

Medios de guerra o la guerra por otros medios: estrategias informativas en contextos de conflicto

Ana Milena Marín-Arroyave*

Resumen

El presente artículo analiza las estrategias informativas que despliegan los medios masivos de comunicación en diferentes contextos de conflicto armado. En este escenario, es pertinente analizar que, inversamente a la definición del periodismo como una disciplina imparcial y objetiva, se presenta una contrariedad relacionada con la influencia que tienen las dinámicas de poder sobre la “noticia” en situaciones de guerra. Al respecto, existen algunos ejemplos que trazan muy bien este panorama, entre los que se encuentran la táctica de propaganda nazi implementada durante la Segunda Guerra Mundial, la información en directo que caracterizó el cubrimiento de las guerras libradas por Estados Unidos en Afganistán e Irak y, finalmente, el enfoque periodístico de los falsos positivos y la marcha contra las FARC-EP en Colombia durante el 2008. A partir de estos casos, se sostiene que el rol de la información mediática es esencial en el desarrollo de una guerra, bien sea para ganar una batalla, conseguir el respaldo ciudadano o bien configurar imaginarios minimizando la influencia social y política de los hechos. Al mismo tiempo, se evidencia que los reportes difundidos sobre los conflictos a través de grandes medios están articulados al proyecto político vigente.

Palabras clave: conflicto armado, esfera pública, medios de información, opinión pública, periodismo de guerra.

Magíster (c) en Derechos Humanos y Cultura de Paz, Pontificia Universidad Javeriana, sede Cali. Profesora Investigadora de la Facultad de Derecho, Universidad Cooperativa de Colombia, sede Cali, Colombia.
Correo electrónico:
anami.marin@campusucc.edu.co

Recibido: 16 de diciembre del 2014

Aprobado: 28 de febrero del 2015

Cómo citar este artículo: Ana Milena Marín-Arroyave. *Medios de guerra o la guerra por otros medios: estrategias informativas en contextos de conflicto*. *DIH* 21. Junio de 2015. Pág. 41. doi: <http://dx.doi.org/10.16925/di.v17i21.978>



Means of War or War by Other Means: Informative Strategies in Contexts of Conflict

Abstract

This article analyzes the informative strategies deployed by the mass media in different contexts of armed conflict. In this scenario, it is relevant to analyze that, inversely to the definition of journalism as an impartial and objective discipline, there is a contradiction associated with the influence of the dynamics of power on the “news” in a situation of war. In this regard, there are certain examples that accurately reflect this panorama, including the tactic of Nazi propaganda implemented during the Second World War, instantly transmitted information that characterized the wars waged by the United States in Afghanistan and Iraq, and finally, the journalistic approach to false positives and the protests against the FARC-EP in Colombia in 2008. Based on these cases, it is argued that the role of media information is essential when fighting a war, whether to win a battle, obtain popular support or create collective imaginations minimizing the social and political influence of events. At the same time, it is evident that reports on conflicts disseminated through the mass media are associated with the current political project.

Keywords: armed conflict, public sphere, information media, public opinion, war journalism.

Meios de guerra ou a guerra por outros meios: estratégias de informação em contextos de conflito

Resumo

Este artigo analisa as estratégias de informação que os meios massivos de comunicação realizam em diferentes contextos de conflito armado. Nesse cenário, é pertinente analisar que, em oposição à definição do jornalismo como uma disciplina imparcial e objetiva, é apresentada uma contrariedade relacionada com a influência que as dinâmicas de poder têm sobre a “notícia” em situações de guerra. A respeito disso, existem alguns exemplos que traçam muito bem esse panorama, entre os quais se encontram a tática de propaganda nazi implementada durante a Segunda Guerra Mundial, a informação ao vivo que caracterizou a cobertura das guerras travadas pelos Estados Unidos no Afeganistão e no Iraque, e, finalmente, o enfoque jornalístico dos “falsos positivos” e da marcha contra as FARC-EP na Colômbia durante o ano de 2008. A partir desses casos, sustenta-se que o papel da informação midiática é essencial no desenvolvimento de uma guerra, tanto para ganhar uma batalha e conseguir o apoio cidadão quanto para configurar imaginários que reduzam a influência social e política dos fatos. Ao mesmo tempo, evidencia-se que os relatórios divulgados sobre os conflitos por meio de grandes meios estão articulados com o projeto político vigente.

Palavras-chave: conflito armado, esfera pública, meios de informação, opinião pública, jornalismo de guerra.

I. INTRODUCCIÓN

Algunas disciplinas de las ciencias sociales osan declararse neutrales y objetivas. Bajo tales premisas, a riesgo de error, podría afirmarse que el periodismo es “la disciplina más imparcial que existe”. Es claro que con una sencilla relectura, tal afirmación se torna problemática y surgen para ella diferentes cuestionamientos, entre los cuales se podría plantear uno de manera específica: ¿cómo se evidencia tal imparcialidad en el ejercicio periodístico? Lo cierto es que tanto en las prácticas como en las técnicas, los medios de comunicación han articulado un sistema informativo que tiene como particularidad la activa participación en la esfera pública. Resulta evidente que el proceso comunicativo-informativo a través de los *mass media* tiene una enorme influencia en la generación de expectativas y en la legitimación de juicios de valor en el grueso de la sociedad, y es justamente en este escenario donde la objetividad entra en juego.

II. EL PAPEL POLÍTICO DEL PROCESO INFORMATIVO EN LA ESFERA PÚBLICA

El proceso informativo no es independiente de la sociedad en la que se desarrolla, pues es punto de partida y de llegada simultáneamente, de manera que está condicionado tanto a las dinámicas y relaciones de poder, como a los conflictos existentes entre las diferentes esferas sociales. En este sentido, la suprema objetividad frente a los juicios de valor es, por lo menos, una tarea difícil. Bourdieu resume claramente el fenómeno que se produce con la participación del sistema informativo en la esfera pública:

La coerción estructural que impone este campo (el periodístico), a su vez dominado por las coerciones del mercado, modifica más o menos profundamente las relaciones de fuerza dentro de los diferentes campos, afecta lo que se hace y lo que se produce en ellos.¹

Se puede afirmar que la influencia del periodismo en la vida pública es de tal magnitud, que la estabilidad de un ordenamiento político pasa en gran medida por los medios de comunicación e información.

El poder político tiene entonces una de sus más fuertes armas en la dominación de la información legítima, esto es, en la dominación de las fuentes y del acceso a los hechos susceptibles de ser difundidos masivamente, pues así se materializan las condiciones que permiten la universalización del discurso oficial. Existe una clara relación entre el poder estatal, los propietarios de los medios y los monopolios económicos, factor fundamental a la hora de analizar el rol político que desempeña el proceso informativo, pues compromete la parcialidad de contenidos y la evaluación de los hechos considerados noticias. La información presentada en el seno de la sociedad facilita la producción y reproducción de los esquemas que garantizan —o por lo menos intentan garantizar— el mantenimiento del statu quo político-económico y simbólico.

Se debe señalar ahora cómo una de las funciones normativas de los medios de comunicación en la esfera pública es la de generar el sofisma de un acuerdo social alcanzado en torno a temas que, de hecho, son más cercanos a los intereses del poder. A partir de la constante invocación de la “opinión pública”, esta figura se convierte en la metáfora más usada para borrar de manera inmediata las divergencias entre sectores de la sociedad, así como los matices que deben considerarse en los acuerdos,² de manera que se contribuye a la realización eficaz de la ideología. Todo esto a través de la representación que impone un consenso imaginario.³

Lo que resulta interesante resaltar aquí es cómo el propio concepto de “opinión pública” suele ser utilizado por los *mass media* como un todo, como una sola opinión sobre lo público, subordinando controversias radicalmente encontradas para conseguir un consenso social.⁴ De allí se entiende cómo ese control social atribuido a los medios de comunicación de masas se deriva de la producción, difusión y ampliación de estereotipos y tendencias de opinión, las cuales se divulgan como la corriente mayoritaria y frecuentemente equiparada a la “correcta”.

1. Pierre Bourdieu. *SOBRE LA TELEVISIÓN*. Anagrama. (1997).

2. Véase Elisabeth Noelle-Neuman. *LA ESPIRAL DEL SILENCIO*. Ediciones Paidós. (1995); Vincent Price. *LA OPINIÓN PÚBLICA. ESFERA PÚBLICA Y COMUNICACIÓN*. Ediciones Paidós. (1992); Pierre Bourdieu. *La opinión pública no existe*. *CUESTIONES DE SOCIOLOGÍA* 166. 2000, 220-232.

3. Stuart Hall. *LA CULTURA, LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL EFECTO IDEOLÓGICO. SOCIEDAD Y COMUNICACIÓN DE MASAS*. Fondo de Cultura Económica. (1981).

4. Raúl Garcés. *La construcción simbólica de la opinión pública*. *ESTUDIOS SOBRE EL MENSAJE PERIODÍSTICO* 13. 2007, 55-81.

Es así como el poder que tiene en sus manos quien controla el tránsito de información es el de formular concepciones del bien, de lo aceptable y lo correcto en la sociedad. También tiene la posibilidad de promover la exclusión social o la autocensura para quien se aleje de los direccionamientos sociales, políticos, económicos o simbólicos que la “voz institucional” defiende.

Esta sencilla explicación basta para entender que el problema radica en el condicionamiento del debate público y autónomo, lo cual limita la participación de la disidencia en los medios de comunicación a los hechos que se consideran noticia. El disidente en toda su complejidad sólo es considerado noticia, por un lado, si su accionar político está presupuesto como benéfico para recuperar o propulsar la legitimidad estatal e ideológica; y por otro lado, si su accionar es la proyección del “enemigo”. Podría decirse que se acude a una especie de tolerancia represiva, en la cual el disconforme puede hacer oír su voz si esta no logra dismantelar la “verdad dominante”. En esta medida, los medios de comunicación garantizan su reproducción al declararse portavoces de dicha “verdad”. Y esa es justamente la mejor defensa que puede tener un medio, la de presentarse como veedor y defensor fiel de la opinión pública, pues esta es el bastión de legitimidad que la información suministrada necesita a fin de ser influyente en la esfera pública. Entre más representado se vea cada ciudadano común por la información, mayor será el grado de aceptación y la credibilidad de los presupuestos expuestos por las noticias.

III. INFORMAR LA GUERRA: LA GUERRA POR OTROS MEDIOS

Considerando lo anterior, se pueden identificar casos representativos que demuestran cómo a partir de la información que se difunde acerca de los conflictos, los medios de comunicación participan y tienen influencia en la esfera pública. La Segunda Guerra Mundial, las guerras en Afganistán (2001) e Irak (2003-2010), lideradas por Estados Unidos, así como el cubrimiento de situaciones coyunturales tales como las ejecuciones extrajudiciales y la marcha contra la guerrilla de las FARC en Colombia durante el 2004, son ejemplos que comparten características que deben ser analizadas, pues tanto en guerras internacionales como en acontecimientos relacionados con

el conflicto armado interno, el papel de los medios ha sido protagónico en cuanto al posicionamiento del discurso de uno de los actores del conflicto a partir de una estrategia simple: los hechos “noticiosos”.

A. La estrategia mediática en la Segunda Guerra Mundial

La importancia de manejar la información de un conflicto armado se evidenció en la creación y exaltación de ministerios de propaganda durante la Segunda Guerra Mundial. Nunca antes se había explotado de tal forma el poder de la guerra mediática en busca del respaldo ciudadano a las campañas militares. Una fuerte iniciativa para explotar el poder que provee dominar la información de interés común y la propiedad de los medios de comunicación está representada por la creación, en 1933, del Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda⁵ (Ministerio del Reich para la Ilustración del Pueblo y Propaganda).⁶ La creación del ministerio tenía una intención clara: servir como medio de difusión de las actividades y el pensamiento nazi, es decir, de universalizar “las ventajas del nazismo”.

Los nazis comprendían la importancia que tiene dominar la información legítima. El constante interés de la cúpula del Tercer Reich por el cine y la televisión, además de llevar a más lugares del país la radio y la prensa, así lo demuestran. La razón de este proceder: el pueblo (*das Volk*) era la fuente de legitimidad del Estado, por lo que todos los alemanes tenían que estar en la capacidad de sentirse alemanes y, para esto, tenían que estar al tanto de lo que ocurría en su país. Es más, la dominación de la información legítima en la Alemania nazi llegó a la delimitación legal e institucional de lo que podía aparecer públicamente ‘sin agredir las leyes del Reich’. Una representación clásica de este nivel de prohibición se puede palpar en

5. El ministerio nació con un objetivo claro: educar al pueblo y promover el nazismo. De esta forma lo evidencia el decreto fundacional que, parafraseado, dice lo siguiente: el ministerio tiene como finalidad la ilustración y propaganda en la población aria sobre la política del Gobierno del Reich y fundamentar la reconstrucción nacional. Véase Walther Hofer (comp.). DER NATIONALSOZIALISMUS. DOKUMENTE 1933-1945. Fischer Taschenbuch Verlag. (1982).

6. El Estado nacionalsocialista alemán no fue el primero, ni el único que dedicó grandes esfuerzos en mejorar su estructura informativa y propagandística. No obstante, en ese momento de la historia humana sí representó la mayor y más perfeccionada maquinaria de información y propaganda del mundo.

la quema de libros en plazas públicas o en la censura para las publicaciones pro-judías.⁷

Una vez iniciada la guerra en 1939 con la invasión a Polonia, el ministerio se convirtió en la punta de lanza de las actividades nazis en sus diferentes frentes. Tanto así, que es posible hablar del frente mediático, sin el cual conseguir la aprobación directa del pueblo para la guerra habría sido más difícil. Ese frente tenía una doble obligación. Por un lado, estaba la tarea de informar, exaltar y renovar la moral de las tropas y de la población civil, manteniendo en alto la idea de la victoria.⁸ Por otro, se tenía la labor de desmoralizar a las tropas enemigas, objetivo sincronizado con el avance de las fuerzas militares alemanas, propiciando entre las tropas y la población civil enemiga la sensación de derrota inminente.

Sobre la importancia de la comunicación en este período, Jesús Martín-Barbero dice lo siguiente:

Los medios de comunicación son factores activos de los conflictos bélicos al menos desde que el nazismo alemán usó la prensa, la radio y el cine —especialmente los noticiarios cinematográficos semanales y mensuales— primero como propaganda que legitimaba la guerra de invasión y después como estratagema de desinformación del enemigo. Obviamente el medio más eficaz en ese sentido, y el usado con mayor pericia por los nazis, fue la radio, medio que jugó un doble papel: el de proporcionar información falsa a las poblaciones que iban a ser invadidas para que no alarmaran ni resistieran, y el de hacer llegar información en clave a sus colaboradores durante la invasión, con consignas y mensajes de todo tipo frente a los cuales las poblaciones no tenían cómo reaccionar.⁹

B. Guerra en Afganistán e Irak

Las guerras libradas por los Estados Unidos a inicios del siglo XXI en Afganistán e Irak, con el propósito de “llevar la paz, la libertad y la democracia” a estos países del Medio Oriente, representó un nuevo estadio en la discusión por el poder que otorga el manejo de la información legítima en los conflictos armados. El

respaldo general, tanto en el interior del país como en el exterior, estuvo marcado por el desarrollo de una avanzada mediática de gran envergadura y velocidad sorprendente. También representó una apuesta por ganar —quizá recuperar— el respaldo ciudadano a las campañas militares emprendidas, pues los antecedentes demostraban que la mayoría de la sociedad estadounidense cuestionaba fuertemente la intervención en otros países.

Las guerras en las que los Estados Unidos han estado involucrados en los últimos veinte años han sido, simultáneamente, un laboratorio de nuevas armas y un laboratorio de control de los medios. Una de las novedades, como se ha dicho, ha sido la práctica (no sólo la palabra) de “integrar” (*embed*) periodistas en las unidades militares en acción.¹⁰

Según Tortosa,¹¹ las firmas periodísticas en las guerras de Irak y Afganistán tuvieron una función específica:

El trabajo comunicativo, incluso de la prensa más “liberal”, ha sido redirigir las heridas emocionales dejadas por “el 11 de septiembre”, el dolor y la ira, hacia un adversario diferente de quienes realmente las infligieron, es decir, transformar a Bin Laden (...) en Saddam Hussein.¹²

Los medios promovieron el dominio sentimental entre la opinión pública, atrás quedaba la inexistencia de armas de destrucción masiva, ahora se trataba de salvar a la humanidad y así lo hicieron entender los grandes medios informativos, lo que no habría sido posible sin las nuevas tácticas y estrategias para informar en medio de la guerra. Entre ellas, lo más significativo fue la utilización de los periodistas *embedded* que dotaron de información unilateral a la audiencia.¹³ El *embedded* se constituyó en el proveedor

7. Julián Echazarreta y Guillermo López. *Manipulación de las masas y propaganda en la Alemania nazi*. ACTAS DEL V CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN DE HISTORIA CONTEMPORÁNEA. Universitat de València. (2000).

8. *Id.*

9. Pierre Bourdieu, *supra*, nota 2. Pág.117.

10. José Tortosa. *Los medios y la guerra*. REVISTA DE ESTUDIOS SOCIALES 16. 2003, 57-69.

11. *Id.*

12. *Id.* Pág. 63.

13. El Gobierno estadounidense permitió que periodistas de diferentes medios acompañaran a las tropas norteamericanas bajo reglas estrictas, denominándolos periodistas *embedded*. Esta estrategia garantizó la “libertad de expresión”, al tiempo que restringió la cobertura a sólo uno de los bandos en guerra. Los *embedded* mostraron la guerra desde su única perspectiva que se limitaba a los carros y tanques en los que viajaban, y a las entrevistas que hacían a sus soldados. Las muertes y los daños causados a los iraquíes, al menos para estos periodistas, fueron invisibles. Para comprender

de la información difundida en el país, fue la ruta de unión entre el mundo exterior y los combatientes.

La estrategia *embedded* que daba la impresión de información imparcial en tiempo real, otorgó grandes réditos, pues durante la confrontación el apoyo popular a la invasión siempre estuvo situado por encima de los 70 puntos porcentuales.¹⁴ Indudablemente, la existencia de un *embedded* plantea algunos interrogantes sobre la imparcialidad e independencia del resultado, debido a su particularidad de agregado en las misiones militares. En este sentido, los problemas que evidencia la práctica del *embedded* tienen que ver con la imposibilidad que tiene el periodista para evaluar las situaciones desde diferentes perspectivas; en este caso, la información fue unilateral.

La participación de las firmas periodísticas¹⁵ en los conflictos armados internacionales ha sido producto de la necesidad imperante de legitimidad: no hay mejor forma de ganarla que informando y explicando “por qué la guerra es justa”. De la misma forma, se da desde la otra cara en disputa: para deslegitimar una guerra el mejor medio es demostrar la banal motivación del atacante.

C. Casos de coyuntura en Colombia: informar en medio del conflicto

Informar el conflicto armado colombiano es una tarea tan difícil en Colombia como en el resto del mundo; independencia e imparcialidad es el ideal regulativo. Sin embargo, en la actualidad acudimos a una pauperización de la libertad y la neutralidad de la actividad informativa. El primer factor que se debe tener en cuenta en el análisis es la estrecha relación entre el poder político y los grandes medios de comunicación. Esta situación es evidente¹⁶ y trae consigo

las particularidades que constituyen el periodismo *embedded*. Véase Fernando Escobar. *El papel de la prensa norteamericana en la guerra contra Irak*. PALABRA-CLAVE 8. Junio de 2003.

14. Véase José Tortosa, *supra*, nota 10.

15. En el caso aquí presentado, se consideran firmas tales como la BBC, el *New York Times* y el *Washington Post*.

16. Una muestra de ello es que la familia del actual presidente de Colombia, Juan Manuel Santos, fue titular de 12% de las acciones del periódico *El Tiempo* hasta el 2012, cuando el empresario y banquero Luis Carlos Sarmiento adquirió la totalidad de las acciones en un proceso paulatino que consistió, en primera instancia, en la compra del 55% correspondiente al Grupo Planeta, posteriormente compró la totalidad de la participación accionaria de los socios minoritarios. Véase Portafolio. SARMIENTO ANGULO ES DUEÑO DE LA TOTALIDAD DE EL TIEMPO. Mayo 30 de 2012. Disponible en: <http://www.portafolio.co/economia/sarmiento-angulo-es-dueno-la-totalidad-el-tiempo>.

un proceso gradual de autocensura, pues informar sobre los representantes del poder político generalmente es informar sobre los dueños o amigos íntimos de los medios.

Este primer factor que se señala aquí es de vital importancia para comprender el papel de la información en el desarrollo del conflicto armado colombiano:

Los tipos de actuación que pueden tener los medios en el proceso político tienen que ver entonces con el tipo de acción que estos desempeñan en el conflicto entre los antagonistas, que es un conflicto en el que (...) el acceso a los medios no es igualitario para todos los puntos de vista en competencia (...).¹⁷

Esta situación se ve representada en la poca crítica al Gobierno, así como en la escasa evaluación de los caminos que ha tomado el conflicto. Claro está que esto hace particularmente sombrío el quehacer periodístico en el país y, como resulta obvio, ha impuesto determinadas dinámicas a la posibilidad que tiene el ciudadano común de informarse sobre el conflicto.

Ahora bien, la historia de la relación entre conflicto armado e información tiene una notable diferencia, un antes y un después del 2002 y la doble presidencia de Álvaro Uribe Vélez. Esto a partir de la inclusión del discurso antiterrorista, factor altamente lesivo para la profesión periodística que significó la reducción del marco argumentativo e interpretativo del conflicto colombiano, así como de sus aristas, causas y posibles soluciones. Todo se redujo a la comprensión del conflicto como el resultado de una lucha entre las fuerzas del mal (insurgencia) y las de la paz (fuerzas militares colombianas), lógica que surtió un debilitamiento frente a la capacidad de construir un criterio disidente.

En los años anteriores al 2002, los medios jugaron un papel preponderante en el desarrollo del conflicto armado.¹⁸ Se informaba de las acciones militares de los bandos en disputa y una aparente independencia parecía estar anclada como eje fundador de la dinámica informativa. No obstante, resulta curioso cómo antes

17. Jorge Bonilla. *Periodismo, guerra y paz. Campo intelectual periodístico y agendas de la información en Colombia*. SIGNO Y PENSAMIENTO 40. 2002, 53-71. Pág. 69.

18. No se puede olvidar el papel de los medios de comunicación en la lucha que libró el Estado colombiano contra el jefe del Cartel de Medellín, Pablo Escobar. Durante años, la información sobre la confrontación entre la insurgencia y el Estado pasó a un segundo plano, detrás de la lucha entre el Estado y las mafias del narcotráfico.

de esa fecha los medios de comunicación no hacían eco de las grandes críticas a los diferentes Gobiernos; por el contrario, la investigación periodística en este sentido ocupaba un segundo plano.¹⁹ Situaciones como el exterminio del partido Unión Patriótica, los recurrentes atentados a los candidatos presidenciales a las elecciones de 1990, las masacres paramilitares de la década de los noventa, etc., prácticamente fueron ignorados por los informativos y, paradójicamente, frente a lo poco que se conoció, el Estado colombiano salió bien librado y poco menguada su legitimidad.

Se puede evidenciar una permisividad de los medios hacia uno de los bandos en conflicto: el Estado colombiano. Con la llegada en el 2002 del Gobierno uribista, la permisividad a las acciones militares y gubernamentales en el marco del conflicto armado se agudizó, pues la exaltación de las Fuerzas Militares se convirtió en el eje de la política contrainsurgente del momento.

1. Falsos positivos y marcha contra las FARC-EP: los medios privados toman partido

El cubrimiento periodístico a los falsos positivos y a la marcha contra las FARC-EP del 4 de febrero del 2008 proporciona un escenario interesante para analizar por qué, en el caso de los falsos positivos, la popularidad del Ejecutivo nacional y del jefe de Estado se mantuvo, aun cuando se podía inferir cierta responsabilidad de estos. Para tales casos particulares, se pone en evidencia la capacidad de los informativos colombianos para construir un imaginario común en una frase: la capacidad de crear realidad o de proveer insumos parcializados para su interpretación. De otra forma, se puede entender como la capacidad de minimizar y/o maximizar la influencia de un hecho.

El caso de los falsos positivos²⁰ es el resultado de una política estatal de guerra directa contra la

guerrilla, en la que el debilitamiento de la insurgencia se midió de acuerdo con las bajas efectivas en combate. La lógica que se impuso fue simple: causar más bajas al enemigo de las que él causaba era un índice de victoria. Se aceptó unívocamente que la eliminación de la insurgencia supondría el cumplimiento de la única condición necesaria para la solución de las patologías sociales que enfrentaba el país. La eliminación de la insurgencia en la verdad uribista pasaba necesaria y exclusivamente por la victoria militar sobre el enemigo.

La solución militar al conflicto armado y social planteada por el expresidente Uribe tuvo como característica principal la moralización del conflicto armado colombiano y la delimitación de un único enemigo, frente al cual era deber de los “buenos colombianos” levantarse y combatirlo. Ese enemigo era comprendido con el título de *terroristas*.

Así las cosas, la política de seguridad democrática fue el insumo que configuró las condiciones objetivas para que los casos de violación sistemática de los Derechos Humanos y de infracciones al Derecho Internacional Humanitario se hicieran públicos bajo el sofisma de “falsos positivos”, situaciones en las que el Estado estaba directamente involucrado como responsable. La interacción de las noticias con estos acontecimientos fue en contravía de lo que debería ser la función ética de informar imparcial e independientemente, en favor de una sociedad sumida en una guerra de más de medio siglo.

El cubrimiento de los falsos positivos tuvo dos características principales. Por un lado, el acercamiento primordial de los representantes de los grandes medios a la versión oficial de la noticia. Por el otro, la existencia de un interés mínimo (casi nulo) por presentar la versión no oficial, es decir, la versión de los familiares de las víctimas y los denunciantes.

19. Es factible decir que la sistemática violación de derechos humanos fue un factor que pudo hacer ahínco en la actitud autocensurada que mantenían los periodistas.

20. Se denomina *falsos positivos* a las operaciones militares que entregan como resultado bajas de supuestos guerrilleros o paramilitares muertos en combate. *Falsos* en la medida en que las bajas no son personas que forman parte de algún grupo al margen de la ley, sino campesinos, habitantes de la calle, trabajadores informales, entre otros. Y *positivos* ya que esta es la terminología que utilizan las Fuerzas Armadas de Colombia para referirse a un éxito operacional. Es importante subrayar que la terminología correcta para nombrar este tipo de hechos, según los tratados de

Derechos Humanos y el Derecho Internacional Humanitario, es “ejecuciones extrajudiciales” y se constituye en un crimen de guerra contra la población civil en conflictos tanto internacionales como no internacionales. Para obtener más información sobre el tema, véase Asamblea General de Naciones Unidas. RESOLUCIÓN 2675 DE PRINCIPIOS BÁSICOS PARA LA PROTECCIÓN DE LAS POBLACIONES CIVILES EN LOS CONFLICTOS ARMADOS. Naciones Unidas. (1970). Disponible en: [http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/2675\(XXV\)&Lang=S&Area=RESOLUTION](http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/2675(XXV)&Lang=S&Area=RESOLUTION). Y véase Comité Internacional de la Cruz Roja. PROTOCOLO II ADICIONAL A LOS CONVENIOS DE GINEBRA DE 1949 RELATIVO A LA PROTECCIÓN DE LAS VÍCTIMAS DE LOS CONFLICTOS ARMADOS, SIN CARÁCTER INTERNACIONAL. CICR. (1977). Disponible en: <https://www.icrc.org/spa/resources/documents/misc/protocolo-ii.htm#5>

La versión no oficial publicada por unos pocos medios que no correspondieron a los de mayor *rating* en el país, tales como RCN o Caracol, prácticamente obligó el tratamiento del tema a estos dos canales. No obstante, en su discurso, los ejecutores de los falsos positivos sólo fueron “algunas manzanas podridas”. Esa tesis constituyó la principal defensa de la legitimidad de las acciones militares. Fue también el sustento para desarrollar una infravaloración de las ejecuciones extrajudiciales, así como para restarles importancia político-social y presentarlos como hechos aislados que parecían no evidenciar una práctica de violación sistemática a los derechos humanos. Desde esta perspectiva, los grandes informativos, por omisión, dejaron en entredicho la defensa de los derechos humanos.

Ahora bien, ¿cuál fue el tratamiento informativo y político de “las manzanas podridas”?²¹ La ciudadanía conoció sólo *grosso modo* los pormenores de los falsos positivos, y hacia el 2013 las condenas al respecto llegaban escasamente al 20% de los casos investigados. Aun así, esta situación por demás deshonrosa para el ordenamiento jurídico nacional, no ha sido ampliamente indagada por los dos medios a los cuales hacemos referencia. Se insta entonces un silencio cómplice, que pone en jaque el derecho de la ciudadanía a estar bien informada.

Este es, sin duda, un ejemplo que ilustra bastante bien la actitud complaciente de los grandes medios informativos con el orden político vigente. La tesis de las manzanas podridas se convirtió en el pretexto de los noticieros RCN y Caracol para explicar de una forma banal la complejidad que suponía asesinar civiles en grado de indefensión y presentarlos como rebeldes caídos en combate. Es decir, fue la estrategia que se llevó a cabo para exculpar tanto a los altos mandos militares, como a los miembros del Ejecutivo, evitando el debate nacional en torno a una política de Estado que derivó en crímenes de guerra y violaciones a los derechos humanos. Se logró entonces mantener intacta la legitimidad del Gobierno Nacional y de la política de seguridad democrática.

El otro caso importante para el análisis sobre la participación política de los medios de comunicación es la marcha nacional contra las FARC-EP, del 4 de febrero del 2008.²² La marcha constituye una

situación completamente diferente: si en el caso de los falsos positivos se trataba de una reivindicación del orden político vigente por medio de la investigación unilateral de los hechos o por su omisión, con la marcha del 4 de febrero se reflejó el compromiso directo de los grandes medios con la socialización y la aceptación nacional de la marcha. Se hizo de ella un acontecimiento de inimaginable trascendencia en la vida política y social del país; se evidenció una vez más que, si bien los medios no pueden imponer cómo pensar, sí pueden establecer los temas a pensar a través del manejo de la información legítima y de libre circulación.²³

Con la estrategia informativa desplegada para este fin específico, se sentó una posición a favor del Estado colombiano, siendo fundamental para la participación ciudadana la exaltación del sentimiento patrio y el mantenimiento de la sensación del deber cumplido, todo a través de la difusión efectiva de la información sobre ese hecho en particular.

La importancia de la marcha radica en que se convirtió en el mecanismo de elogio al buen colombiano y en un fuerte espaldarazo a la política de seguridad democrática. La lógica que se impuso fue la siguiente: estás a favor de Colombia o en contra de ella. Lo primero significaba apoyar al Gobierno (los colombianos); lo segundo, ir en su contra (los terroristas o sus aliados). Tal lógica adoptada por los medios informativos tuvo sus resultados, pues la popularidad y legitimidad del Gobierno central en cabeza de Álvaro Uribe alcanzó el punto más alto en los ocho años de su mandato.

El discurso de la necesidad de la marcha fue sustentado en la tesis que designaba a las organizaciones guerrilleras —las FARC-EP, en particular— como el mayor causante de los problemas políticos y sociales de Colombia, problemas representados principalmente

21. Es de resaltar el grado de impunidad en lo referente a los falsos positivos. Es tal que llega incluso al 75% de los casos conocidos. Para mayor información sobre este tema, indagar los datos ofrecidos por el MOVICE y el Colectivo Madres de Soacha.

22. Un análisis importante y cuidadoso al respecto puede plantearse desde el contraste que representó la marcha contra el terrorismo

de Estado el 6 de marzo del 2008, la cual en múltiples ocasiones fue catalogada como una marcha patrocinada e ideada por las FARC-EP. 23. En el contexto de los medios de comunicación, la lista de noticias es construida a partir de la selección de los temas que deben ser cubiertos y dados a conocer a la ciudadanía. En consecuencia, lo que saben los individuos acerca de la vida política y los aspectos públicos del país está estrechamente basado en lo que transmiten los medios. Este planteamiento corresponde a un concepto paradigmático de la comunicación, la “agenda informativa” o “agenda setting”, la cual explica cómo a partir de ciertas estrategias propiamente mediáticas pueden lograrse efectos tales como el establecimiento de la “prioridad” de unos temas sobre otros. Para una ampliación de este concepto, véase Maxwell McCombs y Donald L. Shaw. *The Agenda-Setting Function of the Mass Media*. PUBLIC OPINION QUARTERLY 36. 1972, 176-187.

por los secuestros y por la existencia misma de la insurgencia.²⁴ Con esta perspectiva, se desarrolló la participación política de los medios, basada en el manejo de la información que permitió imponer la marcha como tema de importancia nacional, en defensa de la democracia.

Bien puede concluirse por todo lo anterior que la participación política de los medios es una situación innegable y como tal debe afrontarse. Lo que de esto se destaca es la responsabilidad política insalvable que tienen en su carácter de fuentes “independientes”, pues en el caso colombiano, especialmente, no lo son. Los casos de los falsos positivos y la marcha del 4 de febrero muestran, en escenarios diferentes, la parcialidad en favor del Estado. El papel de los medios de información es esencial para el desarrollo de un conflicto y para la defensa de los derechos humanos en ese contexto. En Colombia, salvo algunos proyectos informativos alternativos, la realidad es de identificación total entre el Estado y los medios de comunicación más poderosos. La información que llega a la ciudadanía suele estar articulada al proyecto político vigente.

IV. REFERENCIAS

- Asamblea General de Naciones Unidas. RESOLUCIÓN 2675 DE PRINCIPIOS BÁSICOS PARA LA PROTECCIÓN DE LAS POBLACIONES CIVILES EN LOS CONFLICTOS ARMADOS. Naciones Unidas. (1970). Disponible en: <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/3/1158/64.pdf>
- Comité Internacional de la Cruz Roja. PROTOCOLO II ADICIONAL A LOS CONVENIOS DE GINEBRA DE 1949 RELATIVO A LA PROTECCIÓN DE LAS VÍCTIMAS DE LOS CONFLICTOS ARMADOS, SIN CARÁCTER INTERNACIONAL. CICR. (1977). Disponible en: <https://www.icrc.org/spa/resources/documents/misc/protocolo-ii.htm#5>
- Elisabeth Noelle-Neuman. LA ESPIRAL DEL SILENCIO. Ediciones Páidos. (1995).
- Fernando Escobar. *El papel de la prensa norteamericana en la guerra contra Irak*. PALABRA CLAVE 8. Junio de 2003.
- Jorge Bonilla. *Periodismo, guerra y paz. Campo intelectual periodístico y agendas de la información en Colombia*. SIGNO Y PENSAMIENTO 40. 2002, 53-71.
- José Tortosa. *Los medios y la guerra*. REVISTA DE ESTUDIOS SOCIALES 16. 2003, 57-69.
- Julián Echazarreta y Guillermo López. *Manipulación de las masas y propaganda en la Alemania nazi*. ACTAS DEL V CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN DE HISTORIA CONTEMPORÁNEA. Universitat de Valencia. (2000).
- Maxwell McCombs y Donald L. Shaw. *The Agenda-Setting Function of the Mass Media*. PUBLIC OPINION QUARTERLY 36. 1972, 176-187.
- Movimiento Nacional de Víctimas de Crímenes de Estado. (MOVICE). Disponible en: http://www.movimientodevictimas.org/versionantigua/index.php?option=com_content&view=featured&Itemid=21
- Pierre Bourdieu. SOBRE LA TELEVISIÓN. Anagrama. (1997).
- Pierre Bourdieu. *La opinión pública no existe*. CUESTIONES DE SOCIOLOGÍA 166. 2000, 220-232.
- Portafolio. SARMIENTO ANGULO ES DUEÑO DE LA TOTALIDAD DE *EL TIEMPO*. Mayo 30 de 2012. Disponible en: <http://www.portafolio.co/economia/sarmiento-angulo-es-dueno-la-totalidad-el-tiempo>
- Raul Garcés. *La construcción simbólica de la opinión pública*. ESTUDIOS SOBRE EL MENSAJE PERIODÍSTICO 13. 2007, 55-81.
- Stuart Hall. LA CULTURA, LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL EFECTO IDEOLÓGICO. SOCIEDAD Y COMUNICACIÓN DE MASAS. Fondo de Cultura Económica. (1981).
- Vincent Price. LA OPINIÓN PÚBLICA. ESFERA PÚBLICA Y COMUNICACIÓN. (1992).
- Walther Hofer (comp.). DER NATIONALSOZIALISMUS. DOKUMENTE 1933-1945. Fischer Taschenbuch Verlag. (1982).

24. Cabe recordar que la marcha del 4 de febrero fue un resultado de la convocatoria “Un millón de voces contra el secuestro”, que tenía su espacio en la plataforma virtual Facebook. Es a partir de ella que su promotor, Óscar Morales, inició el llamado como una reacción frente a la fallida liberación de secuestrados de las FARC-EP. No obstante, el discurso de algunos sectores políticos se impuso entre los medios de comunicación, enfocado desde una perspectiva que configuraba la marcha como una declaración directa de los colombianos en contra de la organización guerrillera; fue así como el mensaje logró escalar hasta imponerse como eslogan de la manifestación multitudinaria, y darle cierto giro a los objetivos de la marcha: “¡No más secuestros! ¡No más terrorismo! ¡No más FARC!”.