

# Comunicación y conflicto armado: El fin no justifica a los medios

Por Camilo Andrés Tamayo. Investigador del CINEP.  
[comunicacion@cinep.org.co](mailto:comunicacion@cinep.org.co)

**L**os últimos 100 días nos han hecho volver a centrar la mirada sobre las políticas comunicativas del conflicto armado en Colombia. ¿Cuál ha sido el tratamiento mediático a los últimos hechos bélicos en nuestro país? ¿Qué estrategias comunicativas por parte de los guerreros han sobresalido? ¿Qué régimen de visibilidad - invisibilidad ha primado en las esferas públicas? ¿Qué desafíos enfrentan los medios de comunicación en el marco de un ambiente tan polarizado y vulnerable?

Uno de los elementos que no se ha analizado lo suficiente en la relación medios de comunicación – conflicto armado en Colombia, es la instrumentalización de las políticas comunicativas que construyen cada uno de los actores en pugna. Vale la pena recordar que en una confrontación bélica no sólo se movilizan tropas, armamentos o elementos tecnológicos; igualmente se ponen en marcha recursos comunicativos que tienen como finalidad gestionar significados en los diversos públicos que tienen que ver con la guerra: políticos, guerreros, comunidad internacional y, por supuesto, la sociedad civil. En las guerras no sólo hay máquinas de destrucción y muerte, también están las de “producción de sentido” que son definitivas para ganar las simpatías hacia uno u otro bando.

Los medios de comunicación, como grandes productores de significaciones hoy en día, juegan un papel muy importante en la medida en que es a través de éstos que los diferentes actores del conflicto buscan ganar visibilidad, u opacidad, en las esferas - opinión pública. Es por esta importancia que las empresas periodísticas son muchas veces concebidas por los actores oficiales como cajas de resonancia o teatro de operaciones de la ilegalidad, para dar a entender que en muchos casos se dedican a amplificar las acciones y los discursos de los grupos al margen de la ley.

Este papel que se le imputa a los medios, en especial a los informativos, los hacen ver como partes que favorecen a determinados grupos, porque de acuerdo con estos conceptos lo que se hace es conceder ventajas estratégicas a los “enemigos” de la sociedad para llevar a cabo sus objetivos propagandísticos. Según diversos estudios, los medios de comunicación pueden desempeñar diversos roles en medio de la guerra: de “*servientes creyentes*”, en donde reproducen sin ninguna distancia crítica los marcos de interpretación de las autoridades; de “*agentes intermediarios*”, en donde ofrecen modelos de interpretación y puntos en común entre los retadores

y las autoridades; y de "abogados del desvalido", en donde amplifican las peticiones de los opositores en contra de las autoridades<sup>1</sup>.

De acuerdo con lo anterior, es claro que las autoridades oficiales (como las Fuerzas Armadas, el Gobierno, entre otras) tienen ventajas para acceder a los medios de comunicación y crear sus propios marcos de interpretación ante la sociedad, pero hay que tener en cuenta que no existe un rol unificado ni homogéneo en cuanto al cubrimiento de la guerra y la paz por parte de los medios de comunicación colombianos.

Es posible que los actores ilegales puedan vencer estos obstáculos para usar los medios noticiosos a su favor como herramienta de influencia política. Esta competencia entre actores se presenta en dos dimensiones básicas: la dimensión estructural que consiste en analizar la manera cómo los actores luchan por el acceso a los medios de comunicación y a sus marcos de interpretación y la dimensión cultural, referida a analizar cómo las creencias, las normas y las rutinas periodísticas tienen influencia en los marcos de significación del conflicto, agenciados por los medios.

Finalmente, y para dar paso a análisis más puntuales, se quiere llamar la atención sobre "los regímenes de visibilidad" que se encuentran operando actualmente en la guerra colombiana, que son el resultado directo de las políticas comunicativas que cada actor en pugna establece consciente, o precipitadamente, de acuerdo a la dinámica propia del conflicto. Hacerse público o invisible de acuerdo a las circunstancias, se convierte en un factor definitivo para transmitir mensajes que ayudan a posicionar al actor armado en ciertas esferas de la sociedad y corrientes de opinión claves. ¿Cómo se comportó todo lo anterior en los últimos 100 días?

### **Cuando la guerra es símbolo**

Han sucedido tres hechos de guerra en la actual coyuntura que alteraron claramente la dimensión comunicativa del conflicto armado hasta el momento: la divulgación de las últimas pruebas de supervivencia de algunos secuestrados políticos en poder de las FARC, el operativo militar que dio como resultado la muerte de uno de los guerrilleros más emblemáticos de esta organización al margen de la ley, alias 'Raúl Reyes' y el conocimiento público de las circunstancias en las que fue abatido otro de los miembros del secretariado general de la guerrilla más antigua de Latinoamérica, alias 'Iván Ríos'. Estos tres sucesos han marcado el viraje en las relaciones entre los medios de comunicación y los guerreros, pues han desnudado ciertas políticas comunicativas que benefician a uno u otro actor en pugna.

El video divulgado en diciembre de 2007 en el cual aparece la ex candidata presidencial Ingrid Betancourt secuestrada<sup>2</sup>, emitido múltiples veces por los medios de comunicación, sirvió para que variados sectores de la sociedad civil nacional e internacional empezaran a ejercer una fuerte presión sobre el Gobierno colombiano y la guerrilla de las FARC para que ambos facilitaran el acuerdo humanitario. En épocas recientes, ningún hecho de guerra había generado tanto despliegue y concentración de agenda por parte de las empresas periodísticas. Estudios

---

<sup>1</sup> Para obtener una aproximación profunda a los recorridos teóricos a los que se aluden, favor consultar: Bonilla, Jorge y Montoya, Catalina. 2003. "Periodistas, políticos y guerreros. Visibilidad mediática y gestión comunicativa de la guerra y la paz en Colombia, 1982 – 2002". Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

<sup>2</sup> Puede ser consultado en <http://www.youtube.com/watch?v=a2hRQdU98Uk>

académicos demuestran que un hecho, por relevante que sea, es agenciado en los medios del país máximo 15 días<sup>3</sup>, y por ello llama la atención que el video de Ingrid Betancourt haya catalizado la atención de las agendas de los informativos durante más de tres meses.

Sobre lo anterior tres consideraciones: la primera, pasa por el poder que llegan a tener ciertas imágenes en medio de cualquier confrontación bélica, que conllevan a que se altere "*el presente continuo*" que manejan los medios de comunicación cuando se trata de informar sobre el conflicto colombiano<sup>4</sup>; la segunda, observar como este video se convirtió en una de las mejores apelaciones comunicativas para que la sociedad civil organizada le hiciera exigencias claras a los actores armados vía presión mediática; y tercero, confirmar que no necesariamente a mayor exposición – visibilidad – se logran los fines de los actores, pues lamentablemente toda esta "producción simbólica" alrededor de Ingrid Betancourt no ha permitido su liberación, o dar pasos firmes que faciliten el acuerdo humanitario.

En el caso de la muerte de alias 'Raúl Reyes' se deslumbra la otra orilla del régimen comunicativo actual. No cabe duda que este hecho de confrontación bélica ha sido uno de los golpes más fuertes que han recibido las FARC en los últimos años y, por ende, este suceso se convertía en la excusa ideal para afianzar simbólicamente los alcances de la Política de Seguridad Democrática del Gobierno actual. El 1 de marzo, tras la muerte del subversivo, los colombianos presenciamos un despliegue mediático en el cual las Fuerzas Armadas puntualizaban dos mensajes claros: "*ya nadie es intocable al interior de las FARC*" y que era el "*golpe más contundente que se le ha dado a este grupo terrorista hasta el momento*"<sup>5</sup>. Sin lugar a dudas, este hecho se convirtió en la tribuna ideal para que el Gobierno nacional recogiera comunicativamente los frutos de más de seis años de confrontación armada frontal con los grupos subversivos<sup>6</sup>.

Para este caso vale la pena anotar tres cosas: la primera pasa por la relación entre las acciones militares y su vínculo emocional con las tropas en combate, pues claramente el despliegue dado por los medios de comunicación conducía directamente a subir la moral de las Fuerzas Militares del país y afianzar positivamente por esta vía, las condiciones subjetivas de los soldados colombianos de cara a las confrontaciones armadas que viven día a día en el territorio nacional. Recordemos que uno de los elementos más importantes en cualquier escenario bélico en el mundo es el de estar motivando constantemente a los guerreros para que realicen mejor su trabajo, apelando la mayoría de las veces a pasiones, sentimientos o altruismos emocionales y sociales.

Titulares de prensa como: "Presidente destacó labor de los militares"<sup>7</sup>, "Otros duros golpes. En los últimos cuatro años los militares han propiciado cinco duros golpes a

<sup>3</sup> Favor consultar : VV.AA. 2004. "*¿Qué es noticia? Agendas, periodistas y ciudadanos*". Fundación Konrad Adenauer, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

<sup>4</sup> Sobre este asunto consultar: VV.AA. 2005. "*La televisión del conflicto. La representación del conflicto armado colombiano en los noticieros de televisión*". Proyecto Antonio Nariño, Bogotá.

<sup>5</sup> La declaración oficial del Ministro de Defensa colombiano Juan Manuel Santos sobre este hecho puede ser consultado en: <http://www.youtube.com/watch?v=6aFfRlzy2aI>

<sup>6</sup> En los últimos seis años se han efectuado por iniciativa del gobierno nacional 3.808 acciones de combate contra los diversos grupos ilegales. Para una mirada transversal a la dinámica del conflicto armado colombiano en los últimos 17 años favor consultar: García Durán, Mauricio. 2008. "*The current situation of the Armed conflict and Peace initiatives in Colombia*". Disponible en: [http://www.cinep.org.co/de\\_nuevo.htm?x=2900](http://www.cinep.org.co/de_nuevo.htm?x=2900)

<sup>7</sup> Periódico *El Tiempo*, 2 de marzo de 2008. Pagina 1 – 5.

otros importantes cabecillas de las FARC"<sup>8</sup>, "Una cadena de exitosos golpes a las FARC"<sup>9</sup>, "Muere 'Raúl Reyes': mayor golpe a las FARC en 60 años de historia"<sup>10</sup> o "Carlos siempre se destacó por valiente"<sup>11</sup>, en relación con el soldado Carlos Edilson Hernández que murió durante el operativo militar, llaman la atención sobre la fuerte carga simbólica que presentan y los mensajes implícitos que conllevan.

Presentar mediáticamente que este hecho fue "un gran triunfo militar" por parte de las Fuerzas Armadas, permite crear o afianzar percepciones sociales entre los militares y los colombianos de que la guerrilla de las FARC puede ser acabada militarmente. Declaraciones del Gobierno nacional a los informativos, como las realizadas por el asesor presidencial José Obdulio Gaviria donde afirmaba que "las FARC ya se acabaron, son seis bandas dispersas", "están en sus últimos tiempos"<sup>12</sup>, refuerzan este mensaje en la esfera pública y conduce a que se construyan fuertes corrientes de opinión donde se crea que esto es posible. Nada más alejado de la realidad.

Si una lección nos dejó el Informe de Desarrollo Humano para Colombia del año 2003 realizado por el PNUD, "*El conflicto, callejón con salida*", es que esta es una guerra de perdedores, pues ninguno de los bandos en pugna nunca tendrá la capacidad real para doblegar militarmente al otro. Igualmente recientes estudios sobre el conflicto armado colombiano aclaran que por la dinámica misma de la confrontación y sus factores, una victoria militar por parte de algunos de los actores es imposible<sup>13</sup>. Solamente a través de una negociación política es que realmente podremos darle fin a esta situación, teniendo en cuenta que los medios de comunicación deben ayudar a transformar los imaginarios de los colombianos de cara a esta alternativa.

Finalmente, con respecto al caso de alias 'Raúl Reyes', vale la pena anotar que el tratamiento mediático también se desplazó hacia los linderos de los rituales de la guerra, pues el ser presentado como un "trofeo de guerra" y exponer comunicativamente su cadáver de manera degradante, nos hace recordar de nuevo esa compleja relación entre cazador y enemigo devorado en la cual el cazador, al cumplir su objetivo, debe realizar acciones simbólicas para que su honra y nobleza se enaltezca gracias al acto cometido.

Fotografías del cadáver de alias 'Raúl Reyes' envuelto en una bolsa plástica negra semidesnudo, con las heridas del combate, sus mutilaciones y miserias, contrastaban con los rostros enaltecidos de felicidad de los miembros de las Fuerzas Militares, sus declaraciones festivas y orgullosas, sus abrazos de felicitación. Lo anterior nos lleva a una pregunta: ¿el fin que se busca es tan importante que se puede pasar por encima de la dignidad humana? Enfáticamente repudiamos las acciones que realizan las FARC contra todos los colombianos, pero creemos que la dignidad humana debe estar por encima de todo, aún en personas que pueden merecer todo nuestro desprecio. Hay imperativos éticos y morales que no pueden negociarse incluso en medio de una guerra.

<sup>8</sup> Periódico *El Tiempo*, 2 de marzo de 2008. Pagina 1 – 4.

<sup>9</sup> Periódico *El Nuevo Siglo*, 2 de marzo de 2008. Pagina A7 – A8.

<sup>10</sup> Periódico *El Herald*, 2 de marzo de 2008. Pagina 4A.

<sup>11</sup> Periódico *El Colombiano*, 2 de marzo de 2008. Pagina 13 A.

<sup>12</sup> Periódico *El Tiempo*, 14 de marzo de 2008. Pagina 1 – 7.

<sup>13</sup> Sobre este asunto favor consultar: IEPRI. 2006. "*Nuestra guerra sin nombre. Transformaciones del conflicto en Colombia*" Norma, Bogotá y González, Fernán, Vásquez, Teófilo y Bolívar, Ingrid. 2003. "*Violencia política en Colombia. De la nación fragmentada a la construcción del Estado*" CINEP, Bogotá.

Para terminar este recorrido de coyuntura, el conocimiento público de las circunstancias en las que fue abatido alias 'Iván Ríos', en las cuales uno de sus lugartenientes, Pablo Montoya, alias 'Rojas', lo traicionó para cobrar la recompensa ofrecida por el Gobierno nacional y que llevó una mano del jefe guerrillero a las Fuerzas Militares como prueba reina de sus acciones, nos permiten igualmente realizar dos consideraciones sobre la relación medios de comunicación - conflicto armado para nuestro país.

La primera consideración pasa de nuevo por el terreno de enviar mensajes a la opinión pública de que este conflicto armado se puede ganar mediante las armas. Titulares como "Cuarto de las FARC murió acorralado y traicionado"<sup>14</sup>, "Guerrilla está arrinconada"<sup>15</sup>, "Las FARC se desmoronan por dentro"<sup>16</sup>, "FARC: ¿el principio del fin?"<sup>17</sup>, permiten crear escenarios comunicativos que facilitan la aceptación social de cualquier tipo de acción por parte de las Fuerzas Militares con tal de que esta de cumplimiento a los propósitos encomendados por sus superiores, sin importar si por esta vía se violan los Derechos Humanos o se restringen garantías civiles para todos los colombianos.

¿No merece nuestro condena moral que una persona asesine o cercene a otra por dinero? ¿Por qué es premiada esta acción por parte de las políticas de recompensas del gobierno nacional y no juzgada por las autoridades competentes? ¿Hasta qué punto nos debe producir alegría ver como son presentados en los medios de comunicación los cadáveres de los líderes guerrilleros en condiciones denigrantes? ¿El tratamiento mediático de estos sucesos ayudan a polarizar más el país? Son preguntas abiertas para el debate.

La segunda consideración pasa por analizar cómo este hecho fue aprovechado por las Fuerzas Militares para reforzar su política de delaciones y recompensas, en el marco de la Política de Seguridad Democrática, y cómo se enviaba el claro mensaje a la opinión pública de que el fin justifica cualquier medio para ganar la guerra, pues declaraciones como las realizadas por el general Mario Montoya, comandante del Ejército Nacional, en donde aseveraba que "la muerte de Iván Ríos por parte de uno de sus mismos integrantes significa la implosión al interior de las FARC y los buenos resultados de nuestras políticas de recompensas"<sup>18</sup> son sólo una muestra de ello.

Al igual que en el caso de alias 'Raúl Reyes', se hicieron públicas fotografías de alias 'Iván Ríos' con un contenido simbólico que permitía ser considerado como otro enemigo devorado por parte de los militares. De la misma manera las lógicas narrativas sensacionalistas, morbosas y macabras fueron los ejes por donde gravitaron los valores noticia de las empresas informativas. Tomar distancia de la postura oficial, contrastar, dar equilibrio, contexto y ofrecer análisis más profundos sobre lo ocurrido, no se presentó en la gran mayoría de los casos periodísticos.

### Los desafíos de informar en medio del conflicto armado

Teniendo como telón de fondo el recorrido anterior se hace evidente un interrogante: ¿Cómo informar el conflicto armado colombiano con la mayor calidad

<sup>14</sup> Periódico *El Colombiano*, 8 de marzo de 2008. Pagina 10 A.

<sup>15</sup> Periódico *El Colombiano*, 8 de marzo de 2008. Pagina 12 A.

<sup>16</sup> Periódico *El Colombiano*, 9 de marzo de 2008. Pagina 5 A.

<sup>17</sup> Periódico *El País*, 2 de marzo de 2008. Pagina 13 A.

<sup>18</sup> La declaración del General Montoya puede ser consultada en:  
[http://www.youtube.com/watch?v=IzKjf3k\\_yFU](http://www.youtube.com/watch?v=IzKjf3k_yFU)

posible? A partir del análisis de los tres casos pasados se plantean las siguientes ideas para animar, una vez más, la discusión sobre la responsabilidad de los medios de comunicación en la creación de los imaginarios / mentalidades que tenemos los colombianos sobre el conflicto armado, pues es gracias a las informaciones que recibimos de ellos que elaboramos ciertas posiciones que ayudan, o no, a validar las acciones de alguno de los actores en pugna.

Lo primero que hay que llamar la atención es sobre la distancia que los periodistas deben guardar con sus fuentes legales e ilegales. Generar una cercanía tal que no permita contrastar la información que ella provee, es el primer paso para volverse un "*idiota útil*" de la misma. Ninguna fuente es neutral u objetiva, todas tienen sus intereses y buscan un fin específico en medio de la guerra al dar x o y declaración. Lograr sopesar – contrastar lo aseverado por la fuente es un deber de todo periodista, y lo anterior, por básico que suene, parece borrarse por momentos de las lógicas profesionales de los comunicadores colombianos.

Recordemos cómo por no contrastar la información que una fuente de la Policía Nacional le hizo llegar a un periodista de la Casa Editorial El Tiempo, esta empresa informativa tuvo que rectificar que la fotografía que había sido presentada como sustento de las relaciones del Ministro de Seguridad de Ecuador, Gustavo Larrea, con las FARC era en verdad una prueba de las relaciones del partido comunista argentino con dicha organización<sup>19</sup>. Este error, en momentos en donde las relaciones con nuestro país vecino siguen estando tan volátiles, puede ser aprovechado para seguir atizando odios o malquerencias en beneficios de grupos que buscan desestabilizar las relaciones diplomáticas colombianas. Como se observa, las consecuencias pueden ser desastrosas.

Lo segundo pasa por la responsabilidad de los medios de comunicación colombianos de generar un cierre comunicativo a favor de los "intereses patrióticos", al no tomar distancia de los intereses del gobierno y sucumbir ante su actual política comunicativa<sup>20</sup>. Si observamos que la esfera pública colombiana está convertida en una amplia homogeneidad que respalda incondicionalmente a Álvaro Uribe ¿Cómo discrepar ante una mayoría tan aplastante sin llegar a ser estigmatizado en el juego maniqueo propuesto? ¿Cómo conformar esferas públicas plurales y amplias cuando parece, por lo menos políticamente, que le hemos entregado incondicionalmente las llaves al Presidente? ¿Cómo garantizar que los contra públicos y los relatos subalternos no sean tildados de "terroristas" o de "guerrilleros" sólo por pensar distinto? ¿Cómo garantizar el respeto al otro y el derecho a la diferencia en un ambiente tan polarizado socialmente? El periodismo nos ayudará seguramente a encontrar respuestas.

Finalmente, se quiere enfatizar que los medios de comunicación deben entender que en una guerra debe estar primero el respeto a la dignidad humana y al dolor de las víctimas. El principal desafío que tienen los medios colombianos es el de no convertirse en cajas de resonancia de lo sensacional, amarillista, indigno y morboso. Solamente en la medida en que empiecen a generar información plural, profunda, contrastada, equilibrada y precisa, es que nosotros empezaremos a formarnos opiniones más calificadas sobre lo que día a día sucede en el conflicto

---

<sup>19</sup> Para leer la rectificación favor consultar: [http://www.eltiempo.com/opinion/editorial/2008-03-18/ARTICULO-WEB-NOTA\\_INTERIOR-4017006.html](http://www.eltiempo.com/opinion/editorial/2008-03-18/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR-4017006.html)

<sup>20</sup> Sobre este asunto resulta interesante la columna de la editorialista de El Tiempo Yolanda Reyes titulada "La fabula de lambicolor". Favor consultarla en: [http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/yolandareyes/ARTICULO-WEB-NOTA\\_INTERIOR-4025595.html](http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/yolandareyes/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR-4025595.html)

armado, y no ser un “objetivo a ganar” por parte de los actores involucrados en el mismo.