

# INFORMACIÓN Y DEMOCRACIA EN TIEMPOS DE CONFLICTO

*El actual descrédito y rechazo de los actores armados ante la opinión pública nacional e internacional puede ser punto de partida para iniciar el proceso de fortalecimiento de la credibilidad de los medios de comunicación de cara a la inmensa mayoría de colombianos que condenan la guerra.*

**César Mauricio Velásquez Ossa**

Decano de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana. Master en Relaciones Internacionales de la Universidad Complutense de Madrid. Comunicador Social y Periodista de la Universidad de La Sabana. Especializado en televisión. Ha ejercido el periodismo en Colombia, Estados Unidos y España. Profesor de Opinión Pública y Crítica de Medios.

**L**a comunicación ha sido fundamental para superar antagonismos y en las sociedades democráticas los medios de comunicación deberían ser actores privilegiados de la pacificación. En Colombia la descomposición del conflicto armado, el fortalecimiento del narcotráfico y la corrupción de la clase política han impuesto nuevos escenarios a los periodistas y medios en los que se coartan derechos básicos de los profesionales de la información, las empresas y los ciudadanos en un régimen democrático. La comunicación ha sido utilizada como un arma de guerra con efectos devastadores.

En el año 2000 fueron asesinados 12 periodistas, 42 amenazados de muerte y más de 30 tuvieron que salir del país, según informe del Observatorio de Medios de La Universidad de La Sabana. Esta cruda realidad no ha despertado la solidaridad del gremio, ni el rechazo unánime de la sociedad, ni la acción eficaz del Estado para garantizar los derechos básicos de los ciudadanos. Tal vez el miedo, los personalismos, la polarización de la guerra y una actitud de "sálvese quien pueda" han afectado la fortaleza de la prensa colombiana, tal como ha ocurrido con otras profesiones.

En el caso de los ataques a la prensa algunos sectores han tratado de justificar esas acciones. Mentalidades torcidas creen que las equivocaciones, errores y actitudes de los periodistas se pagan con la vida y, lo que es peor aún, la guerrilla y los paramilitares han encasillado a los periodistas en grupos de "colaboradores" y "no simpatizantes". Esta situación se constituye en un nuevo ingrediente que viene polarizando a los medios y a las redacciones. A veces se escucha que tal o cual reportero es amigo o enemigo de la guerrilla, de los paramilitares o de los mandos de las Fuerzas Armadas, una aseveración que de ser cierta constituiría un elemento enormemente dañino para el ejercicio profesional, las empresas informativas, el proceso de paz y la sociedad.

Es inevitable que la labor de los medios sirva de publicidad a la guerra; que los ataques y asesinatos de los actores del conflicto sean registrados, publicados y difundidos por los medios, esto tiene

resultados positivos y negativos. Sin duda, la simple presencia de los medios es capaz de contribuir decisivamente a la pacificación o a evitar la escalada en la confrontación. Por ejemplo, las cámaras de la CNN dispuestas a transmitir a todo el mundo los abusos, ataques y muertes en las guerras del Golfo Pérsico y Kosovo, sirvieron para remover la opinión pública a favor de la defensa de la vida y evitar guerras de mayores proporciones. Así mismo, los dictadores de derechas e izquierdas en muchos países se han visto obligados a moderar sus instintos criminales ante la presencia de periodistas.

En el caso colombiano los líderes de los actores armados han dispuesto de los medios de comunicación sin ninguna limitación. Los jefes de esos grupos hablan durante horarios de máxima sintonía de la televisión y de la radio, ¿bueno o malo? Depende. Y depende del tratamiento, de la calidad profesional de los periodistas para confrontar con argumentos a los protagonistas de la guerra y ponerlos frente a la sociedad. Sin duda, cuenta mucho el grado de independencia y procedimiento que el medio y el periodista utilizaron para lograr la entrevista, esta circunstancia siempre es definitiva a la hora de juzgar la conveniencia o no de darle pantalla o micrófono a una persona que utiliza métodos violentos para vencer.

En general, la experiencia muestra que esa mayor transparencia y publicidad de la guerra, de los actores, líderes y circunstancias es más beneficiosa que perjudicial para la democracia y para la toda sociedad. En los últimos meses los líderes de las guerrillas de Colombia y de los grupos de autodefensa han agotado sus discursos y sus propuestas han perdido credibilidad ante la opinión pública. Sobre esto es importante distinguir entre la necesidad de informar sobre lo que ocurre, algo válido y propio de la comunicación, y entre la irresponsabilidad para *inflar* las noticias y generar morbidramas con el dolor y la tragedia de la guerra. Una cosa es informar y otra es traficar con las noticias, explotando el sufrimiento de las personas para alcanzar más sinfonía o mayor circulación.

La información no es una simple mercancía, es un derecho de la libertad de los ciudadanos y el recto ejercicio de este derecho exige que, en cuanto a su contenido, la comunicación sea siempre verdadera e íntegra y en cuanto al modo, ha de ser honesta y conveniente, es decir, debe respetar las leyes morales, los derechos legítimos y la dignidad del hombre, tanto en la búsqueda de la noticia como en su divulgación.

Los periodistas no pueden tomar parte en la guerra y menos azuzarla. Inclinarse por uno de los bandos a cambio de tener "chivas" altera la esencia de la información y servir de "idiota útil" a los intereses de fuentes informativas que tienen un fusil en la mano; una forma de entregar el medio a los violentos desconociendo su misión frente a la sociedad.

Si algo se puede hacer desde las redacciones es recuperar el equilibrio informativo, el compromiso con la verdad, eliminar toda forma de discriminación y favoritismo, llamar a las cosas por su nombre, sin eufemismos, y cerrar filas en defensa de la vida y la libertad.

## DISCRECIÓN EN EL MANEJO INFORMATIVO

El actual descrédito y rechazo de los actores armados ante la opinión pública nacional e internacional puede ser punto de partida para iniciar el proceso de fortalecimiento de la credibilidad de los medios de comunicación de cara a la inmensa mayoría de colombianos que condenan la guerra.

Hoy el común de los receptores asimila las mentiras de los líderes del conflicto y sus desaciertos con la entidad misma de los medios de comunicación. Piensan que las versiones, muchas veces mentirosas, de los actores del conflicto son avaladas por los periodistas. Si acaso es necesaria la publicación de las versiones de la guerrilla, paramilitares, Ejército o Gobierno, no se comprende que la prensa se quede en simples versiones, partes de guerra, recuentos de masacres y

en el *corre, ve y dile* que poco ayuda a conocer la realidad que vive el país.

La presencia constante de las escenas trágicas o catastróficas en los medios pueden hacer pensar a los espectadores que la sociedad es mucho más violenta de lo que es en realidad. Si sólo se difunden esas escenas las personas tienen que hacer un esfuerzo adicional para advertir que en la vida social hay otras cosas además de la violencia. Los actores del conflicto colombiano han sabido aprovechar la cobertura de los medios electrónicos para atemorizar a la opinión pública y en distintas oportunidades han coaccionado a los periodistas al cubrimiento y difusión de sus actos terroristas.

La ABC News prohíbe la cobertura en directo de los actos terroristas con rehenes, cuando peligra la vida de éstos: "Este tipo de sucesos no se emitirá en directo, excepto en las circunstancias más excepcionales y siempre con el permiso del director de la ABC News. Las entrevistas telefónicas con los rehenes y/o terroristas deben realizarse con extrema precaución y sólo tras asegurarse de que el uso de las líneas telefónicas no interfiere con las comunicaciones de las autoridades, ni agrava la situación de los rehenes" <sup>1</sup>.

La presión de la competencia por la sintonía, el extra, lo exclusivo y en fin, el síndrome de la chiva ha hecho que algunos periodistas olviden toda norma. Cabe preguntarse acerca del sentido de las entrevistas a rehenes y sus captores, sean guerrilleros o paramilitares. Si la finalidad es mostrar que están vivos y en buen estado, los instrumentos de la prensa, -una fotografía y un resumen de lo sucedido- son enteramente adecuados. Pero esto no funciona en televisión, donde sólo media un paso entre contar una historia de forma atractiva y explotarla interesadamente. Y esta es la cuestión central: en estas producciones se puede abusar de su enorme potencial dramático, intrínsecamente unido al informativo.

La Cadena CBS News advierte en su Manual de Estándares que "un componente esencial de la noticia son las exigencias del terrorista, y debemos informar acerca de ellas. Pero al mismo tiempo, hemos de

1. Manual de Estándares. ABC News, cap. II, p.9.

evitar convertirnos en un mero altavoz de sus exigencias. No hay que facilitar acceso en directo al grupo terrorista, sin la autorización previa del director de la CBS News, para evitar proporcionarles propaganda en directo" <sup>2</sup>, este criterio de las grandes cadenas de televisión de Estados Unidos, sobre el cubrimiento de actos terroristas, se extiende a los líderes de grupos alzados en armas que sólo buscan desestabilizar a la sociedad.

La omnipresencia de las cámaras en los escenarios conflictivos tiene también algunos efectos menos positivos. "El público, y aquí se trata del conjunto de la humanidad, recibe a través de la radio y la televisión una información puntual, casi en directo, del desarrollo de esas tragedias. Y como el número de conflictos sobre los que es preciso informar no es despreciable, al final el público se acaba acostumbrando a esas escenas terribles, que se convierten en ingrediente cotidiano y rutinario de nuestras sobremesas. Tenemos una limitada capacidad de atención, de asombro y de respuesta, y en cambio una casi ilimitada facilidad para acostumbrarnos aún a lo más tremendo. Los medios pueden actuar así mismo a modo de narcótico" <sup>3</sup> y esto también lo saben los actores de la confrontación en Colombia.

Mostrar los hechos de cada día en su verdadero contexto, explicar la complejidad del conflicto, no presentar rumores como si fueran hechos y comprender que la exactitud debe primar sobre la rapidez, sería un buen esfuerzo de los medios para elevar la calidad de la información y ofrecer nuevos insumos a sus receptores <sup>4</sup>.

## BIEN COMÚN Y JUSTICIA

Los profesionales de la comunicación han de estar guiados por la búsqueda permanente del bien común. "Deberían distinguirse por una viva sensibilidad respecto a los derechos de las personas; en especial por el respeto de los más jóvenes. Si en todo trabajo profesional es preciso servir, con mayor motivo en el ámbito informativo, en el que se actúa de cara al público" <sup>5</sup>.

2. Manual de Estándares. CBS News, p. 8B.

3. NAVAS, Alejandro. *Periodistas ante conflictos*, Eunsa, Pamplona, España, 1998.

4. Principios del Acuerdo por la Discreción firmado por los directores de los medios de comunicación de Colombia en noviembre de 1999.

5. Ética en las comunicaciones sociales. Documento de la Jornada mundial de las comunicaciones. Jubileo de los periodistas, Roma, junio de 2000.

Darle al público lo que supuestamente quiere no es el primer deber de los medios en una sociedad democrática. Su principal tarea es informar de la mejor manera posible. Esto significa que en situaciones de conflicto, los periodistas deben esforzarse más en proporcionar los argumentos y opiniones de todas las partes, incluso de aquellas en las que están en desacuerdo.

No es fácil comenzar a vivir estos criterios al interior de algunas empresas de información, los intereses individualistas de índole económico y político ocupan la atención, pero es importante iniciar, antes de que la guerra llegue con toda su brutalidad a las redacciones y la prensa pierda su fortaleza. Al fin y al cabo, es difícil pedir respeto por la libertad de expresión cuando el derecho a la vida es conculcado sin ninguna consideración.

Los medios constituyen una parte esencial del debate democrático, de la expresión libre y pluralista de puntos de vista contrarios. Al mismo tiempo, en el nombre de los mismos principios democráticos que son el cimiento de la libertad de prensa, los medios tienen el deber de contribuir a la resolución de los conflictos en sociedad. En este sentido los periodistas no deben ser neutrales frente a la destrucción social, es decir, el periodista debe defender valores que son propios del ser humano, sin importar las ideologías, intereses económicos, creencias, etc. El verdadero periodista debe mantener un afán por defender lo justo, la vida humana, la libertad y el bien común.

El poder de los medios como instrumentos que configuran la opinión pública es tal, que cualquier político que no sea visceralmente demócrata se sentirá tentado a dominarlos directa o indirectamente. En regímenes autoritarios o de cualquier especie, los gobernantes lo hacen sin dificultad ni empacho alguno, y hasta invocando razones de principio. En los países formalmente democráticos, pueden lograrlo con medidas tales como, por ejemplo: la concesión arbitraria de frecuencias, la filtración de información por fuentes del Estado a los *medios amigos*, el cobro de impuestos al papel, el control indirecto del capital de la empresa o las *alianzas de media noche* entre políticos y empresarios de los medios de comunicación.

Estos vicios han afectado el orden social en países de distintas latitudes, peor en Colombia donde han coincidido tres circunstancias peligrosas: crisis económica, conflicto guerrillero y dos nuevos canales privados de televisión nacional. La mezcla ha desatado viejas y nuevas amenazas sobre el llamado "cuarto poder". Los bandos en conflicto han buscado con afán tomar posesiones en las redacciones de los medios e intentan polarizar a los periodistas, al servicio de intereses particulares y de espaldas al bien común.

Se suele considerar que la circulación, los índices de audiencia y las taquillas, junto con el análisis de mercado, son los mejores indicadores del sentimiento público; de hecho, son los únicos necesarios para que funcione la ley del mercado. "No cabe duda de que la voz del mercado puede oírse de esas maneras. Pero las decisiones sobre los contenidos y la política de los medios de comunicación no deberían depender sólo del mercado y de factores económicos, puesto que éstos no contribuyen a salvaguardar el interés público en su integridad ni tampoco los legítimos intereses de las minorías" <sup>6</sup>.

Conviene recordar que la función social de los medios de comunicación es informar, y que su independencia depende sobre todo de que obtengan beneficios suficientes. La dificultad está en conjugar debidamente negocio y servicio. Pero una cosa es clara: los medios de comunicación traicionarían su misión social si la subordinaran al afán de lucro a cualquier precio, o si la información que realizaran careciera de responsabilidad, veracidad, equilibrio o ignorara cualquier otra exigencia de la ética profesional.

6. Ética en las comunicaciones sociales. Documento de la Jornada mundial de las comunicaciones. Jubileo de los periodistas, Roma, junio de 2000.