

El Tiempo y el Fenómeno Mediático:

*El imaginario creado sobre la Seguridad Democrática durante el primer periodo
presidencial de Álvaro Uribe Vélez*

Autor:

CRISTINA ISABEL BUSTAMANTE GÓMEZ

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora social, periodista

Directora del trabajo:

ÁNGELA MARCELA CASTELLANOS BARBOSA

Pontificia Universidad Javeriana
Facultad de Comunicación y Lenguaje
Carrera de Comunicación Social
Bogotá 2009

RESUMEN DEL TRABAJO DE GRADO

Este formato tiene por objeto recoger la información pertinente sobre los Trabajos de Grado que se presentan para sustentación, con el fin de contar con un material de consulta para profesores y estudiantes. Es indispensable que el Resumen contemple el mayor número de datos posibles en forma clara y concisa.

I. FICHA TÉCNICA DEL TRABAJO

1. **Autor:** Cristina Isabel Bustamante Gómez

2. **Título del Trabajo:** El Tiempo y el Fenómeno Mediático: *El imaginario creado sobre la Seguridad Democrática durante el primer periodo presidencial de Álvaro Uribe Vélez.*

3. **Tema central:** El imaginario de “Seguridad Democrática” desarrollado por El Tiempo durante el primer periodo presidencial de Álvaro Uribe Vélez.

4. **Subtemas afines:** Imaginarios, deontología periodística, medios de comunicación y sociedad

5. **Campo profesional:** Periodismo

6. **Asesor del Trabajo:** Ángela Marcela Castellanos Barboda

7. **Fecha de presentación:** Mes: Julio Año: 2009 **Páginas:** 77

II. RESEÑA DEL TRABAJO DE GRADO

1. Objetivo o propósito central del Trabajo: Identificar el imaginario de “Seguridad Democrática” que desarrolló el periódico El Tiempo durante el primer periodo presidencial de Álvaro Uribe Vélez.

2. Contenido

Contextualizando al Presidente Uribe

Medios de comunicación y su influencia en la sociedad

Más allá de las especulaciones

El Tiempo como sujeto de análisis, los resultados del estudio

Conclusiones

III. Autores principales:

J.B Thompson, Jorge Luis Pintos, Miguel de Moragas.

3. Conceptos clave:

Imaginarios, práctica periodística, Seguridad Democrática, medios de comunicación, sociedad.

4. Proceso metodológico.

Se utilizó el análisis de datos cualitativos y cuantitativos obtenidos mediante un seguimiento de prensa de muestras obtenidas en el archivo digital de El Tiempo. El trabajo se dividió en varias partes: en primer lugar, se planteó un marco conceptual en torno al cual girará el análisis; en segunda instancia se realizó el seguimiento al medio y las referencias fueron almacenados en una base de datos; luego se procedió a tabular los datos cuantitativos, para ello se contaron el número de noticias cada año y en el total de la muestra, la cantidad y el tipo de fuentes, el sexo y la frecuencia con la cual redactaban los periodistas, para luego analizar los datos obtenidos con base en la teoría. Por último se concluye el trabajo dando una serie de lineamientos que pretenden mejorar la calidad del periodismo en el país.

6. Reseña del Trabajo

El trabajo pretende identificar el imaginario creado por el periódico El Tiempo sobre la Política de Seguridad Democrática durante el primer periodo presidencial de Álvaro Uribe Vélez.

Para ello se construyó una base de datos y se procedió a realizar un seguimiento de prensa de

noticias dominicales publicadas en el portal web del medio y luego contrastar la información con un marco metodológico previamente delineado.

III. PRODUCCIONES TECNICAS O MULTIMEDIALES

1. **Formato :** (Vídeo, material escrito, audio, multimedia o producción electrónica)

2. **Duración para audiovisual:** _____ minutos.

Número de cassettes de vídeo: _____

Número de cassettes de audio: _____

Número de disquettes: _____

Número de fotografías: _____

Número de diapositivas: _____

3. **Material Impreso: Tipo :** _____ **Número páginas:** _____

4. **Descripción del contenido:** _____

Ángela Marcela Castellanos Barbosa

Carrera 17 N° 43-22 apartamento 304, Palermo Bogotá, Colombia
2880401 (Casa), 3106184362 (Cel)

angelamcastell@hotmail.com

angelmarcaba@gmail.com

Comunicadora Social Periodista. Magíster en literatura. Estudios de Docencia Universitaria. Profesora Universitaria en las áreas de teorías de la comunicación y estudios literarios. Asesora y consultora en formación de maestros e informática educativa. Con posibilidad de trabajo con comunidad y procesos de participación y producción colectiva.

EXPERIENCIA LABORAL

- **PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA- 2007 - actual**

- **Facultad de Comunicación y Lenguaje**

- Profesor catedrático de Coyuntura Cultural y comunicación y cultura

- **UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA - Segundo semestre de 2008 – actual**

- **Escuela De comunicación**

- Profesor titular de teorías de la comunicación

- Profesor acompañante en la coordinación de trabajos de grado

- **UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSE DE CALDAS – 2005- actual**

- **Especialización en comunicación y medios interactivos**

- Profesor titular del módulo prensa Escolar
- Profesor titular del taller de creación en radio
- Profesor titular del taller de narrativa

- **UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO – 2003-actual**

Facultad de Comunicación Social

- Profesor catedrático de Comunicación de Masas y Teoría Crítica

- **SECRETARÍA DE EDUCACION DEL DISTRITO – 2003- 2007**

Dirección de servicios informáticos : Asesora De Informática Educativa. Encargada de:

- Coordinación académica del seminario “Hacia Una Cultura Informática: Educación, Sujeto Y Comunicación Contexto.
- Acompañar procesos de formación en tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a la educación
- Producción de documentos de política de formación en tecnologías de la información y la comunicación

Subdirección de Formación a Educadores : Encargada de acompañar procesos de formación de maestros en ejercicio a través de:

- Diseñar, aplicar y sistematizar instrumentos de evaluación para determinar impacto en la formación de maestros.
- Planear y desarrollar estrategias de formación de maestros en ejercicio
- Identificar estrategias de formación de maestros en ejercicio

Participación en el equipo coordinador del proyecto cátedra de Pedagogía Bogotá Una Gran Escuela

- **FUNDACION UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES- 2007**

Facultad de Comunicación

Profesor Catedrático en el programa de diseño gráfico de:

- Teorías de la comunicación I
- Teorías de la Comunicación II

- **FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES – 1999 – 2005**

Facultad de Ciencias de la Comunicación

- Profesor catedrático de Teorías de la Comunicación; Comunicación Organizacional
- Diplomado de Literatura; Profesora Módulo de Análisis e Interpretación Literaria
- Diplomado de Política Profesora Módulo de Comunicación y Política

- **PORTAL EDUCATIVO NACIONAL DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL – 2002**

Asesora de contenidos en el área de Lengua Castellana

- Diseño de talleres del área para niños y maestros – Free Lance – 2002

- **UNIVERSIDAD INCCA DE COLOMBIA - 2002**

Facultad de Comunicación Social

- Profesor catedrático de Producción de micro medios

- **ALCALDIA MUNICIPAL DE BOJACÁ – 2001**

Subsecretaría de desarrollo social

- Profesor de literatura en los colegios rurales Taller “creación de cuentos”

- **UNIVERSIDAD CENTRAL – 1993 – 1998**

Facultad de Comunicación Social

- Coordinadora Archivo Audiovisual
- Profesora titular de Introducción a las Teorías de la Comunicación
- Comunicación Mensaje
- Miembro del Comité Académico de la Facultad
- Miembro del Comité de Reforma Curricular
- Asistente de la Coordinación del Area de Producción de la Facultad

- **CASA DE LA CULTURA DE BOJACA – 1995 – 1997**
 - Asistente del Director

FORMACIÓN PROFESIONAL

Pontificia Universidad Javeriana - Facultad de Ciencias Sociales. Maestría en Literatura (tesis en proceso) 2005

Universidad Central – Facultad de Comunicación Social. Título obtenido: Comunicadora Social y Periodista. 1991

CURSOS Y SEMINARIOS

- Curso con énfasis en producción periodística - Universidad Central – 1991
- La formación del periodista – Círculo de Periodistas de Bogotá – 1992
- Encuentro nacional de cine universitario – Universidad del Quindío – 1993
- Medio ambiente, medios y academia – Universidad Nacional – 1994
- Seminario de comunicación comunitaria – Ministerio de Gobierno – 1994
- Seminario taller sobre evaluación curricular – Universidad Central – 1995
- Curso sobre pedagogía por procesos – Escuela de Docentes – Universidad Central –1996
- Seminarios AFACOM – 1999 - 2001
- Congreso de Filosofía, Educación y medios de comunicación – Ponente – Colegio INEM Santiago Pérez - 2002
- Curso de escalafón docente para profesionales INESPRO 2002
- Seminario de narrativa Pontificia universidad Javeriana segundo semestre de 2005

PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

- Único Formato aceptado por la Facultad -

Profesor Proyecto Profesional II: Daniel Valencia

Fecha: 18/Noviembre/2008 **Calificación:** 4.0

Asesor Propuesto: Ángela Castellanos

Tel.: 3106184362 **Fecha:** 18/Noviembre/2008

Coordinación Trabajos de Grado: _____

Fecha inscripción del Proyecto: _____

I. DATOS GENERALES

Estudiante: Cristina Isabel Bustamante Gómez

Campo Profesional: Periodismo

Fecha de Presentación del Proyecto: 31 de Julio de 2009

Tipo de Trabajo:

Teórico: ___x___ **Sistematización de Experiencia:** ___ **Producción:** ___

Profesor de Proyecto Profesional II: Daniel Valencia

Asesor Propuesto: Ángela Marcela Castellanos Barbosa

Título Propuesto:

El Tiempo y el Fenómeno Mediático: *El imaginario creado sobre la Seguridad Democrática durante el primer periodo presidencial de Álvaro Uribe Vélez.*

II. INFORMACIÓN BASICA

PROBLEMA

1. ¿Cuál es el problema? ¿Qué aspecto de la realidad considera que merece investigarse?

Teniendo en cuenta que durante el primer periodo presidencial de Álvaro Uribe Vélez el periódico El Tiempo era el único diario de circulación nacional, que este medio tiene una relación intrínseca con el Gobierno debido a que el vicepresidente de la República es miembro de la familia dueña de este medio de comunicación y que la política del Presidente se basó en la implementación de la “Seguridad Democrática”, el trabajo pretende identificar cuál es el imaginario creado por El Tiempo durante el primer periodo presidencial de Álvaro Uribe Vélez, tomando como base para ello un análisis de las ediciones dominicales durante el primer y último año del mandato.

¿Por qué es importante investigar ese problema?

- Para determinar, en parte, si El Tiempo influenció los altos índices de popularidad de Álvaro Uribe es necesario entender el manejo que dicho medio le dio a la información en cuanto a la Política de Seguridad Democrática.
- Contribuye a la sociedad colombiana en cuanto a que la optimización del periodismo en un país permite la existencia de ciudadanos mejor informados, quienes puedan participar de manera más activa en la democracia.

¿Qué se va investigar específicamente ?

Se hace un análisis del imaginario creado por El Tiempo acerca de la Política de Seguridad Democrática durante el primer periodo presidencial de Álvaro Uribe Vélez. Para ello se toma una muestra de las noticias que contienen el término en las ediciones dominicales durante el primer y último año del gobierno.

B. OBJETIVOS

Objetivo General:

Identificar y describir el imaginario de Seguridad Democrática elaborada por el periódico El Tiempo durante el primer gobierno de Álvaro Uribe Vélez (2002-2004)

5. Objetivos Específicos:

- Identificar la agenda que, en cuanto a Seguridad Democrática, produjo El Tiempo mediante la implementación de una base de datos.
- Hacer un análisis cualitativo y cuantitativo de los resultados hallados anteriormente.

III FUNDAMENTACION Y METODOLOGIA

FUNDAMENTACION TEÓRICA

I.¿Qué se ha investigado sobre el tema?

Acerca de imaginarios la información tiende a no ser clara. Para este trabajo se tomó como base el concepto de Jorge Luis Pintos sobre el tema, quien es el primer autor en hacer una definición real del concepto.

Existen, además, una serie de autores que abordan el tema del papel de los medios de comunicación en la sociedad. En este caso se tomó como base los conceptos de J.B Thompson y Manuel de Moragas.

Anteriormente otros estudiantes han abordado temas similares, como es el caso de Cindy Rotterman

Pinto, en su tesis “Los miedos y los medios: Responsabilidad de los medios en la generación de miedos en la sociedad, y el miedo a informar en una coyuntura de guerra”; también “Comunicación y conflicto Colombiano” de Mario Lugari Mendoza y “Análisis del discurso mediático en la Política” de Laura Catalin Valdés Rojas. Esto, aunque cabe resaltar que sus trabajos son meramente referenciales y no se tomaron sus investigaciones como base para este trabajo.

II. ¿Cuáles son las bases conceptuales con las que trabajará?

- **Imaginarios:** En general, se considera como la idea que maneja una sociedad o grupo de realidad o sobre un tema determinado. En el mundo globalizado, los medios de comunicación son cruciales para su creación pues otorgan al público una nueva forma de aprehender su entorno
- **Política de Seguridad Democrática:** Política implementada por Álvaro Uribe Vélez que pretende ver al conflicto armado como la raíz de los problemas nacionales y, por ello, un cáncer social que merece ser exterminado a toda costa. Su estrategia se basa en la belicidad y en la erradicación de los cultivos ilícitos.
- **Medios de comunicación:** Son los encargados de mantener al individuo en contacto con un entorno que, contemporáneamente, se ha desterritorializado. Tienen gran poder y suelen estar aliados con el Gobierno; en la actualidad la responsabilidad social de estos se ha perdido y han pasado a ser simples empresas periodísticas que venden información.

III. FUNDAMENTACION METODOLOGICA

1. ¿Cómo va a realizar la investigación?

Se utilizó el análisis de datos cualitativos y cuantitativos obtenidos mediante un seguimiento de prensa de muestras obtenidas en el archivo digital de El Tiempo. El trabajo se dividió en varias partes: en primer lugar, se planteó un marco conceptual en torno al cual girará el análisis; en segunda instancia se realizó el seguimiento al medio y las referencias fueron almacenados en una base de datos; luego se procedió a tabular los datos cuantitativos, para ello se contaron el número de noticias cada año y en el total de la muestra, la cantidad y el tipo de fuentes, el sexo y la frecuencia

con la cual redactaban los periodistas, para luego analizar los datos obtenidos con base en la teoría. Por último se concluye el trabajo dando una serie de lineamientos que pretenden mejorar la calidad del periodismo en el país.

2. ¿Qué actividades desarrollará y en qué secuencia?

Investigación, recopilación de información y análisis de los resultados.

3. Bibliografía básica

- Thompson, J.B. Los media y la modernidad, Editorial Paidós, 1998.
- Max Weber, Economía y Sociedad, V. 1, Fondo de Cultura Económica, México, 1977,
- Medios de comunicación, democracia y poder. Editorial CIDELA 1995.

*A mi madre... porque sin su apoyo, esfuerzo y amor,
nada de esto seria posible.
Este triunfo es de ambas, hoy y siempre.
Te amo Menchita.*

Tabla de contenido

Introducción	21
Capítulo I: Contextualizando al Presidente Uribe	25
I.I Más allá de la mediación: los medios de comunicación en el siglo XXI	25
Los campos de interacción	25
Medios y conglomerados	26
Globalización	27
Comunicación y sociedad	28
Características de la “comunicación de masas”	30
Noticias y prensa	30
I.II El conflicto armado en Colombia antes de Álvaro Uribe Vélez	32
Antecedentes	32
Las guerrillas	34
Capítulo II: Medios de comunicación y su influencia en la sociedad	36
II.I Medios de comunicación y poder, una aproximación teórica	36
El “cuarto poder”	37
¿Herramientas para el poder?	39
II.II La importancia de los medios de comunicación en la construcción de imaginarios	40
¿Qué es un imaginario?	41
Medios de comunicación e imaginarios	42
El “deber ser” de los medios de comunicación y sus periodistas	44
II.III Política de Seguridad Democrática	46

Capítulo III: Más allá de las especulaciones	49
Capítulo IV: El Tiempo como sujeto de análisis, los resultados del estudio	55
VI.I Análisis descriptivo	55
V.II Análisis reflexivo	62
VI Conclusiones	68
VII Bibliografía	72
VIII Anexos	74
VIII.I Base de Datos (Cd adjunto)	
VIII.II Tabulación de los datos	74
VIII.III Política de Seguridad Democrática (Cd adjunto)	

Introducción

El tema del conflicto armado ha sido de amplio estudio en las academias colombianas; desde la ciencia política hasta la comunicación social, pasando incluso por las artes, muchos académicos han intentado analizar la problemática con vistas a su solución. El presente trabajo pretende indagar respecto de las implicaciones que tuvo la imagen de Seguridad Democrática elaborada por el periódico El Tiempo durante el primer periodo presidencial de Álvaro Uribe Vélez, uno de los mandatarios más populares en la historia del país.

En el contexto del primer Gobierno de Álvaro Uribe el periódico El Tiempo se caracterizó por ser el único diario de circulación nacional; lugar que ocupó desde 2001 hasta 2008, cuando El Espectador volvió a ser diario. Con un tiraje de 240 mil ejemplares entre semana y 475 mil los domingos, era el periódico preferido en la capital del país y el segundo en Cali, Medellín y Barranquilla, donde fue antecedido por las publicaciones regionales.

De tal forma, un periódico impreso en el contexto centralizado de la capital, circulaba en diferentes regiones del país. Lo anterior evidencia un concepto del teórico de la comunicación J.B Thompson según el cual la comunicación de masas se caracteriza, entre otras cosas, porque los mensajes mediáticos pueden estar disponibles en contextos diferentes para los cuales se produjeron (disponibilidad de los productos mediáticos en el tiempo y el espacio) y circula en una sola vía: desde las salas de redacción, hacia los receptores.

La comunicación masiva se caracteriza porque difunde las peculiaridades propias de cada sociedad, ya que elabora el contenido y lo estandariza a niveles sociales que no son parte de su entorno, es decir, hay una “imposición” de realidades ajenas a las que no son las productoras; del tal manera, el periódico El Tiempo da una visión “capitalina” de las noticias y lo difunde a través del territorio nacional.

A la vez, como expresa J.B Thompson, la comunicación mediática posee un contenido simbólico innegable ya que se ocupa de la producción, almacenamiento y circulación de materiales significativos para los individuos que los producen y los reciben. Así, un medio de comunicación como El Tiempo es importante ya que refleja la realidad pero además influye en la imagen que los colombianos tienen de su entorno; lo anterior debido a su prestigio, que lo convierte en un medio de comunicación líder en el manejo de la opinión pública.

Teniendo en cuenta que la importancia de la popularidad de Álvaro Uribe gira entorno de su Política de Seguridad Democrática y la influencia que el Periódico El Tiempo tenía en la época de estabilización de su mandato, se hace necesario estudiar qué imagen expuso dicho medio al respecto. Desde el siete de agosto de 2002, cuando se posesionó como Presidente de la República, el eje de su gobierno ha sido la “Política de Seguridad Democrática“, mediante la cual busca erradicar el conflicto armado que ha azotado al país desde hace varias décadas.

Lo anterior da indicios de que el conflicto armado se constituye en la base de su popularidad como gobernante; desde el inicio del mandato Uribe Vélez, un carismático líder, mantuvo altos índices que, en varias ocasiones, superaron el 80%. Según Thompson, gran parte de la forma de pensar el mundo procede de la información de los medios y, en ese sentido, El Tiempo aporta de alguna forma en el “fenómeno Uribista”.

El Tiempo es un medio de comunicación que tiene la capacidad de fijar el contenido simbólico y construir representaciones de la realidad mediante lo que publica. Según Thompson la propiedad pública mediática es un espacio incontrolado, donde las consecuencias de lo visible no pueden anticiparse, pero sí evidenciarse luego.

Existe en la política una lucha por la visibilidad, por “figurar en”, que es característica central de los medios de comunicación; lo que no aparece en los medios, jamás sucedió. Lo anterior, demuestra cómo los medios politizan lo cotidiano, porque catalizan acciones alrededor de su información.

Varios han sido los estudios que pretenden comprender cómo influyen los medios de comunicación una sociedad específica, especialmente en materia política. Este, en particular, busca comprender un *boom* de popularidad nunca antes visto en la historia del país, a través de un medio nacional sin competencia.

Entonces a fin de descubrir si El Tiempo influyó o no el boom del Uribismo, es necesario determinar cuál fue el manejo dado a la información, específicamente al conflicto armado, en cuanto al tipo de narraciones, la cobertura de la problemática y los actores que el medio hizo visibles.

El caso específico de Álvaro Uribe Vélez en el periódico El Tiempo, representa una oportunidad para la aplicación de conocimientos teóricos e interdisciplinarios adquiridos a lo largo de la carrera

de Comunicación Social -periodismo. Analizar la imagen que el periódico construyó de la Política de Seguridad Democrática, puede ser una guía para entender la responsabilidad de los periodistas en el manejo de un país; muy especialmente en uno como Colombia, donde existe un conflicto armado que data de muchos años atrás.

Según DeFleur y Ball-Rokeach, los medios de comunicación se relacionan cada uno de manera diferente y específica con la sociedad, y en este caso su teoría se aplicaría para determinar de qué forma se dio esta relación entre El Tiempo y la sociedad colombiana en cuanto al tipo de información que este medio difundió.

Para la teoría de los efectos limitados, una de las funciones de los medios de comunicación es otorgar *status*; según este punto de vista, el trabajo aportaría en cuanto a su aplicación en el caso específico de la presidencia de Álvaro Uribe Vélez.

En el campo específico del periodismo, es importante estudiar en detalle el manejo de fuentes y de géneros a fin de establecer de qué manera se practica el oficio en el país, tomando como muestra un medio tan representativo como El Tiempo.

Este trabajo ayudará a identificar el estado de la práctica periodística, a fin de mejorar el ejercicio de la profesión, erradicando los errores y conservando los aspectos positivos. En una sociedad como la colombiana este tipo de estudios pretende rescatar el concepto de responsabilidad periodística, teniendo en cuenta el rol que los medios de comunicación juegan especialmente en el marco de un conflicto armado.

El objetivo principal de este trabajo será identificar y describir el imaginario de Seguridad Democrática elaborado por el periódico El Tiempo durante el primer gobierno de Álvaro Uribe Vélez (2002-2004) y así contribuir al análisis de las prácticas periodísticas en el país.

Para tal fin, se utilizó el análisis de datos cualitativos y cuantitativos obtenidos mediante un seguimiento de prensa de muestras obtenidas en el archivo digital de El Tiempo. El trabajo se dividió en varias partes: en primer lugar, se planteó un marco conceptual en torno al cual girará el análisis; en segunda instancia se realizó el seguimiento al medio y las referencias fueron almacenados en una base de datos; luego se procedió a tabular los datos cuantitativos, para ello se contaron el número de noticias cada año y en el total de la muestra, la cantidad y el tipo de fuentes,

el sexo y la frecuencia con la cual redactaban los periodistas, para luego analizar los datos obtenidos con base en la teoría. Por último se concluye el trabajo dando una serie de lineamientos que pretenden mejorar la calidad del periodismo en el país.

Capítulo I: El fenómeno mediático de Álvaro Uribe y su contexto

I.I Más allá de la mediación: los medios de comunicación en el siglo XXI

Los campos de interacción

Los individuos siempre actúan de acuerdo a propósitos que llevan a cabo en contextos sociales estructurados; las personas actúan dentro de un conjunto de circunstancias preestablecidas que les ofrecen diversas oportunidades y preferencias.

Dichas circunstancias son a lo que el teórico de la comunicación J.B Thompson, en su libro *Los media y la Modernidad*, define como “campos de interacción”, en los cuales las personas ocupan diferentes lugares. En algunos casos estas posiciones adquieren una cierta estabilidad a través de la institucionalización, esto es, convirtiéndose en parte de un paquete de reglas, recursos y relaciones sociales relativamente estables.

Para el autor, las instituciones son un conjunto de reglas, recursos y relaciones con cierto grado de persistencia en el tiempo y cierta extensión en el espacio, unidas por el propósito de alcanzar ciertos objetivos comunes y la posición que ocupa un individuo dentro de un campo o institución esta íntimamente relacionada con el poder que él o ella posee.

El poder es un fenómeno social característico de diferentes tipos de acción y sirve a los individuos para lograr sus intereses; de igual forma, el nivel de este que se tenga define el lugar en la institución y la mayor o menor oportunidad de lograr sus intereses usándola como recurso para ello.

Existen, además. Diferentes tipos de poderes:

2. El **poder económico** procede de la actividad humana productiva, es decir, de la actividad que se ocupa de abastecer de los medios de subsistencia a través de la extracción de las materias primas y de su transformación en bienes que pueden consumirse o intercambiarse en un mercado..
3. El **poder político** procede de la actividad de coordinar a los individuos y regular sus patrones de interacción. Básicamente estas instituciones incluyen lo que generalmente se conoce con el nombre de Estado. Los Estados implican un

complejo sistema de reglas y procedimientos que autorizan a ciertos individuos a actuar de determinadas maneras.

4. El **poder coercitivo** supone el uso, o la amenaza de utilizar, la fuerza física para someter o vencer a un oponente. Históricamente, las instituciones más notables para la acumulación de recursos de este tipo son las instituciones militares.
5. El **poder simbólico** o **poder cultural** el que procede de la actividad productiva, transmisora y receptora de formas simbólicas significativas. La actividad simbólica es una característica fundamental de la vida social, a la par de la actividad productiva, la coordinación de los individuos y la coerción. Y es dentro de este poder simbólico que los medios de comunicación encuentran el lugar para estar, dentro de otras instituciones culturales como las iglesias, las escuelas, universidades. Este poder hace referencia a la capacidad de incidir en el transcurso de los acontecimientos, crearlos e influir en las acciones de otros a través de los medios.

Medios y conglomerados

Las industrias mediáticas surgieron en la segunda mitad del siglo XV, cuando las técnicas de impresión llegaron a Europa y empezaron a ser explotadas comercialmente, con la producción y distribución de bienes de consumo simbólicos.

Pese a que desde el surgimiento de la imprenta existía una comercialización de productos mediáticos, fue durante el siglo XIX cuando esta empezó a hacerse a gran escala gracias a las innovaciones técnicas y a los métodos de valoración económicos de las industrias mediáticas; además influyó la explosión demográfica y el aumento de población alfabetizada, lo cual cambió la dinámica que antiguamente tenía la prensa; pasó de las élites a un grupo más amplio. Lo anterior, también dio paso a la utilización de publicidad como forma de ingreso para los medios y, así, en industrias comerciales compitiendo en el mercado.

Esto llevó a un proceso de crecimiento e hizo que varias industrias concentraran recursos y dirigieran grandes sectores del mercado, lo que ha causado la exclusión de organizaciones más pequeñas en el mercado o las ha obligado a fusionarse con compañías de mayor tamaño a fin de sobrevivir.

Actualmente los conglomerados de comunicación son organizaciones multimedia de carácter transnacional y poseen interés en gran variedad de industrias relacionadas con la comunicación y la información. Esto ha hecho que se produzcan bases institucionales para la producción de información y contenido simbólico de circulación global.

Globalización

El término se refiere a la intensificación y aceleración del flujo de comunicaciones y el movimiento de personas, bienes, imágenes e ideas a través de las fronteras nacionales. Lo anterior genera una interdependencia entre los individuos, países y culturas vinculadas a este proceso, aunque esta es generalmente asimétrica.

La asimetría se explica debido a que los procesos que explican el surgimiento de la globalización como el avance en las tecnologías de las comunicaciones y la implementación de políticas liberales que permitan la apertura de los mercados locales al flujo internacional de bienes y servicios, se dan de manera desigual porque los procesos ocurren a velocidades distintas en las diferentes naciones.

La globalización podría definirse como la expansión económica de un país altamente desarrollado englobando en su economía a un país menos desarrollado lo que provoca que en su conjunto la cultura de este país, así como la tecnología, la política y las comunicaciones se vean influenciadas por las características del país más altamente desarrollado; dando inicio a una apertura para que crezca una cultura que es totalmente ajena a las de este país; ya que existe una afirmación: la cultura es un fenómeno que afecta al individuo que está en contacto con el ambiente o medio en que se desarrolla.

El término, aplicado a la comunicación se refiere a la manera en la cual los medios se vuelven cada vez más importantes ya que transmiten la sensación de “conectividad” entre las diferentes partes del mundo; proceso que da lugar a diversas formas de interacción entre grupos nacionales y multinacionales.

La característica común de esos grupos es que tienen una serie de intereses respecto a las nuevas tecnologías. La principal procede de su constante necesidad de información, ya que esta es vital para desenvolverse en el capitalismo. La información, sin embargo, apoya los intereses de la clase privilegiada y su posición social.

Según Thompson este es un proceso social complejo en el cual los individuos interactúan y dan sentido activo a los mensajes que los medios de comunicación les envían. Cabe resaltar que las relaciones entre individuos cambian constantemente y, por ende, los mensajes emitidos desde los medios siempre están sujetos a gran variedad de interiorizaciones; las personas utilizan la información de diversas maneras y reaccionan de manera distinta ante ella a lo largo de su vida.

Comunicación y sociedad

Según Thompson la característica central de la vida social es que en cualquier sociedad las personas producen e intercambian tanto información como contenido simbólico. El autor asocia el concepto de comunicación con una forma de acción que va más allá de la descripción y la información; el cual se encuentra en un contexto social determinado que lo define. De tal manera, la comunicación mediática posee un contenido simbólico innegable ya que se ocupa de la producción, almacenamiento y circulación de materiales significativos para los individuos que los producen y los reciben.

Para poder comunicar en estos tiempos, es necesario de tener soportes técnicos que permitan el libre flujo de la información. Estos permiten cierto grado de fijación de formas simbólicas, dándoles un determinado tiempo de durabilidad.

Aunque el sistema de comunicación básico es la conversación cara a cara, pero su posibilidad de fijar los contenidos es muy baja o nula. Pero al ir a (otro) nivel de comunicación, las posibilidades de fijar esta información es mucho mayor, pudiendo guardar toda su intención en un solo formato (escrito, audiovisual, etc.)

Esto nos lleva a decir que los medios técnicos tienen la capacidad de fijación del contenido simbólico o de almacenar información. Al poder fijar, se puede reproducir, y tantas veces sea posible según el medio, para más datos esta la digitalización de la información que permite la reproducción ilimitada de un contenido guardando la misma calidad de la copia uno.

Esta posibilidad de reproducir nos lleva, nuevamente, al camino de la imprenta. Podemos reproducir los contenidos y ya no esperar a que sean transcritos a mano, con la pérdida de contenido que esto conlleva. Esta capacidad ha derivado en aprovechamiento económico, explotación comercial y a la noción de original y copia.

Un tercer valor de los medios técnicos es la destrucción y reestructuración de las concepciones de espacio y tiempo que se habían conservado con la conversación cara a cara. Y es que ahora no es necesario estar físicamente presente para mantener un contacto.

La descorporalización de las comunicaciones ha generado una revolución a todo nivel, desde los investigadores de psicología, al poder el usuario adoptar otros roles y personalidades detrás de la impersonalidad de la pantalla; hasta los lingüistas al estudiar las nuevas formas de lenguaje y de uso del mismo dentro de estos nuevos soportes.

La comunicación masiva se caracteriza porque difunde las características propias de cada sociedad que elabora el contenido y la estandariza a niveles sociales que no son parte de su entorno, es decir, hay una “imposición” de realidades ajenas a las que no son las productoras de contenidos y que se ven menospreciadas o desplazadas ante el flujo de estas “más fuertes”; lo anterior en el sentido de que hay una producción unidireccional de los contenidos, ya que los receptores no ayudaron a elaborar los contenidos ni a elegir cuales serían publicados y cuales no.

Además, cabe resaltar que la comunicación de masas no viene dada por el número de individuos que reciben los productos, sino más bien por el hecho que estos estén disponibles.

Características de la “comunicación de masas”

El autor define el término como *“la producción institucionalizada y difusión generalizada de bienes simbólicos a través de la fijación y transmisión de información o contenido simbólico”*¹.

Esta tiene cinco características:

III.Los medios técnicos e institucionales de producción y difusión: Los media se han basado en innovaciones técnicas que permiten su explotación comercial; de manera que el desarrollo de la comunicación es inseparable del avance de las industrias mediáticas.

IV.La producción de formas simbólicas de consumo: La producción para el consumo constituye un tipo de valoración que da cierto valor a los objetos. Las formas simbólicas pueden estar sujetas a dos tipos: La valoración simbólica, que trata del valor que se da en virtud de la consideración que de estos que hagan los individuos; la valoración económica, cuando se le atribuye un valor intercambiable en el mercado (monetario) y convierte a las

¹ Tomado de: Thompson, J.B. Los media y la modernidad, página 47. Editorial Paidós, 1998.

formas simbólicas en bienes para el consumo, es decir que se pueden adquirir en el mercado por un precio (bienes simbólicos). Es así como los medios de comunicación masiva otorgan un valor económico a sus productos.

V. La ruptura estructurada entre producción y recepción: En el caso de los medios de comunicación, la información circula en un flujo estructurado de una sola vía: de productores a receptores (del medio a la audiencia); lo cual implica que al producir el bien (la información) exista una indeterminación respecto a la respuesta de los receptores. Además, ocasiona que la audiencia pueda interpretar el mensaje bajo su propio criterio y ello puede prestarse para mal interpretaciones.

VI. La creciente disponibilidad de los productos mediáticos en el tiempo y el espacio: Los mensajes mediáticos pueden estar disponibles en contextos diferentes para los cuales se produjeron. “ *La creciente disponibilidad de las formas simbólicas se pronuncia y banaliza cada vez más, en el sentido de que se da por supuesto que constituye una rutina característica de la vida social*”²

VII. La circulación pública de las formas simbólicas mediáticas: debido a que el contenido está disponible para múltiples receptores, tiene un carácter público intrínseco y se hace visible a individuos que pueden estar en diferentes contextos.

Noticias y prensa

El desarrollo de la imprenta transformó los modelos de comunicación en la Europa moderna ya que dio lugar a publicaciones periódicas que contenían información de carácter político y comercial. Antes de esto existían solo cuatro redes principales de información: La Iglesia, El Estado, una ligada a la expansión del comercio y otra en el ámbito de los pueblos mediante narradores. Estas se vieron afectadas por la regulación del correo, la aplicación de la imprenta a la producción y comercialización de noticias,

Al principio del siglo XVI las noticias se publicaban en forma de panfletos, muchas veces de carácter clandestino y de una sola emisión; su importancia residía en que posibilitaban que los individuos se enteraran de hechos antes lejanos para ellos. Posteriormente, a mediados del siglo aparecieron periódicos de publicación semanal que se dedicaban, principalmente, a noticias de carácter extranjero. Esto ayudó a la creación de una conciencia de mundo, ya que antes la cotidianidad se encerraba solo en los hechos del entorno inmediato.

² Tomado de: Thompson, J.B. Los media y la modernidad, página 51. Editorial Paidós, 1998.

Además, fueron importantes ya que introdujeron un nuevo modo de difusión informativa caracterizado por estar regularmente disponibles a un número ilimitado de receptores.

Fue hasta 1640, en el caso de Inglaterra cuando los *Cornatos* (nombre de los semanarios) iniciaron la publicación de noticias regionales, gracias a la reducción de los controles gubernamentales. Pero fue en el siglo XVIII cuando surgió la prensa periódica con orientaciones comerciales, que ofrecía no solo noticias, sino también comentarios de interés general.

La prensa independiente, lejos del control estatal, jugó un papel importante en el desarrollo del Estado Constitucional; ya que criticaba las actitudes despóticas del Gobierno y promulgaba la protección de los derechos.

I.II El conflicto armado en Colombia antes de Álvaro Uribe Vélez

Antecedentes

Pese a la existencia de diversas teorías referentes al origen del conflicto armado en Colombia, la mayoría tiende a ubicarlo durante el mandato presidencial de Mariano Ospina Pérez (1946-1950) desde la muerte de Jorge Eliécer Gaitán (9 de abril de 1948) ya que, aunque se presume que el magnicidio no tuvo un móvil partidista, este ocasionó un levantamiento popular denominado Bogotazo, un brote de violencia cuyo eje central fue en la capital del país, aunque repercutió en el resto del territorio colombiano.

Finalizado el Mandato de Ospina Pérez, en 1950 el Partido Liberal se retiró de las elecciones alegando que no había garantías luego del asesinato de Gaitán; lo anterior dejó como candidato único a la presidencia a Laureano Gómez, quien encabezaba a los conservadores. Durante este gobierno la oposición lo acusó de utilizar medidas autoritarias

Para contrarrestar la presión militar ejercida por Gómez, el partido liberal apoyó el surgimiento de guerrillas que operaban mayormente en los Llanos orientales. Lo anterior desembocó en la creación de pequeños ejércitos por parte de grupos que apoyaban al Gobierno y también de la oposición. Las fuertes críticas contra su gobierno y la pérdida de su legitimidad incluso ante su propio partido, desembocaron en un golpe de estado el 13 de junio de 1953 y el exilio de Gómez en España.

El poder fue asumido por el General Rojas Pinilla, cuya política en materia de conflicto se enfocó en acercarse a las guerrillas y desmovilizarlas garantizándoles la amnistía; sin embargo, el asesinato de algunos líderes creó desconfianza y que siguieran alzadas en armas.

En junio de 1954, Rojas Pinilla amplió la amnistía a aquellos reclusos encarcelados por actos de terrorismo en nombre del régimen de Gómez. En 1955 tuvo que responder con una ofensiva militar contra los campesinos que después de obtener su libertad habían retomado las armas, se produjo lo que hoy se conoce como la Guerra de Villarrica. La cual se llevó a cabo en el Tolima, contra grupos de autodefensa - convertidos luego en las FARC.

La popularidad del general iba en aumento y, tan pronto como el Ministro de Gobierno, Lucio Pabón Núñez, anunció públicamente, el 9 de Enero de 1955, la formación del nuevo partido

"Movimiento de Acción Popular" para respaldar la gestión de Rojas, los partidos tradicionales decidieron oponerle activamente. Usando los periódicos aún bajo su control (a pesar de la censura que impuesta desde el gobierno de Laureano) y explotando cualquier error gubernamental lograron el apoyo de la Iglesia y los comerciantes, y recuperar adeptos en la población.

Debido al creciente apoyo al nuevo partido, el gobierno de Rojas Pinilla se convirtió en una amenaza para la supremacía bipartidista. El 30 de Abril de 1957 la Asamblea Nacional Constituyente, recién reconstruida con miembros que favorecían a Rojas, lo reeligió para el periodo presidencial siguiente, lo cual aumentó la preocupación de los partidos tradicionales.

Los líderes de los partidos Liberal y Conservador finalmente acordaron que durante un nuevo período de transición, que se extendería por los próximos cuatro períodos, se alternarían en el poder. Éste sistema se denominó el Frente Nacional, y fue concebido como una forma de concluir las diferencias entre los dos partidos y evitar que se repitiera la violencia política bipartidista.

Cabe resaltar que la iniciativa del Frente Nacional fue sometida a votación y que solo el 4,7% de los electores se opuso a la medida. Este marcó el fin de la violencia bipartidista que aquejó a Colombia por más de un siglo y generó la desmovilización de algunas guerrillas liberales. Sin embargo, continuaron los problemas sociales, económicos y políticos.

El principal problema en este período fue, precisamente, su carácter bipartidista ya que hizo que sectores sociales se sintieran excluidos del escenario político nacional, motivo por el cual surgieron nuevos grupos guerrilleros a causa del inconformismo y de los nuevos rumbos ideológicos que se movían en América Latina.

Las guerrillas

Durante el gobierno de Guillermo León Valencia (1962-1966), segundo presidente del Frente Nacional, nacieron las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) y el Ejército de Liberación Nacional (ELN).

En este Gobierno los esfuerzos se enfocaron en pacificar el país y en reestablecer la legitimidad gubernamental dada la existencia de "repúblicas independientes" al interior del territorio Nacional. Uno de estos grupos independentistas, situado en Marquetalia, sobrevivió a la arremetida militar y

creció en la selva para convertirse lo que hoy se conoce con el nombre de las FARC, siendo en sus orígenes el brazo armado del partido comunista.

El ELN surgió en el departamento de Santander, como un proceso de radicalización de algunos sectores del Movimiento Revolucionario Liberal -MRL- que lideró Alfonso López Michelsen a finales de la década de los cincuentas, planteándose la toma del poder por las armas.

En la última contienda electoral del Frente Nacional se enfrentaron Misael Pastrana, del partido Conservador, y el ex presidente Gustavo Rojas Pinilla, candidato independiente del partido Liberal. Los rumores de fraude empañaron la victoria de Pastrana.

A raíz de esto surgió el Movimiento 19 de Abril (M-19), como protesta en contra de la corrupción en las elecciones. Desde el comienzo realizó actividades dignas de un despliegue noticioso, como el robo de la espada de Simón Bolívar en la toma de la Quinta de Bolívar realizada el 17 de enero de 1974.

Ese mismo año, en el gobierno de Alfonso López Michelsen intentó negociar con el ELN, pero no se alcanzó a iniciar en firme dicho proceso.

Durante el gobierno de Julio César Turbay Ayala (1978–1982) se impulsó una política de seguridad nacional. Como resultado de la misma, se encarceló (y en ocasiones también torturó o asesinó) varios líderes y miembros de grupos insurgentes; aunque en su mayoría siguieron activos. En 1980, el M19 se tomó la embajada de República Dominicana, como una muestra de su capacidad de acción. Se logró negociar pacíficamente el fin de la toma, partiendo los participantes del M-19 hacia un exilio en Cuba.

El gobierno de Belisario Betancur (1982–1986) buscó un acercamiento y una tregua con los grupos armados insurgentes. El fracaso de estas negociaciones por las diferencias políticas entre los distintos sectores del gobierno, las fuerzas militares y los grupos políticos condujo a una ruptura y a la posterior toma del Palacio de Justicia en 1985 por parte del M19, que terminó con la muerte de varios de los civiles retenidos, como consecuencia del operativo ofensivo del ejército y de la resistencia armada de los ocupantes guerrilleros.

El gobierno de Virgilio Barco (1986–1990) promovió una política de "pulso firme y mano tendida",

la cual encontró eco en el M19 que inició un proceso de desmovilización que terminó en 1989. Más adelante y durante el gobierno de César Gaviria (1990–1994), el EPL y una fracción del ELN se desmovilizaron y participaron en la Asamblea Constituyente que promulgó la Constitución de 1991.

De 1994 hasta 1998 Ernesto Samper gobernó al país con su política de “Salto Social”, que pretendía mejorar la imagen de Colombia en el extranjero. Pero todo se vio opacado debido a las acusaciones de haber recibido dinero de narcotraficantes para financiar su campaña presidencial. En cuanto al conflicto, Samper se preocupó por la aplicación del Derecho Internacional Humanitario, motivo por el cual aprobó los protocolos I y II del Convenio de Ginebra, que se refieren a la protección de las víctimas.

En agosto de 1998 asumió la presidencia Andrés Pastrana Arango. En esta época las FARC demostraron una adaptabilidad sorprendente al evidenciar cómo podía pasar de la guerra de guerrillas a la de posiciones³ fácilmente. Un ejemplo de ello fue la toma de Mitú el primero de noviembre de 1998, cuando cerca de 500 guerrilleros rodearon la capital del departamento del Vaupés, mientras 1500 la atacaron lanzando granadas y cilindros de gas cargados con explosivos durante casi un día entero; tres semanas después el Primer Mandatario decretó una Zona de Distensión para favorecer conversaciones de paz con el grupo guerrillero.

La polémica rodeó siempre a la zona, pues acontecimientos como asesinatos, secuestros y narcotráfico se llevaban a cabo en los cuarenta y dos mil kilómetros cedidos para las conversaciones. Finalmente, el 20 de febrero de 2002, el entonces Presidente informó al país que el proceso había fracasado ya que Manuel Marulanda, máximo jefe de las FARC en ese entonces, se aprovechó de sus buenas intenciones.

³ También llamada guerra de trincheras, la guerra de posiciones es una forma de combate en la cual los ejércitos se enfrentan mediante líneas estáticas cavadas en el suelo y enfrentadas; es decir, el enfrentamiento se da frente a frente y por periodos prolongados de tiempo. Esta se diferencia de la guerra de guerrillas pues en esta se ataca al enemigo en su propio territorio pero en ataques rápidos y con grupos pequeños.

Capítulo II: Medios de comunicación y su influencia en la sociedad

II.I Medios de comunicación y poder, una aproximación teórica

De los medios de comunicación y su relación con el poder se ha hablado bastante, especialmente desde una visión que pone a los medios como simples títeres de las clases dominantes, como herramientas para que el poder se reelija a sí mismo y manipule a la masa indefensa.

Esta relación ha estado implícita desde las primeras teorías de la comunicación: la teoría crítica, acuñada en el seno de la escuela de Frankfurt, denunciaba que la comunicación es protagonista en los procesos de alienación puesto que los medios son propiedad de las clases dominantes, quienes buscan conservar su lugar privilegiado. Una postura bastante simplista si se tiene en cuenta que estos trascienden la barrera de simples emisores de información, para convertirse en mediadores entre los hechos y la audiencia activa.

Para aclarar un poco el panorama, es necesario tener claro que el siguiente trabajo tomará al “poder” desde la perspectiva de la capacidad; el concepto puede ser definido como el dominio o influencia sobre algo que otorga la facultad de hacer diferentes cosas y así provocar diferentes efectos. En palabras de Weber es “la probabilidad de imponer la propia voluntad, dentro de una relación social, aun contra toda resistencia y cualquiera que sea el fundamento de esa probabilidad”⁴.

Además, es válido aceptar que cuando alguien “se comunica” intenta entrar en contacto con su entorno. Entonces todo acto comunicativo implica una finalidad intrínseca en él, por más cotidiano que sea el mensaje; de tal manera, “*toda comunicación es comunicación persuasiva. Quien le habla a alguien, desea algo; quien deja que se le hable, espera algo*”⁵. Ello se ve reflejado en el simple acto “comunicar” pues decir o no hacerlo, la manera en la cual se dice, o el medio utilizado (el medio es el mensaje, McLuhan), definen un objetivo que va más allá de simplemente exponer algo.

Desde esa perspectiva se puede afirmar que todo acto comunicativo implica, intrínsecamente, una

⁴ Max Weber, *Economía y Sociedad*, V. 1, Fondo de Cultura Económica, México, 1977, p. 43.

⁵ Tomado de: *El poder de los medios de comunicación y la política*. Einifried B. Lerg. En, *medios de comunicación, democracia y poder*, página 14. Editorial CIDELA 1995.

relación de poder pues el emisor está en capacidad de elegir lo que se dice, cómo se dice, en qué medio (o forma) y el momento en el cual se difunde.

Pero... ¿qué pasa cuando el encargado de emitir el mensaje es un medio de comunicación que produce información en masa para una sociedad tan heterogénea como la colombiana?

El “cuarto poder”

Los medios de comunicación representan, Según J.B Thompson, el cuarto poder presente en cualquier sociedad; ello gracias a su capacidad de producir y difundir formas simbólicas significativas. De ahí su influencia en la manera en la cual transcurren los acontecimientos.

En palabras de Einifried B. Lerg *“la continuidad de nuestro actuar comunicativo y la periodicidad de nuestros recursos comunicativos se condicionan mutuamente, produciendo rasgos determinantes, característicos de la comunicación social, entre éstos una agrupación de nuestra permanente demanda por un saber (“tematizado”), publicado en forma de noticia y opinión, ayuda vital y entretenimiento (consonancia) por un lado, o un enfardamiento de las ofertas periódicas de un saber (actual) no publicado, a través de los medios de prensa y de radiodifusión por el otro (acumulación)”*⁶

En una sociedad globalizada los medios de comunicación toman vital importancia, pues no son meros transmisores de mensajes, sino que toman el papel de intermediarios entre los acontecimientos y el público que, de no ser por su intervención, no podría enterarse de los hechos oportunamente.

El concepto de medios de comunicación como “intermediarios” implica que se encuentran en medio del hecho considerado “noticioso” y el público al cual informarán de este. Pero el simple ejercicio de escoger un acontecimiento y clasificarlo como “noticia”, representa ya un juicio de valor; el tomar un suceso y presentarlo como crónica, editorial, noticia, etc, evidencia un punto de vista del medio de comunicación encarnado en el periodista.

“Con su conducta selectiva, los periodistas constantemente están reduciendo la complejidad a la

⁶ Tomado de: El poder de los medios de comunicación y la política. Einifried B. Lerg. En, medios de comunicación, democracia y poder, página 22. Editorial CIDELA 1995.

medida de su gestión de los acontecimientos. Las relaciones en torno a la causa entre el acontecimiento y el informe, entre la realidad y los medios masivos de comunicación, se han convertido en relaciones en torno al fin. ¿Falsea o malversa, entonces, el periodismo la realidad que le fuera encargada?! ¿Pierde así validez la exigencia de objetividad, confirmándose la tesis del constructivismo radical que clasifica toda realidad (también la periodística) como "inventada"?"⁷

Una de las funciones de los medios de comunicación consiste en “conferir” posición, ya que centra sus informes en ciertos actores y los legitima. Además está el factor de la agenda, pues el simple hecho de elegir ciertos temas e ignorar otros implica una jerarquía en la información..

El poder de los medios de comunicación reside, entonces, en su influencia en la sociedad pues, evidentemente, intervienen en la manera en la cual las personas perciben el mundo y, así, en la forma en la cual se desarrollan los procesos sociales. Un ejemplo claro lo constituye el pánico generalizado que resultó de la emisión de la novela “La guerra de los mundos”, de Orson Welles, en 1938.

*“Los medios pueden dirigir efectivamente la percepción de la realidad cuando no se dispone de informaciones en contrario. Y, aunque los medios no puedan moldear cada opinión, sí pueden enmarcar la realidad perceptiva en torno a la cual se forman las opiniones. Aquí radica tal vez su efecto más importante: establecer el orden del día para todos, organizando el espacio de lo público, las cuestiones en qué pensar. En suma, los medios establecen los límites del discurso y de la comprensión del público, del pueblo. No siempre moldean la opinión de todos, claro está, pero tampoco tienen por qué hacerlo. Basta con legitimar ciertos puntos de vista y deslegitimar otros”*⁸

En efecto, la simple tarea de elegir ciertas fuentes demuestra ya una parcialización de la realidad desde ciertos puntos de vista. Los medios de comunicación tienen el poder de contar o no, cómo hacerlo (género periodístico utilizado) y desde qué perspectiva se hará (las fuentes).

Es así como se evidencia que el llamado “poder” de los medios de comunicación se centra en su capacidad de construir una imagen de realidad; dado que recrean lo cotidiano y esto es aceptado como verdad por las personas. “*Los individuos ven en los mass media el verdadero barómetro de la*

⁷ Tomado de: La impotencia de los medios de comunicación - Su capitulación ante la realidad. Hermann Boventer. En, medios de comunicación, democracia y poder, página 66. Editorial CIDELA 1995.

⁸ Tomado de: Comunicación, poder y democracia. Vicente Romano, en: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=27728>

discusión pública: el "fidel reflejo" de las opiniones dominantes y minoritarias presentes en la comunidad"⁹.

¿Herramientas para el poder?

La literatura ha descrito la manera cómo los medios de comunicación sirven como instrumentos de control social. Un ejemplo clásico lo constituye la obra de George Orwell, 1984: son herramientas de adecuación social, de inclusión en un pensamiento considerado el "correcto"; títeres para la manipulación política.

Ello debido a que, aunque el Estado haga las normas, los medios de comunicación (junto a instituciones como la familia) los encargados de transmitir a la sociedad qué comportamientos son o no aceptados, basándose en la imagen de realidad que divulgan. En palabras de Gottfried: *"el Estado se constituye por la constitución, el actuar de los órganos del Estado, de la administración y de los tribunales; la sociedad (si se acepta esta división en dos, la que se nos sugiere a diario) se constituye por los medios de comunicación"*¹⁰

Y es que dependiendo de la manera como los medios muestren la realidad, el individuo se apropiará de su entorno. *"Cualquier proceso de producción comunicacional, desde la selección del medio, la grabación, la mezcla, la realización y la distribución, es una intervención en el material existente. Lo que importa no es que los medios y los mensajes de la industria de la conciencia sean manipulados o no, sino quién los manipula y en provecho de quién, al servicio de qué intereses"*¹¹.

Y es que los medios de comunicación son el centro de la opinión pública, pues en estos se supone es donde se generan las discusiones respecto a los acontecimientos. Aclarando que *"la opinión pública no es la opinión de los periodistas: Es el conglomerado contradictorio de diferentes apreciaciones. Puede convertirse en una sola opinión"*¹².

⁹ Tomado de: La opinión pública y los imaginarios sociales. Dittus B, Rubén. En <http://antalya.uab.es/athenea/num7/dittus.pdf>

¹⁰ Tomado de: Los medios de comunicación y el poder. Ernst Gottfried Mahrenholz. En, medios de comunicación, democracia y poder, página 77. Editorial CIDELA 1995.

¹¹ Tomado de: Comunicación, poder y democracia. Vicente Romano, en: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=27728>

¹² Tomado de: Los medios de comunicación y el poder. Ernst Gottfried Mahrenholz. En, medios de comunicación, democracia y poder, página 76. Editorial CIDELA 1995.

Entonces los medios de comunicación trascienden la simple barrera de transmisores, de títeres políticos, *“la opinión pública, en cambio, apunta a la observación de procesos, a la información de los ciudadanos y en último término a moderar el poder estatal. Para usar una vieja fórmula, no establece un poder político, sino una fuerza política en contra del poder”*¹³

En tal sentido los medios de comunicación no son, en esencia, herramientas para ejercer el poder sino para regularlo. Es así como nace el concepto de la interdependencia entre estos y la política, pues son los medios los encargados de fijar las prioridades temáticas y determinar cómo se interpreta la realidad política; *“el periodismo representa el factor decisivo para la formación de la agenda medial: las prioridades temáticas de la política se orientan por lo que indica el periodismo”*¹⁴.

Y es que para que el proceso de formación de “opinión pública” se dé, es necesaria la intervención de los medios de comunicación tanto para difundir, como para discutir los acontecimientos políticos. Y es que pese a la función tematizadora de los medios de comunicación, al poner en la agenda ciertos temas, su labor se extiende mucho más allá que transmitir ideas.

II.II La importancia de los medios de comunicación en la construcción de imaginarios

Vivimos en un mundo en el cual abundan los bienes simbólicos: desde la belleza vista como un producto hasta el mismo oro, su *status* y valor ha sido establecido por la sociedad mediante una serie de procesos de socialización.

En la sociedad contemporánea los medios de comunicación se han convertido en herramientas fundamentales para que las personas permanezcan en contacto, acortando las barreras que antes parecían enormes. En dicho contexto, tal como lo explica J.B Thompson, los medios fijan los contenidos simbólicos y ayudan a estandarizar ciertos comportamientos¹⁵

¹³ Tomado de: Los medios de comunicación y el poder. Ernst Gottfried Mahrenholz. En, medios de comunicación, democracia y poder, página 83. Editorial CIDELA 1995.

¹⁴ Tomado de: política y medios masivos de comunicación en la campaña electoral. Stefan Reiser. En, medios de comunicación, democracia y poder, página 166. Editorial CIDELA 1995.

¹⁵ Ver “los usos de los medios de comunicación”, en el primer capítulo.

¿Qué es un imaginario?

Un día el hombre imaginó caminar en la Luna y luego caminó; imaginó construir vías de alta velocidad y hoy son realidad; Tomas Hobbes imaginó un Estado Civil, es decir, una organización social ordenada por leyes que limitaran las libertades y el ejercicio del poder, y hoy el Estado es una realidad política.

Camilo Madariaga

Las sociedades globalizadas se caracterizan por la enorme circulación de bienes simbólicos. El dinero, por ejemplo, es una simple representación de “trabajo” que se intercambia por productos que se estima valen esa cantidad de “esfuerzo” representada en el papel; ello demuestra cómo se da importancia y valor “imaginario” a ciertos bienes.

Dichas representaciones simbólicas son el lugar en el cual se consolida aquello considerado “real”. El individuo, dada su imposibilidad de aprehender enteramente su entorno, crea un conjunto de significaciones para hacerse una imagen de lo que está a su alrededor que dependen de la manera en la cual percibe el mundo.

Según Castoriadis, “estas significaciones imaginarias, propiamente irreales, estructuran y organizan la forma a través de la cual los individuos perciben y aceptan su realidad”¹⁶. Esto pues la realidad objetiva no existe para el individuo, sino que se basa en una serie de códigos y percepciones realizadas de acuerdo a ciertos códigos socialmente adquiridos (el machismo, por ejemplo, da una visión de mundo).

“Lo imaginario corresponde a una imagen que tiene implícito un significado, significado constituye un sistema de referencias que contribuyen a interpretar y representar; en este proceso cognoscitivo se trasciende el mundo de lo visible y se crea lo real a partir de lo simbólico; esto por cuanto es imposible conocer la realidad tal cual es, ya conllevaría a asumir al individuo como igual a la colectividad”¹⁷

¹⁶ Carretero Pasín, Ángel Enrique. Posmodernidad e imaginario. Pag 6 En: <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/carretero26.pdf>

¹⁷ Madriaga, Camilo; Molinares, Viridiana. Imaginario y conflicto: determinadores en la construcción de lo real. Pag 169. En: http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/derecho/27/6_Imaginario%20y%20conflicto.pdf

Es así como se crea el concepto de “imaginario”, definido por Juan Luis Pintos como una posición colectiva determinada por el momento histórico en el cual se produce, que permite formarse una idea de “lo real” e involucrarse en la sociedad. En definitiva son *“representaciones colectivas que rigen los sistemas de identificación y de integración social, y que hacen visible la invisibilidad social”*¹⁸

Un imaginario es, por tanto, una creación social. Su principal función es distribuir elementos que permitan a los individuos interpretar su entorno y construir una imagen de realidad; pues la comprensión del mundo que rodea al individuo no puede ir más allá de los modelos de explicación que en ella son aceptados.

Es decir, el imaginario social otorga a determinada comunidad una serie de significados simbólicos mediante los cuales es posible aprehender el mundo que los rodea. *“Básicamente las “significaciones imaginarias sociales” funcionan, en el sentido moderno y en relación con la sociedad, (1) instituyendo y creando, (2) manteniendo y justificando (legitimación, integración y consenso) y (3) cuestionando y criticando un orden social. Las significaciones imaginarias sociales instituyen y crean un orden social a la vez que son instituidas y creadas por este mismo orden”*¹⁹

Los imaginarios tienen tres características principales: son socialmente construidos, es decir irreductibles a un pensamiento individual; permiten percibir, interpretar e intervenir en la realidad; y, por último, no son verdades únicas pues las sociedades modernas no están sometidas a un solo lente ni a referencias absolutas; lo anterior significa que no hay tal cosa como “imaginarios universales”. Entonces la importancia del imaginario reside pues en su capacidad para “construir al mundo” y crear un sentido de unión en cuanto a que “todos están unidos por una misma realidad”.

Medios de comunicación e imaginarios

Pese a la relación, los nexos entre los medios de comunicación moderna y la producción de imaginarios pueden parecer borrosos o, en el peor de los casos, sacados de una película sobre conspiraciones. Aún así, y alejándose de los extremos, la comunicación está muy ligada a la “producción de sentido” en el mundo globalizado.

¹⁸ Pinto, Juan Luis. Los imaginarios sociales. En: <http://web.usc.es/~jlpintos/articulos/imaginarios.htm>

¹⁹ Cabrera, Daniel. Imaginario social, comunicación e identidad colectiva. En: http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/143_cabrera.pdf

Como no hay manera de enterarse de todo lo que ocurre alrededor, las personas acuden a los medios de comunicación como emisores fiables para enterarse de los hechos pues confían en estos pues, se supone, les informan correcta, veraz y oportunamente; por tal motivo usan a los medios como “educadores” que les capacitan con herramientas confiables para manejarse en su entorno.

“El desarrollo de la sociedad mediática ha supuesto que los medios de comunicación se hayan transformado en constructores de la realidad social. Si en otro tiempo las religiones e ideologías legitimaban la realidad social, ahora los mass media suplen el espacio antaño ocupado por la religión y las ideologías como productoras de realidad”²⁰

Los medios de comunicación tienen un poder clave en la creación de imaginarios ya que de ellos depende el enfoque que darán al hecho para que la sociedad lo tome y construya; de tal manera *“los medios de comunicación tecnológicos son capaces de crear o “recrear” simbólicamente lo cotidiano, lo normal y lo que es por todos aceptado”²¹*

El caso particular de la noticia tiene un componente interesante y es que se considera como un hecho extraordinario que merece la atención del público; *“Esos sucesos extraordinarios deben ser transmitidos de tal manera que las audiencias puedan integrarlos a sus mundos de referencia. La forma en que los discursos aparecen, el tipo de fuentes que se consulta al momento en que se construye, las lógicas institucionales que la empresa mediática determina en el tratamiento, todos estos elementos mediarán al momento de construir las narrativas mediáticas”²²*

Es aquí donde periódicos como El Tiempo cobran importancia, pues contribuye a la creación de imaginarios sociales. Lo anterior debido a factores como su tradición histórica, la credibilidad de sus redactores y a que durante siete años (de 2001 a 2008) fue el único diario de circulación nacional.

Este diario fue fundado el 30 de enero de 1911 por Alfonso Villegas Restrepo, quien lo vendió dos años después a su cuñado, Eduardo Santos Montejó, un miembro del Partido Liberal quien sería presidente en el período 1938-1942. En 2007 el Grupo Planeta se volvió accionista mayoritario y el

²⁰ Carretero Pasín, Ángel Enrique. Posmodernidad e imaginarios, una aproximación teórica. En: <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/carretero26.pdf>

²¹ Dittus B, Rubén. La opinión pública y los imaginarios sociales: hacia una redefinición de la espiral del silencio. Pág 66 y 67. En: <http://antalya.uab.es/athenea/num7/dittus.pdf>

²² Martel, Roxana. Imaginarios e itinerancias en la ciudad. En: <http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/encuentro/memorias/15martel.pdf>

medio se convirtió en parte del grupo editorial Casa el Tiempo, entrando en el juego de los conglomerados característicos del mundo globalizado, definidos por J.B Thompson.

Aún así el periódico ha permanecido bajo el control de la familia Santos, una de las más prominentes en la política Colombiana. Ulises Casas define su importancia alegando que *“El Tiempo ha sido un órgano ideológico y político que no solamente ha influido en la elección de presidentes y ministros de Estado sino que sus mismos propietarios lo han sido; en este momento hay un vicepresidente y un ministro de la familia Santos en el gobierno”*²³

El “deber ser” de los medios de comunicación y sus periodistas

En el contexto contemporáneo, donde la importancia de los medios de comunicación se hace evidente, es imposible no preguntarse por la responsabilidad de los medios de comunicación más allá de la simple y desinteresada empresa periodística. Teniendo en cuenta cómo un medio de comunicación puede llegar a ser una pieza clave en la imagen de realidad que los individuos manejan, es también necesario velar por que esta responsabilidad de estos en una sociedad.

En palabras de Patricia Cruz *“hablar de la ética en los medios de comunicación implica recordar que la información (acontecimientos, especulaciones, acciones y proyectos sociales de los que se da cuenta) no puede existir sin informador (locutor, reportero, comentarista) y que éste no se puede desprender de su conciencia como si fuera una computadora cargada de datos y respuestas”*²⁴

Según The electoral knowledge network²⁵, un medio de comunicación debe cumplir tres puntos éticos básicos: el primero es buscar la verdad e informar sobre ella, esto implica que debe ser preciso, equilibrado e imparcial en las noticias en cuanto a sus fuentes y al lenguaje utilizado; el segundo es minimizar el daño, lo cual incluye *“equilibrar el derecho a un juicio de los acusados con el derecho a estar informado del público”*²⁶; el tercero es ser responsable con la información que se emite.

²³ Casas, Ulises. La venta del periódico El Tiempo: la globalización de los medios de comunicación. En: <http://www.escuelaideologica.org/php/?sec=revista/1008>

²⁴ La práctica de la ética en los medios de comunicación. Patricia Cruz, en <http://www.saladeprensa.org/art18.htm>

²⁵ 26 Código de Ética de los Medios de Comunicación. The electoral knowledge network. Disponible en: <http://aceproject.org/main/espanol/ei/eig02a.htm>

²⁶ Código de Ética de los Medios de Comunicación. The electoral knowledge network. Disponible en: <http://aceproject.org/main/espanol/ei/eig02a.htm>

Y es que el hecho de guiarse por una ética de la pluralidad, objetividad y veracidad para publicar la información, no le resta nada al medio y al periodista. Incluso, es provechoso pues gana *status* en cuanto a la calidad de su trabajo.

Según la Federación Internacional de Periodistas (IFIJ, por sus siglas en inglés), “*en el marco del derecho vigente en cada país, el periodista sólo aceptará, en materia profesional, la jurisdicción de sus iguales, excluyendo cualquier injerencia gubernamental o de otro tipo* »²⁷. Lo anterior implica no estar al servicio del estado, aunque sí acogerse a sus normas.

El círculo de periodistas de Bogotá incluye en su código la necesidad de ser imparcial ante todo “*es necesario presentar las distintas caras de la noticia y procurar que, en donde haya más de una interpretación sobre los hechos, aparezcan todas las que sea relevantes. La obligación de informar se incumple: a. Por acción (noticia falsa) b. Por omisión (al guardar silencio sobre un hecho) c. Por aproximación (noticias tendenciosa) 4. La noticia debe quedar claramente diferenciada de los comentarios*”²⁸.

En adición, según Patricia Cruz, existen una serie de errores éticos que el periodista puede cometer de manera inconsciente, por ignorancia de la ética o por omisión:

- Omitir información: atenta en contra de la pluralidad pues se muestra una sola cara de los acontecimientos; este error es muy común pues es frecuente que aunque una noticia involucre diferentes actores, solo se le consulte a uno de los implicados. Este es un error ético pues se muestra al público una visión parcializada de la realidad y ello influye en su visión de las cosas y su capacidad de tomar decisiones.
- Acompañar la información de adjetivos calificativos: Los adjetivos o frases que elogian o desprecian a un personaje y sus acciones inciden en la percepción del lector, especialmente cuando estos son reiterativos. Lo anterior es un comportamiento anti ético pues le resta imparcialidad al trabajo del periodista.
- Hacer énfasis sólo en un aspecto de la información: ser enfático en ciertos temas produce un

²⁷ Declaración de Principios sobre la Conducta de los Periodistas. Federación Internacional de Periodistas. En: <http://www.ifj.org/assets/docs/132/084/ed1da84-3aa6054.doc>

²⁸ Código de Ética del CPB (Círculo de Periodistas de Bogotá). <http://www.mediosparalapaz.org/index.php?idcategoria=769>

sesgo en la información.

- No dar los antecedentes suficientes para entender la noticia: *“no se dan a los espectadores los elementos necesarios para elaborar un juicio crítico respecto a los acontecimientos y a las partes involucradas”*²⁹
- Utilizar el medio de comunicación como tribuna para defensa o autopromoción: *“los medios de comunicación tienen la tarea de informar lo que acontece. También se reconoce en ellos la función de orientar a la opinión pública, una meta que se alcanzaría si se dieran a conocer los elementos necesarios para que los espectadores tengan un punto de vista propio sobre los distintos sucesos. No obstante, existe la posibilidad de confundir esa orientación informativa con la búsqueda de confrontaciones y de aliados para resolver una situación; al hacerlo, la empresa comunicadora sólo se torna un espacio para dirimir conflictos, para atacar y defenderse, para enaltecer o desprestigiar a los actores involucrados”*³⁰

II.III Política de Seguridad Democrática

La radio, la televisión, los periódicos, los discursos y el entorno colombiano en general, han sido invadidos con el concepto “pionero” de Álvaro Uribe Vélez, como el único remedio a los problemas del país; la bautizada “Seguridad Democrática” se convirtió en el pilar donde reposa la mayor parte de la popularidad del mandatario, pero... ¿sabe usted qué define el término?

El concepto surge del “Manifiesto Democrático” del mandatario, pues en quinto punto del documento asegura que *“la seguridad será democrática. Para proteger a todos, al trabajador; al empresario, al campesino, al sindicalista, al periodista, al maestro, frente a cualquier agresor”*³¹; esto con el fin de fortalecer el Estado de Derecho y la autoridad representada en los tres poderes básicos: ejecutivo, legislativo y judicial.

La necesidad de implementar dicha política se sustenta en la idea de que *“la verdadera seguridad depende no sólo de la capacidad de la Fuerza Pública de ejercer el poder coercitivo del Estado, sino también de la capacidad del poder judicial de garantizar la pronta y cumplida administración*

²⁹ <http://www.saladeprensa.org/art18.htm>

³⁰ <http://www.saladeprensa.org/art18.htm>

³¹ Manifiesto Democrático - 100 Puntos Álvaro Uribe Vélez. Pag 4. En: http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85269_archivo_pdf.pdf

*de justicia, del Gobierno de cumplir con las responsabilidades constitucionales del Estado y del Congreso de legislar teniendo presente la seguridad como el bien común por excelencia de toda la sociedad”*³²

La “Seguridad Democrática” se apoya en tres puntos fundamentales: la protección de los derechos de todos los ciudadanos; la protección de los valores, la pluralidad y las instituciones democráticas; y la solidaridad y la cooperación de toda la ciudadanía en defensa de los valores democráticos. El primero se basa en el principio de igualdad de todas las personas; el segundo pues *“La pluralidad del debate político depende de unas condiciones de seguridad que permitan la libre expresión de diferencias de opinión y el libre ejercicio de la autoridad democrática”*³³ representada tanto en dirigentes como disidentes; y la tercera, pues se entiende a la seguridad como presencia permanente de las autoridades, gracias a la cooperación constante de las poblaciones. El último punto es de vital importancia, pues se considera que para la existencia de la “Seguridad Democrática”, es necesario tener el control del territorio nacional.

Existen, además, seis amenazas claves para su existencia: El terrorismo, el negocio de las drogas ilícitas, las finanzas ilícitas, el tráfico de armas, municiones y explosivos; el secuestro y la extorsión; y por último el homicidio.

Es así como se obtienen los seis objetivos estratégicos del proyecto: fortalecer el control estatal en todo el territorio, mantener la capacidad disuasiva, proteger a la población, eliminar el comercio de drogas ilícitas y estimular la eficiencia, transparencia y rendición de cuentas. Los primeros dos objetivos se alcanzarían logrando la presencia de la fuerza pública en todo el territorio nacional; los dos siguientes combatiendo el terrorismo y la delincuencia organizada, eliminando la infraestructura de Organizaciones al Margen de la Ley (OML), adecuando la normatividad para enfrentar las amenazas e incrementando la cooperación ciudadana, estatal e internacional; finalmente, el último objetivo se lograría mediante dos estrategias: optimizar la gestión y resultados del sector defensa y manteniendo un régimen especial de seguridad social y bienestar para la fuerza pública.

Todos estos proyectos se tradujeron, al término de su primer período presidencial, en una

³² Política de Defensa y Seguridad Democrática, Presidencia de la República - PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA - DE DEFENSA NACIONAL. 2003. Pág 12 En: http://www.mindefensa.gov.co/dayTemplates/images/seguridad_democratica.pdf

³³ Política de Defensa y Seguridad Democrática, Presidencia de la República - PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA - DE DEFENSA NACIONAL. 2003. Pág 13 En: http://www.mindefensa.gov.co/dayTemplates/images/seguridad_democratica.pdf

percepción de seguridad ciudadana sin precedentes. Según cifras oficiales “entre el año 2002 y el 2006, para citar sólo algunos indicadores, se redujeron el número de homicidios en un 40%, el número de secuestros extorsivos en un 83%, el número de víctimas en homicidios colectivos en un 72%, los atentados terroristas en un 61% y los secuestros en retenes ilegales en un 99%”³⁴

Capítulo III: Más allá de las especulaciones

El siguiente cuadro es el resultado de una compilación de noticias publicadas en el periódico El Tiempo durante el primer y último año de gobierno del primer periodo presidencial de Álvaro Uribe. Para la creación de la base de datos se tomaron en cuenta tres criterios básicos:

- Las noticias se buscaron según el término “Seguridad democrática”, pues esta ha sido el rasgo distintivo de Álvaro Uribe respecto a sus antecesores.
- Se toma el periódico El Tiempo teniendo en cuenta tres criterios básicos:
 - Cuenta con recorrido y reconocimiento histórico en nuestro país.
 - En la época de estudio este era el único diario de circulación nacional
 - Tiene una estrecha relación con el Gobierno debido a que el vicepresidente es miembro de la familia fundadora de este medio de comunicación.
- Se toman periódicos dominicales, pues son los que tienen la mayor audiencia de la semana.
- Archivo de Internet, pues facilita y agiliza la búsqueda según palabras. Además, según datos tomados del portal corporativo, tiene en promedio dieciocho millones de visitantes mensualmente³⁵ contra un tiraje del impreso dominical de 486.861 y un total de 173.827 suscriptores³⁶; es decir que la versión digital del medio tiene más acogida.

Al momento de resumir la información se tomaron ocho categorías distintas:

Género periodístico: se eligió esta categoría ya que estos definen el tratamiento que se le da a la noticia en términos de precisión. Es así como, desde la definición de cada género, se entiende que las características de estos van desde ser netamente informativos, como la noticia, que se supone es lo más preciso en cuanto a que se remite únicamente a los hechos; hasta lo interpretativo, como la crónica, que intenta mostrar el “lado humano” de los acontecimientos.

³⁵ Datos tomados de: <http://publicidad.eltiempo.com/online/index.php?pag=home&idp=1&ids=8>

³⁶ <http://publicidad.eltiempo.com/offline/index.php?pag=home&idp=10&idg=0&ids=41>

Entonces, desde que se toma la decisión de utilizar un género periodístico en vez de otro, se está decidiendo qué perspectiva se le dará al tema en términos de la línea editorial del medio de comunicación. Tal y como se dijo en este mismo trabajo anteriormente: *“el simple ejercicio de escoger un acontecimiento y clasificarlo como “noticia”, representa ya un juicio de valor; el tomar un suceso y presentarlo como crónica, editorial, noticia, etc, evidencia un punto de vista del medio de comunicación encarnado en el periodista.”*³⁷

En palabras de Raúl Peñaranda podría decirse que los géneros periodísticos “son formas de expresión escrita que difieren según las necesidades u objetivos de quien lo hace”³⁸. en este punto se tomaron como base siete géneros

- Opinión: *“se trata de un texto producido por un colaborador o columnista invitado, aunque también en contadas excepciones lo puede realizar un periodista del medio. Básicamente expresa la opinión de esa persona acerca de un tema de interés común. Busca explicar, dar respuestas o plantear interrogantes acerca de determinadas cuestiones, por eso debe aparecer firmado”*³⁹
- Editorial: *“expresa la posición del medio sobre un tema determinado, y puede ser escrito por editorialistas o por el mismo director o secretario de redacción del medio. “La función ideal del editorial es informar y encauzar la opinión pública. Interpreta al lector las noticias relevantes del día y señala su significado”*⁴⁰
- Análisis: *“el periodista realiza un análisis profundo de algún hecho de la realidad, lo descompone en partes y lo vuelve a componer de acuerdo a un punto de vista particular. Indica al receptor un camino para comprender ese hecho”*⁴¹
- Entrevista: *“Se trata de dar a conocer información proveniente de una persona autorizada, o bien su objetivo es revelar el pensamiento de*

³⁷ Página 37 de este mismo trabajo.

³⁸ http://www.perio.unlp.edu.ar/grafica1/htmls/apuntescatedra/generos_periodisticos.doc

³⁹ http://www.educared.org.ar/periodismo/cursos/clase%207/pe_07_02.htm

⁴⁰ http://www.educared.org.ar/periodismo/cursos/clase%207/pe_07_02.htm

⁴¹ http://www.educared.org.ar/periodismo/cursos/clase%207/pe_07_02.htm

determinada personalidad o su impresión sobre algún tema de actualidad. El periodista puede optar por transcribir textualmente las preguntas y las respuestas, y hacer antes un retrato de la situación de entrevista: el lugar, la hora, la disposición del entrevistado, su estado de ánimo, su forma de vestir y el motivo de la entrevista. Si el periodista incurre en la interpretación de gestos, actitudes y respuestas, la entrevista pasa a ser más bien interpretativa que informativa”⁴²

- Nota informativa: presenta los hechos en función de la importancia y relevancia que ellos podrían tener para el *target* del medio de comunicación. Se limita a presentar los hechos de manera clara y concisa, sin ahondar en sus causas o efectos.
- Crónica: Es una narración que interpreta de manera subjetiva una serie de hechos con conexión coyuntural con alguna problemática política, económica o social. El cronista colorea la información e intenta mostrar su “lado humano”; la crónica es una narración literaria con fines informativos.
- Investigación periodística o reportaje: Es un género narrativo netamente noticioso, su objetivo es trascender los hechos netamente coyunturales e indagar por las posibles causas y repercusiones de estos. El autor debe ser ecuánime y objetivo al momento de presentar los argumentos y enriquecer con fuentes de diversas posiciones el relato y la explicación de los acontecimientos.

Autor: Se eligió esta categoría ya que puede dar noción respecto a la calidad de la información que se publica en términos de la labor periodística realizada. Se entiende, para esto, que cuando un autor es reconocido en determinado texto detrás de esto hay una labor periodística que dio como resultado la información; de lo contrario, se entiende que el redactor basó su artículo en informaciones bien sea de “dudosa” procedencia o “prestados” de algún otro medio de comunicación (por cualquiera que sea el motivo)

Título: Se tomó esta categoría ya que el título define la forma en la cual el escritor quiere

⁴² http://www.educared.org.ar/periodismo/curso/clase%207/pe_07_02.htm

que el lector se aproxime al texto, define de entrada el encuadre que tendrá la información. *“un buen titular puede hacer que el lector se interese por el contenido del texto o pase de largo y siga buscando información que capture su interés”*⁴³. De acuerdo a la intencionalidad del escrito, existen tres tipos*:

- Informativo: se utiliza para noticias y reportajes; se caracteriza pues expone la información sin ningún tipo de juicios ni evaluaciones. Usualmente responde a las preguntas qué y quién pues estas facilitan la comprensión del tema.
- Apelativo: se usa en cónicas y entrevistas; su principal función es la de llamar la atención del lector (en contraposición al anterior cuyo foco es informar), de modo que solo otorga una pequeña referencia al tema de forma muy atractiva.
- Expresivo: ideal para los artículos de opinión como el editorial y el artículo. Su función es principalmente argumentativa. Tienen un evidente tinte persuasivo

*Cabe resaltar que estos conceptos son meramente referenciales pues no se hizo una clasificación exhaustiva de los títulos, aunque sí se utilizaron los conceptos en el análisis.

Sección: Esta categoría se eligió con base en la presunción de que, al clasificar un texto en cierta sección del periódico, se clasifica también el enfoque periodístico del texto; se asume que define el tratamiento que se le da a la noticia y los temas a tratar en términos de la relevancia que se le da al tema. Al respecto, se encontró que la información estaba en ocho categorías

- Editorial-opinión
- Información general
- Internacional
- Nación
- Política
- Economía

⁴³ Velazques, Cesar Mauricio; Gutierrez, Liliana. Manual de géneros periodísticos. ECOE ediciones, pag 27.

- Lecturas fin de semana
- Justicia

Palabras clave: Se eligió esta categoría ya que al tomar las palabras claves de cada noticia estas ayudan a ubicar rápidamente las ideas principales y el enfoque de la información, esta categoría fue pensada con el fin de agilizar el análisis.

Resumen de la noticia: Se tomó esta categoría ya que hacer un breve resumen de las noticias no solo agiliza el proceso de análisis sino que ayuda a sintetizar los principales argumentos del autor de cada texto, el enfoque y la intencionalidad de su escrito.

Fuentes: Se eligió esta categoría con base en los argumentos presentados en el apartado acerca de los medios de comunicación y su influencia en la sociedad. Tal y como se dijo en el pasado “la simple tarea de elegir ciertas fuentes demuestra ya una parcialización de la realidad desde ciertos puntos de vista. Los medios de comunicación tienen el poder de contar o no, cómo hacerlo (género periodístico utilizado) y desde qué perspectiva se hará (las fuentes)”⁴⁴ y es que, tal como se citó anteriormente, “*aunque los medios no puedan moldear cada opinión, sí pueden enmarcar la realidad perceptiva en torno a la cual se forman las opiniones*”⁴⁵ y es allí donde la escogencia y utilización de las fuentes cobran importancia, pues revelan a cuál de las versiones se da prominencia en los escritos.

Al respecto se identificaron cinco tipos.

- **Documental:** como su nombre lo indica son documentos, libros, cartas, actas, entre otros, que ayudan a contextualizar y darle fondo a la información.
- **Oficiales:** aquellas directamente relacionadas con entidades adscritas o dependientes del Estado o una institución privada.
- **Extraoficiales:** Permiten el acceso a información oficial sin confirmar, pero su credibilidad es dudosa.
- **Experto:** persona o entidad alejada del gobierno, con profundo conocimiento empírico o académico acerca de la información.
- **Oposición:** aquellas que disienten la visión del Gobierno o las entidades privadas.

⁴⁴ Ver página 38 del presente trabajo.

⁴⁵ Ver página 38 del presente trabajo.

Argumento: Se eligió la categoría ya que evaluar el tipo de razones elegidas para sustentar las ideas de los autores, habla de las bases reales en la construcción del imaginario... ¿se basan en hechos reales o en solo en sensaciones? En este punto se tomaron cuatro tipo de argumentos distintos:

- Emotivos: aquellos que apelan a los sentimientos del lector, con el fin de provocar reacción de simpatía o rechazo. Por ejemplo, el 29 de diciembre de 2002 un autor desconocido escribió que *“el fenómeno Uribe encuentra su principal explicación en su capacidad de interpretar el sentimiento colectivo de una Colombia desesperanzada e incrédula, y ofrecer a cambio liderazgo y decisión”*⁴⁶; este argumento que intenta sustentar la popularidad del mandatario, no se basa en hechos reales sino que busca simpatizar mediante la caracterización subjetiva de la persona que Uribe representa.
- Experiencia: estos argumentos hablan con base en las lecciones de lo “ya vivido”. Por ejemplo, en una entrevista realizada el 4 de agosto de 2002 al entonces Procurador General de la Nación Edgardo Maya al hablar de corrupción él dijo que *“el proceso 8 mil tuvo una gran falla: que no metieron a la cárcel a los banqueros que lo manejaron, a los banqueros por los cuales condenaron a los dirigentes políticos”*⁴⁷; este lo afirma desde lo que ha podido ver durante el desempeño de sus funciones.
- Experticia: se entienden como los argumentos que se basan en el conocimiento tácito de un tema; en otras palabras, se basan en el conocimiento que se adquiere por el simple hecho de estar en un entorno donde se habla del mismo. Por ejemplo, en el artículo publicado el 11 de agosto de 2002 Cesar Gaviria dice que *“no se debe regresar a la negociación mientras no haya posibilidades reales de éxito”*⁴⁸ se puede afirmar que, pese a ser un expresidente, este no estudio teorías en el campo de la negociación de conflictos, pero como político ha podido aprender del tema.
- Experto: argumentos basados en un nivel de conocimiento de un tema que trasciende el de una persona común. Por ejemplo en el artículo publicado el 4 de mayo de 2003 sostiene la necesidad de un acuerdo humanitario urgente, basándose en datos del Comité Permanente por la Defensa de los Derechos Humanos en Bogotá (entidad especializada en el tema de derechos humanos).

⁴⁶ Ver: Registro No 22 de la base de datos.

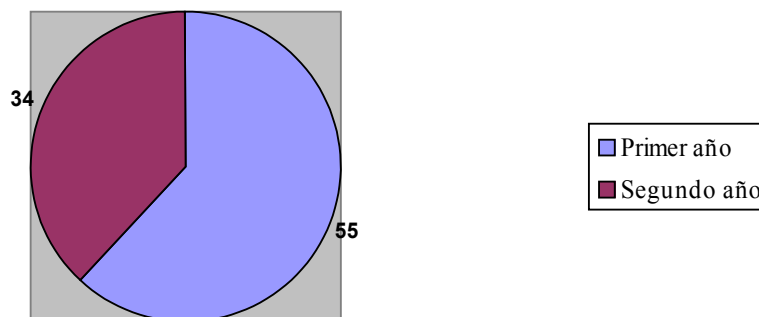
⁴⁷ Ver: Registro No 4 de la base de datos.

⁴⁸ Ver: Registro No 5 de la base de datos.

Capítulo IV: El Tiempo como sujeto de análisis, los resultados del estudio

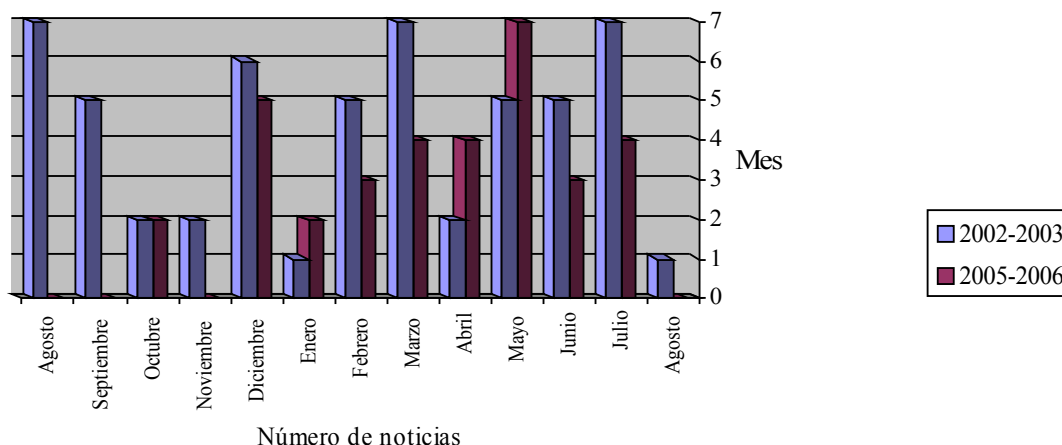
VI.I Análisis descriptivo

Gráfico No1: Número de noticias en los años de muestreo



El gráfico No1 sintetiza la información reunida en el muestreo justificado anteriormente. En general mientras en 2002 se publicaron 55 escritos, en 2006 fueron solo 34, para un total de 89 registros. Lo anterior da una relación del 55,6% en el primer año contra solo el 34,36% en el segundo. Ello demuestra cómo al principio del mandato se le dio mayor visibilidad al tema de la seguridad democrática.

Gráfico No 2: Número de noticias según año y mes

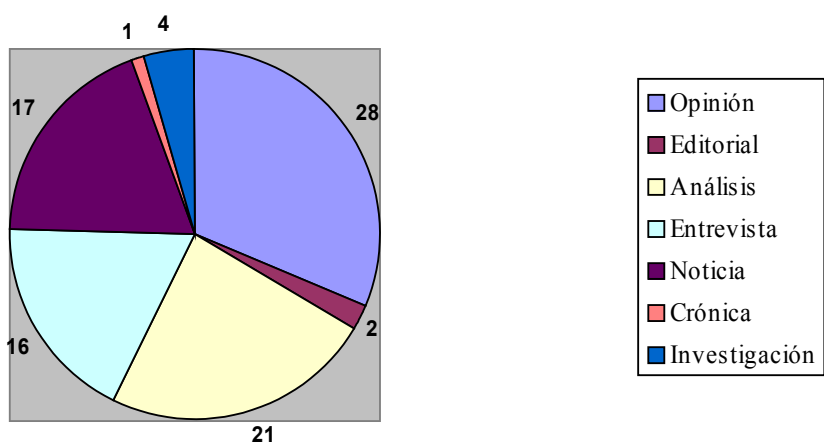


En un campo más específico, se evidencia cómo durante el primer año fue en agosto de 2002, marzo y julio de 2003, los meses en que más se publicaron escritos con el término “Seguridad

Democrática” con siete registros; seguidos de diciembre de 2002 con seis; además de septiembre de 2002, febrero, mayo y junio de 2003 con cinco. Los meses en que menos registros hubo fueron enero y agosto de 2003 con una nota cada uno.

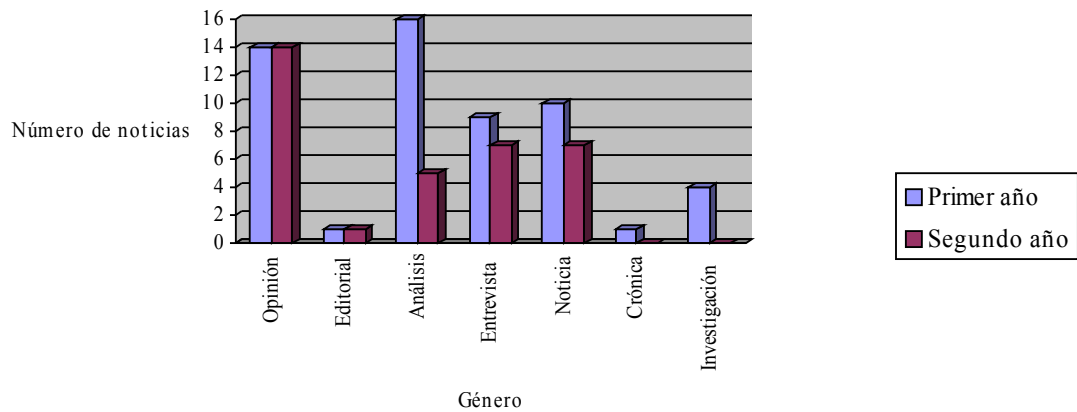
En el segundo año mayo de 2006 tiene el record con siete notas, le siguen diciembre del 2005 con cinco y marzo, abril y julio de 2006 con cuatro cada uno. Los meses en que menos registros fueron agosto de 2005, septiembre de 2005, y agosto de 2006, pues no hubo ninguna.

Gráfico No 3: Según género periodístico en ambos años



Los géneros más utilizados fueron el de opinión con veintiocho registros, seguido del análisis con veintiuno y la noticia con diecisiete; Mientras que los menos comunes fueron el editorial con solo dos y la crónica con uno.

Gráfico No 4: Número de noticias según género en cada año



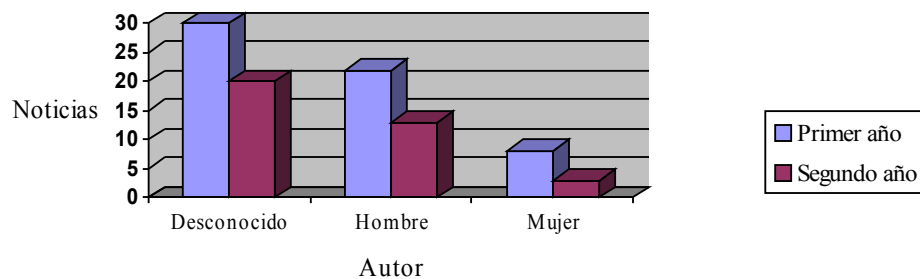
En el primer año de gobierno los géneros más comunes fueron el análisis noticioso con dieciséis notas, seguido de los artículos de opinión con catorce y la noticia con diez. Los menos utilizados fueron el editorial y la crónica con un registro.

Durante el último año de Gobierno los artículos de opinión fueron el género más utilizado con catorce muestras, seguido de la entrevista con siete y el análisis periodístico con cinco. En contraposición, en ese periodo de tiempo no hay registros ni de crónicas o investigaciones periodísticas.

Por sexo del autor

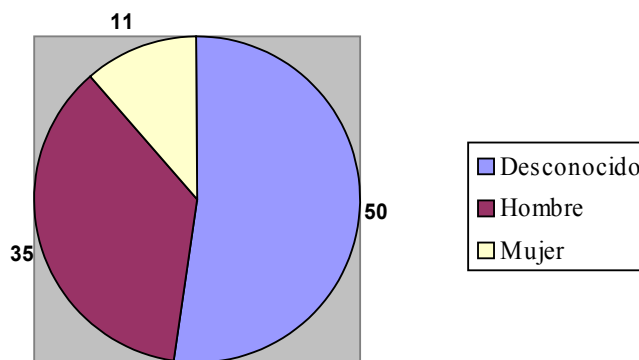
Cabe resaltar que algunas notas fueron escritas como colaboraciones conjuntas de dos o más periodistas; además, cuando en el registro no era explícito en cuanto al nombre de quien o quienes lo habían escrito, se tomó al creador como “desconocido”.

Gráfico No 5: Noticias según sexo del autor por años



En el primer año de gobierno hubo 30 autores desconocidos; en cuanto a género los hombres fueron quienes más escribieron en el muestreo con veintidós registros; mientras las mujeres solo alcanzaron a escribir ocho notas. Por otro lado, durante el segundo año 20 fueron desconocidos y también predominó el género masculino con trece notas, contra solo tres hechas por mujeres.

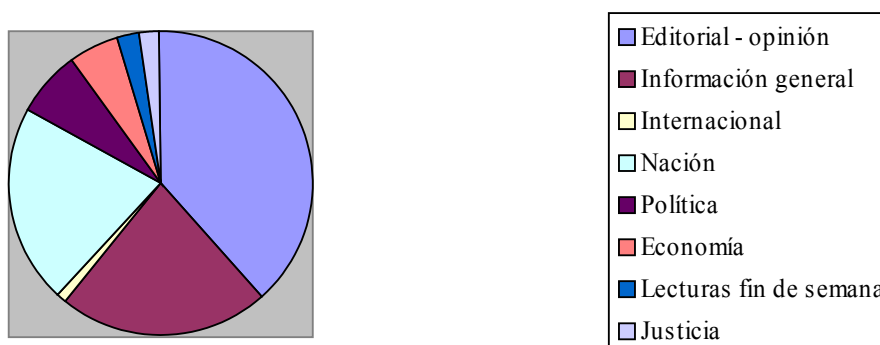
Gráfico No 6: Total noticias según sexo del autor



En total, en toda la muestra, cincuenta autores son desconocidos, treinta y cinco hombres escribieron artículos y solo once mujeres escribieron en el muestreo.

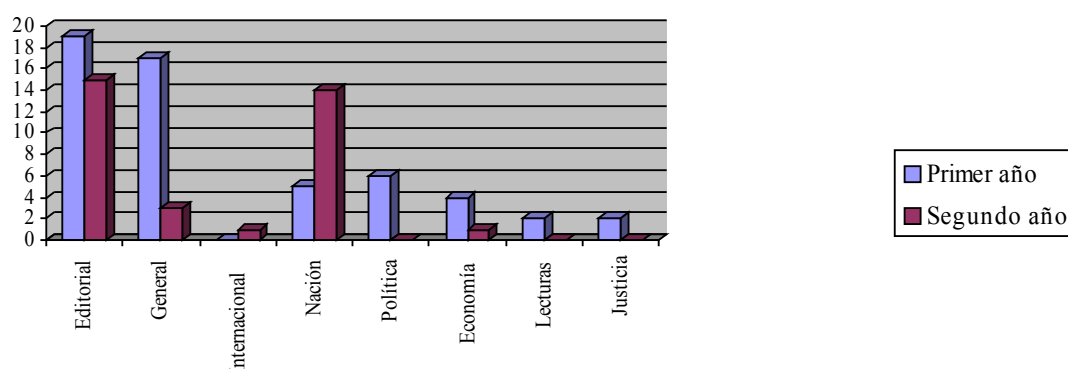
Por sección del periódico

Gráfico No 7: Noticias según sección



La sección en la cual se ubicaron mayor número de muestras fue en la de Editorial-opinión, con treinta y cuatro; a esta le sigue la de Información general con veinte y Nación con diecinueve. Donde menos hubo registro fue en Lecturas Fin de Semana y Justicia con dos escritos y en el apartado Internacional con uno.

Gráfico No 8: Comparativa según sección del periódico y año

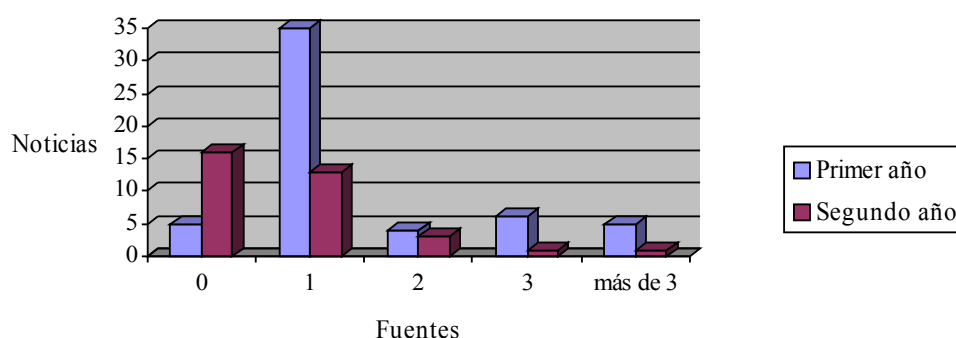


Durante el primer año la sección Editorial-opinión se ubicó en el primer lugar con diecinueve notas respecto a Seguridad Democrática, a esta le sigue Información general con diecisiete y Política con seis. En cuanto a las menos comunes Lecturas Fin de Semana y Justicia publicaron dos cada una e Internacional ninguna.

En el último año de Gobierno encabezan la lista Editorial-opinión con quince notas, seguida de Nación con catorce e Información general con tres. Por su parte las secciones Política, Lecturas fin de semana y Justicia no tuvieron ninguna publicación.

Por número de fuentes

Gráfico No 9: Tipo de fuentes según año



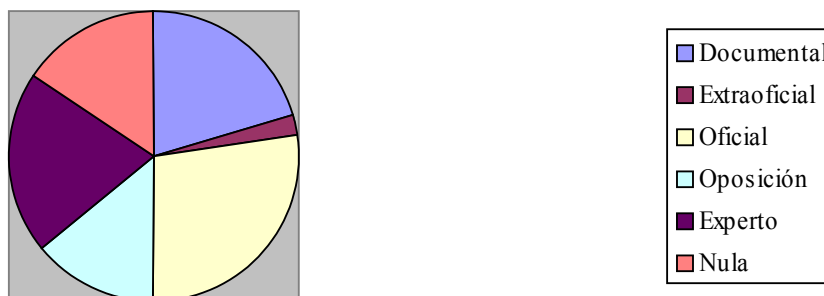
Teniendo en cuenta que en el primer año se encontraron más registros es apenas lógico que el número total de fuentes sea mayor. Mientras en el periodo 2002-2003 la información provino de 95, de 2005-2006 tan solo hubo 41; menos de la mitad que en el primer año. Lo más recurrente en los

registros fue la utilización de una sola fuente o de ninguna para la redacción de las informaciones, mientras que lo menos común fue utilizar tres fuentes.

En el primer año treinta y cinco de los registros presentaron tan solo una fuente y solo cinco consultó más de tres; En el segundo año la mayoría de las notas, dieciséis, no recurrió a ninguna y solo trece apeló a una.

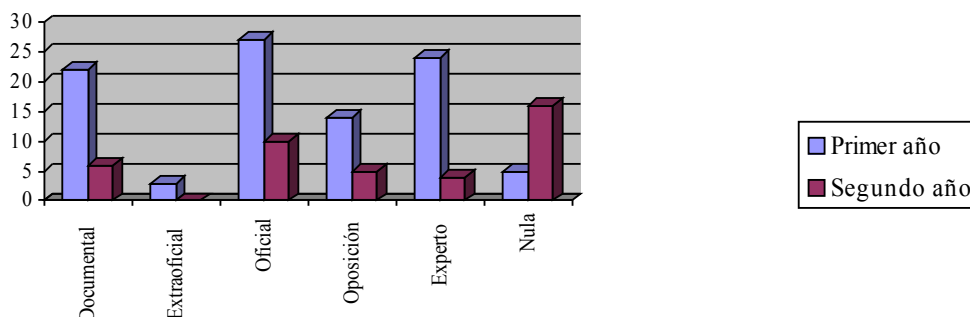
Por tipo de fuentes

Gráfico No 10: Tipo de fuente y año



En el muestreo la fuente más utilizada fue la oficial, con un total de 37 registros. A esta le siguen los expertos y los documentos con 28 apariciones. A la oposición solo se recurrió en 19 ocasiones, mientras las fuentes extraoficiales solo fueron consultadas 3 veces.

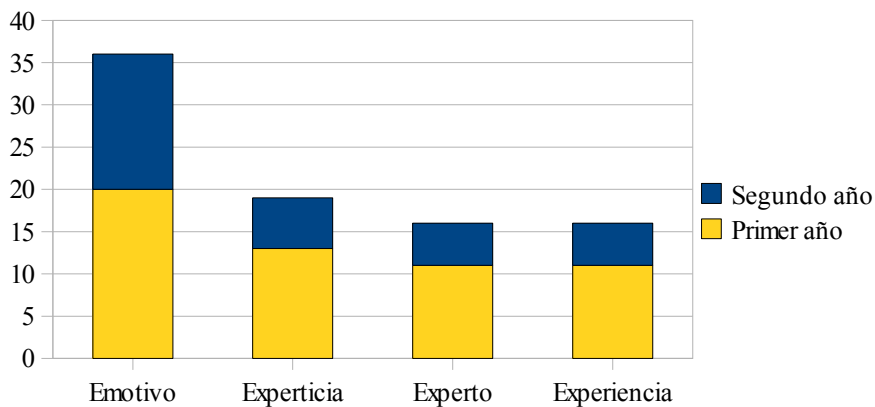
Gráfico No 11: Tipo de fuente y año



En el primer año las fuentes oficiales contaron con 27 registros y los expertos 24, solo dos por encima de los documentos. El comportamiento durante el segundo año fue distinto, pues aunque las

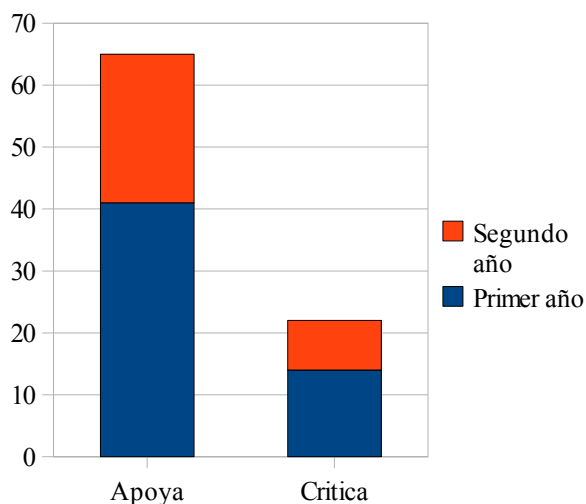
fuentes oficiales se consultaron en 10 escritos, en 16 no hay ninguna fuente.

Por tipo de argumento



En el diagrama es claro el predominio de los argumentos emotivos por encima de los demás. Durante el primer año veinte de las muestras basaron sus argumentos en este tipo de apleación, mientras solo trece recurrieron a la experticia y a expertos y experiencia once. Un caso similar ocurrió durante el segundo caso de estudio, donde dieciseis artículos apelaron a argumentos emotivos, mientras seis usaron la experticia y solo cinco usaron expertos y experiencias en cada caso.

Por temática



En este apartado se consideró si el contenido de los artículos apoya o critica a la Política de Seguridad Democrática. Como es evidente en el gráfico, es predominante el número de muestras que favorecen en su temática a esta política; durante el primer año 41 de las 55 muestras lo hicieron y en el segundo fueron 24 contra solo 8 que eran críticos al respecto.

V.II Análisis reflexivo

Los datos recopilados a lo largo de este estudio dan cuenta de que el imaginario de la Política de Seguridad Democrática trabajado por El Tiempo durante el primer período presidencial de Álvaro Uribe Vélez la plantea como un “salvavidas” ante la crisis en que está sumido el país desde el inicio

del conflicto armado.

Aunque lo anterior tiene excepciones, el hecho de que el 74,7%⁴⁹ de las muestras encontradas en el estudio se enfocaran a elogiar la labor de Álvaro Uribe Vélez es muy diciente en cuanto a la poca crítica y reflexión respecto a los acontecimientos relacionados con la Seguridad Democrática.

La teoría del imaginario parcializado a favor del gobierno se ve reforzada por la manera cómo se utilizaron las fuentes⁵⁰: el estudio demuestra que en el 23,6% de los casos no se utilizó ninguna y en el 27,2% se usó solo una para sustentar la información. Además la fuente más utilizada fue la oficial con una frecuencia del 27,2% y pese a que en el 22,5% de la muestra se utilizaron dos o más, estas se enfocaron más en ampliar una perspectiva que en contrastar los diferentes puntos de vista.

Y es que sí, tal y como se dijo anteriormente, los imaginarios se crean desde la reiteración de ideas que llegan a ser aceptadas por la gente⁵¹ y los medios de comunicación tienen un poder simbólico para “*incidir en el transcurso de los acontecimientos, crearlos e influir en las acciones de otros*”⁵², lo que nos compete aquí no es ese 25,3% de las muestras que hacen una crítica constructiva al gobierno, sino las ideas que reiterativamente publicó este medio de comunicación que son, casualmente, una ovación a la Seguridad Democrática.

Por ejemplo, durante el primer año de estudio, cuando el gobierno apenas estaba en proceso de estabilización, fue la época en la cual más noticias fueron publicadas (55 de 89 que tiene la muestra total) y donde, casualmente, se apeló más al unifuentismo (35 de 55 fuentes utilizadas el primer año) y al uso de fuentes oficiales (27 de 95, siendo la más utilizada). En cuanto a los titulares, hasta noviembre de ese año, fueron críticos en cuanto al tema, pero a partir de allí una serie de expresiones de afecto y lambonería inundan los encabezados del diario⁵³: “se acaba el presidencialismo”, “Uribe, personaje del año”, “Uribe también dialoga”, “hacia un Estado comunitario”, entre muchos otros son solo una muestra de los títulos expresivos que abundan en el muestreo.

Al hablar de los mensajes “noticiosos” durante el primer año, salta a la vista el favoritismo por el Presidente pues de 55 notas, 41 elogian su labor, número que representa un preocupante 74,5% Este

⁴⁹ Ver: Gráfico No 13: Por temática, página 61

⁵⁰ Ver: Gráficos No 10 y 11: Por tipo de fuente y año, página 60

⁵¹ Ver: ¿Qué es un imaginario? Página 41

⁵² Ver: Campos de interacción, página 26

⁵³ Ver: Gráfico No 13: Por temática, página 61

hecho fue criticado incluso por una de las publicaciones: “Las versiones oficiales”, escrita por Germán Rey el 22 de septiembre de 2002, critica a los periodistas por limitarse a los comunicados de prensa emitidos por las instituciones gubernamentales.

En el segundo año de estudio se menciona, al principio, vagamente a la Seguridad Democrática como un tema relevante (en este solo se encontraron 34 muestras con el término). Pero, pese a la poca visibilidad que se le dio al tema, el 75% de estos apoyó la labor del Presidente⁵⁴. Además, no faltan títulos como “A Uribe lo que es de Uribe”, “La Macarena, Un Hito En El Conflicto Con Las FARC”, “¿Por Quién Votar En Consultas Y Para Presidente?”, “El Impuesto De Guerra Fue Un Excelente Negocio”, “Los Atajos Del Candidato-Presidente”, “Uribe Vs. Revistas: ¿Escándalo Efímero?”, entre otros, que defienden, de entrada, la labor del Presidente y la necesidad de reelegirlo.

En cuanto a los mensajes de los registros en esta época se vende la imagen de la Seguridad Democrática como una maravilla moderna que ha hecho lo que nunca antes había sido posible: amedrentar a la guerrilla. Es así como los textos hablan de la popularidad del Ejército pese al pesimismo, Uribe como el mejor candidato, los “hechos” en lugar de las promesas como campaña alternativa a la presidencia, entre otras maravillas que aunque puedan ser ciertas dejan al medio como un ejemplo típico de las teorías planteadas por la escuela de Frankfurt⁵⁵, en cuanto a que se convierte en un títere de la familia política que lo maneja a su gusto como una herramienta de alienación para la sociedad colombiana; una idea que puede parecer simple, triste, extremista, pero real.

A lo anterior se suma que el 41,4% del total de la muestra apelaron a argumentos emotivos⁵⁶ para sustentar sus elogios al gobierno, convirtiendo a las emociones en elemento más utilizado como herramienta para sostener la perspectiva de la Seguridad Democrática como una política “caída del cielo”.

Con base en esos datos, es válido afirmar que el tratamiento de la información no solo dio prevalencia a las versiones oficiales para defender a la Política de Seguridad Democrática, sino que también apeló más a los sentimientos que a motivos racionales al momento de hacerlo.

Un ejemplo clave en este punto se encuentra en el artículo publicado el 29 de diciembre de 2002,

⁵⁴ Ver: Gráfico No 13: Por temática, página 61

⁵⁵ Ver: Medios de comunicación y poder, página 36.

⁵⁶ Ver: Gráfico No 12: Por tipo de argumento, página 61

titulado “Uribe, personaje del año”, que dice claramente: *“El fenómeno Uribe encuentra su principal explicación en su capacidad de interpretar el sentimiento colectivo de una Colombia desesperanzada e incrédula, y ofrecer a cambio liderazgo y decisión. No vaciló en criticar con vehemencia el proceso de paz del gobierno pasado y en proponer la recuperación de la seguridad democrática, cualquiera que fuera el costo. Estrategia esta última que no se limita al aumento de presupuestos, sino que se basa en un obsesivo liderazgo personal como Comandante en Jefe”*⁵⁷.

El ejemplo anterior evidencia la utilización de argumentos meramente emotivos para defender al Presidente y su gestión; en este artículo en particular se está defendiendo una política pública con argumentos netamente privados de la “personalidad” de Uribe, y no se va más allá de los sentimientos inspirados por el personaje. ¿Dónde están las razones de peso, los argumentos reales?

De tal modo, al reiterar las numerosas bondades que implica la Seguridad Democrática, este medio de gran credibilidad contribuye a que sus lectores se apropien de esa idea, y así ayuda a consolidar el imaginario de la Seguridad Democrática como “lo mejor que le ha pasado a este país”. Y es que, tal y como se citó anteriormente, *“la forma en que los discursos aparecen, el tipo de fuentes que se consulta al momento en que se construye, las lógicas institucionales que la empresa mediática determina en el tratamiento, todos estos elementos mediarán al momento de construir las narrativas mediáticas”*⁵⁸

En cuanto a los géneros periodísticos utilizados, el 31,5% fueron artículos de opinión. Según la definición del género, su prevalencia revelaría la intención de abrir espacios de diálogo respecto al tema. Pero, ¿qué ocurre cuando este se centra en halagar de manera casi ciega la labor de un mandatario?

⁵⁷ Ver registro No 22 de la base de datos.

⁵⁸ Martel, Roxana. Imaginarios e itinerancias en la ciudad. En: <http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/encuentro/memorias/15martel.pdf>

A lo anterior se suma que la referencia histórica del conflicto colombiano está prácticamente ausente. De ochenta y nueve noticias que conforman la muestra, ochenta y dos se centran en un simple hecho y dejan a un lado la descripción de antecedentes o consecuencias que podría tener el mismo; tampoco hay un seguimiento de a los hechos, los textos se enfocan como una serie de hechos coyunturales no interconectados entre sí.

En este contexto, la poca referencia histórica existente llega a utilizarse incluso como herramienta publicitaria. Una noticia que llama la atención está publicada en el resumen semanal que hace en información general El Tiempo cada semana, bajo el título de “Siete días” publicada el 7 de mayo de 2006 donde citan una frase de Álvaro Uribe que resume aquello que parece ser la premisa acogida por el diario ““*El país va a tener que escoger ahora si vamos a seguir por el mejoramiento de la Seguridad Democrática como camino a la paz, o vamos a retroceder para que con el comunismo disfrazado le entregue la Patria a la FARC*”.⁵⁹ Y es precisamente eso lo que El Tiempo refleja: como no somos terroristas, estamos con el Presidente... y de no ser así, ¿con quién más que no sea un terrorista?, ¿reelegiríamos a Andrés Pastrana y sus pañitos de agua tibia?, ¿o a Serpa y reviviremos la presidencia de Samper y la corrupción que esta implicó?

Aquí cobran importancia las teorías que hablan de la interdependencia entre los medios de comunicación y el poder, en cuanto a que estos deben regular las acciones de los gobernantes pues son los medios los encargados de fijar las prioridades temáticas y determinar cómo se interpreta la realidad política; “*el periodismo representa el factor decisivo para la formación de la agenda medial: las prioridades temáticas de la política se orientan por lo que indica el periodismo*”⁶⁰⁶¹

Vicente Romano dijo que “*lo que importa no es que los medios y los mensajes de la industria de la conciencia sean manipulados o no, sino quién los manipula y en provecho de quién, al servicio de qué intereses*”⁶². Pues entonces salta a la vista que si El Tiempo pertenece a la familia Santos, quienes hacen parte activa del gobierno de Álvaro Uribe Vélez y su contenido tiende a beneficiar al Gobierno es, precisamente, para su propio beneficio político. Además El Tiempo hace parte del grupo Planeta y, tal como lo dijo Thompson, el medio debe proteger los intereses de su consorcio

⁵⁹ Ver: Siete días. Autor desconocido. Registro No 77 de la base de datos adjunta.

⁶⁰ Tomado de: política y medios masivos de comunicación en la campaña electoral. Stefan Reiser. En, medios de comunicación, democracia y poder, página 166. Editorial CIDELA 1995.

⁶¹ Ver: Medios de comunicación y poder, página 40

⁶² Tomado de: Comunicación, poder y democracia. Vicente Romano, en: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=27728>

que, a su vez, coinciden con los de la clase dominante⁶³.

Lo anterior crea un conflicto de intereses pues, aunque por un lado es una empresa con intereses políticos y económicos que nacen de sus nexos con el Gobierno y las dinámicas del mercado; y por el otro, es un medio de comunicación y como tal posee una responsabilidad social intrínseca.

Entonces, más allá de los datos netamente estadísticos, es importante analizar el rol desempeñado por El Tiempo desde otras perspectivas. Debido al status que históricamente caracteriza a este medio y la credibilidad con la que cuentan colaboradores de este medio como Yamid Amat y Salud Hernández, no es descabellado pensar en que este medio influencia en cierta medida la opinión pública del país.

En esa línea de ideas el problema aquí no es que en El Tiempo defienda a la Seguridad Democrática, la cuestión es que generalmente lo hace con base en argumentos que realmente no lo son y mostrando una sola versión de los hechos. Está claro que cada periodista tiene su propio criterio y ello se evidencia en formas tan sencillas como las fuentes que elige para redactar, pero no se debe dejar a un lado las posiciones que contrasten pues es ahí donde se abren los espacios a la discusión.

El imaginario presentado por El Tiempo no tiene historia, ni argumentos, ni lugar. Es una imagen caprichosa y conveniente de la realidad que le vende a sus lectores. En esos términos, en manejo de la información convierte a la Seguridad Democrática en una herramienta de defensa y amor a Uribe que carece de piso argumental. ¿Tan difícil es dar razones reales para defender de manera tan acérrima una política tan maravillosa y mágica como esta?

Ahora, si la función de los imaginarios es, como se dijo anteriormente, “distribuir elementos que permitan a los individuos interpretar su entorno y construir una imagen de realidad”⁶⁴, ¿qué ocurre cuando los medios de comunicación proyectan una imagen tan inequitativa, parcializada y "conveniente" de la realidad? En una sociedad donde las comunicaciones son globalizadas y la información que publica un medio de comunicación llega a cualquier parte del mundo a través de los medios virtuales, ¿qué puede ocurrir cuando ese imaginario llegue a otras partes del mundo?

⁶³ Ver apartado acerca de la globalización, página 27 de este trabajo.

⁶⁴ Ver: Página 42 de este trabajo.

¿Donde queda la responsabilidad periodística en todo este asunto? Si, como se dijo al hablar del "deber ser" del periodista⁶⁵, los comunicadores debemos acogernos a las normas del estado, más no estar a su servicio y está demostrado cuantitativamente que en las muestras de este estudio casi nunca se contrastó la información otorgada por las fuentes oficiales.

En el apartado acerca del "deber ser" del periodista se habló respecto al porqué se incumple la obligación que tiene el comunicador de informar. En este caso, el error más común fue omitir la necesidad de contrastar las versiones oficiales con otros actores implicados en el hecho. Tal y como se dijo en el pasado esto constituye "un error ético pues se muestra al público una visión parcializada de la realidad y ello influye en su visión de las cosas y su capacidad de tomar decisiones »⁶⁶

Y si bien es cierto que Thompson considera que el proceso comunicativo es complejo donde los individuos interactúan y dan sentido propio a los mensajes que reciben, es muy difícil aprehender la realidad política de un país si se está solo "parcialmente informado".

Por último, cabe agregar que el muestreo evidenció un protagonismo de las voces masculinas en los escritos, pues de 46 notas con autor conocido, 35 fueron escritas por hombres. Esto habla de cierta "masculinización" de la perspectiva con la cual se trató la Seguridad Democrática y evidencia el dominio que aún tienen los hombres en el tratamiento de los temas políticos por encima de las mujeres.

⁶⁵ Ver: Página 44 de este trabajo.

⁶⁶ Ver: Página 45 de este trabajo.

VI Conclusiones

Luego de realizar este estudio y de evidenciar la manera cómo El Tiempo manejó la información referente a la Seguridad Democrática durante periodo de muestreo, es posible concluir que el imaginario creado por este diario en ese momento específico muestra a dicha política como una salida mesiánica al conflicto nacional.

La afirmación anterior se basa en que cerca del 75% de la muestra elogia a la Seguridad Democrática, pero en la mayoría de los casos (el 41%) se recurre a la emotividad para sustentar las razones por las cuales esta política beneficia al país.

En adición, el sesgo a favor del Gobierno se evidencia también en la utilización de fuentes. En cerca del 50% de los casos se apeló a una o ninguna fuente para sustentar la información. Curiosamente, en el 56,5% de estos, el redactor apeló a fuentes oficiales o a documentos, que antes de contrastar el contenido ahondaban en una sola perspectiva de los hechos.

Estos argumentos ponen en tela de duda aquello que reza en el portal corporativo de este medio según lo cual *“se enfoca en brindar información útil, independiente y objetiva de los acontecimientos de interés nacional e internacional, temas editoriales con profundidad y amplitud que incluyen la agenda más importante en materia económica y productiva del país”*⁶⁷.

Como se aclaró anteriormente, este no sería un problema de no ser porque en este período específico este medio de comunicación presentó como informativo un contenido que, en lugar de contrastar la información y fomentar la discusión en torno a la Seguridad Democrática, apoyó de manera casi ciega y sin bases reales la labor de Álvaro Uribe Vélez.

Remitiéndose a los hechos, al publicar el 61,8% del total de la muestra durante el periodo 2002-2003, es claro cómo en la época de estabilización del Gobierno (el primer año), se dio mayor

⁶⁷ Disponible en: <http://publicidad.eltiempo.com/offline/index.php?pag=home&idp=10>

visibilidad al tema que en la parte final de este.

Además el hecho de que solo en siete casos se hiciera algún tipo de referencia histórica y que el 52% de las muestras no estuvieran firmadas por su autor, deja en evidencia el poco trabajo periodístico que hubo respecto al tema en el período de estudio. En este contexto los temas relacionados con la Política de Seguridad Democrática parecen ser una serie de hechos inconexos que no trascienden la publicación del día.

Reflexión personal del autor

¿Dónde quedaron las investigaciones reflexivas? Tal vez en un cajón ante el afán de tener primicias dictadas por los gobernantes del país. Al parecer los medios se olvidaron de la enorme importancia que tienen en la sociedad y relegaron su responsabilidad ante otro tipo de intereses.

Si bien es cierto que, tal y como lo dijo Thompson, en el mundo globalizado los medios de comunicación pertenecen a grandes consorcios y, como empresas, trabajan en pro de intereses privados, esta no es excusa para olvidar el objetivo primario de un medio de comunicación: informar.

La teoría de la responsabilidad social sostiene que es deber de los medios de comunicación crear espacios de debate y contribuir en la formación de la opinión pública. Pero si estos se convierten en herramientas para elogiar a los dirigentes, si los directores sucumben ante los intereses que van más allá de informar, es imposible no pensar que esta senda nos llevará a realidades tan fatídicas como la planteada por George Orwell en su obra 1987⁶⁸, donde los medios de comunicación se convierten en verdaderas herramientas de manipulación y alienación para las personas.

¿Dónde queda la información independiente y objetiva cuando el medio no separa las relaciones políticas de sus dueños del oficio de informar?, ¿dónde queda el interés de sus lectores por conocer realmente el manejo que se le da al país donde viven?, ¿dónde queda la crítica y la investigación?

Sin información real, aquella que intenta ser imparcial y objetiva, se reducen las posibilidades de que los medios de comunicación sean espacios de diálogo, donde se contruye la opinión pública.

⁶⁸ Ver: Medios de comunicación y poder, página 36

Hemos perdido el ejemplo de los periódicos del siglo XVIII a los que se refiere Thompson, que aún en la clandestinidad promulgaba la protección a los derechos y constituía un espacio de crítica al gobierno⁶⁹.

Los medios de comunicación deberían moderar las acciones del poder, no apoyarlo ciegamente. Los espacios plurales en los medios parecen estar desapareciendo para publicar noticias que concuerden con los intereses, necesidades y visión política que favorece al medio de comunicación. Y, como se dijo antes: el problema no es defender ciertos ideales, la cuestión es no “venderlos” como noticiosos cuando se basan en pasiones y además publicarlos promulgando su “imparcialidad”.

Aunque este trabajo no pretendía ser un manual para las prácticas periodísticas sino que buscaba identificar qué tipo de imaginario crean los medios de comunicación en nuestro país, luego de ver los resultados es imposible no pensar en qué le hace falta al periodismo para informar realmente y no crear espejismos parcializados de nuestra sociedad.

Dado que en el muestreo fue evidente la prevalencia de unos géneros periodísticos por encima de otros, es recomendable modificar este aspecto pues la variedad de géneros contribuye al enriquecimiento de las perspectivas sobre los temas; además se gana pluralidad y equilibrio al ofrecer variedad en el tratamiento de las “noticias”.

Además, con el fin de convertir a los medios en verdaderos creadores de opinión pública, es necesario enriquecer las voces y valerse de las fuentes para contrastar los diferentes puntos de vista y permitir al lector tomar sus propias decisiones realmente informado en lugar de imponerle, como si fuera un niño pequeño, una visión única de los hechos ¡No más artículos con una sola fuente por favor!

Pese a las dificultades en cuanto al manejo del tiempo y espacio en el medio, también es recomendable hacer seguimiento a los temas y darle más importancia al contexto y análisis de las posibles causas y repercusiones. Los hechos no ocurren de manera aislada, ni se desvanecen luego de haber sido publicados.

Para que existan ciudadanos realmente preparados, es necesario que los medios de comunicación

⁶⁹ Ver: Noticias y prensa, página 31

muestren la verdad de la nación en que vivimos y no solo pedacitos en el rompecabezas que compone nuestra realidad.

El concepto de responsabilidad social se hace cada vez más importante, pues son los medios de comunicación los encargados de vincular al individuo con su entorno y darle herramientas para entenderlo y participar en él.

Para generar imaginarios reales es necesaria la implementación de un periodismo responsable y para que sea posible es necesario el compromiso de todos. La responsabilidad no recae únicamente en los hombros de los directivos de los medios de comunicación, ni de los periodistas, los ciudadanos también deben hacer parte de este proceso exigiendo calidad en los contenidos.

VII Bibliografía

- Thompson, J.B. Los media y la modernidad, Editorial Paidós, 1998.
- Max Weber, Economía y Sociedad, V. 1, Fondo de Cultura Económica, México, 1977,
- Medios de comunicación, democracia y poder. Editorial CIDELA 1995.
- Romano, Vicente. Comunicación, poder y democracia. Disponible en: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=27728>
- Dittus B, Rubén. La opinión pública y los imaginarios sociales. Disponible en: <http://antalya.uab.es/athenea/num7/dittus.pdf>
- Carretero Pasín, Ángel Enrique. Posmodernidad e imaginario. Disponible en: <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/carretero26.pdf>
- Madriaga, Camilo; Molinares, Viridiana. Imaginario y conflicto: determinadores en la construcción de lo real. Disponible en: http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/derecho/27/6_Imaginario%20y%20conflicto.pdf
- Pinto, Juan Luis. Los imaginarios sociales. Disponible en: <http://web.usc.es/~jlpintos/articulos/imaginarios.htm>
- Cabrera, Daniel. Imaginario social, comunicación e identidad colectiva. Disponible en: http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/143_cabrera.pdf
- Carretero Pasín, Ángel Enrique. Posmodernidad e imaginarios, una aproximación teórica. Disponible en: <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/carretero26.pdf>
- Dittus B, Rubén. La opinión pública y los imaginarios sociales: hacia una redefinición de la espiral del silencio. Disponible en: <http://antalya.uab.es/athenea/num7/dittus.pdf>

- Martel, Roxana. Imaginarios e itinerancias en la ciudad. Disponible en:
<http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/encuentro/memorias/15martel.pdf>
- Casas, Ulises. La venta del periódico El Tiempo: la globalización de los medios de comunicación. Disponible en: <http://www.escuelaideologica.org/php/?sec=revista/1008>
- Cruz, Patricia. La práctica de la ética en los medios de comunicación. Disponible en:
<http://www.saladeprensa.org/art18.htm>
- The electoral knowledge network. Código de Ética de los Medios de Comunicación. Disponible en: <http://aceproject.org/main/espanol/ei/eig02a.htm>
- Federación Internacional de periodistas. Declaración de Principios sobre la Conducta de los Periodistas. Disponible en: <http://www.ifj.org/assets/docs/132/084/ed1da84-3aa6054.doc>
- Círculo de Periodistas de Bogotá . Código de Ética del CPB. Disponible en:
<http://www.mediosparalapaz.org/index.php?idcategoria=769>
- Manifiesto Democrático - 100 Puntos Álvaro Uribe Vélez. Disponible en:
http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85269_archivo_pdf.pdf
- Presidencia de la República, Ministerio de Defensa Nacional. Política de Defensa y seguridad Democrática. Disponible en:
http://www.mindefensa.gov.co/dayTemplates/images/seguridad_democratica.pdf

VIII Anexos

VIII.I Base de datos (Cd Adjunto)

VIII.II Tabulación de los datos

Por año y mes

Primer año	Número	Último año	Número
Agosto 2002	7	Agosto 2005	0
Septiembre	5	Septiembre	0
Octubre	2	Octubre	2
Noviembre	2	Noviembre	0
Diciembre	6	Diciembre	5
Enero 2003	1	Enero 2006	2
Febrero	5	Febrero	3
Marzo	7	Marzo	4
Abril	2	Abril	4
Mayo	5	Mayo	7
Junio	5	Junio	3
Julio	7	Julio	4
Agosto	1	Agosto	0
Total	55		34

Por Género

Género	Primer año	Segun do año	Total
Opinión	14	14	28
Editorial	1	1	2
Análisis	16	5	21
Entrevista	9	7	16
Noticia	10	7	17
Crónica	1	0	1
Investigaci ón	4	0	4
Total	55	34	89

Por Autor

Autor	Primer año	Segund o año	Total
Desconocido	30	20	50
Salud Hernández	2	1	3
Hernando Salazar Palacio	2		2
Otty Patiño	1		1
Germán Rey	1		1
Pedro Medellín Torres	1		1
Jose Antonio Sanchez	2		2
Clara Ines Rueda	1		1
Rodrigo Pardo	2		2
Jacqueline Guevara Gil	2		2
Martha Soto	2		2
Álvaro Sierra	2		2
Orlando Henriquez	2		2
Andres Mompotes Lemos	1	1	2

Margarita Vidal	1		1
Bibiana Mercado	1		1
Bernardo Bejarano	1		1
León Valencia	1		1
Alfonso Mejía Díaz-Granados	1		1
Daniel Pécaut	1		1
Carlos A. Camacho M		1	1
Carlos Castilla Cardona		1	1
Yamid Amat		2	2
Mauricio Galindo		1	1
D'Artagnan		1	1
Luz María Sierra		1	1
Sergio Gómez M		1	1
Víctor Reyes Morris		1	1
Alfonso López Michelsen		1	1
Roberto Pombo		1	1
Jineth Bedoya Lima		1	1
Charles Tannock		1	1
Nicolás Echavarría		1	1

Por Sección

Sección	Primer año	Segun do año	Total
Editorial- Opinión	19	15	34
Informació n General	17	3	20

Internacion al	0	1	1
Nación	5	14	19
Política	6	0	6
Economía	4	1	5
Lecturas fin de semana	2	0	2
Justicia	2	0	2
Total	55	34	89

Número de Fuentes

No Fuentes	Primer año	Segun do año	Total
0	5	16	21
1	35	13	48
2	4	3	7
3	6	1	7
Más de 3	5	1	6
Total	55	34	89

Tipo de Fuentes

Tipo	Primer año	Segundo año	Total
Documental	22	6	28
Extraoficial	3	0	3
Oficial	27	10	37
Oposición	14	5	19
Experto	24	4	28
Nula	5	16	21
Total	95	41	136

Tipo de argumentos

Tipo	Primer año	Segundo año	Total
Emotivo	21	16	36
Experticia	13	6	19
Experto	11	5	16
Experiencia	11	5	16
Total	55	32	

Por temática

Tipo	Primer año	Segundo año	Total
Apoyan	41	24	65
Critican	14	8	22
Total	55	32	--

Por referencia histórica

Tipo	Primer año	Segundo año	Total
Si	5	2	7
No	50	32	82
Total	55	34	89

VIII.III Política de Seguridad Democrática (Cd Adjunto)