



La comunicación en un eventual escenario de transición y posconflicto

Fredy Leonardo Reyes Albarracín
María Teresa Suárez González
María Ligia Herrera Navarro

(Editores académicos)

Colección
**Agendas
y debates**



LA COMUNICACIÓN EN UN EVENTUAL ESCENARIO DE TRANSICIÓN Y POSCONFLICTO

Fredy Leonardo Reyes Albarracín

María Teresa Suárez González

María Ligia Herrera Navarro

Editores académicos

LA COMUNICACIÓN EN UN EVENTUAL ESCENARIO DE TRANSICIÓN Y POSCONFLICTO



La comunicación en un eventual escenario de transición y posconflicto/
Editores Fredy Leonardo Reyes Albarracín, María Teresa Suárez González y
María Ligia Herrera Navarro – Bogotá: Universidad Santo Tomás, 2016.

315 páginas, ilustraciones, mapas y gráficas.

Incluye referencias bibliográficas

ISBN 978-958-631-936-2

1. Comunicación en educación. 2. Periodismo y educación. 3. Medios de
comunicación de masas. 4. Periodismo- Colombia. I. Reyes Albarracín, Fredy
Leonardo. II. Suárez González, María Teresa. III. Herrera Navarro, María Ligia. V.
Universidad Santo Tomás (Colombia).

CDD 302.23

Co-BoUST



© Diana Marcela Aristizábal García | Fredy Leonardo Reyes Albarracín | María
Ligia Herrera Navarro | Clara Victoria Meza Maya | Pablo F. Gómez-Montañez |
Jairo Enrique Ordóñez Garzón | Diana Elizabeth Ruiz Herrera | María Teresa Suárez
González | Jhoan Manuel García Franco | Mónica Eliana García Gil | Edwin Arcesio
Gómez Serna | Alejandra Salamanca Rodríguez | Luisa Fernanda Vallejo Cruz |
Sergio E. Visacovsky | Andrés Felipe Ortiz Gordillo | Evelyn Otálora Pineda

© Universidad Santo Tomás

Ediciones USTA

Carrera 9 No.51-11

Edificio Luis J. Torres sótano 1

Bogotá D.C., Colombia

Teléfono: (+571) 5878797, ext. 2991

editorial@usantotomas.edu.co

<http://ediciones.usta.edu.co>

Dirección editorial: Matilde Salazar Ospina

Coordinación de libros: Karen Grisales Velosa

Asistente editorial: Andrés Felipe Andrade

Corrección de estilo: Lorena Castro Castro

Diagramación: Juanita Giraldo

Hecho el depósito que establece la ley

ISBN: 978-958-631-936-2

Impreso en Colombia • Printed in Colombia

Impreso por: Xpress Estudio Gráfico y Digital

Primera edición: 2016

Todos los derechos reservados

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra, por cualquier medio, sin
la autorización previa por escrito de los titulares.

“A MI UNIVERSO MOTOR EN LA EDUCACIÓN:
MI PADRE, Y A MIS GRANDES AMORES DEDICO
ESTE PRIMER ALIENTO DE REFLEXIÓN: SERGIO,
AITANA Y SIMÓN”

MARÍA LIGIA HERRERA NAVARRO
DECANA DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN
SOCIAL PARA LA PAZ

CONTENIDO

Prólogo

Agendas y debates de la comunicación en un eventual
escenario de transición y posconflicto

PRIMERA PARTE

MIRADAS AL CAMPO PERIODÍSTICO 19

Un acercamiento a cuatro décadas de historias y prácticas del
periodismo colombiano 21

Diana Marcela Aristizábal García

Periodismo y memoria: escenarios estratégicos en un horizonte
transicional para el contexto colombiano 49

Fredy Leonardo Reyes Albarracín

El periodismo de opinión en el fortalecimiento de los procesos
democráticos 63

María Ligia Herrera Navarro

SEGUNDA PARTE

IDENTIDADES, ETNICIDADES Y PRÁCTICAS 83

Raza y clase: marcas identitarias desde la colonia hasta
el colonialismo cultural actual 85

Clara Victoria Meza Maya

Tropes, oxymoron, and discursive construction of ethnicity:
the case of muisca people in Colombia and its ethnopolitics
of memory 105

Pablo F. Gómez-Montañez

TERCERA PARTE	
EDUCACIÓN Y PEDAGOGÍA	129
Uso de la comunicación como método eficaz de prevención ante el VIH: estudio de caso en cinco lugares de alta vulnerabilidad en la ciudad de Bogotá	131
<i>Jairo Enrique Ordóñez Garzón</i>	
La comunicación-educación para la prevención del consumo de sustancias psicoactivas	151
<i>Diana Elizabeth Ruiz Herrera</i>	
CUARTA PARTE	
NARRATIVAS, DISCURSOS, REPRESENTACIONES	167
Narrativa y representaciones: el lugar de la comunicación. Apuntes para la discusión	169
<i>María Teresa Suárez González Jhoan Manuel García Franco</i>	
“Primero súbelo a Facebook”. Participación y acción política de jóvenes en las redes sociales virtuales	183
<i>Mónica Eliana García Gil Edwin Arcesio Gómez Serna</i>	
Dos veces víctimas: estereotipos sobre desplazamiento forzado en la información de diarios digitales colombianos	211
<i>Alejandra Salamanca Rodríguez</i>	
QUINTA PARTE	
COMUNICACIÓN, SOCIEDAD Y CIUDADANÍA	225
El movimiento social y popular de las organizaciones agrarias en Colombia	227
<i>Luisa Fernanda Vallejo Cruz</i>	
El orden de la crisis y la percepción de la destrucción. Intervenciones mediáticas, intérpretes públicos y la imaginación del futuro	253
<i>Sergio E. Visacovsky</i>	

“Tenemos una política pública que no se cumple, son buenas intenciones y nada más”. Análisis de las contradicciones, tensiones y disputas en la altercomunicación bogotana 277
Andrés Felipe Ortiz Gordillo

Ciudadanía corporativa. Una nueva visión de las organizaciones en el siglo XXI 299
Evelyn Otálora Pineda

Prólogo

Agendas y debates de la comunicación en un eventual escenario de transición y posconflicto

¿Cuáles son las agendas y debates que atañen al campo de la comunicación? Con esta pregunta orientadora arrancó una propuesta editorial que, además, tiene la pretensión de convertirse en una colección. La pregunta es engañosa. En principio, se podría pensar que esas agendas y debates están imbricados con las temáticas que en la actualidad interesan y preocupan a las facultades de comunicación social que apoyan y financian las investigaciones en el campo. No obstante, se formuló pensando más en las posibles agendas y debates de la comunicación que deben interesar a Colombia, un país que –parafraseando a Benedict Anderson (2011)– se quiere proyectar como una comunidad cohesionada en torno a la reconciliación y la paz, para responder al anhelo de una salida negociada con los dos grupos insurgentes que aún se mantienen en pie de guerra.

La pregunta no es nueva, claro está. La formuló años atrás Jesús Martín-Barbero en ese texto cuyo título sigue siendo una provocación, *Entre saberes desechables y saberes indispensables* (2009), cuando reflexionó sobre la agenda de país en el campo de la comunicación, la cual hacía hincapié en los temas de la guerra y, por ende, en los de la paz. Señalaba Martín-Barbero que la agenda debía responder, entre otros aspectos, al silencio sintomático e impune que caracteriza buena parte de nuestras “realidades”. La respuesta implica una doble estrategia: por una parte, se requiere un trabajo investigativo de largo aliento que analice el conjunto de relatos de la guerra y de la paz; por otra parte, es preciso construir y producir, apelando a la imaginación y la innovación, los relatos alternativos de nación que, basados en los relatos de la guerra, posibiliten dar cuenta de la diversidad de memorias y de procesos de agenciamiento social que escapan a los lenguajes y escrituras de unos medios tradicionales que siguen construyendo la “realidad” desde la mirada centralista de las grandes ciudades.

Esa propuesta debe estar en consonancia con las dimensiones que en la actualidad caracterizan a los medios de comunicación y que redefinen constantemente sus roles y actuaciones. Entre ellos cabe destacar:

1) el rol socializador que poseen los medios, entendiendo que se convirtieron en agentes centrales en la producción simbólica de las sociedades, al propiciar nuevas formas de interacción que atraviesan sentimientos, emociones, estéticas. Para Jesús Martín-Barbero, los medios designan un nuevo *sensorium* (2002, p. 2)¹;

2) su calidad de escenarios para la emergencia de nuevas expresiones de ciudadanía, en los que se reconoce, por un lado, a unos receptores inter/activos que se apropian de los dispositivos y de las herramientas tecnológicas para opinar e interactuar; y por otro lado, a los sujetos que por la misma vía de la apropiación y empoderamiento se constituyen en productores de información²;

3) su función educativa, en la medida en que a través de ellos circula gran parte del conocimiento, el cual se suma a los saberes tradicionales representados por la familia y la escuela;

4) su protagonismo en la gestión del ocio, es decir, del uso de un tiempo libre que demanda proyectos que estén en consonancia con esas nuevas percepciones y sensibilidades que vienen emergiendo (De Fontcuberta, 2006, pp. 19-29).

En las agendas y debates también cabe recordar, volviendo a Martín-Barbero, que la comunicación ya no es un simple accesorio tecnológico o transversal de las ciencias sociales, la comunicación es el ojo del huracán que, como campo/problema/eje, posibilita “otear los otros campos de la sociedad” (2009, p. 7). Esta mirada –imbricada con los debates políticos, sociales, culturales y económicos– es un desafío epistemológico, ético y político, puesto que la exigencia se ubicaría en (re) pensar las relaciones de comunicación/sociedad y el (re)definir el papel de los comunicadores³ (Martín-Barbero, 2002, p. 211).

Por lo anterior, también resultan sugestivas las miradas de teóricos como Raúl Fuentes (2010), Rossana Reguillo (2009) o María Cristina Mata (2010), quienes reclaman un comunicador que esté en la capacidad de incidir e

1 Sánchez Noriega recuerda que en los estudios de comunicación de masas hay cinco necesidades básicas ancladas a los consumos de los mensajes: cognitivas, afectivas, integración personal y social, entretenimiento y distracción (2006, p. 20).

2 Aunque varios señalan los riesgos que en el ámbito del periodismo puede acarrear el hecho de que los sujetos se constituyan en informadores –verbigracia, cómo autenticar la veracidad de los contenidos–, desde la perspectiva comunicativa, que un sujeto o una organización se apropie de los medios le posibilita definir sus propias agendas de reflexión frente a ese ejercicio de ciudadanía.

3 Respecto a la comunicación como campo/problema/eje, ya en *Oficio de cartógrafo* Martín-Barbero había planteado que la comunicación debe ser el lugar estratégico desde el cual pensar la sociedad, donde el comunicador se legitime desde su rol como intelectual que asume el peso de sus estudios e investigaciones (2002, p. 211).

influir en los sistemas y procesos más diversos en los que los sujetos sociales interactúan entre sí y con las estructuras culturales e institucionales. Pero obviamente habrá que destacar que tal agencia trasciende a los individuos, y que la “comunicación” no supone el acuerdo. Si la comunicación puede, para fines prácticos, considerarse “central” en la comprensión y determinación del futuro social es porque se constituye en un medio, en un recurso colectivo, para la coordinación de acciones metodológicamente reguladas (y, por lo tanto, reversibles), tendientes a la consecución de fines determinados. El debate sobre los fines no se puede obviar, al menos en la academia (Fuentes, 2010, p. 47).

Ese reclamo apunta a un comunicador con una capacidad de agenciamiento social que le permita abordar con propiedad las preocupaciones de unas agendas atravesadas por el narcotráfico, los distintos repertorios de violencia, el desplazamiento forzado, la pobreza, la ciudadanía, la educación, la memoria, el género, entre otras tantas cuestiones del espectro social.

La capacidad de agenciamiento de los comunicadores está en consonancia con unas realidades sociales que han disuelto “esa barrera social y simbólica al *descen- trar* y *desterritorializar* las posibilidades mismas de la producción cultural y sus dispositivos” (Martín-Barbero, 2010, p. 27). Por lo mismo, los comunicadores deben hacer frente a dos procesos que vienen transformando la cultura en nuestras sociedades: en primer lugar, la revitalización de las identidades –sean estas étnicas, raciales, culturales, regionales, sexuales, entre otras–, que se constituyen en el sustrato de una serie de demandas por reconocimientos sociales, culturales y, por supuesto, políticos; demandas atravesadas por la construcción de unos sentidos que amenazan las hegemonías culturales. *Pertenecer a* y *compartir con* son premisas culturales muy fuertes que no podemos soslayar, porque implican unos sentidos en disputa. En segundo lugar, está la (re)configuración de los paisajes mediáticos, la cual nos lleva a reconocer que la revolución tecnológica continúa, pero que su fuerza no está en la cantidad de aparatos y máquinas que se lanzan al mercado, sorprendiéndonos con sus sofisticadas potencialidades. Su fuerza reside en los nuevos entornos o *ecosistemas comunicativos* que se configuran. La tecnología digital viene transformando los modos de habitar el mundo.

En ese contexto, el comunicador social, consciente de la importancia de la comunicación y de la información, aporta en su ejercicio profesional en “potenciar” y “densificar” ese “nuevo ecosistema comunicativo”, porque lo que está en juego es la constitución y consolidación de “nuevas modalidades de comunidad” (artísticas, étnicas, ambientales, científicas, culturales) que redimensionan la esfera pública:

En América Latina, nunca el palimpsesto de las memorias culturales múltiples de su gente tuvo mayores posibilidades de apropiarse del hipertexto en que se entrecruzan e interactúan lectura y escritura, saberes y haceres, artes y ciencias, pasión estética y acción política (Martín-Barbero, 2010, p. 29).

En esa misma línea valoramos el ejercicio periodístico. En unos escenarios en los que se imponen los oligopolios, es necesario que el periodismo reconozca que las proyecciones no solo se concentran en los requerimientos de unas empresas periodísticas enmarcadas por las lógicas del mercado; también hay otros lugares que reclaman la presencia de periodistas que, sin alejarse del ejercicio profesional, conciben otras apuestas políticas y sociales. De ahí que un punto sustancial en la agenda sea volver al periodismo investigativo.

Entre el 7 y el 11 de octubre de 2002 la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano ofreció en la ciudad de Buenos Aires un taller con Ryszard Kapuściński, quien compartió con los asistentes sus conceptos sobre temas diversos anclados al periodismo: devenires de la profesión, el periodismo en el marco de la globalización, las maneras de relatar, los métodos empleados en el trabajo investigativo, entre otras temáticas. Dentro de los amplios y extensos referentes que podríamos tener para abordar al periodismo, hemos decidido apelar a la emblemática figura de Kapuściński, dado que sus miradas recogen principios y valores que compartimos desde la perspectiva formativa. En ese contexto, planteamos algunos de los puntos señalados por él en el evento mencionado acerca de los aspectos que hoy caracterizan el ejercicio del periodismo.

El primer aspecto es, paradójicamente, la mediatización de la vida social, la cual obliga a los jóvenes periodistas a trabajar con dispositivos tecnológicos que están más allá de la (re)configuración de las narrativas. Estos dispositivos tecnológicos, al ir transformando los paisajes mediáticos, propician unas narraciones que convierten a los medios en una fuente de la historia. ¿Cuál es la historia que se construye? Esa es una pregunta de largo aliento que nos obliga a configurar a los medios y al periodismo como fuente y objeto de estudio. Ahora bien, desde una perspectiva formativa, el advenimiento y consolidación de los escenarios virtuales/digitales exigen hoy más que nunca que las actividades básicas de rastrear y contrastar la información con “fuentes auténticas y documentos originales” sigan siendo unas invariables que contrarresten una dinámica en la que se multiplican los medios, se fragmentan los discursos y reina la “ceguera” provocada por la altísima producción de información.

Un segundo punto, en consonancia con el anterior, está en el reconocer que el periodismo –sin perder de vista las implicaciones que encierran los dispositivos tecnológicos–, sigue siendo una profesión gregaria. Si los medios y el periodismo hoy se configuran en historia, es porque esta se construye con la gente, con la sociedad. Los periodistas tienen que volver a salir a las calles, hacer trabajo de campo, configurar redes sociales y colaborativas que requieran el encuentro cara a cara, así como el reconocimiento de ambientes, personas y problemas.

Un tercer punto está en el reconocimiento de la formación en la búsqueda de la verdad como propósito esencial del ejercicio periodístico, el cual ha sido desvirtuado en las empresas periodísticas tradicionales que, orientadas a vender

noticias, está más atentas a lo “*interesante*” que a su veracidad. En tal sentido, afirma Kapuściński: “Hoy el soldado de nuestro oficio no investiga en busca de la verdad, sino con el fin de hallar acontecimientos sensacionales que puedan aparecer entre los títulos principales de su medio” (2003, p. 24).

Un cuarto punto está en que los estudiantes comprendan las paradojas presentes en la comunicación audiovisual. Recogiendo los conceptos de Rudolf Arnheim planteados en el clásico libro *El cine como arte* (1930), señala Kapuściński que con la creciente cantidad de imágenes no se puede confundir el “mundo generado por las sensaciones con el mundo creado por el pensamiento, y creer que ver es lo mismo que entender” (2003, p. 32), lo que limita la relación con la palabra tanto hablada como escrita y, por ende, el dominio del pensamiento. De igual forma, de acuerdo con Kapuściński, es necesario superar la paradoja en torno a lo que él denomina “el espejo empañado”, es decir, si las tecnologías de la información y la comunicación propician la aldea global prevista por McLuhan, las narrativas de las empresas periodísticas tradicionales reducen el asunto a escenarios fragmentados y superficiales.

En relación con el periodismo investigativo, desde comienzos de los años noventa algunos periodistas –especialmente norteamericanos– preocupados por el anquilosamiento respecto a los métodos tradicionales⁴ comenzaron a explorar otras posibilidades metodológicas que desbordaran el esquema de descubrir y contar noticias. En esa preocupación tuvo su origen el *periodismo de precisión*, entendido como: “la información periodística que aplica o analiza sistemáticamente métodos empíricos de investigación científica, de carácter numérico (cuantitativa) o no numérico (cualitativa), sobre cualquier asunto de trascendencia social, con especial inclinación al campo de las ciencias sociales” (Dader, 1993, p. 102). En otras palabras, el *periodismo de precisión* no es otra cosa que incorporar los métodos y técnicas de la investigación científica social a la hora de realizar reportajes interpretativos.

Sobre la base de las anteriores reflexiones/preocupaciones, en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás nos dimos a la tarea de organizar una colección de textos que buscan acercarse, desde discusiones investigativas y académicas, a las posibles agendas y debates que atañen al campo de la comunicación, entendiendo que el ejercicio se enmarca en los conflictos y realidades que, en esencia, son pertinentes en el contexto colombiano. Ello no implica que los abordajes no tengan resonancias en otros escenarios, pero, sin duda alguna, ponen el acento en las actuales coyunturas políticas y sociales de un país que

4 Señala Tom Koch: “el periodismo contemporáneo continúa siendo, básicamente, un sistema de transmisión de la información oral en forma material impresa” donde “los profesionales del periodismo dependen de forma casi exclusiva de los comunicados de prensa y las declaraciones oficiales de ‘expertos’ y portavoces oficiales acreditados” (citado en Dader, 1993, p. 99).

está a la expectativa de una salida negociada a su confrontación política, social y armada. En consecuencia, el libro se organiza en cinco áreas temáticas:

La primera, integrada por tres capítulos, reflexiona sobre el campo del periodismo desde tres perspectivas: una mirada sociohistórica que analiza cuatro décadas de prácticas en el periodismo colombiano; un desarrollo teórico respecto a los roles que el periodismo y la memoria pueden desempeñar como escenarios estratégicos para encarar un eventual horizonte de transición política y social en el país; finalmente, una reflexión descriptiva sobre la preponderancia del periodismo de opinión en el fortalecimiento de los procesos democráticos.

La segunda parte, compuesta por dos capítulos, resultado de procesos de investigación, trata asuntos relacionados con las identidades, las prácticas y las etnicidades: el primero trabaja la raza y la clase como clivajes socioculturales a partir de los cuales se construyen y reconfiguran las marcas identitarias. El último texto analiza las estrategias discursivas que construyen la etnicidad del pueblo aborígen muisca de la sabana de Bacatá, teniendo como perspectiva la etnopolítica de la memoria.

La tercera parte aborda los temas de la comunicación, la educación y la pedagogía, a lo largo de dos capítulos que derivan de trabajos de investigación. El primero analiza el uso de la comunicación para prevenir la transmisión del VIH, a partir de la experiencia en cinco lugares de la ciudad de Bogotá, mientras el segundo reflexiona, desde la comunicación-educación, rutas alternativas para la prevención del consumo de sustancias psicoactivas.

La cuarta parte, conformada por tres capítulos, ahonda en las narrativas, los discursos y las representaciones. El primero reflexiona teóricamente sobre la narrativa y la representación desde la comunicación, a manera de apuntes para discutir; el segundo evidencia un trabajo de investigación que analiza la participación y la acción política de los jóvenes a través de las redes sociales virtuales; el último capítulo también presenta un resultado de investigación que aborda los estereotipos que la prensa digital construye en torno al dramático fenómeno del desplazamiento forzado en el país.

La última parte, con cuatro capítulos, centra su mirada en discusiones relacionadas con la comunicación y la ciudadanía desde tres aristas: la primera, una lectura crítica de los procesos de movilización que atañen, por una parte, al movimiento social y popular de las organizaciones agrarias en Colombia, y, por otra, a los colectivos de comunicación subalternos, populares, ciudadanos, alternativos y comunitarios que en Bogotá discuten los alcances de la política pública de comunicaciones. La segunda arista reflexiona sobre las intervenciones mediáticas en la construcción de distintos tipos de crisis, concebidas como realidades indiscutibles en la vida cotidiana. La última arista plantea una discusión que, sin duda alguna, genera resistencia pero cuya importancia en el área de la comunicación no se puede desconocer: la noción de ciudadanía corporativa.

Colombia transita por un camino que puede derivar en nuevos horizontes como país. En comparación con otros procesos de negociación, nunca se había avanzado de manera tan significativa después tantos años de confrontación armada. En caso de llegar a concertarse, la tarea será construir en la paz en la vida cotidiana, y los retos de la comunicación en ese sentido son enormes. Agendas y debates de la comunicación es un aporte a esos desafíos.

Los editores
Bogotá, mayo de 2016

Referencias

- Anderson, B. (2011). Comunidades imaginadas. *Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Dader, J. (1993). Periodismo de precisión. Una nueva metodología para transformar el periodismo. *Análisis*, (15), 99-116.
- De Fontcuberta, M. (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía.
- Fuentes, R. (2010). Investigación de la comunicación: referentes y condiciones internacionales de un diálogo de saberes. *Signo y pensamiento*, (57), 38-48.
- Kapuscinski, R. (2002). *Los cinco sentidos del periodista*. Buenos Aires: FNPI.
- Martín-Barbero, J. (2002). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Martín-Barbero, J. (2009). Una agenda de país en comunicación. En *Entre saberes desechables y saberes indispensables* (pp. 11-35). Bogotá: Friedrich Ebert Stiftung – Centro de Competencias para América Latina.
- Martín-Barbero, J. (2010). Comunicación y cultura mundo: nuevas dinámicas globales de lo cultural. *Signo y pensamiento*, (57), 20-34.
- Mata, M. (2010). Nuevos tiempos, nuevos problemas. *Signo y pensamiento*, (57), 114-129.
- Sánchez, J. (1997). *Crítica de la seducción mediática*. Madrid: Tecnos.