbito político Horkheimer y Adorno y, que inexorablemente tendría repercusiones a nivel social, económico y sobre todo ideológico, nos lo traen a la memoria a partir del contexto particular en que se encontraba Alemania con la llegada al poder del partido político nacionalsocialista encabezado por Adolf Hitler y el papel que desempeñó para instituir y asentarse en grandes capas sociales un medio masivo como la radio. Según ellos, los nazis sabían que la radio daba forma a su causa, lo mismo que la imprenta se la dio a la reforma. El carisma metafísico del Führer¹⁵⁷ inventado por la sociología de la religión ha revelado ser al fin como la simple omnipresencia de sus discursos en la radio, que parodia demoniacamente la omnipresencia del espíritu divino. Establecer la palabra humana como absoluta, el falso mandamiento, es la tendencia inmanente de la radio. La recomendación se convierte en orden. Finalmente, el dictado de la producción, el anuncio publicitario específico, enmascarado bajo la apariencia de la posibilidad de elección, puede convertirse en la orden abierta del Führer¹⁵⁸.

¹⁵⁶ Ibíd. Pág. 197.

¹⁵⁷ Palabra alemana que significa "Líder" o "Guía". Era utilizada en la Alemania Nazi para referirse a Adolf Hitler. Información obtenida de: <http://es.wikipedia.org/wiki/F%C3%BChrer>.

¹⁵⁸ Ibíd. Pág. 204.

Ilustración 9. Manos de lágrimas.



8. TEUN A. VAN DIJK Y SU PROPUESTA DESDE EL ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO (ACD) PARA ANALIZAR EL PODER DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

Desde la propuesta o enfoque del Análisis Crítico del Discurso (ACD) que nos propone el investigador y lingüista holandés Teun A. Van Dijk, plasmaremos algunas reflexiones que nos parecen pertinentes, en este reto que nos hemos propuesto, de develar la potencia para provocar adhesiones y apoyos hacia propuestas políticas e ideológicas, que se incuban en el tejido discursivo de sectores de poder y con acceso a un recurso tan potente y trascendental como son los medios masivos de comunicación, ya sean aliados o dueños de los mismos.

Después de revisar las reflexiones que hace Van Dijk, a partir de su propuesta de análisis crítico del discurso (ACD), vemos que ese análisis coadyuva y aporta elementos consistentes, para mostrar el papel que han asumido los noticieros televisivos de la Radio Cadena Nacional (RCN) durante el cubrimiento que hizo este medio de las ruedas de prensa que realizaron los encargados del componente militar de la proyecto político de “seguridad democrática”, propuesta que llevo a la presidencia de Colombia a Álvaro Uribe Vélez (2002 al 2010).

Desde el primer momento que se esbozó la propuesta, hemos planteado de forma clara y explícita que el camino que emprendíamos discurría en torno a un análisis simbólico, político e ideológico de la forma como los noticieros televisivos de RCN, construían y emitían al publico algunos eventos u operaciones militares que habían representado un éxito –según los representantes de la política de seguridad democrática y, de los estamentos que se plegaron a la misma; entre los

cuales se encontraba esa casa periodística-. Y hacer un análisis, nos comprometía –por convicción y por un reto hacia nosotros mismos y, hacia un área el conocimiento como lo es la antropología- a buscar entre la densa niebla del armazón en que se construyeron las emisiones de esos operativos militares, aspectos que pasan inadvertidos y no se les pondera en su verdadera dimensión, pero que tienen un peso para proyectar en un grueso nada despreciable de la población, apoyos hacia intereses y proyectos específicos.

Para ello, nos parece más que pertinente, esbozar algunos argumentos de lo que para Van Dijk es un análisis crítico. Según este autor (1997: pág. 51) “El análisis crítico es partidista, toma posiciones del mismo modo que lo hace el análisis acrítico. No obstante, y al contrario que otros tipos de análisis, describe explícitamente su posicionamiento, es decir, el análisis crítico formula sus objetivos sociopolíticos, sus normas y puntos de vista y no los niega, ni los ignora ni tampoco los disimula. El análisis crítico, además, se dirige a temas o problemas sociales, y también a paradigmas académicos, aunque no de manera primordial...El análisis crítico se centra en problemas experimentados y definidos por grupos dominados, en lugar de hacerlo en los de aquellos que ocupan el poder, la elite, la clase dominante...El análisis crítico examina los mecanismos sociopolíticos, históricos y culturales que sustentan la reproducción del poder, y por lo tanto presta una especial atención al análisis de aquellas ideologías que alimentan, reproducen o legitiman el poder”.

Precisamente, un aspecto que no se debe pasar por alto, en el contexto donde funcionan los medios masivos de comunicación, es la autonomía que tienen los medios masivos de comunicación para construir –a su amaño- la forma como se deben dar las noticias; autonomía de la cual carecen en absoluto, quienes están al otro lado de los escenarios donde se diagraman esas emisiones. Según Van Dijk

(1997), los patrones de control del discurso y acceso están fuertemente ligados al poder social. Mientras que la gente común solo tiene acceso activo a y control sobre géneros de discurso como pueden ser las conversaciones cotidianas con sus familiares, amigos y colegas, y un acceso más pasivo al discurso institucional –o burocrático-y al discurso mediático, las elites disponen de acceso y control sobre un espectro mucho más amplio, tanto a nivel informal como sobre la formas públicas e institucionales de texto y habla. Por ejemplo, los políticos controlan el discurso gubernamental y parlamentario y disponen de un acceso preferente a los medios de comunicación de masas. Los periodistas tienen control sobre el discurso mediático y acceso preferente a un amplio abanico de otras formas de texto oficial y de habla, como pueden ser conferencias y comunicados de prensa, informes y otros¹⁵⁹.

Tal como lo planteamos en los párrafos iniciales, nos parece pertinente esa propuesta que nos hace Van Dijk, ya que el discurso político e ideológico en que están estructuradas la ruedas de prensa que realizaron los funcionarios encargados del componente militar de la política de seguridad democrática del gobierno de Álvaro Uribe Vélez (2002 al 2010) y, que fueron cubiertas por los noticieros televisivos de la Radio Cadena Nacional (RCN), están matizadas hasta los tuétanos de un direccionamiento en lo que ese autor llama dimensiones de texto y habla, que es al fin y al cabo, lo que estructura y moldea un discurso.

Es así, como el acceso preferente a, y el control sobre el discurso y sus propiedades son formas de representación directa del poder social o institucional, que permiten a los actores sociales específicos hacer uso (verbal) de una acción que está vedada a los demás, o que puede forzar u obligar a otros a participar de

¹⁵⁹ VAN DIJK, Teun A.. 1. Objetivos del análisis crítico del discurso. Racismo y análisis crítico de los medios. Ediciones Paidós Ibérica, S. A. Barcelona. 1997. Pág. 19.

un discurso o utilizar las propiedades del mismo, tal y como lo desea el actor con poder y que por ende limitará la libertad (luego el poder) del menos poderoso. Algo que es preciso aclarar, es que el discurso, sin embargo, no se limita solamente a la acción verbal, sino que también involucra significado, interpretación y comprensión, lo cual significa que el acceso preferente al discurso público o el control sobre sus propiedades (por ejemplo, temas específicos o preferidos) también puede afectar el pensamiento de los demás. En otras palabras, los actores sociales con poder, además de controlar la acción comunicativa también hacen lo propio con el pensamiento de sus receptores¹⁶⁰.

Por otra parte, nadie ignora que los noticieros, la propaganda política, la publicidad, los sermones religiosos, las directivas empresariales y los artículos académicos influyen de un modo u otro sobre el pensamiento de quien los lee y los escucha –agregaría también, de quien los ve-: todas aquellas formas de impartir conocimientos, afecta las opiniones o cambia actitudes. También sabemos que un receptor en un contexto específico y dado su conocimiento particular y sus creencias tiene capacidad para ignorar, desechar, no creer o actuar mentalmente de otro modo que este en oposición a las intenciones del orador o autor en posesión del poder. El receptor tiene una relativa libertad para interpretar y utilizar un discurso según le plazca y a su favor, como sucede también en el caso de los mensajes mediáticos. Sin embargo, a pesar de la insistencia de estas libertades existen también muchas restricciones. Estas pueden ser una función del poder además del estatus o credibilidad del orador/autor, así como una función de las propiedades del texto o habla: a una persona se le puede mentir, se le puede manipular, persuadir de otro modo en contra de sus intereses o en beneficio del orador/autor que ejerce el poder. Una persona puede no tener acceso a fuentes alternativas de información o carece del conocimiento de las reglas y estrategias gramaticales o de discurso, puede no tener conocimiento suficiente para detectar

¹⁶⁰ Ibíd. Pág.21.

una mentira o la manipulación o no disponer de una capacidad de replica suficientemente fuerte o de una ideología contrastada para argumentar en contra y rechazar un texto o un acto de habla influyente¹⁶¹.

Algo que se observa –y no sin dificultad- en los cubrimientos de las ruedas de prensa de los operativos militares seleccionados para analizar las estructuras simbólicas, políticas e ideológicas que subyacen allí, es la prevalencia por sobre cualquier otra información que haya sucedido en el país. En pos de mantener y focalizar las expectativas sobre esos acontecimientos, las informaciones emitidas por los noticieros televisivos de la Radio Cadena Nacional (RCN) repetían hasta más no poder, los detalles mínimos de esos logros militares. Para Van Dijk, esto sucede así, puesto que la acción se basa en los modelos mentales de sus actores, aquellos modelos que a su vez encapsulan el conocimiento y las actitudes sociales; el hecho de influir sobre dichos modelos o sobre las creencias en que se fundamentan, puede ser un modo eficaz de controlar (indirectamente) las acciones ajenas. Precisamente, el hecho de subrayar unos temas concretos en detrimento de otros (por ejemplo, en titulares o sumarios) o de impedir que otros aireen o tengan acceso a otros temas, puede influir sobre el modelo (mental) de estructura global que conlleva a la comprensión de un discurso¹⁶².

Un aspecto que hace parte de ese enmarañamiento en que se construyen los discursos, lo encuentra Van Dijk en la forma en que se pueda postular estructuras a cualquier nivel del texto y habla que afecten la forma preferencial a la estructura y el contenido de los modelos de pensamiento, además de las formas más generales y abstractas de conocimientos, creencias, opiniones, actitudes o ideologías compartidas por grupos de receptores. Por ejemplo, las

¹⁶¹ Ibíd. Pág.21-22.

¹⁶² Ibíd. Pág.22-23.

generalizaciones estratégicas del discurso (como por ejemplo: “esto siempre sucede así”; “todos son iguales”; etc.) pueden influir en la generalización de un modelo de situación conveniente y conformar un grupo más abstracto de actitudes y prejuicios¹⁶³. Para el caso que nos compete, la construcción del discurso gubernamental en cabeza de los ministros de defensa de la política de seguridad democrática –Juan Manuel Santos en un primer momento y, posteriormente Gabriel Silva Lujan, su sucesor-, de los altos mandos de las fuerzas militares y del director de la policía nacional y, del presidente Álvaro Uribe Vélez, no hacían más que destilar frases reiterativas en donde ellos se hacían dolientes y defensores de toda la nación (como por ejemplo: “compatriotas”, “el pueblo colombiano rechaza la barbarie de los narcoterroristas de las FARC”, y otros).

Para Van Dijk (1997), es importante y necesario reflexionar sobre el papel que desempeñan los medios masivos de comunicación en la sociedad y en la cultura a partir del análisis crítico del discurso (ACD), ya que las informaciones que reciben a diario por los medios tienen un peso fundamental en la vida cotidiana del ser humano. Es tanto así, que la mayor parte del conocimiento social y político, así como las creencias sobre el mundo, emanan de las decenas de informaciones que amplios grupos poblacionales leen y escuchan – y también ven- a diario. Es muy probable que no exista ninguna otra práctica discursiva, aparte de la conversación cotidiana, que se practique con tanta frecuencia y por tanta gente como son el seguimiento de noticias en prensa y televisión¹⁶⁴. Los talleres realizados con dos grupos de la tercera edad de los barrios La América y La Pradera Parte Alta, nos corroboran una infinidad de estudios, realizados por organizaciones gubernamentales, no gubernamentales y de instituciones de educación superior, donde los medios masivos de comunicación y, específicamente, un medio como la televisión, tienen unos índices altos en los hábitos cotidianos de las personas.

¹⁶³ *Ibíd.* Pág.23-24-

¹⁶⁴ *Ibíd.* Pág.29-30.

Además, potenciado por un valor agregado: la credibilidad hacia las informaciones que les suministra un medio como la televisión no se ponen en duda.

Para Van Dijk, otro de los aspectos que están inmersos en los artilugios del discurso es lo que él llama superestructuras. Con ello, el autor se refiere a la forma como los temas se organizan, normalmente, por medio de un esquema abstracto consistente en categorías convencionales que especifican la función general de los temas de un texto. Al igual que muchas otras historias y argumentaciones, los noticieros siguen un esquema jerárquico que consiste en una serie de categorías convencionales tales como titulares, primera plana (que junto con el anterior forman el sumario), noticias destacadas, contexto, historia (y que conjuntamente forman la categoría e fondo), reacciones verbales y comentarios. De cada categoría, se expresa en primer lugar la información más importante, lo que constituye una estrategia de más a menos que otorga la llamada estructura de relevancia del texto. Ya que es allí, en esas categorías jerárquicas, donde se estructuran las noticias que los medios masivos emiten a las personas, es por lo que a Van Dijk le es necesario un estadio analítico del discurso; y lo es, porque el discurso informativo en los medios se caracteriza por unos esquemas fijos que controlan categorías convencionales como las señalan anteriormente. Dicho esquema, además de su contenido (temático) macroestructural, se efectúa de modo discontinuo dentro del texto informativo, es decir, por medio de entregas ordenadas, de tal forma, que la información más importante, interesante o relevante en cada categoría se sitúa en primer lugar y el resto de las informaciones pasan a un segundo plano. Dicho de otro modo, el discurso informativo se organiza estratégicamente por medio de un principio de relevancia que puede ir más allá de las estructuras subyacentes y de los principios que ordenan el esquema convencional¹⁶⁵. Con el cubrimiento de las informaciones que

¹⁶⁵ Ibíd. Pág.35-44

los noticieros televisivos de RCN hicieron durante los ocho años consecutivos del gobierno de Álvaro Uribe Vélez, a mas de centrarse y resaltar los logros a nivel militar de la política de seguridad democrática contra el grupo subversivo de las FARC, fueron tibios –incluso, ignoraron acontecimientos que involucraban en graves hechos a funcionarios de ese gobierno, desde el presidente hasta el más humilde de sus subalternos- con otras informaciones que también merecían el despliegue que hicieron con esos operativos militares en contra de ese grupo subversivo.

Cuando Van Dijk se refiere al estilo y la retorica en que están contruidos los discursos, muestra que esos aspectos son el resultado textual de la elección entre modos alternativos de decir más o menos lo mismo por medio de distintas palabras o de una estructura sintáctica distinta. Esas elecciones estilísticas también conllevan unas claras implicaciones sociales e ideológicas, ya que a menudo señalan las opiniones del periodista acerca de los protagonistas de la noticia y de los sucesos. Argumentos que creemos se pueden poner en tensión con la propuesta de que nos hemos ocupado en la reflexión sobre el rol simbólico, político e ideológico de los noticieros televisivos de la Radio Cadena Nacional (RCN) sobre las informaciones suministradas de las ruedas de prensa sobre algunos operativos militares que se han seleccionado para este análisis (Sol Naciente, Fénix, Fortín, Jaque y Camaleón), y que están centradas en expresar y magnificar negativamente al grupo subversivo de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) y por lo tanto, de predisponer a los televidentes en torno a la creación de un consenso de apoyo a esa política e gobierno.

En el enfoque que se hace de las noticias, es necesario también, hacer una reflexión analítica, tomando como foco, los procesos que ocurren en la

construcción de las noticias. Para Van Dijk (1997), el análisis crítico del discurso (ACD) puede y debe operar allí entre otra de sus funciones; ya que los sucesos ocurridos en las noticias tienen rara vez testigos presenciales y pocas veces se describen directamente. Por lo general, llegan a manos de los periodistas a través de una gran variedad de “fuentes del discurso”, como pueden ser testigos presenciales, rumores, historias, entrevistas, conferencias de prensa, primicias, documentos, informes, llamadas telefónicas, agendas y mensajes procedentes de otros medios y agencias de prensa. Estas fuentes de discurso predefinen y preconstruyen los sucesos como sucesos noticiables, y puede que incluso presupongan su valor como noticias. Tanto como periodistas como editores realizan a continuación un número de operaciones, como pueden ser la selección, resumen, combinación, eliminación y reformulación estilística, basándose en aquellos mensajes iniciales. Dichas informaciones, junto con los procesos cognitivos e ideológicos de los propios periodistas, definen la naturaleza esencialmente construida para los sucesos que deberán ser noticia¹⁶⁶.

Un aspecto que no pude pasar desapercibido en todo el andamiaje donde se mueven los medios masivos de comunicación es el papel sociopolítico que encarnan; papel que pasa por las estructuras de poder que esos defienden y tratan de posicionar a capa y espada. Para Van Dijk (1997), los medios masivos de comunicación juegan un papel muy importante y específico en estructuras sociopolíticas como el poder y la ideología, tanto si se trata de instituciones privadas como de instituciones estatales, los medios (dominantes) están, ante todo, fuertemente asociados con los fenómenos sociales y las instituciones dominantes. A nivel organizativo, la posición de los medios dominantes puede parecer, a veces, ambivalente, pero en general es coherente con las formaciones dominantes y las instituciones de la sociedad. Se utiliza el término coherente según la definición gramatical, para denotar una relación social entre grupos e

¹⁶⁶ Ibíd. Pág.44-45.

instituciones en las que no se excluya la existencia de inconsistencias o contradicciones de acciones concretas o locales, pero cuyas ideologías básicas no son inconsistentes, compartiendo, además, principios básicos similares. Dicho término puede también, incluso de forma más apropiada, utilizarse para denotar una relación similar entre ideologías distintas entre sí. Si se recurre a la lógica del término, se podría decir que las ideologías son consistentes cuando de forma sistemática producen contradicciones (conflictos, luchas). Una ideología que no es consistente con la dominante, se llamará por lo tanto, *contraideología*¹⁶⁷. Si algo es irrefutable e incuestionable en Colombia, es que las estructuras de poder que han reinado y que aun lo siguen haciendo –el establishment-, a pesar de los matices de intereses que puedan tener, es que hablan un solo lenguaje en cuanto a consistencia ideológica; lectura que se refleja en los lineamientos y conductas que se transmiten en instituciones básicas y fundamentales para la educación (la familia), de la formación (la escuela), de la iglesia, de entidades del estado, de los medios masivos de comunicación, entre otros.

Muchos periodistas o canales de televisión en el mundo occidental son propiedad de empresas multinacionales, o bien, sobreviven únicamente gracias a la financiación de la publicidad de grandes corporaciones, o bien, por medio de subsidios estatales. Aun cuando una ideología prevalente asuma que en nuestras sociedades democráticas la política editorial es independiente del control corporativo y estatal, e incluso cuando los periodistas tengan una libertad relativa (dentro de los márgenes variables de latitud), resulta obvio que no pueden practicar una ideología incoherente con las de los propietarios de una corporación o de los dirigentes estatales. En otras palabras, la posición organizativa e institucional de los medios masivos de comunicación demuestra su participación en el complejo tejido de la dominación sociopolítica y económica de cada país¹⁶⁸.

¹⁶⁷ *Ibíd.* Pág.52.

¹⁶⁸ *Ibíd.* Pág.52-53.

De lo dicho anteriormente por Van Dijk, si bien resulta necesario, lo es todavía más fundamental, que a los medios masivos de comunicación se les realicen análisis sociopolíticos, que pongan en tensión las implicaciones que ello tiene en las relaciones de los grupos, de las clases y del control económico; por la dimensión cultural que desempeñan en las transformaciones, modelos y formas de pensar y actuar de las personas. Ello es así, porque en las actuales sociedades, los medios masivos de información son la institución principal de (re) producción ideológica; probablemente más importante que otras instituciones sociales como el sistema educativo propiamente dicho, aunque a decir verdad, se ha visto que los medios de comunicación y, por lo tanto, los periodistas, no realizan esta tarea en solitario. Todo ello no significa que los medios de comunicación conformen la opinión pública de forma directa ni las individuales. Las macroestructuras sociales no predicen las microestructuras, sino que únicamente especifican su posible variación y sus límites (Curran, Smith y Wingate, 1987). Son aquellas las que preparan los principios de percepción públicos, definen las estructuras de comprensión y, por lo tanto, la forma global del consenso básico de las ideologías dominantes. Después de (y también por medio de) la socialización familiar y la comunicación entre amigos, así como conjuntamente con la escuela, los medios de masivos de comunicación son esencialmente los mediadores de los significados favoritos. Concluyendo con todo lo que se ha dicho anteriormente, los medios masivos de comunicación desempeñan un papel crucial en la reproducción de la hegemonía y del control moderno basado en el consenso y estructurado ideológicamente¹⁶⁹.

Para el caso del propósito que hemos llevado a cabo con el análisis simbólico, político e ideológico del cubrimiento de las ruedas de prensa de algunos operativos militares contra las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), realizadas por los noticieros televisivos de la Radio Cadena Nacional

¹⁶⁹ Ibíd. Pág.54.

(RCN); el análisis sociopolítico ha impregnado cada página de esta a propuesta, ya que como nunca antes en este país, el poder de los sectores dominantes desplegó todo cuanto tenía a su alcance –entre otros, poniendo a sus pies la capacidad de los medios masivos de información- para posicionar una política de gobierno; y sobre todo, para mostrarle “a reimundo y todo el mundo”, que a través del fortalecimiento y de la confrontación militar es posible llevar a la derrota de ese grupo subversivo.

Ilustración 10. Torso desnudo.



CONCLUSIONES

Cuando planteamos el reto que nos proponíamos adelantar, lo hicimos a partir del planteamiento de un problema donde dábamos a conocer una hipótesis que desde hacía algún tiempo –antes de ser elegido Álvaro Uribe Vélez como presidente de la Republica de Colombia para el periodo constitucional 2002 a 2004 y, que se amplió cuatro años más (2004 a 2010), modificando la carta constitucional de 1991 en el artículo 190, donde se establece que “El presidente de la Republica será elegido para un periodo de cuatro años, por la mitad mas uno de los votos que, de manera secreta y directa, depositen los ciudadanos en la fecha y con las formalidades que determine la ley”¹⁷⁰. Es de aclarar, que dicha modificación estuvo plagada de actos no acordes con el ordenamiento jurídico de la nación; los cuales fueron investigados, juzgados y condenados por uno de los órganos de la Rama Judicial (y que obedecen a los sonados casos de la congresista por el Departamento de Santander Yidis Medina, hoy purgando su condena a través de “casa por cárcel” y también del congresista por el Departamento del Valle del Cauca Teodolindo Avendaño)- nos venía causando curiosidad e inquietud: el despliegue y la cobertura que venían haciendo los medios masivos de comunicación –sobre todo la prensa, la radio y la televisión- en la antesala de la elección presidencial del año 2002-, hacia una propuesta novedosa en el escenario político de ese momento y que encarnaba el candidato Álvaro Uribe Vélez. Dicha propuesta tenía como rotulo de campaña “la seguridad democrática” y, estaba centrada en el fortalecimiento de la Fuerzas Militares, de la Policía Nacional y de los organismos de seguridad de Colombia –en este caso, del Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), para enfrentar a los grupos subversivos que hoy están levantados en armas contra el Estado colombiano; y

¹⁷⁰ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA DE 1991. Derechos del Niño, de la Mujer, del Hombre, Defensor del Pueblo. Cooperativa Editorial Magisterio. Bogotá, D.C. 2001. Pág.69.

específicamente, para combatir a las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC).

Esa propuesta, lanzada como bandera electoral y llevada a cabo posteriormente con la elección presidencial de Álvaro Uribe Vélez, tuvo el acierto de pescar en río revuelto, el descontento que había en grandes sectores de la sociedad, de la política y del Estado, a raíz de los sucesos ocurridos en los diálogos de paz con la guerrilla de las FARC llevados a cabo en la población de San Vicente del Caguan (Departamento del Caquetá). Diálogos que se frustraron y no condujeron a sentar las bases para un acuerdo de paz con esa guerrilla.

Esos diálogos que se dieron durante gran parte del gobierno de Andrés Pastrana Arango (1998 a 2002), han sido analizados por diferentes estudiosos (políticos, politólogos, sociólogos, antropólogos, historiadores, periodistas y otros), quienes concluyen que esos diálogos para lo único que sirvió fue para fortalecer militarmente a las partes sentadas en esa mesa de diálogo. Por un lado se fortalecieron militar, política, financiera y territorialmente las FARC y, por el otro lado, con el rompimiento de esos diálogos –ocurrido al final del gobierno de Pastrana Arango-, se llegó a un acuerdo con el gobierno de los Estados Unidos en cabeza del presidente Bill Clinton, para implementar el “Plan Colombia” en el país; el mismo se concibió y empezó a ejecutarse en el año de 1999¹⁷¹. Un proyecto, presentado en su momento como una estrategia para combatir el narcotráfico en el país, pero que a medida que se fue implementando dejó mostrar sus dientes: el plan estaba centrado en el fortalecimiento militar –en equipos, en armamentos, en inteligencia y en entrenamientos de la Fuerzas Militares, de la Policía Nacional y

¹⁷¹ WIKIPEDIA. Plan Colombia. (En línea). Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_colombia Tomado el 5 de diciembre de 2011.

de los organismos de seguridad de Colombia -específicamente, del Departamento de Administrativo de Seguridad (DAS)-.

En la medida que avanzábamos con la propuesta –entre revisiones bibliográficas, las propuestas metodológicas en sus posibles viabilidades y, los aportes que nos daba el asesor-, y que se fue delimitando nuestro objeto de estudio, optamos por analizar entre los múltiples y diversos medios masivos de comunicación que existen, uno que nos brindaba la posibilidad de poner en cuestión la hipótesis de esta propuesta: “La capacidad que tiene un medio de medio masivo de comunicación como la televisión, para generar y posicionar sentidos en esos otros que están al otro lado y al margen de donde se estructuran y toman cuerpo las informaciones que recibe (los estudios de televisión)”. Precisamente, en virtud de esa potencialidad –que es acrecentada, cuando vastos sectores de la población colombiana que reciben esa señales, además de tener una devoción, reverencia y credibilidad absoluta a ese medio masivo de comunicación, poseen o se encuentran en unos niveles de precariedad social, económica y política-, nos pareció lo más adecuado y pertinente, analizar el enfoque que hicieron los noticieros de televisión de la Radio Cadena Nacional (RCN) durante las ruedas de prensa que hacían los funcionarios gubernamentales encargados de la cartera de defensa –Juan Manuel Santos como Ministro de Defensa y su posterior reemplazante en ese cargo ministerial Gabriel Silva Lujan, acompañados por los altos mandos de la Fuerzas Militares y del director de la Policía Nacional de Colombia- de algunos operativos militares contra las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) que provocaron por un lado, bajas de algunos comandantes guerrilleros de gran ascendencia en esa organización subversiva y, por el otro lado, la liberación de militares y de políticos que se encontraban retenidos en la selvas colombianas –puntualmente, en las selvas del sur de Colombia- por ese grupo guerrillero desde hacía varios años.

El análisis que hicimos de los cubrimientos de los noticieros de RCN televisión, específicamente de la ruedas de prensa que realizaron los funcionarios encargados del componente militar y de defensa de la política de gobierno de la seguridad democrática, estuvo focalizada en desentrañar la estrategia y preparación meticulosa que le imprimió a las emisiones esa casa periodística.

Para ello, establecimos como puntos de reflexión tres categorías o ejes temáticos de análisis: lo simbólico, lo político y lo ideológico. Todo lo allí analizado, dará pie para dejar que las aguas de las reflexiones corran libremente y, develen o saquen a flote algunas cosas de ese lecho corrientoso de significados, que subyacen como capas semiocultas de un todo que se deja ver ocultándose y que al ocultarse trata de dejarse ver, que parafraseamos del sociólogo y filósofo francés Pierre Bourdieu por lo valiosas y pertinentes que resultan en el reto que nos hemos propuesto.

Esas reflexiones, partiendo de esos tres ejes temáticos o categorías de análisis, en un ejercicio que discurrió a partir de los cruzamientos y la articulación de tres momentos: el análisis de los cubrimientos que hicieron los noticieros de RCN televisión de la ruedas de prensa de algunos operativos militares (operaciones Sol Naciente, Fénix, Fortín, Jaque y Camaleón); el trabajo de campo con dos grupos de personas adultas de las comunas 12 y 13 de la ciudad de Medellín (la América y la Pradera Parte Alta) a través de talleres fundamentados en cuestionarios de preguntas y de entrevistas personales; y los aportes, las luces que nos dio la revisión bibliográfica; nos dejan elementos y detalles, que las informaciones dadas en televisión a través de esa casa periodística, articulan en un todo, para potenciar sentidos que trascienden al posicionarse en un espectador imposibilitado por varias circunstancias -sociales, políticas, económicas, educativas- para cuestionar lo que observa.

En aras de hacer un ejercicio pedagógico y metodológico para compartir algunas reflexiones de las categorías de análisis, las trataremos una a una, reiterando que las tres no operan desarticuladamente; por el contrario, su potencial para generar y posicionar sentidos –emocional y actitudinal- estriba en la articulación que de ellos hace un medio masivo como la televisión.

Partiendo de lo anterior, al analizar la categoría simbólica, vemos que RCN televisión, a través de los cubrimientos que hizo de las ruedas de prensa de las operaciones ya mencionadas, articula y potencia las escenas con frases y palabras; con gestos y acciones de los protagonistas de esas acciones militares; con música de fondo, adecuada según la escena que se está mostrando; con objetos o cosas que portan en su cuerpo los protagonistas; mostrando lugares o sitios familiares de profunda reverencia para las personas, y haciendo referencia a instituciones sociales, políticas y religiosas de mucha trascendencia y arraigo en la cultura de los colombianos.

Esas frases y palabras a las que nos referíamos más arriba, muestran por un lado el dolor y la valentía de quienes soportaron la retención del grupo subversivo de las FARC durante años en las selvas del sur de Colombia y por el otro lado, las palabras remarcan lo inhumano de quienes los tenían retenidos. Palabras y frases que son reforzados por la voz de fondo del periodista, gravada previamente sin descuidar detalles –voz en off-, a partir de un libreto bien elaborado que busca penetrar en las honduras y sensibilidad de quienes observan el noticiero.

Otro recurso que juega en la forma como se enfocan las emisiones que hace esa cadena privada de televisión, tiene que ver con los matices musicales que acompañan las imágenes. Según el momento, adecuan las escenas con sonidos

musicales que excitan, transmiten y transportan al televidente a vivir y ser protagonistas de los escenarios de guerra, de combate –una realidad virtual-; y que de acuerdo a varios estudiosos de los medios masivos de comunicación, repercuten en lo emocional, inciden y tocan la sensibilidad del espectador. Esos matices musicales, se van transformando poco a poco –de acuerdo a las imágenes de los protagonistas y, del contexto donde ocurren los operativos, o donde se realizan las ruedas de prensa por los portavoces oficiales de la política de seguridad democrática- a sonidos musicales que excitan la susceptibilidad del televidente hacia sentimientos fraternos y de compasión, hacia sentimientos de amor y de paz.

Desde la categoría de análisis sociopolítica, la lectura que nos queda, después de esta exploración, pasa por el develamiento de aspectos donde resaltan la visibilización, el protagonismo y el momento oportuno en que salen a relucir en la emisiones de los noticieros de RCN televisión, ese marco de instituciones todopoderosas; haciéndose visibles, a través de instancias que lo representan, como es el caso de los funcionarios encargados de la cartera de defensa de la política de seguridad democrática. Sin importar el orden de su importancia, desfilan en plena coordinación, imágenes y discursos que apelan a la familia como esa estructura solida, monolítica, patrilínea, cristiana católica y fundada en unos principios conservadores; esa doctrina religiosa cristiano católica hecha visible y resaltada a través de un espacio físico –el templo- y su contexto externo e interno –la cruz, las imágenes representativas del cristianismo con Jesús Cristo a la cabeza en diferentes poses, el sacerdote y la solemnidad que encarna e irradia a los feligreses-; el papel y el posicionamiento social de una instancia como los medios masivos de comunicación –en este caso, personificado en el rol que asumieron durante la política de seguridad democrática y, que aún siguen asumiendo los noticieros de RCN televisión- de incuestionable trascendencia para posicionar en vastos sectores de la población colombiana una política de gobierno.

Desde la categoría ideológica, la reflexión nos lleva a concluir que la política de seguridad democrática, recogió frutos y pelecho a partir de los errores y fracasos de las conversaciones o diálogos de paz llevadas a cabo en San Vicente del Caguan con el grupo subversivo de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) durante el gobierno de Andrés Pastrana Arando (1998 a 2002); finamente aprovechado por el estandarte de esa propuesta de gobierno –Álvaro Uribe Vélez- y un grupo de asesores que hábilmente y con el oportunismo necesario, sacaron un as bajo la manga de incuestionable valor para el sentimiento de grandes sectores de la población colombiana: el maniqueísmo en que se asientan los valores conservadores y cristiano católicos (Dios y Satanás; los buenos y los malos; los héroes y los villanos; los civilizados y los barbaros; etc.). Todo este repertorio de valores morales, entretelado en un discurso oficial seguido a raja tabla no solamente por los funcionarios de esa política de de gobierno, sino también, por las redes que se construyen más allá del epicentro gubernamental; me refiero a una serie de portavoces y estrategias apostados tras bambalinas, sin el cual, ese proyecto político no cuajaría en vastos sectores de la sociedad (personas del mundo académico, del empresariado, de los medios masivos de comunicación, de los estamentos religiosos, de algunos representantes del sector político, y otros).

BIBLIOGRAFIA

ALSINA, Miquel Rodrigo. El periodismo bélico o la guerra al periodismo. Revista Signo y Pensamiento. vol. XXI, no. 40. Septiembre, 2002. 43-50 p.

BARSAMIAN, David. Entrevista a Noam Chomsky/1. Lenguaje Colateral. Revista El Viejo Topo. Número 184-185. Ediciones de Intervención Cultural, S L. Barcelona. Octubre de 2003. 132 p.

BOBBIO, Norberto. Estado, Gobierno y Sociedad. Por una teoría general de la política. Duodécima reimpresión, 2006. Fondo de Cultura Económica. México, D. F. 244 p.

BONILLA VELEZ, Jorge. Periodismo, guerra y paz. Campo intelectual periodístico y agendas de la información en Colombia. Signo y Pensamiento., vol. XXI, no. 40. Septiembre 2002. 54-69 p.

BOURDIEU, Pierre. Sobre La televisión. 2 ed. Barcelona.: Editorial Anagrama, S. A. 2007. 138 p.

BRIGGS, Asa y BURKE, Peter. De Gutenberg a Internet. Una Historia Social de los Medios de Comunicación. Madrid. Santillana Ediciones Generales, S. L. 2002. 425 p.

CAMPS, Victoria. Opinión pública, libertad de expresión y derecho a la información. Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual. 2004. 33 p.

CASTELLS, Manuel. Comunicación y Poder. Primera reimpresión, 2010. Alianza Editorial, S. A. Madrid. 679 p.

CHOMSKY, Noam. El control de los medios de difusión. Los espectaculares logros de la propaganda. Actos de agresión. Editorial Crítica. Barcelona, España. 2004. 14-16 p.

CONILL, Jesús y GOZALVEZ Vicent. Ética de los medios. Una apuesta por el ciudadano audiovisual. Barcelona. Editorial Gedisa, S. A. 2004. 251 p.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA DE 1991. Derechos del Niño, de la Mujer, del Hombre. Defensor del Pueblo. Tercera reimpresión. Cooperativa Editorial Magisterio. Bogotá, D. C. 2001. 191 p.

CHOQUE ALDANA, Marlene. Medios Masivos, Identidades Colectivas y La Construcción De Ciudadanía En Bolivia. Revista América Latina Hoy, 1998. No.19. p. 45-56.

DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO LAROUSSE 2006. Duodécima Edición, MMV. Ediciones Larousse, S. A. de C. V. México, D. F. 2006. 1824 p.

DICCIONARIO DE ETNOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA. BONTE, Pierre y otros.
Ediciones Akal, S. A., 1996. Madrid. 758 p.

DICCIONARIO DE LOS SIMBOLOS. CHEVALIER, JEAN y Alain Gheerbrant.
Herder Editorial, S. L., Séptima edición, 2003. Barcelona. 1107 p.

DWYER, Bernie. Terrorismo es una gran palabra. En: El Viejo Topo. Octubre,
2003. No. 184-185. Barcelona.

ECO, Umberto. Como se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de estudio,
investigación y escritura. Vigésimocuarta edición. Barcelona.: Editorial Gedisa, S.
A. 2001. 267 p.

GALEANO MARIN, María Eumelia. Estrategias de investigación cualitativa. El giro
en la mirada. Medellín. La Carreta Editores E.U. 2004. 239 p.

GASPAR BOHORQUEZ, Ana Leticia. Aproximaciones a una relación tormentosa:
Medios y receptores. Revista mexicana de comunicación., vol. XV, No. 77.
Septiembre-octubre, 2002. p. 36-38.

GEERTZ, Clifford. La Interpretación de las Culturas. Editorial Gedisa, S. A. Octava
reimpresión, 1997. Barcelona. 387 p.

GONZALEZ, Leonardo; NOVOMISKY, Sebastián y ARAMENDI, Rodrigo. La TV y los medios masivos de comunicación como escenarios de disputa por los sentidos.

GONZALEZ, Catalina. Identidad, alteridad y comunicación: definiciones y relaciones. Revista Signo y Pensamiento, 1997. No. 30. p. 77-84.

GOZÁLVEZ, Vicent y J. LOZANO, Félix. Autonomía profesional y códigos deontológicos de la comunicación audiovisual. En Jesús Conill y Vicent Gozávez (coordinadores). Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual. 2004. 52 p.

HABERMAS, Jurgen. 3. Tareas de una teoría crítica de la sociedad. Teoría De La Acción Comunicativa, Tomo II: Critica de la razón funcionalista. México, D. F. Santillana Ediciones generales, S. A. Tercera reimpresión. 2008. 618 p.

HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNANDEZ – COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar. Metodología De La Investigación. 4 ed. México, D. F. McGRAW – HILL / Interamericana Editores, S. A. De C. V. 2006. 850 p.

HORKHEIMER, Max y ADORNO W. Theodor. La industria cultural. Ilustración como engaño de masas. Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos. Madrid. Editorial Trotta, S. A. 2005. 303 p.

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, ICONTEC. Trabajos escritos: presentación y referencias bibliográficas. Sexta actualización. Julio, 2008. Bogotá, D. C.

KELLNER, Douglas. El 11 de septiembre. Medios de comunicación y fiebre de guerra. Revista Signo y Pensamiento. vol. XXI. No. 40. Septiembre, 2002. p. 10-17.

LETOURNEAU, Jocelyn. La Caja de Herramientas del Joven Investigador: guía de iniciación al trabajo intelectual. Medellín. La Carreta Editores E.U. 2007. 268 p.

MARTINEZ DE TODA Y TERRERO, José. El impacto moral y social de los medios de comunicación social. Revista Reflexiones. Comunicar 10, 1998. p. 164-170.

MARTINEZ, Omar Raúl. Medios, información y democracia. Periodismos. Revista mexicana de comunicación. vol. XV. No. 77. Septiembre-octubre, 2002. p. 7-52.

OSORIO, Francisco. Propuesta para una Antropología de Los Mass Media. Cinta de Moebio, Revista Electrónica de Epistemología de Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Sociales-Universidad de Chile. No. 13. Marzo, 2002.

PAZ GARCIA, Ana Pamela. Opinión Pública, Mediatización y Representación Democrática: La Conflictiva Construcción De Horizontes Colectivos De Sentido. Intersticios: Revista Sociológica de Pensamiento Crítico. Vol. 2, 2008. p. 197-210.

QUINTANA PAZ, Nuria. El telespectador, soberano o marioneta del devenir político.

RAMIREZ CARO, Jorge. La Globalización del Terrorismo. Revista Repertorio Americano. No. 12. Julio-diciembre, 2001. p. 6-17.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario De La Lengua Española. Vigésima Segunda Edición, 2001. Editorial Espasa Calpe, S. A. Madrid. 2349 p.

ROUVIER, Ricardo. El Vínculo Complejo Entre Los Medios Masivos y La Política. Revista Hologramática – Facultad de Ciencias Sociales – Universidad Nacional de Lomas de Zamora. Año V. Vol. 3. No. 8, 2008. p. 21-37.

ROJAS, Cesar. Los nuevos populismos mediáticos. La relación entre ciudadanía, medios masivos y política en Bolivia.

SCHMITT, Carl. El Concepto De Lo Político. Primera edición, 1998. Alianza Editorial, S. A. Madrid. 153 p.

THESING, Josef y HOFMEISTER, Wilhelm. Medios de comunicación, Democracia y Poder. Konrad – Adenauer – Stiftung A. C. 1995. Centro Interdisciplinario de Estudios Sobre el Desarrollo Latinoamericano (CIEDLA). Buenos Aires. 469 p.

TOBON MESA, Víctor Hugo. Una piedra contra la impunidad. Dinámicas del control social estatal ejercidos a partir del proceso de accionar y dominio paramilitar en la comuna 13. Trabajo de grado para optar al título de sociólogo. Universidad De Antioquia. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Departamento de Sociología. Medellín, 2008.

VAN DIJK, Teun A. Racismo y análisis crítico de los medios. Ediciones Paidós Ibérica, S. A., 1997. Barcelona. 318 p.

VELEZ TOBON, Madelene. Estudio Etnometodologico en la Comunidad Pesquera del Corregimiento de El Valle, Choco – Colombia. Trabajo de grado para optar al título de Antropóloga. Universidad De Antioquia. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Departamento de Antropología. Medellín. 2000.

VILLADIEGO PRINS, Mirla. Comunicación masiva y terrorismo. Elementos para el debate y la investigación. Revista Signo y Pensamiento. vol. XXI, No. 40. Septiembre, 2002. p. 20-29.

VISBAL, Marcelino. En Venezuela, niveles altos de confianza y honestidad. Los dominios mediáticos. Revista mexicana de comunicación. Vol. XV. No. 77. Septiembre-octubre, 2002. p. 30-33.

WEBER, Max. La ciencia como profesión. La política como profesión. Tercera edición, 2007. Espasa Calpe, S. A. Madrid. 237 p.

CIBERGRAFIA

ALTO COMISIONADO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LOS REFUGIADOS.
Acnur. Desplazamiento Interno En Colombia. (En línea). Disponible en:
[Http://Www.Acnur.Org/T3/Operaciones/Situacion-Colombia/Desplazamiento-Interno-En-Colombia/](http://Www.Acnur.Org/T3/Operaciones/Situacion-Colombia/Desplazamiento-Interno-En-Colombia/) Tomado el 5 de diciembre de 2011.

GLOBAL RIGHTS. Desaparecidos en Colombia. (En línea). Disponible en:
<http://www.globalrights.info/reports-a-publications/rights/1557-desaparecidos-en-colombia.html> Tomado el 5 de diciembre de 2011.

GUAYASAMIN, Oswaldo. El dolor, el espíritu. (En línea). Disponible en:
<http://www.letralia.com/ciudad/hernandez/080411.htm> Tomado el 2 de abril de 2012

-----Torso Desnudo. (En línea). Disponible en:
<http://www.nforo.net/arte/50631-oswaldo-guayasamin-pintor.html>
Tomado el 2 de abril de 2012

----- La edad de la esperanza. (En línea). Disponible en:
http://www.babab.com/no04/oswaldo_guayasamin.htm Tomado el 2 de abril de 2012

-----, Los desesperados. (En línea). Disponible en:
http://www.babab.com/no04/oswaldo_guayasamin.htm

Tomado el 2 de abril de 2012

-----, Tiempo de angustia. (En línea). Disponible en:
http://www.babab.com/no04/oswaldo_guayasamin.htm

Tomado el 2 de abril de 2012

-----, Nunca. (En línea). Disponible en:
<http://wanderingbelka.tumblr.com/post/11359199738/oswaldo-guayasamin-nunca-arrepientas-de-un-dia-en>

Tomado el 2 de abril de 2012

-----, Perdón. (En línea). Disponible en:
<http://gloriamarvi.blogspot.com/2009/09/perdon.html>

Tomado el 2 de abril de 2012

-----, Los niños muertos. (En línea). Disponible en:
<http://www.molaa.org/Art/Exhibitions/Of-Rage-And-Redemption-The-Art-of-Oswaldo-Guayasamin.aspx>

Tomado el 2 de abril de 2012

-----, Manos de lágrimas. (En línea). Disponible en:
http://www.christies.com/lotfinderimages/D54390/oswaldo_guayasamin_manos_de_lagrimas_d5439064h.jpg

Tomado el 2 de abril de 2012

-----, "MADRE Y NIÑO" (Obra La Ternura). (En línea). Disponible en: http://3.bp.blogspot.com/_hAgqAu7YHAM/SJzclebvyBI/AAAAAAAAALg/141y3WksdM4/s400/Guayasamin+3.JPG Tomado el 2 de abril de 2012

-----, "MADRE Y NIÑO" (Obra La Ternura). (En línea). Disponible en: http://3.bp.blogspot.com/_hAgqAu7YHAM/SJzclebvyBI/AAAAAAAAALg/141y3WksdM4/s400/Guayasamin+3.JPG Tomado el 2 de abril de 2012

EL ESPECTADOR. A Iván Ríos lo mató uno de sus hombres: Mindefensa. (En línea). Disponible en <http://www.elespectador.com/noticias/judicial/articulo-ivan-rios-mato-uno-de-sus-hombres-mindefensa> Tomado el 29 de noviembre de 2011.

EL MALPENSANTE. Cuantofrenia del desaliento lector. (En línea). Disponible en: http://www.elmalpensante.com/index.php?doc=display_contenido&id=312 Tomado el 5 de diciembre de 2011.

INFOAMERICA/Mikhail M. Bajtin [Bakhtin]. (En línea). Disponible en: <http://www.infoamerica.org/teoría/bajtin1htm>. Tomado el 20 de enero de 2012.

Postformalismo ruso: el Círculo de Bajtin. (En línea). Disponible en: <http://www.ugr.es/.../Tema%205a.%20EL%20Circulo%20de%20Bajtin.doc>. Tomado el 20 de enero de 2012.

SANCHEZ, Ismael. Goebbels, el genio de la mentira. (En línea). Disponible en: <http://www.elimportuno.com/cultura/historia/personajes-historicos/item/1584-goebbels-el-genio-de-la-mentira> Tomado el 7 de diciembre de 2011.

WIKIPEDIA. Plan Colombia. (En línea). Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/plan_colombia Tomado el 5 de diciembre de 2011.

-----, Führer. (En línea). Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/F%C3%BChrer> Tomado el 29 de noviembre de 2011.

-----, Operación Camaleón. (En línea). Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/operaci%C3%B3n_Camale%C3%B3n Tomado el 29 de noviembre de 2011.

-----, Iván Ríos. (En línea). Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Iv%C3%A1n_R%C3%ADos Tomado el 29 de noviembre de 2011.

-----, Tomas Medina Caracas. (En línea). Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Tom%C3%A1s_Medina_Caracas Tomado el 29 de noviembre de 2011.

-----, Operación Fénix. (En línea). Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/operaci%C3%B3n_F%C3%A9nix. Tomado el 29 de noviembre de 2011.

-----, Operación Jaque. (En línea). Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/operaci%C3%B3n_jaque. Tomado el 29 de noviembre de 2011.

-----, Joseph Goebbels. (En línea). Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Joseph_Goebbels. Tomado el 7 de diciembre de 2011.

-----, Mijaíl Bajtin. (En línea). Disponible en: http://www.es.wikipedia.org/wiki/Mijail_Bajtin. Tomado el 20 de enero de 2012.

YOU TUBE. Muere Iván Ríos - Otro del secretariado de las FARC. (En línea). Disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=FqMnLb_MCSw Tomado el 6 de octubre de 2011.

-----, El Negro Acacio. (En línea). Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=K1CvNHJ6K4M>.

----- . Operación Fénix que abatió al terrorista Raúl Reyes. (En línea).
Disponible en:
http://www.youtube.com/watch?v=ZVNA8ObKQJI&feature=results_video&playnext=1&list=PL041FCF537A911BAF.

----- . Muerte del mas grande terrorista de Colombia Raúl Reyes. (En línea).
Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=VTM2LCIU-LA&feature=related>.

----- . Especial RCN, Operación Jaque, parte 2. (En línea). Disponible
en:<http://www.youtube.com/watch?v=AcQjEckQeGA&feature=related>.

----- . Especial RCN, Operación Jaque, parte 4. (En línea). Disponible
en:<http://www.youtube.com/watch?v=CVI5r3ovAjU&feature=related>.

----- . Imágenes inéditas de la liberación de Ingrid Betancourt. (En línea).
Disponible en:<http://www.youtube.com/watch?v=MluojfaMTiw&feature=related>.

----- . Colombia anuncia muerte de Raul Reyes. (En línea). Disponible
en:<http://www.youtube.com/watch?v=JE3m65K008s>.

----- . 1 de 2 rueda de prensa- operación Camaleón- rescatados General
Mendieta y Coronel Murillo. (En línea). Disponible en:
<http://www.youtube.com/watch?v=XAQqXifGal8>.