

Medios de comunicación, asuntos étnicos e intercultura en Colombia

Maurizio Alì

▶ **To cite this version:**

Maurizio Alì. Medios de comunicación, asuntos étnicos e intercultura en Colombia. Razón y Palabra, 2010, 74 ((nov.2010/ene.2011)), pp.1-27. hal-01058371

HAL Id: hal-01058371
https://hal.science/hal-01058371

Submitted on 26 Aug 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ASUNTOS ÉTNICOS E INTERCULTURA EN COLOMBIA.[1]

Maurizio Alí[2]

Resumen

En el contexto multicultural reconocido por la Constitución colombiana del 1991, los asuntos étnicos cobran cada día más relevancia en función de su articulación con los procesos de construcción ciudadana. Sin embargo, los medios de información colombianos, a pesar de estar celebrando el bicentenario de una supuesta "independencia", se encuentran todavía anclados a una visión "colonial" y hegemónica de "lo étnico" que ha fortalecido una meta-realidad excluyente y que ha imposibilitado el desarrollo de una integración pacífica y efectiva de las comunidades indígenas del país: al revés, las ha transformadas en "voces ausentes". La presente exposición quiere ser una reflexión sobre los vicios y las virtudes del periodismo colombiano con relación a los asuntos étnicos. A partir del análisis de algunos casos de estudio y compartiendo la perspectiva de Antonio Negri acerca de las "grietas" del Imperio, es posible pensar a un periodismo comprometido para la paz, con nuevas modalidades operativas y nuevas estrategias de acción para la construcción de tejido social y el fomento de políticas públicas orientadas hacia el desarrollo humano.

Palabras clave

Minorías étnicas, medios de comunicación indígena, radios comunitarias, violencia cultural, ética periodística.

Abstract

In the multicultural context recognized by the 1991 Colombian Constitution, the ethnic issues are everyday more relevant because of their linking with the process of citizenship-building. Nevertheless, the Colombian media, in spite of celebrating the bicentenary of a supposed "independence", are yet anchored to a "colonial" and hegemonic vision of "the ethnic" which has strengthened an excluding meta-reality and which has make impossible the development of a pacific and effective integration between the indigenous communities of the country: in reverse, they was transformed in "absent voices". This work would expose the "vices and virtues" of the Colombian journalism in connection with the ethnic issues. Based in some case-studies and sharing the Negri's perspective about the cracks of the Empire, we can aspire to a journalism compromised with peace, with new strategies of action to build social tissue and to promote public policies *human-development-oriented*.

Keywords

Ethnic issues, ethnic media, community radio, cultural violence, journalism ethic.

Introducción: *De selvas, fronteras y agendas mediáticas*

> *"Ir al otro y volver del otro, no es un problema intelectual, es problema del corazón. Claro que uno pueda estudiar al otro, es más, es un deber hacerlo. Pero comprenderlo es algo distinto. Conocer la vida de los pueblos, hacer la pregunta necesaria que conduzca al saber, no sale del conocimiento del científico, sino del corazón del hermano o de la hermana. Sólo así es posible que las personas puedan salir de su mundo y entrar en los otros mundos."* [Kungiler Iguaniginape, 2003]

Nos encontramos en temporada de celebraciones, hoy en día, en Colombia. Dos siglos de supuesta independencia y dos décadas de un ciclo constitucional que no parece haber alcanzado ni su adolescencia. Nos encontramos celebrando y estos festejos no se están realizando en una atmosfera exactamente amigable: el país se encuentra "en estado de sitio", acorralado entre sus casi cinco millones de desplazados y una mayoría absoluta de su población que vive en estado de exclusión (PNUD, 2009). Una exclusión que no va de la mano con el dictamen de nuestra Carta Magna que, desde el ya lejano 1991 clama para una multi-culturalidad que debería significar coexistencia pacífica, participación colectiva y dialogo inter y transcultural: este "ir al otro y volver del otro" que es el supuesto más básico de la convivencia humana. Pero la verdad es que, hoy como ayer, Colombia es todavía conflicto, violencia y olvido.

El intelectual uruguayo Eduardo Galeano alguna vez dijo que

> "suenan muy futuras ciertas voces del pasado americano muy pasado. Las antiguas voces, pongamos por caso, que todavía nos dicen que somos hijos de la tierra, y que la madre no se vende ni se alquila". Y es más: "mientras llueven pájaros muertos [...] y se convierten los ríos en cloacas, los mares en basureros y las selvas en desiertos, esas voces porfiadamente vivas nos anuncian otro mundo que no es este mundo envenenador del agua, el suelo, el aire y el alma. También nos anuncian otro mundo posible las voces antiguas que nos hablan de comunidad" (Galeano, 2005: 32-33).

Galeano nos habla de voces antiguas y silenciadas pero vivas y ansiosas de hacerse escuchar. Son las voces de aquellos millones de indígenas que desde siempre han sido los

pobladores de este continente, esta América que sigue prefiriéndose Latina para olvidar su alma nativa. Las voces que no encuentran espacio en los medios de comunicación debido a su carácter poco comercial.

Ya, porque como alguna vez me explicó una colega periodista de una importante casa editorial colombiana, *"El indio no vende, hermano"*. Es esta la visión del indígena, tildado en este caso de "indio" (sinónimo de sucio, para muchos), que sigue dirigiendo la agenda editorial, es decir comercial, de la información colombiana. Está claro: *"el indio no vende"*. Como no ha vendido durante cinco siglos de conquista, de saqueo o, como prefieren algunos, de "colonización". En realidad, lo que vende es "la cara exótica" de esta América: cuerpos perfectos adornos de coloridas plumas de guacamayas, bailes rítmicos y movimientos fluidos, rituales misteriosos y prácticas inexplicables. En fin, la selva, esta tierra de nadie que parece sacada de un fotograma de *Apocalipsis ahora*, la obra maestra de Francis Ford Coppola (1979), aquel *"terror"* que nos describió magistralmente el periodista y escritor Joseph Conrad (2004. [1898]) y que, en términos más académicos, la antropóloga Margarita Serje ha identificado como una frontera artificial en la cual los frágiles gobiernos de los países en vía de desarrollo -y específicamente Colombia- no consiguen ejercer plenamente su soberanía arbitraria (Serje, 2005). Así que se contentan de construir identidades artificiales e "idearios nacionales" -condimentados de sombreros *vueltiaos*, campesinos *enruanados*, chamanes *diplumados*, arqueología *para dummies* y un toque de arte religiosa- para construir una agenda nacional *à la carte* que será puesta en circulo a través de aquella aguja hipodérmica que son los medios de información sujetos a las presiones directas e indirectas de las élites de poder.

1. Espacios coloniales y conflicto en el periodismo colombiano

"El poder es la guerra, es la guerra proseguida por otros medios"
[Foucault, 2001: 27]

El filosofo francés Michel Foucault, invirtiendo el célebre aforismo del polemólogo prusiano Carl Von Clausewitz (1999 [1832]), alguna vez pregonó que el conflicto no es "la

continuación de la política por otros medios": al revés, en la sociedad posmoderna y neoliberal, se está revelando una presencia constante, una lógica omnipresente de "enfrentamiento persistente" (Foucault, 2001). Se trata de un escenario en el cual es necesario pensar en términos de tácticas, en el que siempre hay y habrá un adversario y en el cual la única solución posible es la derrota del enemigo.

De hecho, las lógicas de dominación hegemónica que han sido establecidas en Colombia (y, de hecho, en todo el Sur del mundo) se basan en un esquema de reproducción del poder que no es nada más que una versión -quizás actualizada pero seguramente criolla- de aquel cementerio de élites del cual nos hablaba, hace casi un siglo, el sociólogo italiano Vilfredo Pareto (1968 [1916]). En este continente, siguiendo la perspectiva de Pareto, se han desarrollado grupos de poder -esto es, élites- que tienen a la vez, volviendo a una diferenciación ya descrita por Machiavelli (1994 [1513]), actitudes de leones o de zorros. En el primer caso, usan la coacción, la fuerza (la *macht* weberiana. Weber, 1991 [1918-19]) para imponer su soberanía; en el segundo caso, usan la persuasión y el enmascaramiento (la *herrschaft*): lo que, en la literatura académica llamamos propaganda y que, más prosaicamente, tendríamos que definir "ficción" (una extensa disertación sobre el argumento se encuentra en Chomsky, 1995). Una "mentira que convence" y que sabe transformarse en realidad y pensamiento único, puesto que se apoya en la legitimidad más estable y duradera que nos ofrezca la posmodernidad: aquella proporcionada de manera "indolora" con la contribución de los medios de comunicación (Ramonet, 1995).

Esta forma de control social, la cual ha permitido a los integrantes de las élites continentales aprovecharse de manera incontrolada de los recursos naturales a través de la esclavitud y de la proletarización de los grupos marginados -y sobre todo de los indígenas- se basa en un capitalismo (esta vez sí, salvaje, como lo definió el mismo Papa Juan Pablo II en su encíclica *Centesimus Annus*[3]. Ioannes Paulus PP. II, 1991) que ha ido siempre de la mano con los medios de comunicación que han formado nuestra "Cultura Latinoamericana" (con la mayúscula porque oficial, institucional e instrumental): un imaginario que, a pesar de su ímpetus apologético, se ha quedado nacionalista, populista y, al fin y al cabo,

frustrado en el innatural intento de esconder su real identidad. Una identidad que es nativa y que, paradójicamente, se ha transformado en un patético Carnaval que se disfraza y se vuelve blanco, macho y vencedor. La información de régimen crea mitos asociados a las proezas futbolísticas del "pibe" Diego Armando Maradona o a las riquezas del "patrón" Pablo Escobar, dejando de lado los efectos de la violencia estructural y del conflicto armado y social que tienen que padecer cotidianamente los más de doscientos millones de pobres del continente.

El capitalismo "de rapiña" que opera desde hace cinco siglos en el Continente ha necesitado, entonces, de una ciudadanía dócil y respetuosa de aquel espejismo que aquí llaman "democracia": y para alcanzar este objetivo se ha apoyado en aquellas "industrias culturales" que, como reconocieron los científicos sociales asociados a la Escuela de Frankfurt ya a partir del 1930, no son solamente empresas dedicadas a la producción de servicios: son estructuras que, con el objetivo de acumular ganancias (lógica constitutiva de las corporaciones capitalistas), crean meta-realidades en las cuales las audiencias se vuelven domesticadas y dispuestas a deshacerse de sus responsabilidades ciudadanas para rebajarse al papel de meros consumidores[4].

El análisis de las estructuras de la posmodernidad, con las diferentes perspectivas que le dieron Michel Foucault, Pierre Bourdieu, Jean Baudrillard, Teun Van Dijk, Ernesto Laclau (solo para citar algunos ejemplos paradigmáticos), siempre ha considerado la influencia creciente que los medios de información tienen para el establecimiento de una "masa social" indiferenciada sea en su aspecto formal sea en su homogeneidad de pensamiento. La fantasía cinematográfica nos perfila desde un "efecto Matrix" hasta un "universo Truman Show" en los cuales la realidad de nosotros ignaros ciudadanos-consumidores resulta manipulada por meta-poderes que, por su identidad "meta" –es decir, superior- quedan difíciles de identificar y, por supuesto, responsabilizar.

Los mismos ciudadanos-consumidores, incapaces de "recordarse" de su paisaje social de referencia, prefieren entonces aturdirse con eslóganes que, a pesar de su carácter

eminentemente publicitario, inundan los espacios de información de los medios masivos. Nada nuevo: la reflexión periodística ha dejado el paso a la noticia "spot", la frase "memorable", el juego de palabras que "dispara la audiencia". Es así que, en esa "*tierra del olvido*" que es Colombia, se crean imágenes como aquella de "*la mejor esquina de América*", de un pueblo "*echado pa'lante*" que canta feliz: "*¡Colombia es pasión!*"[5]. Un pueblo que, como en el imaginario macondiano de Gabriel García Márquez, vive hipnotizado en un realismo mágico (la meta-realidad) anacrónico y "marciano". Los encantadores de serpientes, en este caso, han sido las industrias culturales nacionales y multinacionales, que a través de su "inmensa" producción, por lo menos en términos cuantitativos, han impuesto en todos los campos de la Cultura (de nuevo, con la mayúscula) unas identidades coloniales construidas para satisfacer los gustos y las necesidades de una reducida minoría (las élites).

2. ¿Alternativos o marginales? Los medios étnicos de comunicación en Colombia

Es innegable que la siempre mayor presencia social de los movimientos indígenas en América Latina otorga una nueva dimensión a su participación y a sus reivindicaciones sociales, incorporando temas nuevos en la agenda política y mediática y abriendo el campo a nuevos espacios de dialogo (Dávalos, 2005). Se trata de espacios de carácter más o menos institucional (debates, mesas de diálogo, grupos de trabajo) pero también de medios de comunicación más o menos formales que otorgan a los grupos nativos del continente una herramienta para comunicar entre ellos y con un público no indígena.

En Colombia existe un sinnúmero de medios que, de una u otra manera, pueden ser identificados como "medios indígenas". Sin embargo es necesario anotar que esta definición es voluntariamente "amplia" y no excluyente, puesto que reuniría por lo menos cuatro categorías diferentes de medios, a saber:

1. *los medios comunitarios estrictamente indígenas*, es decir medios cuya propiedad y gestión son responsabilidad de la comunidad[6]. Se trata, en la mayoría de los casos, de radios comunitarias de débil potencia cuyo alcance, normalmente, no consigue

sobrepasar los límites de los resguardos en los cuales operan. Las primeras emisoras indígenas de radio comenzaron a operar en Colombia en el 2002: eran catorce y lograban una cobertura del 78.6% de la población indígena nacional (Mincultura, 2002: 10). Es el caso de Radio Nasa, que nació como una emisora comunitaria del municipio de Toribio, de Voces de Nuestra Tierra, otra emisora comunitaria del Cauca, o de Radio Payumat, cuya vocación ha sido aquella de constituirse como centro de comunicación local, lugar de socialización y de debate.

2. *los medios comunitarios de carácter interétnico*, generalmente de cubertura local o regional, los cuales presentan en su agenda informativa un cierto número de espacios dedicados a temáticas indígenas. Un ejemplo es la emisora Ecos del Atrato, que funciona como herramienta informativa para las comunidades indígenas, afro-descendientes, mestizas y campesinas de la región más septentrional del Chocó.
3. *los medios gremiales y asociativos de carácter interétnico*, como los boletines impresos y electrónicos de las organizaciones y asociaciones para la defensa y la tutela de los derechos de los grupos indígenas. Es el caso de las *newsletter* a través de las cuales entidades como la Organización Nacional Indígena de Colombia (ONIC) y la Organización Regional Emberá y Wounaan (OREWA) visibilizan sus actividades y construyen redes sociales entre sus asociados.
4. *los medios masivos de carácter interétnico*, cuya lógica operativa es esencialmente economicista. En Colombia se presenta un único caso supuestamente asociable a esta categoría: se trata de la revista “Actualidad Étnica”, que nació hace más de veinte años como boletín interno de la Fundación Hemera y que sigue circulando como órgano de información para investigadores, activistas y otros lectores interesados en “lo indígena”. En 2009 se publicó una versión impresa que solo ha alcanzado las dos ediciones, debido a los escasos resultados de venta. Cabe anotar que este periódico no tenía un público indígena, que se vendía solo en determinadas librerías de la capital y, sobre todo, que la casi totalidad de su redacción estaba (y está todavía, para la versión electrónica, actualidadetnica.com) constituida por “no indígenas”.

Si revisado en términos cualitativos, más que cuantitativos, este panorama no es ciertamente alentador. Para el caso de las emisoras comunitarias hay que anotar que, hasta el momento, la legislación colombiana no ha facilitado su surgimiento ni su fortalecimiento. Efectivamente, las primeras emisoras indígenas obtuvieron sus licencias como "radios de interés público", una categoría legal reservada hasta entonces para aquellas licencias asignadas a entidades públicas (por ejemplo, los gobiernos municipales o las universidades públicas). Sin embargo, los pueblos indígenas (sobre todo a través de sus organizaciones y asociaciones) habían solicitado un marco legal diferente y específicamente diseñado que les asignara la denominación de "radios indígenas": esto es, ni "de interés público" ni "comunitarias". La razón por la cual aspiraban a evitar la categoría de "interés público" es sencilla: saltar aquel obstáculo que es la prohibición de la emisión publicitaria, un recurso fundamental para garantizar la sostenibilidad económica de las emisoras indígenas. Por otra parte, las comunidades indígenas esperaban evitar la categoría de "radio comunitaria" porque ésta limita la potencia de transmisión de la emisora y, por lo tanto, su cobertura territorial. Finalmente, pero, el gobierno colombiano rechazó la propuesta de diseñar una nueva categoría legal específica para regular las "radios indígenas" y optó por asignarles licencias como "radio de interés público", de las cuales se hacen responsables los Cabildos Gobernadores de los resguardos, autoridades indígenas "legalmente reconocidas" por el gobierno central. La paradoja más evidente es que esta categoría, como ya dijimos, impide a los pueblos indígenas financiar sus emisoras a través de pautas publicitarias, obligando estas últimas a depender de subvenciones, ayudas financieras y patrocinios que, generalmente, tienen carácter puntual, contingente y de corto plazo[7]. Y como si no fuera bastante, la legislación colombiana no permite que las emisoras indígenas de radio transmitan en red, así como pasa con las radios comunitarias, complejizando todavía más la realización y la difusión de contenidos para audiencias más amplias[8]. Este esquema normativo no permite, obviamente, aquel ideal de autonomía que permea la definición de medio comunitario: al revés, mina profundamente toda posibilidad de quedar independiente de los mecanismos del mercado (y de las presiones del Estado). Es así, entonces, que se está "marginalizando la alternativa" (Carpentier et al., 2008). Una vez más, nos encontramos con los efectos del paradigma neoliberal aplicado al panorama

mediático colombiano: una lógica exclusiva que limita, hasta la desaparición, la existencia de voces que "desde abajo", puedan generar diálogos que pongan en discusión el esquema autoritativo de la comunicación pública (que, por su naturaleza, es "vertical" y "desde arriba")[9].

3. Periodismo y asuntos étnicos: atajos analíticos y génesis de conflictos

Este escenario "Matrix" se está configurando en un contexto contradictorio: de un lado, las Constituciones de los países latinoamericanos (también aquella colombiana, del 1991) otorgan derechos colectivos sobre una parte (reducidísima) de los territorios que los indígenas ocupaban tradicionalmente; y de otro lado, asignan un valor prioritario a las políticas estratégicas de apertura económica del continente. Para estos efectos, la titulación colectiva se volvió un obstáculo frente a los programas de desarrollo previstos por el esquema productivo global. Como anota Porto-Gonçalves, una de las causas de las innumerables masacres que se han realizado en el continente durante los últimos años puede ser atribuida a este mismo proceso de atribución territorial, reconocido en las Cartas Magnas, debido a que, de una cierta manera, ha "motivado" a los titulares de los derechos sobre las tierras objeto de conflicto para resistir a quienes intentaban sustraérselas, estimulando un aumento de la violencia en su contra por parte de los criminales (Porto-Gonçalves, 2006). En el caso colombiano, desde la emanación de la Constitución Nacional, millares de indígenas en todo el país han tenido que sufrir el impacto del desplazamiento (Villa, 2005). A este proceso de destierro ha seguido, generalmente, una ocupación del territorio por parte de los actores armados, la venta ilegal de los títulos colectivos a empresas privadas o prestanombres, la deforestación de las áreas de bosque y una conversión del uso de la tierra orientado a la expansión de los cultivos agroindustriales (sobre todo de palma africana y de coca).

Este escenario contradictorio, sin embargo, no parece presentar mayores intereses en la mayoría de los medios de comunicación, los cuales prefieren evitar el cubrimiento de temas "complejos"[10]. En la eventualidad en que se encuentren obligados a tratarlos, en general, tienden a simplificarlos, acudiendo a una serie de "atajos" analíticos cuya función es

exactamente aquella de evitar un análisis critica, por parte de las audiencias, de los aspectos problemáticos del tema tratado. Es posible reconocer cuatro "estrategias viciosas" a los que las industrias culturales y los órganos de información oficial recurren a menudo en el tratamiento de los asuntos étnicos.

El vicio más común es la *exclusión*, es decir aquella estrategia de selección de la información que, deliberadamente y conscientemente, no presenta a la ciudadanía elementos noticiosos relacionados con temas, fenómenos y procesos percibidos como "incómodos" para los grupos editoriales que controlan los medios masivos. Es decir, una eliminación "desde arriba" de cualquier elemento que, a pesar de su interés público, no tenga perspectivas de venta o que, peor, no tenga la apreciación (esto es, el visto bueno) de las élites de poder.

El segundo "atajo" es la *invisibilización*. Se trata de un proceso más hipócrita, que tiende a borrar los rastros étnicos de la realidad, permitiendo que en la opinión pública se olvide la obvia consideración que, por una absurda paradoja, la mayoría absoluta de las víctimas y de los verdugos del continente pertenecen a sus minorías étnicas. Como reconoció justamente el profesor Jaime Arocha, el conflicto social, en Colombia y en todo el continente americano, se está "etnicizando" (Arocha, 1992), lo que está demostrado por el dato cuantitativo puro: sin embargo los medios de comunicación nos informan acerca de una realidad muy diferente, en la cual parece que los únicos actores sociales dignos de atención son los miembros más integrados de la ciudadanía urbana (a pesar de que representen solo una escasa minoría de la realidad demográfica de esta esquina del "Sur del Mundo").

El tercero vicio es la *exotización*, a través del cual se vuelve "fenómeno" el aspecto más superficial de las culturas indígenas, como en el caso de las formas hibridas de curación, ahora tan en boga en nuestra farándula criolla (Uribe, 2008). Los taitas "diplumados", como ellos mismos irónicamente se definen, han encontrado en los ciudadanos-consumidores de la cultura "hegemónica" (aquella que tendría que guiarlos de su estadio de barbarie hacia una no bien especificada civilización) una comunidad heterogénea de personas dispuestas a

una confianza sin límites hacia “los misteriosos secretos de la selva”. Admitámoslo: lo indígena es “otro” y por esta razón nos atrae, sobre todo si es “chamánico”. Es así que, paradójicamente, en nuestros periódicos los asuntos étnicos desaparecen de las páginas dedicadas a la política, la economía, la justicia o la cultura para volver a aparecer en las páginas de “farándula y chisme”, recordándonos que lo indígena está de moda, en estos días: los estilistas usan sus dibujos geométricos para ornar vestidos y accesorios, los diseñadores crean objetos basados en su grafica “ancestral”, los adolescentes quieren tatuajes “tribales”, los amantes quieren pasiones “salvajes” y los turistas quieren vacaciones “exóticas”. Esta exotización pero, no es nada más que una operación a través de la cual se quita el aspecto problemático de la cuestión (con un simple golpe de borrador) para dejar a la vista su lado más atractivo, interesante y “vendible”. Una versión posmoderna y “pop” de aquel racismo y aquella discriminación que parecen haber sido el legado ideológico más triste del siglo apenas terminado.

El cuarto y último atajo es el *sensacionalismo*, un vicio del cual se tiene evidencia cada vez que se revela algún “descubrimiento” en el marco de los asuntos étnicos. Cíclicamente estamos acostumbrados a la aparición de servicios periodísticos y “scoop sensacionales” acerca de “ciudades perdidas”[11] y de una que otra “tribus perdida”[12] en una de las tantas selvas de este continente. Con el mismo ritmo nos informan de hallazgos relacionados con las posibles aplicaciones de las medicinas aborígenes y nativas y de sus espectaculares resultados para el tratamiento de todo tipo de patología. A partir de la mercantilización de las noticias y su valorización en función de criterios puramente estéticos que privilegian lo insólito, lo extravagante, lo asombroso se está creando un panorama informativo que menoscaba la profundización que necesitaría todo producto periodístico y que nos hacen olvidar que cada “descubrimiento” se asocia a una serie de conflictos que, en la mayoría de los casos, tendrán efectos directos para los indígenas. En Colombia nadie puede olvidar el caso de los Nukak-Maku, un pueblo indígena nómada que en 1988 entró en contacto con el mundo occidental cuando un grupo de sus ellos cruzó el umbral del poblado de Calamar, en el Guaviare, mientras escapaba del ataque de un grupo de colonos intencionados en cultivar coca en sus zonas de caza y recolección. Dos décadas de “encuentros y desencuentros” con

la modernidad han reducido de dos tercios la población Nukak-Maku, decimada por las enfermedades "occidentales" y por la violencia del conflicto armado. Ni se puede olvidar que muchas empresas farmacéuticas y químicas siguen interesadas (hoy como en el pasado) en saquear no solamente los conocimientos ancestrales de nuestros chamanes, taitas, *jaibanás* y *neles*, sino también los recursos naturales necesarios para la preparación de los productos farmacéuticos, lo cual ha desencadenado una serie de disputas de carácter medioambiental[13] en algunas de las áreas más biodiversas del país: la macro-región Amazónica, el Chocó bio-geográfico y el Valle del Sibundoy, en Putumayo[14].

Estos atajos han acostumbrados nuestras audiencias pasivas a no buscar, no analizar, no investigar ni criticar acerca de los aspectos problemáticos de esta realidad. Como observaba con precisión la filosofa alemana Hannah Arendt en sus celebres reportes sobre el proceso Eichmann en Jerusalén, la "banalidad del mal" no se encuentra solamente en las manos criminales que cometen directamente una injusticia: se encuentra también (y sobre todo) en el silencio de ciudadanías enteras que, excusándose por su desinformación, permiten que se perpetren cada día más crímenes y que queden impunitos (Arendt, 1999).

4. Periodismo etnófago y estereotipos

En agosto de 2009 la ONG británica Survival, reconocida por su compromiso activo para la defensa de los derechos de las poblaciones nativas del planeta, condecoró el columnista peruano Andrés Bedoya por una de sus columnas de opinión aparecida en el importante diario limeño "El Correo". El premio era dedicado al "articulo más racista del año" (Survival International, 2009). Efectivamente en su pieza el autor se dedicaba a responsabilizar a los "chunchos" (los indígenas, en el vocabulario de Bedoya) por el contexto de subdesarrollo vigente en Perú (Bedoya, 2009). En las palabras del respetado columnista, los "paleolíticos" que habitan los territorios rurales de la nación "*apenas chancan el castellano*" y "*sus lenguas nativas no pasan de ochenta vocablos*": son ellos, en fin, el principal obstáculo para la modernidad a la cual tienen derecho los peruanos. Para rematar, el mismo texto insinúa, no tan veladamente, que habría que utilizar el napalm contra los indígenas. La argumentación del periodista se basa en todos aquellos atajos que

acabamos de revisar, resucitando el fantasma del "indio malo, caníbal y reductor de cabezas" que fue tan útil para las matanzas caucheras que mancharon de sangre las selvas del continente a comienzos del siglo pasado (Pineda, 1995). Un fantasma inexistente, como nos demuestra la literatura antropológica latinoamericana desde hace más de medio siglo (Serje, 2008a). Los "reductores de cabeza" sirven a las empresas capitalistas para justificar las ocupaciones y las "limpiezas étnicas" (genocidios, en la jerga jurídica) en aquellos territorios considerados estratégicos por su riqueza de recursos naturales o por su posición geográfica especifica. Son las mismas empresas que, a través de las industrias culturales (y de periodistas como Bedoya) se encargan de "socializar" el enemigo, de manera que el "indio" se vuelva el contrincante no solamente de las corporaciones, sino también -y sobre todo- del ciudadano común y corriente, poco dispuesto a sacrificar su bienestar individual y su necesidad de consumo al altar de la justicia social y ética.

El periodismo latinoamericano, en este sentido, ha desarrollado imaginarios polarizados acerca de las realidades étnicas del continente, presentándolos, a la vez, según lo exijan los objetivos de ventas de las empresas mediáticas: de un lado el indígena exotizado, víctima de una maldad (o maldición) histórica e incontrovertible, y de otro lado el indio salvaje que se obstina a impedir el natural desarrollo de la Historia (otra vez, en mayúscula). En el primer caso, tenemos un periodismo de "pornomiseria"[15], lo zoom listo a enfocar en las lágrimas de los "pobrecitos": un periodismo victimofilo y victimofago, que se nutre de sufrimiento para encontrar su razón de existir. En el segundo caso, tenemos un periodismo racista (porque ignorante) que se obstina (él) a no entender que los indígenas del continente no se van de sus tierras ancestrales para dejar espacio al "desarrollo" exactamente porque esas tierras son suyas. *Mutatis mutandis*, es obvio que a nadie le gustaría que unos desconocidos le ocuparan su vivienda.

Esta falta de profundidad se ha escondido a través de la construcción de imágenes "totémicas" que tranquilizan los espíritus de las audiencias más biempensantes y supuestamente emancipadas. A esos tótem han sido asociadas calidades y virtudes que, en un proceso que los psiquiatras definen contra-transferencia, funcionan como catalizadores

catárticos para los males del mundo. Al fin y al cabo son “empaques” que sirven para definir de manera univoca y sencilla las grandes categorías experienciales. De esta manera, el indígena (ese “otro” que nunca nos atrevimos a conocer) se asocia con factores como la sabiduría, la ingenuidad, la malicia, la creatividad, la mística, la naturaleza, el medio ambiente (D'Aubeterre, 2007). Son estereotipos, nada más: y sirven para que las industrias culturales no se sientan culpables y para que las audiencias no perciban el engaño. Esos estereotipos, inducen en las ciudadanías actitudes esquizofrenias hacia los pueblos indígenas que, de una u otra manera, polarizan la contienda.

Pero, paradójicamente, los medios de información no dan cuenta de esta realidad, quedando en un “limbo” de supuesta neutralidad que no sabe denunciar el escándalo que es manifiesto en más de la mitad del territorio colombiano (y, con porcentajes diferentes, en casi todo los países del continente): en función de los intereses (y del bienestar) de la ciudadanía urbana, se están transformando los territorios indígenas en parques “museo” o, peor, en parques de diversión, dejando de un lado el hecho que para permitir que unos pocos puedan transcurrir sus vacaciones en “paraísos eco-turísticos”, se están desplazando de sus tierras ancestrales a un número incalculable de personas. La injusticia es evidente: los periodistas siguen en silencio.

5. Buen gobierno, medios de comunicación y diplomacia ciudadana.

La literatura académica ha reconocido que en contextos de conflicto (armado, violento o verbal) los medios de comunicación, sean ellos masivos, comunitarios o alternativos, juegan un papel fundamental (Terzis y Vassiliadou, 2008). En un panorama social polarizado, es muy probable que se generen medios polarizados: y es en estos espacios que, muy fácilmente, el dialogo se transforma en pensamiento único y -el paso es breve- en propaganda. Es el caso de los *hate media* (medios para el odio), cuyo ejemplo más conocido fue la emisora ruandesa *Radio Télévision Libre des Mille Collines* (Radio Televisión Libre de las Mil Colinas o RTLM), desde cuyo estudio, a lo largo de la primera mitad de los años ’90 del siglo pasado, se emitió sin cesar una propaganda odiosa en contra de los tutsis, de los hutus moderados y de la misión de *peace-keeping* de las Naciones

Unidas (MINUAR). A través de su discurso violento y radical, la RTLM fomentó la génesis de aquella atmósfera de racismo y odio en la nación africana, que fue la causa desencadenante del trágico genocidio que la arrasó bajo la mirada hipnotizada e impotente de la comunidad internacional (Yanagizawa, 2009).

Fue a partir de aquella experiencia que las organizaciones internacionales gubernamentales y no gubernamentales (ONG), en cooperación con las agencias gubernamentales para el desarrollo, han comenzado a dirigir su atención hacia procesos de desarrollo de "medios para la paz", cuyo rol fuera aquello de servir de espacios de negociación pública y de diplomacia ciudadana. Se trata, en su mayoría, de medios comunitarios y étnicos (en Tanzania, es el caso de Radio Kwizera) cuyo presupuesto se apoya prioritariamente en subvenciones de origen externa y cuya sostenibilidad, en general, se limita a la duración de estas ayudas financieras (numerosos ejemplos se encuentran en Gumucio, 2001).

5.1. Entre ética y étnica: breve digresión sobre la moral periodística

El problema, muy probablemente, no reside sencillamente en la necesidad de crear nuevos medios específicamente "peace-oriented". La realidad nos induce a reflexionar sobre otras debilidades estructurales que, una vez solucionadas, pueden facilitar la génesis de medios realmente dialógicos y promotores de un cambio social. No hay que olvidar que la fragilidad de los sistemas de información latinoamericanos y su casi total sometimiento a las exigencias de los mercados económicos y financieros globales está literalmente acorralando a los periodistas del continente, limitando su capacidad de ejercer de manera responsable y ética las labores de investigación asociadas a su oficio.

Es de esta manera que se han generado legiones de periodistas que, en nombre de aquel oxímoron que es la "pax mafiosa", han encontrado una respuesta (negativa) a la pregunta "¿vi o no vi?", manchándose por cobardía de crímenes que hubieran podido denunciarse (y tal vez evitarse). La complicidad de esos periodistas ha justificado la existencia de quienes, más radicales, han asumido tonos discriminantes (hasta racistas) con el objetivo de

favorecer la polarización y el conflicto social. A poco sirven los esfuerzos de aquello periodistas que en Francia definen “BoBo” (*Bourgeois bohémiennes*, burgueses bohemios) y que, a pesar de sus actitudes formalmente criticas, se defienden con el escudo de la “neutralidad periodística” para no denunciar de manera efectiva las injusticias de las cuales tienen conocimiento. Son aquellos que se limitan a informar más que a comunicar (Ramonet, 2001). Afortunadamente, existen todavía muchos periodistas (no son legiones, pero son suficientes) que creen que la primera responsabilidad de un profesional de la información critica sea aquella de controlar las fallas y los puntos débiles del sistema, para construir un clima de real justicia social. Los periodistas asumen, de esta manera, el papel de “vigías” (*watchdog*, en inglés) dispuestas a vigilar el incumplimiento del “contrato social” por parte del Leviatán, a través de una acción de veeduría ciudadana constante y minuciosa.

En Colombia, el asunto de la ética profesional se ha vuelto de nivel moral, es decir, individual. Creo que esto se deba, al fin y al cabo, a la inexistencia de todo tipo de impulso u instancia ética que tenga una real vigencia en el campo del periodismo. Efectivamente, el panorama gremial en el país es confundido y, sustancialmente, conflictivo[16]. La ética, según los antiguos filósofos griegos, es una consideración que puede considerarse universal en y para todos los ciudadanos: ¿pero existe quizás una práctica común a todos los periodistas colombianos o latinoamericanos en el desarrollo de su oficio? La respuesta no puede que ser negativa, hoy en día. Quizás existió un lugar y un tiempo en que sí, todos los periodistas eran honestos, laicos, atentos a buscar y verificar el mayor número posible de fuentes, preparados para investigar y correctos cuando había que denunciar: esto es, periodistas sujetos a unas normas éticas y humanas. Sin embargo, no es esta la realidad. El periodista latinoamericano ha sido abandonado a su moral: si la tiene, su trabajo responderá a los cánones éticos que antes citaba; si no la tiene, se limitará a informar según lo requieren las directivas editoriales (es decir comerciales) del medio en que se desempeña.

5.2. ¿Otro periodismo es posible?

Nuestra rápida revisión de los vicios (muchos) y virtudes (pocas) del periodismo que se

ejerce cotidianamente en el país no quiere quedarse una mera “lamentación de Jeremías”, estancada en su *pars destruens*. Toda revisión, si constructiva, puede contribuir en el mejoramiento de algunas prácticas. Y es esto, si posible, el objetivo de este trabajo.

La comunicación puede transformarse en un vehículo para el cambio social, pero es necesario mirar a estrategias *bottom-up* que, en vez de buscar un control institucional (*top-down*) sobre la información (con el obvio riesgo de poderse dejar tentar por las derivas de la censura), se esfuerce de generar en los mismos periodistas unas competencias que les permitan ejercer de manera digna y moral su oficio.

Para alcanzar esta meta, es necesario comenzar a trabajar en los mismos centros de formación profesional y académica, los cuales deben dar cuenta de la realidad multiétnica y multicultural del continente y deben entrenar sus estudiantes para que desarrollen las capacidades necesarias a investigas y denunciar, de manera competente, las injusticias de las cuales llegaran a ser testigos. Una competencia que debe ser también terminológica, como nos recuerdan justamente los periodistas de la Corporación Medios Para la Paz (Castro Caicedo et al., 2001). Las mismas Universidades, en función de su misión como “centros de construcción social”, deberían fomentar la constitución de grupos de investigadores dedicados a funciones de veeduría ciudadana y de observación de medios para analizar, de manera informada y científica, el discurso que se produce alrededor de las minorías étnicas a través de las industrias culturales[17]. Se necesitaría también un mayor esfuerzo para la capacitación de los periodistas en la ejecuciones de tareas “en el terreno”, aquel trabajo de campo (*fieldwork*, como lo definen de manera más precisa los antropólogos) que queda el único contacto entre quien informa y la realidad.

El desarrollo oportuno de redes y comunidades de periodistas, dirigidas al intercambio de información sobre un principio de solidaridad y justicia, no puede que facilitar estos procesos, y la existencia de una “realidad Web 2.0” vuelve este reto más fácilmente alcanzable. Las nuevas herramientas tecnologías que tienen a disposición los periodistas permiten la creación y la gestión de medios comunitarios que, por su economía y sencillez

de uso, pueden contribuir a "empoderar" comunidades y grupos humanos alejados de los centros urbanos. Las nuevas formas de periodismo étnico, público o cívico (Merritt, 1997; Miralles, 2006) se basan exactamente sobre estas plataformas informáticas para poder dar voz a los ausentes de la arena pública, los miembros silenciados de las democracias imperfectas del continente (Merkel, 2001).

En fin, hay que ser optimistas. Como reconocía justamente el filosofo italiano Antonio Negri, el "Imperio" –esta especie de Leviatán posmoderno- lleva, así como el capitalismo de Marx, una incongruencia *in nuce*: facilita a las "multitudes" (los movimientos, redes y comunidades sociales) las mismas herramienta que sirven para desarmarlo (Negri, 2000). Vistas desde una perspectiva no instrumental, las tecnologías asociadas a la información y comunicación (TIC) permiten un acceso fácil, efectivo y económico a los flujos informativos globales, relativamente menos expuestos a las presiones políticas y económicas en función, sobre todo, de su naturaleza informal que les permite "escapar" a eventuales censuras o chantajes de otro tipo. Además, el nuevo panorama web 2.0 (y la incipiente versión 3.0, que promete ser todavía más interactiva) nos presenta formatos comunicativos, como las *web-radio*, los *foto-blog* o los *webinar*, que permiten asociar contenido multimedia para ofrecer a los usuarios experiencias informativas lo más posible completas. En esta aproximación, las TIC, asociadas a otras estrategias comunicativas interpersonales (más consonantes a la socio-dinámica indígena) podrían representar una herramienta de desarrollo de medios indígenas alternativos que permitan a las comunidades nativas de tener voz en la arena política local y nacional, intercambiar ideas y expresiones culturales con otras comunidades y etnias y, sobre todo, que funcionen como espacios de socialización y dialogo, desde los cuales fomentar una cultura de paz.

6. Reflexiones finales y conclusiones

> *"No creo en el periodismo que se llama a sí mismo impasible, tampoco en la objetividad en su sentido formal. El periodista no puede ser un testigo impasible, debe tener eso que en psicología se llama empatía. Por eso el llamado periodismo objetivo, desapasionado, no puede existir en situaciones de conflicto"*
> (Restrepo, 2007: 54)

En la actualidad, es posible identificar una preocupación latente entre muchos comunicadores alrededor de su responsabilidad social, es decir de su competencia en la gestión de la información como bien social. La abundancia –hasta la sobreabundancia- de informaciones, la rapidez que necesita su tratamiento, así como su mercantilización son los factores que, hoy en día, minan la independencia y la capacidad de construcción social del comunicador y, especialmente, del periodista. Las presiones de tipo político y económico por las que atraviesa el periodismo han hecho que los periodistas hayan dejado de lado el cumplimiento de su función principal: acercar a los ciudadanos a la información necesaria para que puedan tomar mejores decisiones, orientarse en la vida pública y conocer aquello que no pueden vivir en forma directa, así como controlar a quienes ejercen el poder. Los factores mencionados han conllevado, entre otras cosas, al sacrificio de la calidad por la inmediatez, a confusiones y falta de credibilidad por parte de los lectores, a la ausencia de verificación de datos, y, a un afán de sensacionalismo a través de imágenes y sonidos que parece ser el modelo que imponen las grandes cadenas periodísticas.

Esta breve reflexión ha querido mostrar como en este contexto los indígenas -estas "inmensas minorías"- han tenido que sufrir los efectos más perversos y las incongruencias de nuestro sistema socioeconómico. Un sistema que ha permitido, apoyándose en la comunicación instrumental de las industrias culturales y de los medios masivos, que los indígenas (un tiempo amos y señores de este continente) pero también los afro-descendientes (que, en el caso de Colombia, Brasil, Venezuela y la casi totalidad de los países centroamericanos representan la mayoría estadística de la población) sufrieran no solo la violencia directa de la brutalidad conquistadora, sino también aquella cultural que se basa en la discriminación y aquella estructural de la exclusión.

En este sentido la intención de este trabajo ha sido aquella de mostrar que, afortunadamente, contamos con medios y formas que pueden invertir estas tendencias, propiciando propuestas de comunicación realmente incluyente. Estoy convencido que los tiempos, las culturas e incluso las tecnologías exigen que el periodista deje su rol de ente aislado y "objetivo" que se ocupa de la mera transmisión de los hechos para convertirse en

un actor importante de la vida pública que incorpore a la gente como ciudadanos, propicie el debate público y además, sirva de puente y de herramienta de control ante los actores políticos de tal manera que su contribución trascienda el simple hecho de informar. En América Latina, cada vez y con mayor fuerza el periodismo está llamado a ser consciente de que es una pieza clave en la construcción de la paz comunitaria colaborando en la construcción de vínculos que permitan que aflore el diálogo, un diálogo que promueva la reconciliación, el respeto y la participación; y que, asimismo sea un veedor de los poderes, un animador en la conquista de derechos, un denunciante de formas de injusticia y un buscador de soluciones pacíficas.

Espero, finalmente, que este trabajo haya podido contribuir a generar un nuevo debate: la construcción de la paz necesita perspectivas novedosas y, ¿por qué no?, utópicas...

Bibliografía

Adorno, Theodor y Horkheimer, Max. (1992). Industria cultural y sociedad de masas. Caracas: Monte Ávila.

Alí, Maurizio. (2010, 1 de marzo). Un Observatorio de Medios para la Facultad de Comunicación Social para la Paz: abrebocas para la discusión. Manuscrito no publicado. Bogotá: Facultad de Comunicación Social para la Paz - Universidad Santo Tomás.

AMARC-Europe – Association Mondiale des Radio diffuseurs Communautaires. (1994). One Europe – Many Voices. Democracy and Access to Communication. Conference report AMARC-Europe. Pan-European Conference of Community Radio Broadcasters. Ljubljana, Eslovenia, 15-18 de septiembre. Sheffield: AMARC.

Arendt, Hannah. (1999). Eichmann en Jerusalén: un estudio sobre la banalidad del mal. Barcelona: Editorial Lumen.

Arocha, Jaime. (1992). Los Negros ante la Nueva Constitución colombiana de 1991. En *América Negra*, 3: 39-56.

Bedoya Ugarteche, Andrés. (2009). ¡Pobrecitos chunchos! y otras torpezas. En *El Correo de Lima*, (13 de junio). Sección "Columnas", La ortiga. Consultado el 14 de junio de 2009 en http://www.correoperu.com.pe/

Berrigan, F.J. (1979). Community communications. The role of Community Media in Development. Paris: UNESCO.

Carpentier, Nico; Lie, Rico y Servaes, Jan. (2008). Making community media work: community media identities and their articulation in an Antwerp neighbourhood development Project. En Servaes J. (ed.). *Communication for development and social change*. New Delhi: Sage: 347-373.

Castro Caicedo, German; Villamizar, Darío; Restrepo, Andrés y Guerrero, Arturo. (2006). Diccionario para Desarmar la Palabra. Bogota: Corporación Medios para la Paz – Planeta. Consultado el 10 de junio de 2008 en http://www.mediosparalapaz.org

Chomsky, Noam. (1995). El control de los medios de comunicación. En Chomsky N. y Ramonet, I. *Cómo nos venden la moto: información, poder y concentración de medios*. Barcelona: Icaria Editorial, pp. 7-53.

Conrad, Joseph. (2004). [1898]. El corazón de las tinieblas: con el diario del Congo. Barcelona: Ediciones Folio.

D'Aubeterre, Luis. (2007). La construcción discursiva de la otredad del "indio" en Ciudad Guayana: estudio de creencias y sentido común sobre los Warao indigentes urbanos. En *Athenea Digital*, 12 (otoño): 1-24.

Dávalos, Pablo. (2005). *Movimientos Indígenas en América Latina: el derecho a la palabra*. En Dávalos, P. (ed.). Pueblos indígenas, estado y democracia. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – CLACSO, pp. 17-34.

Ford Coppola, Ford (dir.). (1979). Apocalypse Now. Película producida por Francis Ford Coppola y Kim Aubrey. San Francisco: American Zoetrope.

Foucault, Michel. (2001). [1996]. Defender la sociedad. Buenos Aires: FCE

Galeano, Eduardo. (2005). Úselo y tírelo: el mundo visto desde una ecología latinoamericana. Montevideo: El Chanchito.

Gumucio Dagron, Alfonso. (2001). Making Waves. Stories of Participatory Communication for Social Change. New York: Rockfeller Foundation.

Herrán, Maria Teresa. (1991). La industria de los medios masivos de comunicación en Colombia. Bogotá: FESCOL.

Huesca, Robert. (2008). Tracing the history of participatory communication approaches to development: a critical appraisal. En Servaes J. (ed.). *Communication for development and social change*. New Delhi: Sage: 180-198

Ioannes Paulus PP. II. (1991). Centesimus annus. Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana.

Kungiler, Iguaniginape. (2003, 31 de enero). Anmar Dule: Nosotros/as los/as Dule. En *Dulenega*. Consultado el 15 de mayo de 2006 en http://hosted.nativeweb.org/dulenega/index.html

Machiavelli, Niccoló. (1994). [1513]. Il príncipe. Milano: Mondadori.

Merkel, Wolfgang y Croissant, Auriel. (2001). “La Democracia defectuosa como régimen político: instituciones formales e informales”. En Máiz Suárez, Ramón. (coord.). *Construcción de Europa, democracia y globalización*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago, pp. 119-150.

Merritt, Davis “Buzz”. (1997). “Periodismo público: nuevas respuestas a preguntas clave”. En *Cuadernos de información*, Nº12: 51-55. Consultado el 22 de junio de 2008 en http://fcom.altavoz.net/prontus_fcom/site/artic/cuadernos/12/05.pdf

Mincultura - Ministerio de Cultura de la Republica de Colombia. (2002) Proyecto Comunidad: Señal de Cultura y Diversidad. Programa de Emisoras para Pueblos Indígenas. (Project Report). Bogotá: Ministerio de Cultura.

Miralles Castellanos, Ana María. (2006). Periodismo público en el ámbito del desarrollo municipal y local. Panamá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Consultado el 22 de junio de 2008 en www.c3fes.net

Molano Bravo, Alfredo. (2006, 24 de septiembre). Emisoras comunitarias. En *ElEspectador.com*. Consultado el 25 de septiembre de 2006 en http://www.peaceobservatory.org/es/1962/emisoras-comunitarias

Morales, Mario. (2006, 8 de mayo). El país de las maravillas. Nada como el eslogan de "Colombia es Pasión" nos define tan acertadamente. En *Voltairenet – Red de Prensa no Alineada*. Consultado el 20 de septiembre de 2009 en http://www.voltairenet.org/article138790.html

Narvaez Montoya, Ancízar. (2008). El concepto de industria cultural. Una aproximación desde la economía política. En Pereira, M. J.; Villadiego, M. M. y Sierra, L. I. (ed.). *Industrias culturales, músicas e identidades*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Negri, Antonio y Hardt, Micheal. (2000). Empire. Cambridge: CUP

Pareto, Vilfredo. (1968). [1916]. The rise and fall of the elites: an application of theoretical sociology. New York : Bedminster.

Pineda Camacho, Roberto. (ed.). (1995). El libro rojo del Putumayo: precedido de una introducción sobre el verdadero escándalo de las atrocidades del Putumayo. Santafé de Bogotá : Planeta

PNUD – Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2009). Informe sobre Desarrollo Humano. Superando barreras: Movilidad y desarrollo humanos. Mexico, DF: Mundi-Prensa.

Porto-Gonçalves, Carlos Walter (2006). A Reinvenção dos Territórios: a experiência latino-americana e caribenha. En Ceceña Ana. (ed.). *Los desafíos de las emancipaciones en un contexto militarizado*. Buenos Aires: CLACSO, pp.151-197.

Ramonet, Ignacio. (1995). Pensamiento único y nuevos amos del mundo. En Chomsky N. y Ramonet, I. *Cómo nos venden la moto: información, poder y concentración de medios*. Barcelona: Icaria Editorial, pp. 55-102.

Ramonet, Ignacio. (2001). Comunicación contra información. En *Sala de Prensa*, Año III, 2, (abril). Consultado el 20 de junio de 2008 en http://www.saladeprensa.org
Restrepo, Javier Dario. (2007). Periodismo y Ética. En *Revista Javeriana*, 732 (Marzo): 54-60.

Sanmartí-Roset, Josep M.; Aguado Guadalupe, Guadalupe y Magallón-Rosa, Raúl. (2010). Comparativa de modelos en las relaciones prensa-estado: Colombia, Italia, Francia, España

y Portugal. En *Palabra Clave – Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Sabana*, 13 (1, junio): 127-146.

Serje, Margarita. (2005). El revés de la Nación: Territorios salvajes, fronteras y tierra de nadie. Bogotá: Universidad de Los Andes.

Serje, Margarita. (2008a). "Bibliografía introductoria a las antropologías latinoamericanas". En *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, Bibliografías, 2008. Consultado el 13 octubre 2009 en http://nuevomundo.revues.org/index42783.html.

Serje, Margarita. (2008b). La invención de la Sierra Nevada. En *Antípoda – Revista de Antropología y Arqueología de la Universidad de Los Andes*, 7, (julio-diciembre): 197-229.

Survival International. (2009, 26 de agosto). Call for napalm bombing of 'savages' wins Survival racism award 2009. Comunicado de Prensa. Consultado el 27 de agosto de 2009 en http://www.survivalinternational.org/news/4885

Terzis, Georgios and Vassiliadou Myria. (2008). Working with media in areas affected by ethno-political conflict. En Servaes J. (ed.). *Communication for development and social change*. New Delhi: Sage: 374-388

Uribe, Carlos Alberto. (2008). El yajé, El Purgatorio y la Farándula. En *Antípoda – Revista de Antropología y Arqueología de la Universidad de Los Andes*, 8, (Enero – Julio): 113 - 131

Villa, William. (2005). Violencia política contra los pueblos indígenas en Colombia (1974-2004). En *Revista Semillas*, 24, (junio). Consultado el 29 de noviembre de 2007 en http://www.semillas.org.co.

Von Clausewitz, Carl. (1999). [1832]. De la guerra: táctica y estrategia. Barcelona: Idea Books.

Weber, Max. (1991). [1918-19]. Escritos políticos. Madrid: Alianza Editorial.

Weiskopf, Jimmy. (2002). Yajé. El nuevo purgatorio. Bogotá: Villegas Editores

Yanagizawa, David (November 21, 2009). Propaganda and Conflict: Theory and Evidence from the Rwandan Genocide. Manuscrito no publicado. Stockholm: Stockholm University - IIES. Consultado el 15 de enero de 2010 en http://people.su.se/~daya0852/Rwanda_jmp.pdf

[1] El presente trabajo recoge de manera sintética algunos de los resultados obtenidos en el marco del Observatorio de Medios de la Facultad de Comunicación Social para la Paz de la Universidad Santo Tomás de Aquino de Bogotá (http://observatoriodemediosfcsp.blogspot.com/) así como muchas reflexiones surgidas en el marco de las labores del Proyecto de Investigación interinstitucional "Industrias mediáticas en la región

Bogotá centro" liderado por la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá y cofinanciado por el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia (COLCIENCIAS). Agradezco la ayuda y la dedicación de los investigadores Ivan Buelvas, Laura Robles, Luisa Paez, Alejandra Salamanca, Marcos Canasto y Carolina Rojas, así como los consejos y el apoyo de los profesores Nidia Callegari, Alvaro Lizarralde, Beatriz Enciso, Norma Castillo, Daniel Valencia, Ancizar Narvaez, Eliana Herrera y Maria Teresa Suarez.

[2] Periodista e investigador italiano. Coordinador del Observatorio de Medios, Coordinador del énfasis "Comunicación en Conflicto" y docente de la Facultad de Comunicación Social para la Paz de la Universidad Santo Tomás de Aquino. Magíster en Geopolítica de la Universidad "La Sapienza" (Roma, Italia) y Magíster en Antropología de la Universidad de Los Andes (Bogotá, Colombia). Miembro de la Academia Italiana de Ciencias Humanas y Sociales (ASUS), de la Orden Italiana de los Periodistas (ODG), de la Federación Colombiana de Periodistas (FECOLPER), de la Federación Internacional de Periodistas (FIP/IFJ), de la Sociedad Internacional de Etnología y Folklore (SIEF), de la Sociedad Internacional de Etnobiología (ISE), de la Asociación Francesa de Etnología y Antropología (AFEA) y de la Asociación Catolica Mundial para las Comunicaciones (SIGNIS).
Contacto: maurizioali@yahoo.it

[3] La encíclica *Centesismus Annus* fue publicada en mayo de 1991 en el centenario de la encíclica *Rerum Novarum*, emanada por Papa León XIII y pieza clave de la doctrina social de la Iglesia.

[4] La reflexión de la Escuela de Frankfurt, sobre todo en el caso de Theodor Adorno y Max Horkheimer (1992), tiene un enfoque más que todo sociológico y se detiene en el análisis de las relaciones que subyacen al surgimiento de las industrias culturales y la génesis de la sociedad de masas. Una aproximación conceptual más amplia y enfocada también hacia los aspectos políticos y económicos de estas empresas se encuentra en Narvaez (2008). Para un panorama de la industria de los medios masivos de comunicación en el país (no muy actualizado, por decir la verdad) se puede hacer referencia al trabajo realizado por Maria Teresa Herrán para Friedrich Ebert Stiftung en Colombia (1991).

[5] Se trata solo de algunos ejemplos paradigmáticos de eslogan que se repiten en los medios de comunicación masiva y en el discurso político colombiano. Una interesante reflexión sobre el argumento se encuentra en Morales (2006).

[6] Es oportuno recordar que no existe una definición univoca y universalmente aceptada de "Radio comunitaria". Para las finalidades de este trabajo, se considera que se trata de estaciones con una orientación económica *no-profit*, que ofrecen un servicio a la comunidad y que promueven la participación de sus miembros (AMARC-Europe, 1994). En este sentido, la definición "de trabajo" más significativa podría ser aquella propuesta por Berrigan, según el cual "*[community media] are media to which memebers of the community have Access for information, education, enterteinment, when they want Access. They are media in which the community participates as planners, producers, performers. They are the means of expression of the community, rather for the community"* (Berrigan, 1979: 8).

[7] La norma de referencia, en este caso es el Decreto del Ministerio de Comunicaciones de la Republica de Colombia n. 1021 del 18 de junio de 1999 (publicado en el Diario Oficial n. 43.611, del 23 de junio de 1999) *"por el cual se determinan los alcances de las expresiones aportes, colaboraciones, auspicios y patrocinios de que tratan los Decretos 1446, 1447 de 1995 y 348 de 1997"*.

[8] Para este caso, la norma marco es el Decreto del Ministerio de Comunicaciones de la Republica de Colombia n. 1981 del 16 de julio de 2003 (publicado en el Diario Oficial n. 45.252, vol. CXXXIX, del 18 de julio de 2003) *"por el cual se reglamenta el Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora y se dictan otras disposiciones"*.

[9] Una más extensa disertación sobre el argumento de los paradigmas comunicativos y sobre los diferentes modelos de referencia (top-down y bottom-up, es decir "desde arriba" y "desde abajo") se encuentra en Huesca (2008).

[10] Es interesante anotar que, generalmente, tampoco los medios de información relacionados más o menos directamente con los actores armados manifiesten este interés. Al revés, sea en el caso de las así llamadas "radio guerrilleras" sea en el caso de las 32 emisoras de las Fuerzas Armadas, la mayoría de la programación está compuesta por programas musicales y de entretenimiento. En el último caso, como anota tajantemente el periodista colombiano Alfredo Molano, se trata de emisoras *"financiadas con nuestros impuestos para trasmitir comunicados castrenses, entrevistas a los altos mandos y boletines de prensa que destacan ante todo los famosos "positivos". Los generales opinan sobre todo lo divino y lo humano con un lenguaje guerrerista y politiquero que a veces —y muchas veces— desconoce la norma constitucional que les impide ser deliberantes. También transmiten la música popular que suele escoger un subalterno y que, bien oída, es un mensaje cifrado destinado a sus novias. Los himnos bélicos no son raros: Barras y Estrellas, por ejemplo, se oye con una regularidad insoportable. No abundan estas emisoras en noticias nacionales e internacionales distintas a las que son redactadas en las casernas"* (Molano, 2006).

[11] Sobre el emblemático caso de la Ciudad Perdida de la Sierra Nevada de Santa Marta, en Colombia, ver Serje, 2008b.

[12] Definiciones como estas manifiestan toda su carga simbólica puesto que las comunidades indígenas que no han tenido contactos con la modernidad más que "perdidas" deberían ser consideradas como "sobrevividas": es ilógico pensar que se hayan perdido en aquellas que siempre fueron sus selvas, sus panoramas naturales y sus territorios ancestrales.

[13] Es decir, relacionadas con el territorio y sus recursos.

[14] Un interesante y muy documentado estudio de caso, relacionado con la disputa sobre la propiedad intelectual del uso terapéutico del yajé (o ayahuasca, *Banisteriopsis Caapi*) se encuentra en el trabajo del periodista estadounidense Jimmy Weiskopf, actual decano de la prensa extranjera en Colombia (Weiskopf, 2002).

[15] Se entiende con este término aquellas expresiones que espectacularizan (y exotizan) la pobreza. Es el apelativo con el cual se definía, con cierto desprecio, aquel cine que se vale de la pobreza y la miseria humana para conseguir reconocimiento internacional y cuyo director de cabecera es considerado el colombiano Ciro Durán, activo hace tres o cuatro décadas.

[16] A diferencia de otros países (como en Italia, en el Reino Unido, en Brasil o en Argentina) en Colombia no existe un órgano gremial de carácter autónomo (no sometido, entonces, a las presiones de los órganos del Estado) que asocie a todos los periodistas profesionales y que actúe como entidad de veeduría ética. Si bien existe una Federación Colombiana de Periodistas (FECOLPER, asociada a la Federación Internacional de Periodistas – FIP/IJF), esta no tiene un real poder reglamentario y su misión es, primordialmente, aquella de generar espacios de formación y dialogo entre sus asociados así como de apoyar los procesos de protección de periodistas amenazados o en peligro (ver fipcolombia.com). Una profundizada digresión sobre el argumento, acompañada por un detallado estudio comparativo, se encuentra en Sanmartí-Roset et al. (2010).

[17] Es oportuno recordar aquí que un Observatorio de Medios (OdM) es una herramienta de investigación cuya principal finalidad es el control del cumplimiento de las funciones que corresponden a los medios de comunicación (informar, empoderar, denunciar), a partir de exámenes que posibiliten la construcción de escenarios de debate público y de reflexión académica, con espíritu crítico, independiente y propositivo. En términos de proyección social, su objeto es aquello de elevar la calidad y la responsabilidad en el cubrimiento periodístico a través de un esfuerzo de retroalimentación basado en un dialogo constante con la ciudadanía y

con los mismos medios de comunicación, enfocado sobre los resultados que arroja su trabajo de veeduría. En ámbito universitario, se propone como un escenario para proporcionar una formación teórica y una capacitación en investigación altamente cualificadas para el estudio interdisciplinario de la comunicación y de los procesos de emisión, circulación y recepción de los productos mediáticos. Actualmente, en Colombia están activos seis (6) OdM universitarios (Alí, 2010).