

Revista

N.º 3 · 2024

ISSN 2805-9999

Formación Política

Comunicación, medios, periodismo y democracia

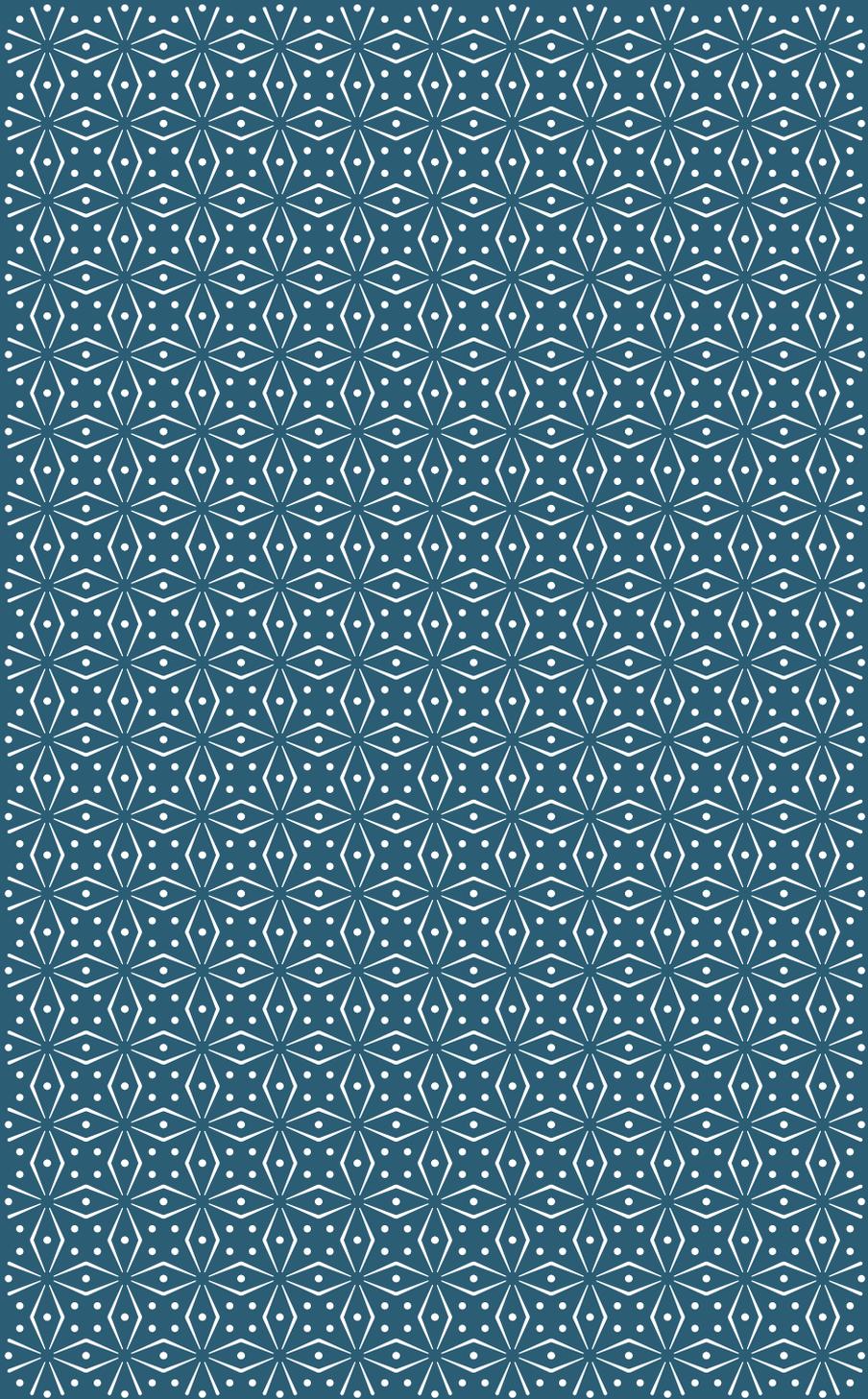


Entrevistas realizadas a:

Patricia Lara
Yolanda Reyes
Juanita León

Artículos de:

Omar Rincón
Daniel Rivera
Eduardo Arias
Diego Aretz



Revista | **Formación
Política**



Universidad del
Rosario



Universidad de
los Andes



Universidad
de **Ibagué**



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

- © Universidad Nacional de Colombia
- © Universidad de los Andes
- © Universidad de Ibagué
- © Universidad del Rosario

ISSN 2805-9999

Edición

Editorial Universidad Nacional de Colombia

direditorial@unal.edu.co

<https://portaldelibros.unal.edu.co/>

Comité editorial:

Francisco Montaña
Alexis de Greiff
Alexander Cruz
Camila de Gamboa
Constanza Castro
Diana Oliva Muñoz
Juan Camilo González
Juan Felipe Córdoba
Lisímaco Parra
María Juliana Molina
Natalia Rebetz

Consejo asesor:

Dra. Vera Grabe
Gral. Óscar Naranjo
Dra. Liliana Caballero
Dr. Francisco Miranda
Dra. Juanita Ochoa
Dr. Jorge Hernán Cárdenas

Editora *Revista Formación Política*: Valentina Corradine Velásquez

Coordinación editorial: Robinson Andrés Rodríguez

Edición del número: Ingrid Sánchez-Bernal y Valentina Martín

Corrección de estilo: Hernando Sierra

Dirección de arte: Mauricio Arango

Diseño de carátula: Silvia Camargo

Diagramación: Andrea Kratzer

Imágenes tomadas de Freepik



Creative Commons Atribución-Non Comercial-
Sin obras derivadas 4.0 Internacional (CC
BY-NC-ND 4.0) | <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Impreso en Bogotá, D. C., Colombia

editorial
UNAL

CEP
CENTRO PARA LA
EDUCACIÓN POLÍTICA

Contenido

Introducción	7
Entrevista a Patricia Lara — <i>Alexis de Greiff y Valentina Corradine</i>	9
Entrevista a Yolanda Reyes: educación, periodismo e infancia — <i>Camila de Gamboa y Valentina Corradine</i>	25
La comunicación le hace daño a la democracia — <i>Omar Rincón</i>	39
El paciente aún tiene signos de vida y podemos salvarlo — <i>Daniel Rivera</i>	45
Humor político, una herramienta muy seria — <i>Eduardo Arias</i>	55
Entrevista a Juanita León — <i>Alexis de Greiff y Camila de Gamboa</i>	61
Ruido, poder y posverdad: el eclipse del periodismo — <i>Diego Aretz</i>	77



Introducción

En un mundo marcado por el auge de las redes sociales, la crisis del periodismo tradicional, la proliferación de noticias falsas (fake news) y la polarización mediática, resulta urgente reflexionar y debatir en torno a las formas en que la información moldea nuestras sociedades y procesos políticos. Este número busca convertirse en un espacio de análisis crítico y propuestas innovadoras sobre el papel de los medios en tiempos de cambio.



Entrevista a Patricia Lara

Alexis de Greiff y Valentina Corradine

Patricia Lara es licenciada en Filosofía y Letras de la Universidad de los Andes de Bogotá, y magíster en Periodismo del Institut Français de Presse y de Sciences de l'Information de la Universidad de París (París II) y del Graduate School of Journalism de la Universidad de Columbia en Nueva York. Desde muy joven se dedicó al periodismo; en 1974 fundó en Bogotá, en compañía del expresidente Carlos Lleras Restrepo, el semanario Nueva Frontera; fue corresponsal en Europa y Estados Unidos de este medio de comunicación, el diario El Espectador y la revista Alternativa; se vinculó a El Tiempo como reportera dominical, y, posteriormente, fue defensora del lector de ese diario. En 1994 fundó, con el periodista español Juan Tomás de Salas, la revista Cambio 16 Colombia, la que más tarde se transformó en la revista Cambio, que Gabriel García Márquez compró cinco años después.

Resumen

La entrevista a Patricia Lara explora su trayectoria en el periodismo y su enfoque en contar historias para comprender la violencia en Colombia. Lara destaca la importancia del periodismo literario para mostrar las múltiples verdades y generar empatía. Reflexiona sobre la neutralidad, el compromiso político y el papel de la historia en la educación política. También discute la crisis del periodismo actual, el impacto de las redes sociales y la falta de formación política en las nuevas generaciones de periodistas. Además, comparte su experiencia escribiendo libros como *Mujeres en la guerra*, y *Siembra vientos y recogerás tempestades*, así como su perspectiva sobre la desinformación y la necesidad de narrativas más profundas en los medios.

Abstract

The interview to Patricia Lara explores her career in journalism and her approach to storytelling as a means to understand violence in Colombia. Lara highlights the importance of literary journalism in presenting multiple truths and fostering empathy. She reflects on neutrality, political

commitment, and the role of history in political education. Additionally, she discusses the current crisis in journalism, the impact of social media, and the lack of political training among new generations of journalists. She shares her experience writing books such as *Mujeres en la guerra* and *Siembra vientos y recogerás tempestades*, as well as her perspective on misinformation and the need for deeper narratives in the media.

Palabras clave: educación política; historia y memoria; neutralidad periodística; periodismo literario; violencia.

Keywords: Historical Memory; Literary Journalism; Media Neutrality; Political Education; Violence.

La importancia de contar historias para comprender la violencia en Colombia

Valentina Corradine (VC): ¿Qué impacto personal ha tenido para ti describir la violencia como un instrumento tan arraigado en Colombia?

Patricia Lara (PL): Pues yo lo que he procurado, más que teorizar (porque no soy teórica), es contar las historias. Me parece que a través de historias de vida se puede entender mucho más ese fenómeno de la violencia.

Como ser humano, con corazón, pues obviamente me he conmovido mucho por esas historias. Entonces, desde el punto de vista personal han generado un impacto grande. Yo, como norma, trato en lo posible de no juzgar a los personajes, sino de oírles su cuento, de entender su porqué y yo creo que esa es una aproximación que a este país le hace falta.

Alexis de Greiff (AG): ¿Cómo piensas en la palabra o concepto de neutralidad?

PL: Yo creo que la neutralidad no existe. Lo que debe existir es la honestidad de contar todas las verdades, porque no hay una sola verdad, ¿no? Y la verdad no tiene una sola cara, tiene múltiples caras.

Entonces, en la medida en que uno logre mostrar esas distintas verdades, de pronto está siendo neutral sin proponérselo. En el caso de mi libro *Mujeres en la guerra* que es, creo, un buen ejemplo, tiene a todos los actores del conflicto desde el punto de vista de victimarios y victimarias, en este caso mujeres, y víctimas de todos lados. A mí me faltó, en ese libro, una desaparecida, pero yo lo que buscaba era mostrar su verdad y que los violentos si llegaban a leer eso, vieran que ahí estaba reflejada su verdad, la de su bando, pero

también la de los otros, a ver si de pronto a partir de eso comienzan a tener algo de empatía. No sé si lo logré, pero ese fue el propósito.

El compromiso del periodismo literario de contar las múltiples verdades

VC: ¿Considerarías que el periodismo literario es un género que puede aportar mucho más frente a la lucha contra esta polarización mediática y esta configuración de un entramado de verdades, más que otros géneros?

PL: Pues yo sí creo, porque el periodismo literario lo que hace es contar bien el cuento, digamos. Como decía Gabo: "La portada es un género literario". Es el caso tanto de *Mujeres en la Guerra*, como de *Siembra vientos y recogerás tempestades*, dos libros míos bastante conocidos. No hay una sola línea que no sea absolutamente cierta, lo que pasa es que están contadas de una manera literaria, o sea, más grata de leer, más enganchadora.

VC: En esta conversación con distintos actores, hemos escuchado decir que quienes trabajan en este mundo, y son escritores principalmente, no tienen una responsabilidad política en las obras que crean y en cómo las

crean. Entendería, por las respuestas que nos has dado, que tu opinión tal vez es contraria a esa tesis, que sí hay un compromiso político a la hora de escribir.

PL: Pues yo creo que el compromiso en el caso mío es contar el cuento, contar la verdad o contar las verdades. Muchas de esas verdades no les gustan a mis amigos, pero, ¿qué hacemos? Es lo que pasó. Yo no sé si eso pueda llamarse compromiso político, yo diría que más bien es profesional, ¿no?

AG: Eso abre un margen a una pregunta más difícil de enunciar y, de pronto, de responder. El hecho de que tú trates de mostrar o muestres las distintas caras para mantener alguna distancia y sostener la verdad, no te exime a ti de tener una posición política. En este sentido, ¿cómo has vivido ese compromiso político que finalmente es lo que seguramente te ha llamado?

PL: Pero tiene que ver más con ideas que con compartir. Sí, con el doctor Lleras tuve una gran cercanía, desde adolescente me fascinaba y logré llegar cerca de él, pero me gustaban sus ideas y me siguen gustando. Yo creo que las ideas de Carlos Lleras siguen siendo vigentes hoy. Pienso que la política agraria de Carlos Lleras es una política avanzadísima, diría que más que la de Petro. Gutiérrez Sanín escribió, para *Cambio*, un texto donde mostraba su

obsesión con la redistribución del ingreso, en fin, el tema partidista es creer en un país más justo y más equitativo con mayor redistribución del ingreso donde las necesidades básicas de la gente estén solucionadas, y también donde haya libertad.

AG: (...) Desde tu posición política te ha tocado entrevistar personas que piensan muy distinto y probablemente no te gustan, ¿cómo es esa aproximación?

PL: En *Mujeres en la guerra* hay una entrevista: la de "La Chave", que es la paramilitar. Yo no tenía ningún contacto con paramilitares, ni sabía cómo podía llegar, ni nada. Ya estaban completos los demás personajes, muy curioso. Le dije a un amigo mío, empresario, lejos de creer que ahí me pudiera surgir la solución: "Oye Fulanito, me falta este personaje". Y me dijo: "No, eso es facilísimo, espérate yo hablo con mi cuñado, que él es íntimo de Castaño y te cuento". Hablé con el cuñado; el cuñado me llamó al otro día, me dijo que claro, que él iba a ver al jefe en los siguientes días y que me organizaba eso. Entonces Castaño me mandó a decir que fuera al Buen Pastor y buscara ahí a "La Chave".

A ella no le habían avisado nada, pero ella me había leído a mí en *Cambio 16*. Yo llegué, me sometí a la requisita inmundada que le hacen a uno, y comencé a hacer la entrevista. Fueron varias

visitas de fin de semana, (no me acuerdo si el día de visita era el sábado o el domingo). Y me contó toda su verdad, que es terrible. Cuando estaba escribiendo ese texto, como eran textos en primera persona, y llegué al tema de las masacres, que ella las llamaba "objetivos militares múltiples", y su justificación, escribí eso e inmediatamente me dieron ganas de vomitar. Me fui a vomitar al baño. Lo escribí, pero me produjo esa cosa tan horrible.

Ahora, y yo creo que desde ese momento que le oí el cuento a "La Chave", que es terrible, también la entendí. Ella, o su marido fue del ELN; a él lo mataron. Pero entonces comenzó esa época en Córdoba en que la guerrilla de las Farc y el ELN llegaron a colonizar y a cometer toda clase de pequeños abusos. Cogían las gallinas a los campesinos, las vaca, y comenzaron a matar, entre comillas, "sapos". Un día, estos se revelaron porque habían matado a un líder muy importante para ellos (...). Por eso es que a mí me parece valioso entrevistar a esos personajes y llegar a entender sus causas profundas. Como les digo, esta señora venía de la izquierda, venía del ELN y acabó en esas. Y así hubo muchas personas, gente de las Autodefensas salieron de la guerrilla y acabaron engrosando esas filas.

AG: ¿Te ha hecho cambiar de opinión oír personas con las que no estás de acuerdo?

PL: ¡Sí! Cuando entrevisté a Bateman, el tipo me dijo una cosa que a mí sí me cambió la vida: "Es que cada cual, desde su punto de vista, tiene razón. Y tiene razón Turbay cuando no sé qué y tiene razón Marulanda cuando no sé qué". Uno se pone a ver y se pregunta qué es esto que te estoy diciendo, ¡y sí!, es decir, si uno entiende cuál es la razón de cada quien, en este país creo que habría paz, comenzando porque se acabarían los buenos y los malos.

Yo recuerdo una cosa que no te digo que me hizo cambiar, pero que me impresionó mucho. Yo era miembro, o sigo siendo, de la Comisión Facilitadora para el proceso con el ELN. Esa la fundó Jaime Garzón un poquito antes de que lo mataran, cuando ese montón de secuestros que cometió el ELN. Nosotros íbamos mucho a Itagüí, a la cárcel donde estaban los presos. Ahí estaban los presos Felipe Torres y Pacho Galán. Entonces en una de esas idas, me dieron ganas de ir al baño, era en un apartamento de ellos. Le pregunté a Felipe: "¿Dónde es el baño?" y me dijo: "Mira, es aquí". Para ir al baño, tenía que entrar al cuarto de él. Y encima de la cama tenía un mico de peluche. Cuando salí le dije: "¿Qué hace ese mico aquí?". Me dijo: "No, es que mi nieta viene los fines de semana y jugamos con el mico". Entonces uno dice: "¡Miércoles!", ¿no? Y cuando sabe que Tirofijo tocaba violín, ¿no?

Me encontré hace una semana en la Embajada de Noruega con Sandra Ramírez, la mujer de Tirofijo, con unos tacones así de grandes, en una recepción que hay en la Embajada, un vestido de sastre de pantalón, un escotico aquí y tal. Y me dice: "El 20 me gradúo". Y le pregunto: "¿De qué te gradúas?", y me responde: "De Administración de Empresas".

Entonces fíjate, la realidad tiene muchas facetas, muchos matices.

El ejercicio de la escritura como herramienta para conocerse

VC: (...) En relación con lo que comentas, creo que has descubierto ciertos secretos de la historia colombiana que tal vez estaban escondidos, debajo de la mesa. Pero me causa curiosidad, ¿hay aspectos de tu vida que tú considerarías lo suficientemente significativos como para decir: "Me han forjado, soy así por esto" y que no los hayas retratado en tus obras?

PL: Pues esos aspectos salen mucho en las novelas, no en los libros de periodismo. *Mujeres en la guerra*, *Siembra vientos* y *Adiós a la guerra* son libros estrictamente periodísticos. Pero en mis novelas *Amor enemigo*, *Rastro*

de tu padre, *Hilo de sangre azul* sí hay un poco eso. Además, es una experiencia interesantísima. Yo hice psicoanálisis mucho tiempo, pero creo que la posibilidad de escribir ficción incluso hace que uno llegue a profundidades, perdón el pleonismo, mucho más profundas y mucho más rápido, sin pagarle un montón de plata al analista (ríe). Les voy a contar una anécdota en concreto. En *Amor enemigo*, yo quería hacer un libro sobre por qué los niños se van a la guerra, es un libro periodístico, hice muchas entrevistas a desmovilizados de las Farc y del ELN en la época de Pastrana que llegaban a albergues en Bogotá y también a paramilitares. Para entrevistarlos me valí de "La Chave", ella me ayudó, ya había salido de la cárcel. Después volvió a la cárcel y ahora está presa y ella me conectó con un poco de jóvenes paramilitares en Córdoba y los entrevisté (...).

A mi tío Oliverio Lara lo secuestraron cuando yo era una adolescente. Yo nací en el 51, a él lo secuestraron en el 64, yo tenía 13 años. Y a él lo mataron ahí mismo, como a las 12 horas porque no tenían dónde, no habían pensado dónde guardarlo, eso fue delincuencia común. Pero el misterio duró cinco años y medio. Mi papá duró todo ese tiempo con la obsesión de que él se dejaba chantajear del que fuera o lo que fuera con tal de descubrir qué había pasado con su her-

mano. En ese momento, cuando escribí ese libro me di cuenta del impacto que en mí había causado esa historia del desaparecido. Yo no había planeado eso, entonces comencé a sanar un poco de cosas (...).

VC: Me parece impresionante porque es un ejercicio que tal vez en un primer momento uno espera que fuese para otro, ¿no? Y termina siendo para uno.

PL: Como me dijo Laura Restrepo en la presentación de otra novela mía que se llama *Hilo de sangre azul*, esa es una historia de una pirámide de estrato seis, que pasa en un edificio aquí de La Calera, y ahí hay un asesino. Entonces ella decía cómo en cada personaje hay un pedazo de uno: "Es que, incluso tú eres también el asesino" ¡Y sí! Eso es muy interesante. Es como cuando uno es niño o bien como mis hijos que jugaban, sobre todo María que le encantaba jugar a Blancanieves, le fascinaba ese cuento. Ella jugaba y un día era Blancanieves, el otro día era gruñón, el otro día era no sé qué otro enanito. Es exactamente igual, muy interesante.

AG: Eso pone también el problema de tratar de definirse ideológicamente, porque uno puede tener partes que es conservador, y otras partes que son liberales.

PL: ¡Total!

Es que si algo me ha dejado a mí el ejercicio profesional y de escritora y tal, es desechar la concepción de blanco y negro, del maniqueísmo, de los buenos y los malos.

En *Cambio* hemos podido hacer unos foros y de hecho el lanzamiento de *La espada de Bolívar*, fue así, donde está todo el espectro de la política. El lanzamiento fue desde Catatumbo hasta Germán Vargas, desde Ernesto Samper hasta Valdivieso, ¿me explico? Como que yo oigo a la gente sin juzgar, yo creo que eso es característico.

VC: ¿Crees que hay, desde una perspectiva filosófica, una perspectiva distinguible por medio de la cual, en tu lugar de mujer, desde tus obras, desde perspectivas de mujeres se pueda aportar a hacer frente a esta desinformación y construcción de paz en el país por un lado y, por otro, a construir nuevas formas de narración sobre estos ejercicios de lucha que se están haciendo actualmente?

PL: Yo vuelvo a la misma respuesta, de conocer la historia de otra forma. Y ahora que hablas me viene a la memoria una entrevista que hice hace poco, hace como un año o menos a una cirujana de las Farc¹,

una muchacha, por ahí tengo el nombre. Esa niña, cuando tenía 8 o 9 años, llegaron los paramilitares, incendiaron el caserío donde vivía en el Llano con su mamá y su hermano. Al papá lo mataron, se quedaron sin casa, sin nada. Entonces la mamá los dejó a ella y a un hermano en casa de una gente y se fue a otro lado. Y ahí comenzó el maltrato, y el hermano acabó yéndose con la guerrilla y a esta niña comenzaron a maltratarla. La tuvieron hasta los 10 años tratándola a las patadas. Uno de los muchachos de la casa comenzó a abusar de ella y el hermano se enteró y se la llevó para la guerrilla. Y ella en la guerrilla se volvió un personaje muy importante porque estuvo muy cerca del médico Mauricio Jaramillo. Se volvió cirujana y operaba. Ella acabó también condenada por secuestro, por asesinato, por no sé qué. Pero, esa es una mujer espectacular. ¿Qué otra alternativa tenía esta niña? Distinta de irse para la guerrilla a los 11 años y huir de ese horror que estaba viviendo. Si uno no sabe esa verdad y es un juez, la condena por secuestro y asesinato. Pero si uno es capaz de desentrañar la verdad y entender, ya hace otra reflexión y otro tipo de penas y de cosas. Creo que en todas las historias hay algo así. En ese sentido, eso es lo que puedo aportar. Creo que los periodistas podrían aportar. Pero estamos viviendo con una moda que yo

¹ Véase: *La cirujana de las Farc*. <https://www.youtube.com/watch?v=uGFw2GjjZ24>

detesto, que es la moda de los programas de radio y entonces, aquí hay uno de derecha, y uno de izquierda, y uno de no sé qué y entonces se arma la garrotera. Y Néstor Morales arma el debate y Julio Sánchez, pero ¿dónde están las verdades? Yo pienso que, si la premio nobel Aleksiéovich hubiera sido corresponsal de la guerra nuestra pues a lo mejor la guerra dura mucho menos.

Sobre el diálogo y la formación política en el periodismo

AG: En el mundo periodístico que estás criticando es poco el diálogo constructivo que ayude a dilucidar qué es lo que está pasando y más bien dar una reproducción del encuentro, el desencuentro.

PL: ¡Totalmente de acuerdo! Es echarle dinamita al conflicto. Además, como la pelea es por el *rating* y por los clics y por no sé qué, hay que generar el escándalo. Creo que están equivocados, puede que inicialmente ese sea el efecto, un escándalo que se amplía, pero me impresiona mucho *Mujeres en la guerra*, porque es un libro que yo escribí en el año 2000 y todavía me la paso yendo a colegios a dar conferencias sobre ese libro, todavía se sigue leyendo ese libro, pero muchísimo. Y es la historia de unos personajes anónimos. Ahí

la más conocida es Margoth Leon Gómez de Pizarro, pero las demás son unos personajes anónimos que cuentan unas historias con las cuales se ha identificado un montón de gente. Pienso que eso puede ayudar mucho más que la confrontación verbal.

AG: ¿Qué opinión tienes de la formación política de las nuevas generaciones de periodistas que crecen en un ambiente menos ideológico (que el que nos ha tocado a nosotros), pero también distópico? ¿Cómo ves esa formación?

PL: ¡Terrible! Es terrible. Y es de las cosas que le digo a Federico, mi hijo, que hay que hacer una formación política. No puede ser que cada uno dispare por su lado, que no sepan en dónde están parados ni por qué. Hubo una historia que conmigo generó un conflicto y es que cuando Holman Morris organizó un concierto en solidaridad con los palestinos, sacaron la noticia, pero la sacaron con un destacado que decía que ese concierto había costado dos mil millones y que eso hubiera servido para darle un bono de no sé qué a no sé cuántos viejitos. Claro, Morris brincó. Y a mí me pareció terrible que pensarán en ese momento de la solidaridad con Palestina. Habrían podido dar esa noticia diciendo que ese concierto costó tanto y punto. ¿Para qué tienen que decir que con eso hubieran pagado X?, es como descalificando la causa. Y

no lo hacen de mala intención, sino de nivel.

AG: Y cuando dices: “falta formación política”, ¿qué entiendes tú por formación política en un periodista? ¿Qué entenderías tú por educarse políticamente?

PL: Ideales, tener ideales distintos del consumismo. No quiero generalizar, no quiero decir que todos son así, que quede claro, hay excepciones. Pero en general son niños que no saben ni dónde están parados, que trabajan mucho más por un sueldo que por defender un ideal, una causa.

La importancia de la historia en la formación política

AG: Tu casa era una familia en la que se hablaba de política.

PL: ¡Sí, claro!

AG: Entonces una buena parte viene desde la casa. Pero cuando ese no es el ambiente, ¿dónde y cómo crees tú que se puede formar a alguien políticamente?

PL: Yo vivo muy aterrada porque como les dije yo me la paso mucho en colegios dando charlas sobre los libros, sobre todo de *Mujeres en la guerra* y otros libros. Ojga, no saben nada. Ellos no saben que aquí hubo un Palacio de Justicia, no saben quién fue Carlos Pizarro, no saben quién

fue Ernesto Samper, no saben quién es Andrés Pastrana. Saben quién es Uribe y quién es Petro. ¡No saben nada! No tienen ninguna referencia histórica. Yo no sé quién fue el que abolió la cátedra de Historia de Colombia, pero la abolieron.

Yo he tenido ganas, lo que pasa es que nunca lo he hecho (incluso desde el gobierno pasado o antepasado), de irme donde el ministro de educación y decirle: “Mire, este librito mío de *Adiós a la guerra*, en 150 páginas se enteran de la historia del país”, más o menos desde de la guerra de los mil días hasta los acuerdos de Santos. ¿Entonces cómo haces tú para que tengan formación política si no saben nada?

AG: O sea, ¿para ti el camino de la historia es un camino obligatorio para poderse formar políticamente?

PL: Pues yo sí creo. Cuando decidí escribir *Adiós a la guerra*, a mí me daban dolores de columna, fui donde una masajista del Nogal y comencé a contarle que tenía esa idea, que no sé qué, y de Gaitán y del asesinato, y no saben quién es Gaitán.

AG: Yo a veces dicto Historia de Colombia–Siglo xx y los chicos y las chicas creen que Gaitán es más o menos contemporáneo de Galán (ríe), más o menos, como esa cosa por allá cuando mataron a Gaitán y a Galán.

PL: Yo comencé a hablar con esa señora y ella no sabía nada. Entonces dije: "No, yo tengo que hacer este libro porque es que no saben nada". La historia de ese libro es que iba a ser de gran formato, la íbamos a hacer con Santiago Harker, fotógrafo. Él tomó unas fotos espectaculares y yo escribí el texto, pero, finalmente no se consiguió patrocinio para ese libro. Yo dije: "Este texto no se va a perder". Entonces yo me fui a Planeta y les dije: "Oiga, este texto hay que sacarlo para que sea un texto de colegios y de hecho se vende mucho en colegios, pero casi que debía ser obligatorio, porque es que ¡no saben nada! Entonces, ¿cómo hace uno si hay gente que no sabe la historia de violencia de este país?"

La importancia de las historias de vida para la educación política

VC: En uno de los últimos foros que tuvimos en el Centro de Educación Política, también conversábamos acerca de los peligros del adoctrinamiento, que es tal vez una línea muy pequeña entre esta formación política y formación ideológica. ¿Cuál es tu opinión al respecto? ¿Cómo podemos prevenir este adoctrinamiento político sin dejar de lado esta formación histórica que tanto recalcas que es fundamental?

PL: Difícil pregunta. Bateman también decía una cosa hablando del marxismo. Era muy crítico del dogmatismo de la izquierda, y hablando de la esencia del marxismo, decía: "Es que *la verdad*, si no se materializa, no es verdad". Si Petro dijo un poco de cosas, prometió un poco de cosas, pero si no es capaz de volverlas verdad, es mentira. O si no mentira, pues no fue capaz de volverlas verdad. Entonces yo sí creo que el adoctrinamiento es muy peligroso, que la gente puede volverse, así, como los burros que los llevan con orejeras.

AG: ¿Cómo aproximarías un curso de formación política para gente en una maestría de escritura?

PL: Dificilísima pregunta, pero lo que se me ocurre es que yo cogería distintas historias de vida. Aquí hay estas historias, tres historias completamente distintas y en polos opuestos. Los pondría a que conocieran esas historias y generaría una discusión sobre esas historias para ver qué hacen con esas realidades, es lo que se me ocurre.

VC: Se parece mucho a una de las metodologías: biblioteca humana.

AG: Sí, se llama biblioteca humana porque en vez de leer un libro tú invitas a alguien. Y primero esa persona se echa un rollo sobre su vida, algo que quiera contar. Y luego, como en

un libro, los lectores le hacen preguntas. Pero la manera en la cual lo relata es como si estuviera contando una historia.

PL: Cuando Mockus presentó *Mujeres en la guerra* en el 2000, dijo una cosa muy bonita y muy poderosa.

Dijo que: si él hubiera sido cada una de esas mujeres, de esos personajes, él hubiera actuado igual, hubiera terminado haciendo lo mismo.

Entonces es un poco eso, si uno logra que la gente vea las distintas posibilidades, ¿qué les queda a los malos?

AG: Y que probablemente, si seguimos esa misma línea de las varias cosas que has dicho,

es que uno no es, sino que actúa bajo ciertas circunstancias.

PL: ¡Total!

AG: Y si uno entiende eso, no solamente racionalmente, también se aproxima distinto a la otra persona. Ahora estoy leyendo un libro que acabo de comprar de Olga Behar y Pablo Navarrete sobre el secuestro de los diputados en el Valle (...). Yo le pregunté en una entrevista a un firmante, un muchacho más o menos joven, que había entrado como en el 2002 o 2003, historiador creo que es:

“Dime una cosa que no entiendo: ¿Cómo viviste tú el secuestro? Es decir, el fenómeno del secuestro”. Y dijo: “Yo soy una persona muy idealista, eso era parte del paquete. Si yo entraba a las Farc no podía decir esto sí y eso no me gusta, esto era parte del paquete. Pero sí era un problema tener secuestrados en el Frente”. Lo que entiendo es que era un camello, era lo peor que te podía pasar: que te entregaran a un secuestrado para que lo cuidaras.

Las redes sociales y su rol en la actualidad

AG: Hace un par de meses tuvimos a Juan Gabriel Vásquez en el Centro de Educación Política, hablando desde París. Y yo fui tan sumamente tonto, que claro, él habló todo lo que él detesta y todo lo que han escrito en el país contra las redes y no sé qué cosas. Cuando terminó le escribí: “Oye, si fuera posible, chévere si nos promocionas en tus redes, pues al centro, y lo que acaba de pasar”. Y obviamente me respondió: “¿Tú crees que después de todo lo que he dicho yo tengo alguna red? Por supuesto que no tengo ninguna” (ríen).

VC: Pero entonces sabiendo que utilizas X, por ejemplo, y vinculándolo con tu última obra *La espada de Bolívar*, la pregunta que surge es: ¿En este uso de la red social X has evaluado algún

factor distintivo del uso de los medios de comunicación por parte del gobierno actual que esté relacionado con una formación política o adoctrinamiento de algún tipo?

PL: Petro tiene su ejército de "twittereros". ¿Qué tanto lo maneje él o no? Pues no sé. Pero sí hay una enorme cantidad de gente que responde a una línea ahí. ¿Quién maneja eso? No sé quién sea.

Me parece que las redes han democratizado la información, pero también le han hecho mucho daño. Eso no tiene filtro y sirve para divulgar mucha mentira y mucho odio.

Es impresionante cómo la gente usa las redes sociales para decir y sacar su mierda interior.

AG: Reacciona, no responde.

PL: Reacciona, sí (...).

Sobre *La espada de Bolívar*, última obra de Patricia Lara

AG: Sobre este último libro yo quiero también hacer dos últimas preguntas. La espada es un símbolo. Tú lo dices claramente desde el inicio en el libro, la espada es un símbolo de muchas cosas, por ejemplo, de resisten-

cia y de lucha política, pues lo que hizo Petro, que tú lo cuentas ahí también, es llevar la espada a la posesión del presidente. La espada también es un símbolo y un objeto de guerra. En retrospectiva y en el momento: ¿Por qué decidiste ese objeto?, ¿por qué te interesó ese objeto en particular?

PL: Bueno, la historia del libro, yo no sé si yo te la conté, pero la historia del libro es que Federico, mi hijo, y Daniel Coronell entrevistaron a Petro cuando era el presidente electo, como en junio. Él se posesionó el 7 de agosto. Entonces él les echó el cuento de que Duque, en un momento de distinción, le había dicho: "Venga le muestro una cosa". Entonces lo llevó a un sitio y resulta que ahí estaba la espada. Él no conocía la espada, nunca la había visto ni había estado en sus manos. Él quedó muy emocionado, conmovido con la espada. Entonces Federico, cuando salió de la entrevista, con muy buen ojo periodístico, me dijo: "Yo necesito que tú hagas una crónica de la espada de Bolívar". Yo le dije: "Usted está loco, yo qué me voy a poner a estas alturas de la vida a escribir eso", "no mamá, yo necesito, y me lo entrega tal día y no sé qué". La escribí y al día siguiente de publicarla me llama Juan David Correa, que era el editor de Planeta en ese momento y me dijo: "Yo necesito firmar un contrato con usted sobre una

novela que se llame *La espada de Bolívar*". ¡Juepucha!, Y bueno, esto ya sonaba mejor, ¿no?

Entonces acabé firmando el contrato con Planeta, comencé a trabajar el libro y me di cuenta de que eso no podía ser una novela, eso tenía que ser un libro periodístico. Entre otras, habían publicado una novela de eso por ese tiempo, un puertorriqueño que no me acuerdo cómo se llama. Yo lo leí y el tipo se inventa un poco de mentiras, ¿no? Que la espada la había tenido Teresita Gómez, y en fin. Entonces, yo le dije: "Yo no puedo hacer ninguna novela, esto tiene que ser un libro periodístico". Comencé a hacerlo y me di cuenta que el solo librito de la espada no daba para más de 60 páginas o 70. Entonces le dije: "Bueno, esto tiene que ser muy histórico, que a través de la espada se cuente la historia del país." Entonces esa es la historia del libro. No es que yo hubiera escogido el objeto. Es decir, la historia de la espada es buenísima. Y creo que el libro hubiera sido mejor, o el relato, no el libro, porque no me hubiera dado pa' un libro. El relato hubiera sido mejor si hubiera sido un solo relato periodístico de la aventura desde el robo de la espada hasta el Palacio (...).

AG: ¿Fue entretenido escribir el libro?

PL: Sí, porque yo sabía bastante de la espada a partir

de *Siembra vientos*, la historia de cómo se la habían robado y dónde había estado, pero sin los detalles, sin mucho detalle. Sí, fue entretenido ver cómo un poco de gente que uno conocía, o no un poco, pero yo no la conocía a ella, la mamá de Álvaro Fayad. Para comenzar a hacer el libro llamé a Esmeralda que fue mujer de Bateman y le dije: "La voy a hacer" (la crónica, no el libro), una crónica sobre esto y necesito saber quién tuvo la espada". Y me dice: "Yo tuve la espada". Por ejemplo, "La Chave", que para mí era un personaje absolutamente lejano, cuando la entrevisté, resulta que el hijo que ella tuvo con su mejor amigo, que es hijo de un primo de Roberto Burgos, el escritor. Entonces todo está mucho más cerca de lo que uno imagina.

Sobre la experiencia de escribir *Siembra vientos*

AG: ¿Cómo fue la experiencia de escribir *Siembra vientos*? Te dijeron que eras del M y que estabas haciendo apología y no sé qué.

PL: Ese libro tiene una historia bonita. La historia de por qué ese libro tiene que ver también con mi pasado en la familia materna de Barranquilla y pues mi papá del Huila. Pero a mí siempre me impresionó que *La Violencia*, estoy hablando de la violencia

liberal conservadora, ocurría era en el interior, y en la costa los problemas se solucionaban alrededor de una mesa, un conjunto vallenato y una botella de ron, o sea, no había violencia. Cuando yo me entero, por la entrevista de Germán Castro, de que el jefe del M-19 era de apellido Bateman, dije: "¿Qué es esto?". Resulta que Alberto Bateman, un primo hermano de él, era muy amigo mío. Era novio de Margarita Durán, la hija de Argelino que secuestraron. Llamé a Alberto y le dije: "¿Y este tipo qué es tuyo?". Y me dijo: "No, es mi primo hermano". Ahí me entró una curiosidad inmensa. Entonces busqué el contacto a través del Comando en La Habana, fui y hablé con Pabón. Él ya iba a acabar la universidad en Colombia, hice la primera entrevista con él, pero fueron varias sesiones, no una como dice ahí. Él era un tipo muy tímido, en el sentido de que era un gran líder político y hablaba mucho, pero de su vida personal no hablaba y yo quería saber de él. "No, no, pues si quiere saber de mí pues vaya a Santa Marta y habla con mi mamá, mis amigos y ellos le cuentan. Y si quiere yo la conecto con unos amigos míos". Quedamos en que yo iba a Panamá. Fui a Santa Marta, hablé con Clementina, él me buscaría en el Hotel Europa, me acuerdo. Resulta que llegó Iván Marino Ospina. Entonces empecé a hablar con Iván Marino, totalmente cinematográfico el relato, impresionante.

Y mi familia liberal por todos lados. Resulta que Ospina era de familia conservadora, y yo quería comenzar el libro en la muerte de Gaitán que es donde yo creo que comenzó gran parte del problema. Y resulta que para él la muerte del "Condor del Valle" fue una tragedia, y dije: "¿Cómo puede ser posible?". Cambié completamente la idea del libro. Después hablé con Fayad y resulta que su primer recuerdo de infancia es que llegan unos tipos a su casa, golpean, él tenía cuatro años. Preguntan por el señor Fayad y dice el niño: "Aquí está mi papá", y lo acribillan, cae y entonces le sale un hilo de sangre por la boca y ese es el primer recuerdo que tiene, por liberal.

Entonces, me doy cuenta cómo a través de esas historias de vida se entrecruza la historia de la violencia en el país y la historia del país y de ahí pues nace *Siembra vientos*.

La historia es bonita, pues sabes que mi papá era un gran empresario del Huila. Él no aceptaba que uno dijera, ni 'pendejo'. Es decir, uno no podía decir una mala palabra. Entonces le voy a sacar este libro y le voy a leer ese libro que tiene un montón de vulgaridades que decía Bateman. Y él se aterró: "¿Cómo es posible?". Y le dije: "Papi, hagamos una cosa, nombremos un juez en el que tú confíes y en el que yo

confíe. Y si, esa persona, ese juez dice que el libro es malo, yo no lo saco. Pero si dice que el libro es bueno, lo publico. Entonces estuvo de acuerdo. Y el juez fue Pedro Gómez Valderrama.

Entonces Pedro leyó el libro. Eran tres preguntas: una, ¿cómo va a ser que Patricia se preste para esas palabras soeces? Otra, era sobre el riesgo de seguridad, y la otra si el libro era bueno o malo. Entonces Pedro comenzó, "tú tienes que entender que es un libro que utiliza el lenguaje testimonial y eso es lo que dicen los tipos". El peligro pues es indudable, y el libro es muy bueno.

Entonces no quedó de otra. Pero fue muy bonito porque, ¿quién iba a editar ese libro? En esa época, Jorge Posada, mi primer marido, se suicidó, acababa de morir. Él era socio de una editorial en Barcelona que se llamaba Fontamara, una "editorialita" así nada que ver. A mi hijo le quedaron unos libros, supuestamente las acciones o estaba en liquidación, no sé. Pero hablé con los tipos de la editorial y ellos aceptaron publicar el libro. Entonces se publicó en Fontamara y el lío de quién iba a distribuir ese libro. Y me acuerdo que fui donde Cata, y le dije: "Mire Cata, tengo este libro". Entonces me hizo un contrato y escribió a

mano "obra de caridad", como quien dice. Y ese libro se agotó en instantes (...). Y arrancamos a editar el libro. Yo me fui del país por seguridad y él quedó encargado. Fue por prevención, digamos. Pues, yo creo que si me hubiera quedado me matan, pero me fui unos meses, no fue mucho. Me entró la nostalgia y la papitis y me devolví. Afortunadamente me devolví porque él murió como tres o cuatro meses después, no era que estuviera enfermo. Se hicieron cinco ediciones. Eso era una edición cada 15 días, cada mes, impresionante. Ya después quedó el libro ahí y lo coge Planeta y, en fin. Pero muy bonita esa historia, ¿cierto?

AG: Y es un libro, pues me entiendes lo que voy a decir, entretenido, no es un mamotreto de esos académicos que escriben y que leen cuatro personas.

PL: Cuando tú me hablabas del periodismo literario, pues es la diferencia entre leer libros que se leen y que le llegan a la gente y los mamotretos. Puede que en el fondo la intención o el efecto sea igual, pero el otro no es eficaz porque es para académicos.

AG: Y ahí está el tema del Centro de Educación Política. Es muy difícil dejar de hablar contigo.

PL: Tan queridos.

Entrevista a Yolanda Reyes: educación, periodismo e infancia

Camila de Gamboa y Valentina Corradine

Yolanda Reyes es una escritora, educadora y columnista colombiana con una trayectoria destacada en la literatura y en la reflexión sobre la educación y la infancia. Su trabajo se caracteriza por una profunda exploración del lenguaje, la memoria y la construcción de ciudadanía desde la primera infancia.

Como columnista, ha sido una voz crítica e irreverente en el periodismo colombiano, abordando temas de género, política y educación. Su enfoque interdisciplinario le ha permitido moverse entre la literatura, la pedagogía y el periodismo, cuestionando los límites entre estos campos y proponiendo nuevas formas de narrar y pensar el mundo.

Resumen

Yolanda Reyes destaca la importancia del lenguaje y la lectura como herramientas esenciales para la construcción de subjetividad y ciudadanía desde la infancia. Su trabajo fusiona literatura y educación, desde la participación infantil en la democracia y el derecho de los niños a ser reconocidos como sujetos del lenguaje. En su ejercicio como columnista, ha desafiado los límites del periodismo tradicional, e introduce una voz femenina y crítica en espacios dominados por hombres. Además, enfatiza la importancia de la corporeidad en la educación y el papel del arte y la literatura en la elaboración del trauma y la memoria. Su pensamiento resalta la necesidad de espacios de diálogo donde los niños y jóvenes puedan interpretar el mundo, ser escuchados y reconocidos como agentes de cambio.

Abstract

Yolanda Reyes emphasizes the importance of language and reading as fundamental tools for building subjectivity and citizenship from childhood. Her work blends literature and education, addressing children's participation in democracy and their right to be recognized as subjects

of language. As a columnist, she has challenged the boundaries of traditional journalism, introducing a critical female voice in male-dominated spaces. She also highlights the significance of corporeality in education and the role of art and literature in processing trauma and memory. Her ideas underscore the need for dialogue spaces where children and young people can interpret the world, be heard, and be recognized as agents of change.

Palabras clave: lenguaje; infancia; educación; participación infantil.

Keywords: Language; Childhood; Education; Children's Participation.

La versatilidad de su ejercicio: habitar los límites entre ser escritora y maestra

Yolanda Reyes (YR): La fe en la escritura. La convicción de que la lectura y la escritura son necesidades, en primer lugar mías, son mis maneras de estar en el mundo. Lo otro que no logro entender muy bien es por qué empecé escribiendo para niños. Empecé trabajando con niños en el colegio, estudié educación con literatura y desde ahí viene esa doble mirada. Me interesó siempre la literatura como posibilidad de creación, de lectura y de buscar otros lengua-

jes, pero también me interesaba la educación. Y quizás sin el "pero", las dos cosas me parece que funcionan juntas, aunque el estereotipo de cuando yo estudié todavía lo sigo padeciendo: o soy maestra o el mundo de la educación no me reconoce solo como maestra, o no me reconoce como una maestra que solo hace eso, o escribo y entonces el mundo de la literatura tampoco me reconoce como una escritora. Después me metí en columnas de opinión.

Entonces digamos que esa convicción de las palabras, la fuerza de las palabras, la necesidad de elaborar el pensamiento, y la necesidad de expresión son algunos de los pegantes de todo esto, de las líneas grandes.

Yo creo que también la otra línea es no encasillarme en ningún lugar, lo cual es problemático, pero también es muy liberador. Porque no pertenezco exclusivamente a ningún gremio y me gusta mirar las cosas desde perspectivas distintas. Y ahí también me ha ayudado mucho estar con niños, porque esa mirada desde los niños, que no es solo hacia los niños, es desde cómo se ve la infancia, y cómo desde allí se ve y se piensa el mundo. Entonces son todas esas cosas a la vez. Es una versatilidad problemática porque no es lo que la gente espera o lo que la gente esperaba en otro momento. Ahora creo que esta-

mos más dispuestos a andar en los bordes y no tener límites tan claros. Creo que las fronteras se están volviendo más porosas.

Interpretación, participación y expresión desde la infancia

Valentina Corradine (VC): Yo-landa, me interesa mucho lo que estás diciendo porque justamente en el Centro para la Educación Política intentamos propender por fortalecer eso que se dice muchas veces que es la democracia. Y en todos nuestros diálogos, debates, conversaciones, y espacios al respecto, hemos llegado a la conclusión de que la democracia es un lugar tal vez ideal, e intentar llegar a ese lugar es justamente pararse y abordarse desde puntos de vista muy distintos. Y lo que tú dices me resuena mucho con la democracia. Me surge la pregunta de cómo, por ejemplo, tú en tu trabajo literario, especialmente el dirigido a niños y jóvenes, has identificado formas de abordar conceptos como el de la democracia, el diálogo, o el pensamiento crítico que también mencionabas.

YR: Sí. Bueno, por un lado yo creo que claro, ese concepto contemporáneo (y digo contemporáneo porque a mí me llegó cuando yo ya era adulta y tenía hijos), la idea de la ciudadanía viene

desde “nacemos ciudadanos”. Esta no era una idea que circulara y yo creo que la Constitución del 91 y todo lo que ha pasado después nos abrió esa mirada de las infancias cada vez más diversas. Pero en ese momento, una de las ideas fuertes que empezó a circular a partir de la Constitución y después del Código de la Infancia y de la Adolescencia y todo esto, es la idea de que no alcanzamos la ciudadanía en un momento, aunque claro, a partir de los 18 años elegimos políticamente. Pero antes tenemos participación política y siempre tomamos decisiones.

Y entonces esto implica darles voces a los niños, y la voz se construye. Esto tiene para mí mucho que ver también con otra cosa que es la literatura y la interpretación.

Cuando yo estudié en la universidad, en el milenio pasado, cuando se hablaba de aprender a leer y a escribir era como que: primero los ojos recorren el espacio, después comprenden y unen sonidos, conocen la información, después hacen análisis y después hacen interpretaciones. Todo en una escalera. No estoy diciendo, por supuesto, que no haya niveles de complejidad crecientes en el acercamiento a la lectura y la escritura, pero descubrir (y ese ha sido mi traba-

jo) en el territorio de la infancia que los niños leen antes de leer alfabéticamente, que interpretan y que toman decisiones sobre lo que están leyendo, por ejemplo, y que no te pueden decir en bachillerato: lees *Pedro Páramo* y ahí ya puedes ser un lector interpretativo (cuando estés en décimo), es maravilloso. Tú todo el tiempo estás sometiendo a interpretación, reconsiderando, reconfigurando y dando significado a lo que lees, y no solo a lo que lees alfabéticamente, sino al entorno. Los bebés leen rostros, leen los estados de ánimo de los demás, leen cuerpos, leen acciones y así se aprende a descifrar el mundo.

Entonces todo ese trabajo de desciframiento, que tiene que ver con cómo nos hacemos lectores, pero sobre todo cómo nos hacemos sujetos de lenguaje, empieza (y cada vez está más claro), incluso desde antes de nacer un bebé. Un bebé oye desde los cinco meses de gestación, oye las voces afuera y oye los sonidos articulados de la lengua y es capaz de diferenciarlos de otros sonidos. ¿Qué quiero decir con esto? El significado que implica cuando descubres que la formación del lenguaje, su construcción, que es lo que finalmente nos habilita para estar con otros, participar en el mundo de los otros y ser entendidos por los otros humanos; cuando entiendes que esa construcción del lenguaje empie-

za muy pronto y nos transforma para siempre y que somos todos una construcción del lenguaje; y que antes de venir al mundo también hemos sido motivo de interpretación para otros, entendemos que cuando una madre o un padre van a tener un bebé, la vida de esas dos personas cambia para siempre y se resignifica. Entonces, para mí todo esto tiene que ver con la democracia y con que mi interlocutor o que el otro, la otra es un sujeto del lenguaje, que es una construcción del lenguaje y que se expresa y participa en el mundo de lo humano, en tanto que es un ser parlante y es un ser que se expresa (...).

Ser una voz irreverente en el periodismo

Camila de Gamboa (CG): Mil gracias, Yolanda por eso que dices. Quería preguntarte algo que tiene que ver con eso que estás señalando: para ti, definitivamente en tus escritos de opinión, en lo que describes, en las reflexiones que haces, la palabra y el lenguaje obviamente son fundamentales. Pero, como tú lo señalas, no todos los sujetos de una comunidad tienen la misma posibilidad de estar incluidos en ese diálogo, en esa reflexión, por ejemplo, los niños que muchas veces los hemos simplemente invisibilizado, apartado, pensando que ellos, como tú señalas,

pareciera que ni siquiera pueden pensar por sí mismos ni tienen capacidad de reflexión, así sea distinta a la que nosotros tenemos. Pero tú también tienes en tus libros, pienso en *El reino de la posibilidad*, esa voz que eres tú, que es una voz de mujer, una voz femenina. Entonces, desde tu voz, ¿cómo has logrado hacer esas interconexiones? Probablemente con los niños, seguramente por esas mismas cosas, pero, ¿cómo te ves como voz femenina y cómo ves lo que pasa muchas veces en el periodismo y la literatura?, en donde parece que hay unos sujetos principales incluidos, que son los que hablan, que prácticamente son el oráculo que todos debemos seguir y esas otras voces, que tienen que ver un poco con lo que señala Valentina en relación con la democracia.

YR: Sí claro, es buscar el espacio de enunciación de una mujer, que hable como una mujer, porque hay mujeres periodistas que hablaron como hombres todo el tiempo y que para estar ahí tuvieron que imitar una voz o mirar el mundo desde un lugar. Solo te puedo decir que me ha costado el triple de trabajo o diez veces más y todavía, a veces, como que lo sufro y después digo: "No, pero pues es que hemos avanzado mucho". Por ejemplo, escribir en un periódico que en un momento fue el periódico en el que se expresaba la opinión, digamos como

el mainstream de las opiniones y también algunas disidencias permitidas para crear esa percepción de cierto pluralismo; pero de todas maneras tú sabes que ahí hay unos columnistas y casi todos son hombres o escriben como hombres. La primera mujer a la que yo recuerdo haber leído que decía otras cosas fue Florence Thomas en *El Tiempo*; y Florence hablaba de las reinas de belleza cuando el país se paralizaba. Y todo el mundo decía: "Ay, pero es una extremista". Todas esas cosas como 'feminazis', no estaba el término, pero era: "Ah no, es que ella es feminista y además es extranjera".

Yo empecé a escribir en el año 2000 en *Cromos*, era una revista que en ese momento dirigía Marianne Ponsford. Ella le dijo a mi editora (yo ya había publicado *El terror de Sexto B*): "Estoy buscando una voz de mujer que diga cosas irreverentes, que diga cosas distintas". Y mi editora, que era Pilar Reyes le dijo: "Se me ocurre una persona, Yolanda Reyes, búsquela", y cuando le dijo que escribía para niños y escribió un libro, Marianne, que era muy de buscar gente, debió pensar: pero, ¿libros para niños?, con desconcierto. Y ella me pidió unas pruebas, me dijo: "Ay, mándame una columna de prueba", y yo escribí una columna, mi columna se llamaba *La piedra en el zapato*, y era una mirada desde otro lugar, una mirada desde la irreverencia, era una muy distinta

y me recibió ahí, en *Cromos*. Era una columna que no dejaba de hablar de ningún tema de actualidad pero lo hacía desde una perspectiva con otra voz. Y ahí yo empecé a darme cuenta de que había formas de construir voces que dijeran, que miraran lo mismo haciéndose otras preguntas y en eso me ayudó muchísimo la mirada de los niños en el sentido de que los niños vuelven a interrogar todo lo que ya todo el mundo ha dado por hecho y eso me pareció interesante.

Más adelante, me echaron de *Cromos*—cambiaron la directora— y escribí un texto que le llegó a Daniel Samper y él se la mandó a Enrique Santos, que era el director de *El Tiempo*. Y Enrique Santos me llamó y me dijo: “Yo quiero a alguien así, yo estoy buscando esa voz, yo estoy buscando gente que escriba desde otros lugares”, y me invitó a ser columnista. Yo le dije: “Ay, yo voy a escribir cada tres semanas o así”, porque yo tenía miedo de que me volvieran a echar otra vez y estaba terminado un libro y no quería escribir la columna todas las semanas. Bueno, y siempre pensé: “Me van a echar, esto no va a durar”, y coincidió con la época de Uribe, pero ahí sigo y es rarísimo que yo todavía siga, siempre pensando que no encajo y cada vez descubriendo que hay más mujeres que están encajando y que son voces distintas, mujeres que hablan muy seriamente

de muchas cosas, nuevas columnistas y me encanta eso. Pero, de todas maneras, yo siento que hay como unos cuatro o cinco columnistas en ciertas encuestas que les hacen a los empresarios: “Ay, ¿quiénes son los columnistas que inspiran a los líderes de este país?”. Y suelen leer unas voces casi siempre masculinas que hablan de política desde ese lugar que se le asigna a ‘la política’ (en el sentido de los chismes políticos). Pero ahí vamos despacito.

La palabra como derecho y herramienta de transformación

VC: De lo que mencionas Yolanda, te hago una pregunta grande que tiene dos partes. La primera es: ¿Crees que desde tu rol como escritora, como maestra, tienes la responsabilidad de educar políticamente a la persona que te lee? Y eso está conectado con la segunda parte y es, sea cual sea el caso: ¿Cómo cambia el enfoque con el que comunicas las ideas para cada uno de tus públicos y transmitir la idea que tienes en tu cabeza? Porque yo presupondría que tal vez quieres transmitir una idea específica, para eso seleccionas un lenguaje también determinado, unas formas también más adecuadas, ¿no? Pero también en mi cabeza solo haría sentido si tuvieses este primer pensamiento de: “Sí,

me comprometo con un rol", ya sea político o social dentro de esta sociedad.

YR: Yo creo que con el tiempo he construido una claridad frente a la repercusión enorme de ser un lector y un escritor. A veces alguien dice: "Ah, es que es una intelectual" y yo digo: "Claro, eso me definiría si yo no estuviera en terreno", pero también allí soy una intelectual que cree que los libros, que escribir y que leer son maneras de esclarecer el pensamiento, el propio y el de los demás. Hay una frase de Bioy Casares que dice: "De ciertas cosas yo no sabría lo que pienso, si no hubiera tenido que escribirlas". Entonces, yo digo que sí, que todo lo que yo hago en lectura y escritura, así trabaje con un bebé en un taller de cuentos o escriba un libro para un bebé, hasta una novela o una columna de opinión, parten de la idea de que el lenguaje nos cambia, nos atraviesa y es la herramienta que tenemos para decir y para tener una palabra.

Yo creo que la poética es política.

Hago poética para la primera infancia porque creo en la posibilidad política de ser un sujeto del lenguaje y entonces por eso hay que empezar pronto. Lo que yo hago con los bebés es poético y político", porque es decirle a alguien: "Su bebé es un ser de

palabras", y si usted lo alimenta y lo enriquece y le da palabras y le da herramientas para nombrarse y para saber quién es y para construir su casa simbólica propia, eso le da un lugar en el mundo de la polis, en el mundo de lo humano, de los humanos juntos. Entonces cuando yo empiezo a escribir una columna, que también está en alguna parte de ese continuo de la escritura y la lectura, cuando el tema aparece o cuando lo encuentro, o cuando decido cuál es, yo también creo como Bioy Casares que no sé lo que pienso hasta que me pongo en el trabajo de escribirlo. Y escribirlo es leer la realidad (...). Entonces, yo creo también en la responsabilidad del columnista de añadir algo a la conversación que el lector va a empezar conmigo, no para que esté de acuerdo, sino para que él esclarezca, a partir de lo que yo converso con él, lo que está pensando sobre eso y pueda discutirlo, no para que coincida conmigo, sino para que se pregunte: "¿Y yo cómo me sitúo frente a esto?".

Eso me encanta porque, sobre todo cuando hay un tema de actualidad sobre el que muchas personas han escrito ya, y a mí me toca el lunes y entonces esto pasó el viernes y ya las columnas del domingo están requete manidas digamos, ¿cómo busco un ángulo distinto para añadir una arista y hacer una pregunta desde otro lugar? Yo creo que

una columna solo es una pregunta que queda flotando. A veces logra ser más eficaz o resonar más en el otro y a veces no. Y bueno, a veces uno se esfuerza mucho y no funciona tanto, y uno trabajó más en esa columna, pero yo siempre tengo la idea de que, al tiempo en el que se va abriendo el sentido, yo avanzo y abro el bosque y lo voy iluminando, y el lector también tiene que hacer ese mismo proceso, y que leer y escribir sí son oportunidades para salir de la vociferación, no sé cómo se pueda llamar eso: dejar de vociferar y sentarse y decir: "Bueno, ¿y esto cómo lo veo yo". Yo creo que es esa distancia la que hacen las palabras y la lengua escrita, sobre todo.

Periodismo reflexivo en tiempos de redes sociales

CG: Yolanda, con eso que señalas, que es además poético lo que estás diciendo, dado todo lo que ha pasado con el periodismo tradicional, con los nuevos medios, con la cantidad de información que nos llega a través de tan diferentes medios: TikTok, Instagram, Facebook, todas esas cosas, ¿cómo ves ese quehacer de periodista, de alguien que da opinión, de alguien que pretende reflexionar con ese lector? Especialmente con eso que señalas, frente a la importancia de ayudar, en cierto sentido, a que el otro

reflexione por sí mismo, a que el otro encuentre una voz, a que el otro encuentre una visión crítica frente a lo que pasa. Pero con eso, como dices tú: "La vociferación", ¿qué pasa con todo eso?

YR: Sí, yo no sé. Yo veo esas redes como lugares en los que a veces hay que estar, pero no creerse el cuento, ¿no? Yo dejé de tener una pretensión de aumentar el número de seguidores. En algún momento vi que había pasado de un número a otro y dije "Ay, quiero llegar a los 6000", y después dije: ¿Y 6001 y 6002? Y después dije: "Eso para mí no tiene importancia, a mí me gustan los lectores uno por uno". Entonces yo creo que el ejercicio de leer y escribir son oficios de cierta manera más solitarios y reposados; y todos soñamos con que las cosas que pensamos, decimos y elaboramos con cuidado lleguen a mucha gente y sean reconocidas; decir lo contrario sería una hipocresía. Pero también yo creo que hace parte de mi identidad como escritora no buscar algo masivo, no sé cómo se lo plantean los demás, pero yo ya descubrí que lo mío no es masivo. Si yo te pudiera decir, yo no busco ser un *bestseller* con el libro que escribo o estar entre los más vendidos de la librería X, sino más bien ser un *longseller*, como durar, acompañar. Tú decías: "Ayudar a pensar al otro", y yo te diría:

No es ayudar a pensar al otro, es pensar con el otro, pensar al lado del otro, acompañarnos a pensar juntos.

Francamente Camila, no es lo que le interesa a las redes sociales en general. No digo que no exista pensamiento en las redes, por supuesto que existe y todos tenemos la experiencia de seguir gente muy valiente y muy valiosa que ha construido y a la que no conoceríamos si no fuera gracias a las redes. Pero, yo me alegro cuando alguien dice: "Uy, es que Yolanda Reyes descubre una manera de mirar que siempre me sorprende o siempre me dice algo que no se me había ocurrido". Yo eso lo prefiero a aumentar el número de seguidores. Un solo comentario de alguien, un lector que dice: "En esto que yo leí tuyo, armé esto" (...) es suficiente.

La importancia de la corporeidad en la educación

VC: Creo que eso pone en diálogo las tensiones, o un par de tensiones actuales, ¿no? Dígase la inmediatez de las noticias, por ejemplo, y a la vez poder construir y contar historias significativas. De ahí un reto que creo que está sobre la mesa y es cómo poder crear estrategias útiles y eficaces para que las

poblaciones venideras, los niños que tú estás educando ahora y a quienes les estás leyendo no transformen estos hábitos de lectura, con contenido, siguiendo la metáfora a hábitos de lectura un poco más mediáticos que no les proveería tanto regocijo o aprendizaje como otros. Ahí yo te preguntaría: ¿Cómo percibes esta transformación del hábito de lectura más que todo en la esfera digital de las redes sociales y qué podríamos decir al respecto? No solo como escritores, maestros, sino también como formadores políticos, como ciudadanos que intentamos fortalecer esta democracia, esta escucha de diferentes voces significativas.

YR: Por supuesto que las redes sociales ya están aquí y las necesitamos y nos han abierto como digo, otras posibilidades de mirar y nos han conectado con gente que vive lejos y que de otra forma quizá no habríamos conocido. Recuerdo que había una librería que se llamaba "Oma" y a veces se conseguía *El País* de España, no sé, cinco días después, era ese el movimiento del mundo, y ahora con un clic estás en todas partes. Pero al mismo tiempo no estás. Ese descentramiento y esa masificación que no te permite entrar en un corpus, un cuerpo. Un diario o un libro son un cuerpo construido, con una curaduría, revisado, releído, repensado, y ahí hay unos mediadores que estuvieron antes

de ti, y que dijeron: “Bueno, esto lo vamos a cuidar”, y hay una cantidad de gente ahí metida, hay un diagramador, un editor. Entonces, cuando de pronto te llega todo esto así disparado, y todo suelto, y todo descentrado, sin editor, con una mediación que por supuesto existe, porque Google es una mediación y el señor Bezos es otro mediador, pero además tú crees que tú llegaste a eso solo, sin mediación. Me parece que todavía no hemos pensado lo suficiente respecto a: “Ah, yo soy libre porque me llega esto sin la mediación del señor empresario de *El Tiempo*”. No te creas tan libre, no creas que estás haciendo una lectura libre porque hay detrás una cantidad de gente que está pensando qué quieres y qué necesitas y que quieren que leas esto primero.

¿Por qué digo esto en ese contexto? Porque los niños con los que yo trabajo necesitan aprender a leer. Yo creo que cada vez se abre más esta mirada en todos los países. Creo que los niños necesitan conectarse o leer cuerpos tangibles, porque los niños son concretos, y un libro de papel, un libro del ámbito de lo material es para un niño de dos, de tres, de cero meses o un niño de cinco años, un cuerpo que se pone al frente de otro cuerpo; que te lea alguien que está al lado tuyo y tú mires la cara de esa persona que te está leyendo y escuches el ritmo de su voz,

y huelas a esa madre que está detrás y veas pasar por su rostro las emociones del libro. Ese acompañamiento, esa corporeidad de lo concreto y lo sensible son muy importantes. Al perder esa corporeidad de lo concreto y lo sensible que es el parque, que es embarrarse, que es echarse arena en el pelo con otro niño, esa idea de estrellarse con otro, esa idea de los cachorros humanos que necesitan también sentir y ver al otro, pero sentirlo desde lo físico, son esenciales para acercarse a la voz de un libro (...).

Todas esas capas de complejidad que se construyen en la interpretación y en el encuentro con los otros, en esa voz que te nombra, que te lee, que te abraza, que es un rostro también; todos esos ecos de lo humano se están perdiendo en ese paso tan precoz a las pantallas, o en ese paso tan exclusivo a las pantallas, y hablo de cualquier edad. Porque las pantallas y las redes todo el tiempo nos están tratando de interrumpir porque quieren nuestra atención (...). Repito, no estoy en contra de eso, pero sí estoy en contra de la precocidad de las pantallas sin duda, o de la exclusividad de las pantallas también.

Dar lugar al conflicto, la ausencia y el dolor en las artes

CG: En relación con eso que estás señalando, sobre todo de

los niños, tú hablas mucho también de lo que no se nombra, de lo que se silencia y de lo cual se debería hablar. Y en parte tiene que ver también en los adultos, pero sobre todo en los niños, en la guerra, y en el conflicto armado colombiano, donde muchas veces dicen: "No, pues justamente, para protegerlos un poco, la idea es que no se les hable de esto"; y, no obstante, eso está ahí, eso lo sentimos, se lo transmitimos. ¿Cómo, por ejemplo, tú logras hablar de estos temas?, o ¿cómo sucede cuando es con niños, qué pasa ahí, cómo se logra eso?

YR: Bueno no, yo no sé. Alguien decía que nadie logra salir ileso de la infancia y es verdad. Todos traemos heridas de muerte, heridas de guerra, heridas de dolor y con las mejores intenciones siempre, los adultos tratamos de proteger a los niños, en parte porque nos da mucho miedo que sufran, porque no queremos que sufran y quisiéramos la fantasía de un mundo infantil en el que no hubiera ninguna fisura, pero como eso no depende de nosotros, sino de nuestra condición humana y frágil, pues yo creo que a todo el mundo le pasan cosas, en guerra y en cualquier tiempo.

Yo creo, por un lado, ahí sí la experiencia literaria. La literatura arranca por nombrar la ausencia, mira que una canción de cuna es uno de los textos más difíciles y dolorosos porque lo que está

diciendo es: "Me tengo que ir, me tengo que ir, me tengo que ir", todo el tiempo. Está diciéndole al bebé: "Duérmete mi niño que tengo que hacer, lavar los pañales y hacer de comer", pero lo está diciendo de una manera específica, está cantando y está haciendo una promesa, está envolviendo la pérdida en la estética, en algo predecible y yo creo que el arte nos ayuda a lidiar con lo que no podemos ver y nos lo trae en una cadencia que podemos anticipar y sobre la que podemos volver muchas, muchas, muchas veces.

Las palabras de la literatura, por ejemplo, las palabras de las artes, las palabras de las canciones nos dicen cosas que están en el fondo de nosotros, pero las dicen de una manera que nos permite mirarlas afuera. Vuelcan la experiencia del dolor o la experiencia de lo tumultuoso de un hecho traumático, lo ponen, lo sitúan en un mundo organizado. ¿Y cómo se organiza el mundo? ¿Cómo se organiza el mundo del lenguaje? En una gramática, cualquiera que sea, en una forma que te permite mirar eso afuera. Podría leer un libro, podría leer mil veces un libro de abandono en el que yo me puedo detener como lectora en una página, pero quizá si eso me lo ponen en el estruendo de una bomba de una película con unos efectos sonoros que yo no puedo detener, me produce pánico y sí

lo puedo leer en el libro, porque en el libro yo soy la que gobierna ese acercamiento a lo psíquico y yo también puedo decidir no avanzar o puedo retroceder. Y lo que hace la guerra, o lo que hace el trauma es que no puedes retroceder porque tú estás ahí y todo ocurre intempestivamente. Y lo que hace la literatura, lo que hacen las artes y lo que hacen también las conversaciones es ponerlo en el orden del lenguaje. Y fíjate cuando digo el orden del lenguaje, tengo que decirlo con un sujeto y un predicado y tengo que pensar en las palabras y en la sintaxis.

El arte ordena el desorden del mundo y lo vuelve controlable.

No es que yo esté diciendo que solo la literatura hace eso por los niños, porque tampoco reemplaza las conversaciones íntimas y particulares en circunstancias inevitables. No se trata de decir "Ay, como se murió alguien, dame un libro porque le quiero dar la noticia a un niño". Quizás es mejor abrazar a ese niño y decirle lo que está pasando y decírselo con el corazón y estar juntos en este dolor (...). Es decir, hay muchas posibilidades y circunstancias distintas, pero al mirar al otro a los ojos y al conversar, construimos un espacio en el que tú también puedes poner tu dolor en el lenguaje y tu lenguaje y mi lenguaje encuentran un punto en la mitad. Cuan-

do eso no se dice, sobre todo en la infancia, ese dolor se queda adentro y se vuelve un nudo en la garganta o en el estómago y creemos que eso solo nos pasa a nosotros, que nadie más está sintiendo ese dolor. Fíjate que todos los movimientos ahora, de reconocer las emociones y atravesar por las emociones, tienen que ver con ese entender que el otro está transitando ese momento, para que el otro también pueda mirar, el niño o el adulto, y pueda decir: "Sí, me está pasando esto y esto es lo que estoy sintiendo". Y eso es lo que hacen los libros, eso es lo que hacen las palabras. Entonces, yo lo que creo que hay que hacer con los niños es hablar, y oírlos y mirarlos, y reconocer en qué están. Y vuelvo a la primera frase: son sujetos de palabra como nosotros, son seres de significado y es reconocer ese lenguaje y reconocerlos como interlocutores.

Esto no solo lo digo, Camila y Valentina, para momentos de guerra, los niños han estado fuera del discurso. Había un niño que me decía: "Yo no sé por qué en mi casa, cuando mis papás pelean siempre, y están llorando y todo, me mandan a jugar". Es que jugar es lo que yo hago cuando hago otras cosas y yo quiero estar ahí, encima, saber qué está pasando. Ese ser excluido de la conversación, pero también del permiso de sentir, puede negarnos el "permiso" de sentir cosas.

Reconocernos como sujetos del lenguaje

YR: A veces los adultos hablamos de los niños con los niños ahí, como si no estuvieran y podemos decir, "No me lo aguantó, está insoportable", y el muchachito está ahí y tiene orejas y está oyendo todo lo que decimos y pensamos de él. Y hay cosas que se nos graban a fuego cuando somos niños que han dicho sobre nosotros, pero no con nosotros. Entonces yo creo que es eso, ¿no? Para reconocer al otro como sujeto de lenguaje,

tenemos que reconocerlo como sujeto y empezar a tener una interlocución con el otro porque no puedo esperar. Lo que tengo clarísimo y quisiera que les quedara siempre resonando cuando hablan conmigo es que, cualquier persona de cualquier edad tiene un lenguaje y merece ser escuchado y merece conversar; y creo que mucho en la conversación con los niños, y con los adultos también.

Muchas gracias a las dos porque las conversaciones ricas siempre ayudan a pensar y eso es pensar juntas todas.

La comunicación le hace daño a la democracia

Omar Rincón

Académico, artista, ensayista y periodista colombiano en temas de medios y entornos digitales, cultura, entretenimiento y comunicación política. Profesor titular de la Universidad de los Andes (Colombia). Director del Proyecto de Medios para América Latina de la Fundación Friedrich Ebert

orincon@uniandes.edu.co - @fescomunica

Resumen

El problema no es la democracia, es el capitalismo; lo perverso no son los medios y los periodistas, es su modo patético de ser súbditos de los tuit-tiranos; lo bello es que la lucha y el combate es por los derechos: los conservas, el establecimiento blanco-masculino-occidental siente que le están "peliando" sus privilegios y han salido, literalmente, a matar. Este ensayo propone que el debate político es entre democracia y capitalismo; que los medios ya no importan (tanto), sino las plataformas y sus videojuegos financieros de derecha; que los periodistas deben hacer una autocrítica y huir de esa enfermiza relación con quien los maltrata; que los derechos son el eje del debate de la democracia en el siglo XXI y vamos ganando.

Palabras clave: medios; periodismo; Petro; Twitter; Trump-derechos.

Se acabaron las ideologías, se diluyen los partidos, se desinflan las democracias, estamos indignados con los políticos, queremos capitalismo para todos y felicidades instantáneas... y todo se vende/justifica con la comunicación mediática y digital. Ya no importa la democracia, sólo el capitalismo (y la comunicación).

Democracia vs. capitalismo

La democracia ha llegado a su lugar mínimo de concurso estadístico: y el ganador es... La democracia ha perdido su sentido de *ethos* de convivencia de las diversidades, bienestar colectivo, respeto de los

derechos, privilegio de lo público y esas vainas que nos interesan a los modernos (bien)pensantes.

El capitalismo “usa” y “abusa” de la democracia estadística democrática para ganar el relato e imponer su modo único de la sociedad que define al Yo con base en el capital que se tenga y se exhiba en el consumo, se legitime en exhibir los consumos y vender al “yopitalismo” como el cielo prometido. Digamos que hablamos de los tecnólogos como Musk, Bezos, Zuckerberg; los reyes de la farándula como los reggaetoneros, futbolísticos e *influencers*; los *celebrities* políticos como Milei, Bukele, Trump, Petro; o los líderes religiosos y su *teología de la prosperidad*: Dios quiere que seas un “Yo exitoso” en el capitalismo para entrar a los cielos (Viotti, 2018). De hecho, la “teología de la prosperidad” ve la Biblia como un contrato entre Dios y los humanos: si los humanos tienen fe en Dios, él les dará seguridad y prosperidad. La doctrina enfatiza la importancia del individuo por sobre lo colectivo.

Los enemigos del capitalismo son, entonces, esos inventos “progres” logrados en democracia llamados derechos, diversidades o medio ambiente, y esos “otros” que se concretan en los migrantes, los indígenas, los afros, las mujeres. Hay un nuevo comunismo que lo encarnan privilegiadamente las mujeres, los

derechos sexuales, lo público, los migrantes. Es comunismo porque quiere destruir al capitalismo, a la patria, a Dios, a la familia, a lo establecido.

Una historia fácil: ganamos democráticamente el poder gubernamental, judicial, legislativo; ganamos el capitalismo por nuestro “Yo talento” para hacer dinero. Luego, todo lo que se le oponga al capitalismo es el comunismo. Y esta batalla se juega en la cancha de la comunicación mediática y digital.

La concentración de la enunciación

La comunicación mediática y digital es la lucha simbólica y política por el sentido común, el mercado de la opinión pública y el relato de la hegemonía política.

El eje legitimador de esa lucha es un valor democrático que se llama “libertad de expresión”, ya que a mayor diversidad y pluralidad de voces, mejor democracia. En nombre de la libertad de expresión, toda opinión es válida y legítima.

Antes este era el poder de los medios, sus ficciones y sus periodistas de la verdad, ahora es el poder del algoritmo, del dato y las redes digitales. En ambos casos “el problema democrático” es la concentración de la enun-

ciación, que tiene que ver con la concentración de propiedad. Por ejemplo, en la Colombia mediática esto es evidente cuando los más ricos del país demuestran su poder al tener un grupo de medios: el grupo *El Tiempo* de Sarmiento Angulo; *El Espectador*, *Caracol TV* y *Blu Radio* de Santodomingo; *RCN*, *La República* de Ardila Lulle; *Semana* de Gilinsky; y *Caracol Radio* y *Canal Uno* de Prisa (España). Su negocio es concentrar la enunciación e incidir en la toma de decisiones del poder político, por lo cual poco importa que los medios den pérdidas. Como dice **Analitik** (2024):

Los datos encontrados por Valora Analitik revelan desplomes de utilidades [...] de algunos de estos [medios]: RCN Radio pasó de perder \$2136 millones en 2022 a registrar una caída de \$15 491 millones en 2023. El Tiempo Casa Editorial ya no tuvo utilidades de \$4666 millones, sino pérdidas por \$15 914 millones. *Revista Semana* profundizó sus pérdidas, al pasar de -\$3615 millones a -\$8472 millones. RCN Televisión varió de -\$26 987 millones a -\$37 641 millones. *El Colombiano* pasó de perder \$6121 millones a \$9753 millones.

Estos grupos empresarios no pierden dinero, ya que “lo invierten” en que los legislado-

res, gobernantes y jueces tomen decisiones en beneficio de sus intereses empresariales y así convierten pérdidas en ganancias.

Ahora está “la democracia digital” de un teléfono celular y una conexión a Internet como apología a la libertad de expresión. Hay una nueva concentración de la enunciación y del negocio en el poder de las plataformas que controlan “la verdad” del mundo según sus intereses. Y ahí los que deciden son Musk/X, Zuckerberg/Facebook/Whatsapp/Instagram, Bezos/Amazon.

La democracia pierde en ambos escenarios, en el del nacional-mediático y del global-digital, ya que se restringe y dirige la enunciación pública y todo en nombre del “negocio, socio”.

Y todo gracias a que vivimos en X

El *yopitalismo* y estos *celebrities* gobernantes como Milei, Bukele, Trump o Petro son exitosos no por gobernar, sino por comunicar en redes digitales para “dominar/entretener” a los medios/periodistas. Un tuit se erige como el modo más efectivo para “gobernar” al promover debates públicos. En este contexto, el pacto democrático ahora es más un pacto comunicativo y ha dejado de gobernar con verdad y construcción de soluciones y obras, como lo expresó el presidente

Gustavo Petro a *El País* de España (Bock, 2023):

El periodista y el político están en un mismo escenario. Esa capacidad de comunicar de una manera mayor dentro de la sociedad genera una tensión permanente, una tensión que siempre existirá mientras exista el oficio del periodista y del político profesional. [...] Esa frontera entre el periodismo como comunicador social y la política como comunicadora social, nos va a enfrentar, nos va a encontrar, siempre estaremos juntos, siempre estaremos enfrentados.

Petro lo pone claro: el político y el gobernante “compiten” con el periodista y los medios. A esto lo llama “batalla cultural” por el relato, y todo en nombre de la democracia y la libertad de expresión (Rincón, 2023). En este escenario, ya no podemos creer que los gobernantes nos dicen la verdad, sino asumir que el periodismo y los medios son “la cancha” del combate por la verdad.

Paul Waldman (2022) lo dice así:

Trump usó la red social como una palanca para obtener atención. Comprendió que lo importante

no era cuántas personas estaban en Twitter, sino *quiénes* estaban allí: los periodistas [ya que] Twitter es el lugar donde los periodistas monitorean las noticias del día, promocionan sus historias y conversan entre ellos. Cada vez que Trump tuiteaba algo escandaloso, sabía que los periodistas lo verían y escribirían al respecto, lo que le permitió moldear la agenda noticiosa y lograr que todos hablaran de él. La estrategia fue notablemente efectiva [...], 65 % de los tuits de Trump durante su presidencia terminaron en noticias, en comparación con solo 3 % de los de Barack Obama en su segundo mandato.

Entonces, estos gobernantes “seducen” con tuits a los periodistas, y así ponen “en público” sus frases escandalosas que en su mayoría son *fakes*. Gracias a esta acción tuit-periodista-medios se crean debates portátiles e inútiles como si esa fuera la realidad democrática.

Triunfa la comunicación y pierde la democracia

La realidad democrática y política, entonces, es lo que digan los políticos y gobernantes en X,

que reproducen los periodistas-medios y celebran escandalosamente los fanáticos de estos políticos. Solo que ahí, en X y en los medios, vive menos del 10% de ciudadanos, ese universo es de periodistas y políticos que viven eufóricos en sus debates/peleas/polarizaciones. La mayoría que vota está en Facebook y Whatsapp. A eso no le ponemos cuidado, pese a que es allí donde las *fakes news* viven. La otra gran mayoría habita en Instagram, Youtube y Tiktok, que es donde viven felices los jóvenes que se activan por causas y poco votan. Entonces, tal vez si queremos pensar la relación comunicación y democracia deberemos comprender mejor lo que sucede más allá de X y los medios.

Entonces, los derechos al Centro

Debemos comprender que el asunto democrático está en que "el problema" que debe resolver la democracia y la política es el de la felicidad y las alegrías de la gente. Ahí entramos en el dilema de si la democracia y la política deben poner el eje en las éticas cosmopolitas del feminismo, el medio ambiente, la diversidad sexual y los derechos humanos, o en las necesidades de la gente de llegar a fin de mes; algo de orden, seguridad y algún dine-

ro para ganar, consumir algo y sentirse parte de este sueño yopitalista.

En las éticas globales, la comunicación es una estrategia de lucha, pero antes están las ideas, los programas y el pensar en colectivo. En cambio, para responder a las necesidades mínimas del sentido común basta con la comunicación efectista de los *políticos celebrities* que emocionan y ya. Todo eso del feminismo, del medioambiente, los derechos humanos, la diversidad sexual o los migrantes son "los demonios" que impiden que la gente sea exitosa.

Asumir la esperanza con la conciencia de que la democracia está mucho mejor; que los "progres" estamos ganando ya que hemos instalado en el centro del debate democrático a los derechos y el feminismo; que estas éticas políticas ya no son asuntos marginales sino la pepa de la democracia. Pero debemos mejorar su comunicación, como hemos dicho en otra parte: pasar del punitivismo al cuidado, dejar la solemnidad educativa y onegera para ganar la fiesta de lo *cool* y popular para producir experiencias y estilos de vida democráticos gozosos, *pop* y populares desde y con los derechos (Buzzone *et al.*, 2024).

El paciente aún tiene signos de vida y podemos salvarlo

Daniel Rivera

Consultor en comunicaciones estratégicas, asuntos públicos y crisis.

Resumen

El modelo de negocio de los medios de comunicación implosionó, está en crisis y no parece haber una solución sólida en el futuro cercano; esto se relaciona estrechamente con el deterioro evidente en la salud del esquema democrático liberal y la calidad de la discusión pública. Un diagnóstico y un camino de solución.

Abstract

The media business model imploded, is in crisis and there seems to be no solid solution in the near future; this is closely related to the evident deterioration in the health of the liberal democratic scheme and the quality of public discussion. A diagnosis and a solution path.

Palabras clave: debate público; democracia; medios de comunicación; periodismo.

Keywords: Public Debate; Democracy; Media; Journalism; Journalism.

La fortaleza de los medios de comunicación está estrechamente ligada a la fortaleza de la democracia. No en vano, el deterioro de la salud y confianza de las democracias liberales, con muestras evidentes en los últimos años, coincide con el complejo panorama que se vislumbra en los medios de comunicación a nivel mundial. La sostenibilidad de los pilares que sostuvieron por décadas el negocio de los medios de comunicación hoy experimenta un fuerte remezón y si no actuamos como sociedad, el resultado puede ser peor de lo que hoy se ve.

Para la configuración de este escenario han contribuido, en paralelo, diversos factores: la implosión del modelo de negocio en el que venían operando por décadas las grandes casas editoriales y de medios, la irrupción abrupta y desordenada de las redes sociales que supuso

la pérdida del monopolio en la emisión de la información que por décadas ostentaron y, por ende, de los patrones de consumo de información; la pérdida sostenida de credibilidad por parte del público (según la reciente encuesta de Invamer (2024), la cifra de quienes no confían en los medios ronda el 47 % del grupo encuestado, en cifras redondas, la mitad de los colombianos no confía en los medios de comunicación); así como errores deliberados de parte de los medios y periodistas, que han fungido como partículas aceleradoras de toda la tragedia.

Este último punto me interesa en particular, dado que, de un ejercicio serio de autocrítica y por ende de reconocimiento, de la situación con un catálogo de soluciones, debería ser prioridad en función de dilucidar un camino que permita dotar de oxígeno y vitalidad a una institución que debe preservarse y fortalecerse si de lo que queremos hablar es de una democracia sólida.

A más medios de comunicación fuertes y confiables y que cumplan su función, mayor democracia; esta debe ser la consigna.

La anterior, pues, es una tormenta perfecta con asuntos estructurales que intentaré diseccionar para encontrar posibles caminos de solución.

El paciente está vivo

A pesar de los elementos contextuales descritos, los medios de comunicación siguen cumpliendo una función vital en nuestras democracias. Su papel de guardianes del poder y de proveedores del bien público y democrático de la información, han sido determinantes para destapar e investigar grandes episodios enmarcados en corrupción pública y privada que difícilmente habrían visto la luz pública por cuenta de la menoscabada capacidad de las autoridades de control y judiciales, que hoy les siguen la pista a los medios relevantes en materia de investigación y no al revés, como debería pasar. Los medios, en su rol de contrapoder, han contribuido a vigilar las decisiones que afectan al público y con los recursos disponibles (que, dicho sea de paso, son cada vez más limitados) ejercen este rol medular en la sociedad.

Ese factor ha permitido que nuevos medios de comunicación, que nacieron en lo digital y sin matriculas políticas evidentes, sean parte relevante del ecosistema mediático, ampliando la posibilidad de enfoques, de discutir nuevas agendas y de visibilizar a grupos poblacionales que históricamente han tenido restringido su acceso a grandes discusiones públicas. Además, claro, han tenido vía abierta para tocar

intereses que antes era imposible de escudriñar por la geopolítica que históricamente ha movido la agenda de los medios de comunicación.

La propiedad asociada a grandes grupos económicos y su relación simbiótica con los partidos políticos, han incidido en la agenda que se tramitan en sus salas de redacción.

Si bien este último ha sido un factor de supervivencia en las empresas, es problemático desde el punto de vista de la neutralidad —y ya no imparcialidad— de su agenda informativa. Estos medios, que fueron creados o son refugio de periodistas experimentados que vieron cerrado su ciclo en grandes medios tradicionales, son los que hoy lideran grandes conversaciones públicas alrededor de temas que se encontraron en lo digital, sin importar el lugar físico, sus intereses o sus agendas. Son cada vez más de nicho, pero de nichos sólidos, con capacidad de defender su existencia y de, incluso, subvencionar económicamente su sostenibilidad.

Sin embargo, sus estructuras de funcionamiento son frágiles en cuanto a los mecanismos mediante los que se financian (financiación colectiva, suscripciones, rifas y, en menor proporción, fuentes como la publicidad

que otrora fue el mecanismo por excelencia para sostener a estas empresas), aspecto que hace que el esfuerzo que realizan sus fundadores —y periodistas en general— sea meritorio.

Y en este punto, no sobra recordarlo, los medios de comunicación son también empresas que necesitan estructurar un mecanismo de financiación para que el trabajo de sus periodistas pueda tener la calidad y visibilidad correcta y sus empleados, una remuneración y garantías laborales, como lo tiene cualquier otro oficio. Aquella idea altruista que en alguna época marcó a una generación de periodistas, según la cual el periodismo puro debería estar totalmente abstraído de intereses económicos y políticos, siempre encontrará la cruda barrera de la realidad, en esta ocasión asociada a la sostenibilidad y rentabilidad del negocio.

En este punto y con este panorama comienzan a surgir preguntas de cuyas respuestas depende el diseño de alternativas que permitan ampliar los mecanismos de financiación pública o privada.

Las políticas públicas pueden jugar un rol fundamental para orientar estos esfuerzos.

Algo similar a lo que está sucediendo en Europa, en donde, mediante planes auspiciados por

los gobiernos, se están destinando partidas importantes de dinero para apoyar la digitalización de los medios con el propósito de garantizar la pluralidad y evitar el deterioro al derecho democrático de la información.

Este tipo de medidas deberían contar con las garantías suficientes de independencia para los medios, mecanismos de trazabilidad y protección laboral para los periodistas. Una gran cantidad de aspectos que son difíciles de conciliar, pero que deben propiciar una conversación urgente al respecto en esta parte del mundo. Claro, también persiste la necesidad de contar con financiación privada, que muchas veces es vista con recelo por parte de los mismos medios. Este mecanismo está sufriendo, a la par, toda una transformación en cuanto a los formatos y propósitos que incluso ya no contemplan un aviso publicitario típico de una marca o servicio, si no la disposición de recursos que apoyen a la democracia mediante programas muy bien diseñados de parte de corporaciones que ven en este vehículo una loable y sólida línea de trabajo asociada a la sostenibilidad y aporte a la sociedad.

Es claro que toda fuente de financiación privada tendrá resistencia por la razón obvia de querer preservar la independencia y por ende la posibilidad de “hablar de quien sea sobre lo que sea”, en un acto casi de heroísmo

que muchas veces es poco valorado, pero que en todo caso tiene unas consecuencias prácticas inexorables. Si esa independencia es difícil lograrla desde las grandes capitales, el panorama es mucho más complejo en las zonas rurales, ciudades pequeñas e intermedias y en los llamados “desiertos informativos”, es decir, zonas del territorio en donde los ciudadanos no pueden acceder a fuentes de información como un medio de comunicación.

Es la confianza, estúpido

Es problemático que los ciudadanos no confíen en los medios de comunicación como fuente de información confiable y verificada. Las causas son muchas, pero me centraré en las que considero son las más determinantes para haber menguado de una forma tan acelerada la confianza entre el consumidor de noticias y los medios. Es un conjunto de causas que de no ser tratadas a tiempo van a llevar a este paciente a la muerte final. Caso aparte y del cual hablaré más adelante es el creciente fenómeno de apatía a las noticias como mecanismo de defensa contra algo que se considera, por parte de un segmento de la población, una afectación contra su salud mental.

No es un fenómeno local. Los ciudadanos ya no cuentan a los

medios tradicionales dentro de su dieta informativa: ese espacio está ocupado hoy por influenciadores de toda pelambre y generadores de contenido que pululan en las redes sociales y plataformas de mensajería virtual. No creo que deban existir unos por encima de otros, creo que el hecho de que el grueso de la sociedad, especialmente los más jóvenes, estén usando esta fuente de información que no es verificada y contrastada, va a derivar inevitablemente en una sociedad que está más expuesta a estímulos comunicativos (hipercomunicación), pero no a que esté bien informada. Hay un enorme trecho entre los dos escenarios.

Para el primero, basta con profundizar en el preocupante escenario que se presenta hoy; es decir la ciudadanía, en su gran mayoría se está 'informando' por fuentes que no emiten información de calidad. La Unesco (2024), por ejemplo, publicó hace algunas semanas un informe que revela el preocupante estado de los llamados 'influenciadores'; en él se destaca que el 62 % de ese grupo no verifica la veracidad de la información que publican en sus redes y plataformas digitales. Una bomba de tiempo, que parece que nos está estallando en la cara sin darnos cuenta.

En el último estudio del Reuters Institute¹ (Newman, 2024), sobresale la cifra de 27 millones de usuarios —en Colombia— que tiene una cuenta en la red TikTok y en donde dos de cada diez de este grupo dicen tener como fuente de información a esa red social. Y aparece Facebook como primera fuente de consumo de noticias, aun cuando, por una decisión adoptada por sus dueños hace un par de años, definió modificar el algoritmo para que justamente no sean las noticias del *feed* de los consumidores. Toda una paradoja. En conclusión, el 61 % de los colombianos usan las redes sociales y de mensajería para informarse.

No encuentro nada de malo en lo que han significado conceptualmente las redes sociales, sobre todo si se entienden como una plataforma que democratizó la información y la posibilidad de hacernos parte activa del debate público. Sin embargo, tengo mis reservas en cuanto a la integridad de la información que por allí circula, sobre todo si hablamos de tratar de entender fenómenos tan complejos como los que marcan las sociedades, en clips de videos que no superan los 15 segundos.

1 Cada año presenta un magnífico estudio sobre el comportamiento del ecosistema digital, no solo en el panorama mediático sino en el de consumo.

Entrando más de lleno en la eterna tensión entre medios de comunicación y redes sociales, el pecado original en esta realidad parece estar relacionado en que en vez de que los medios se sirvieran de las bondades antes descritas de la redes sociales, se pusieron al servicio de ellas, lo cual, conceptualmente, es altamente problemático, porque la pretensión de seguirle el ritmo, en velocidad y formato, instauró lo que periodistas, como Yolanda Ruiz, llaman la "dictadura del click"² (2019), una perversa técnica consistente en garantizar a toda costa que las audiencias accedan a un contenido, porque eso es lo que permite monetizarlo. Un círculo perverso que, entre ires y venires, derivó en el maléfico *click bait*, aquella fórmula de llamar la atención del usuario a que acceda a un link con la promesa de encontrar un desarrollo inédito, un dato novedoso o un nuevo enfoque, y que la mayoría de las ocasiones cae en la categoría de la publicidad engañosa y entra de frente a la categoría de *fake news*, formato tan propio y anidado en la lógica del contexto actual.

Este es un pecado original casi que obligado de la mayoría de medios que creen que garantizar esta práctica significa pre-

servar su existencia. Hoy en las salas de redacción ya no existen discusiones sobre enfoques periodísticos o maneras novedosas de contar las historias, o el contraste usual con las fuentes de la información, si no que manda una gran pantalla con la lista que identifica los temas tendencia sobre los que la gente quiere saber más. Ya no es importante la relevancia de la información emitida para el debate público, si no que se premia a quien más 'vistas' obtenga mediante las herramientas manipuladas en las que haya lugar. Una perversión propia de la mercadotecnia, más la actual, pero muy poco de periodismo y de contribución a la discusión pública. Esta deliberada línea de trabajo entra a alimentar uno de los que es, quizás, el principal reto que se suma al de la debacle del negocio: el acaparamiento de recursos publicitarios por parte de los grandes jugadores tecnológicos como Meta o Alphabet, entre otros que hoy sin siquiera tributar en cada uno de los países en donde operan, reciben grandes partidas de recursos provenientes de las grandes compañías que pautan en distintos medios. A pesar de haber buscado alternativas que permitan equilibrar la cancha en este medio, lo cierto es que, en países como Colombia, entre el 40% y el 60% que se considera publicidad, nunca llega al arca de los medios. Inexplicable.

² Véase: "No debemos sucumbir ante la dictadura del clic por buscar seguidores", Yolanda Ruiz.

Acá, de nuevo, la política pública va diez pasos atrás, entre otras razones, porque sus hacedores y, en general tomadores de decisiones, no han logrado descifrar el escenario y, por tanto, ese desconocimiento ha dificultado avanzar con discusiones técnicas que permitan regular de la mejor manera posible esta enorme distorsión.

Manejar al mundo mediante algoritmos

“Quien domina la información, domina al mundo”, era una de estas frases rimbombantes que salen de cuando en cuando en las discusiones sobre temas geopolíticos. Pero parecen haberla entendido muy bien los dueños de las grandes plataformas digitales que han adoptado posiciones altamente preocupantes en relación con la moderación de contenidos y verificación de la información, como la adoptada recientemente por Facebook: relajar los mecanismos de verificación de información falsa que circula en esa red social, con los peligros que ya se sabe genera en la opinión pública, todo enmarcado en lo que parece ser una jugada de reacomodamiento político con la elección de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos. La ausencia del componente ético en esta decisión se escribirá en el futuro próximo, pero no parece ser algo

bueno para los consumidores de redes sociales y para la limpieza del debate público.

¿Por qué una persona tiene el desmedido poder de moldear las creencias de la ciudadanía con solo presionar un botón?

¿De quién es la información, y por qué esto va en contra de la salud de la democracia?

La acelerada presencia de la inteligencia artificial en todos los ámbitos de nuestras vidas ha tenido uno de los más fértiles escenarios en los medios de comunicación. Hoy, por ejemplo, la inteligencia artificial permite a los grandes motores de búsqueda ‘entrenar’ sus modelos con información pública, y entre ella, la que ha sido construida por los medios de comunicación. Es por eso por lo que medios de comunicación, como por ejemplo el *New York Times*, demandó por derechos de autor a *OpenAI*. El fundamento principal de la demanda es: ¿Por qué está usando esta empresa, información que a nosotros nos ha costado un enorme esfuerzo construir, preservar y certificar, sin que tengamos algún tipo de retribución por eso? Un proceso que sin duda marcará un precedente histórico en la creciente tensión es la re-

lación entre los gigantes tecnológicos y las casas editoriales en el mundo. Si la decisión favorece a la empresa de tecnología, se convertirá en una lápida para los medios de comunicación que no tendrán muchos incentivos para seguir desarrollando trabajos periodísticos de calidad y consumo incidente.

Lectores vs. electores

No es nueva en Colombia la puerta giratoria entre la política y los medios de comunicación. Como se señaló, la historia de los medios de comunicación es, en esencia, la historia de los partidos políticos; con lo malo y lo inevitable que eso significa. Sin embargo, estas vidas paralelas, que en algún momento tuvieron una justificación sensata y razonable, fueron involucionando y precarizándose en el tiempo, uno llenó de vicios en una relación que debería ser mucho más distante, mucho más contrapuesta y mucho más transparente de cara al público.

Incluso se llegó al punto de que varios de los presidentes de la República, ejercieron previamente como periodistas o tuvieron algún vaso comunicante cercano con los medios de comunicación. Hoy ese fenómeno adquirió otra forma: una candidata a la presidencia fue, al mismo tiempo, directora de un medio

de comunicación y usufructuó de esa posición para alimentar su propia campaña electoral. Un exabrupto desde donde se le mire que dejará muy magullada la imagen del medio de comunicación y probablemente del periodismo en general. Por supuesto que cualquier ciudadano puede postularse a un cargo de elección popular, en este caso la Presidencia de la República, lo que no debería admitirse es que use su posición desde un medio de comunicación para propulsar ese camino. Sufre la calidad del periodismo, sufre la menguada confianza de los lectores, que están siendo instrumentalizados, quizás sin saberlo, para convertirlos en electores potenciales.

Una alfabetización precaria y a su vez una oportunidad hacia el futuro

Posterior a describir algunas de las aristas del panorama que nos trajo hasta acá, quiero plantear algunas líneas de acción conjunta que procuren el fortalecimiento de la institución de los medios de comunicación soportados en periodismo de calidad. Lo primero es propiciar una conversación —siempre difícil— de autocrítica, algo poco dado en el sector en donde lo que ha mandado por décadas es una solidaridad de cuerpo que no es precisamente un camino que permita hacer un

examen concienzudo de las “cosas de las que podemos hacernos cargo” y adquirir un compromiso ante la sociedad, no de infalibilidad, pero sí de reconocimiento y mayor compromiso por brindar de mejor manera el servicio público de la información; ojalá esa introspección permitiera adquirir compromisos concretos en cuanto a vigilancia efectiva del poder, protocolos de calidad, verificación y contrastación, condiciones dignas de trabajo con los periodistas, revisión de agenda en el mundo actual y, por supuesto, un compromiso inquebrantable por no seguir siendo parte del problema sino liderar una conversación sana que allane caminos de solución.

Otro frente estratégico por trabajar es el de ampliar y profundizar mecanismos efectivos de alfabetización mediática para toda la ciudadanía, especialmente niños y jóvenes, que permita entender la responsabilidad de “consumir” información de forma crítica. Todos los fenómenos de los que hablamos más arriba tienen también responsables en los consumidores de información que, por ejemplo, no cuentan con las herramientas suficientes para distinguir una información verdadera de una falsa, o porque en sociedades avanzadas el periodismo de calidad debe tener la posibilidad de contar con subvenciones a través de suscripciones o donaciones. Antes, en

la medida de las posibilidades, la suscripción a un periódico era parte de los mínimos de la canasta familiar de un hogar. Esa cultura se ha venido erosionando, en parte por varios de los factores expuestos anteriormente.

Es imperativo que los medios tradicionales vuelvan a encauzar con sabiduría la discusión pública.

Otra línea clave tiene que ver con un trabajo articulado entre gobiernos, reguladores, medios y ciudadanía que permita crear instrumentos de financiación y tengan como propósito la manutención de un pilar democrático, más que de un potencial órgano de propaganda; no se vale, por ejemplo, que los sistemas de medios públicos sean concebidos a la conveniencia grosera de los gobiernos de turno y no como un pilar fundamental de nuestro sistema democrático.

De igual forma, en algún momento la sociedad civil del mundo debe aumentar la presión para dirimir la desequilibrada relación que hoy tienen los gigantes tecnológicos con los productores de información, entre ellos los medios. Medidas, como la recientemente anunciada por Meta (que elimina los mecanismos de verificación de información dando en la práctica vía libre a la desenfrenada propagación de información falsa), no

pueden generar el silencio de los consumidores, es decir, de nosotros.

Un ciclo electoral altamente contaminado, polarizado y peligroso

Por último, quiero, mediante estas reflexiones, reivindicar la importancia de los medios de comunicación, quizás, hoy más necesarios que nunca. Ellos deben recobrar la valía democrática que durante décadas ostentaron, y deben ser capaces de explicarles a los ciudadanos por qué pasa lo que pasa, sin tomar partido, y con un profundo espíritu democráti-

co. En Colombia nos preparamos para experimentar una campaña electoral, que probablemente sea la más contaminada de desinformación, intereses, bulos, y enmarcada en una sociedad profundamente polarizada y aparentemente irreconciliable. La responsabilidad, entonces del periodismo parece ser fundamental para encauzar la energía mala de la discusión pública, limpiar el lente con el que analizamos la realidad y continuar haciendo las preguntas incómodas que molestan al poder. Mantener ese espíritu contestatario y, de alguna manera, rebelde, es lo que va a garantizar que su entidad y prestigio permanezcan por años como faro de nuestra sociedad.

Bibliografía

- Chiquiza, J. (16 de abril del 2019). *Entrevista con Yolanda Ruiz*. La República. <https://www.larepublica.co/ocio/no-debemos-sucumbir-ante-la-dictadura-del-clic-por-buscar-seguidores-yolanda-ruiz-2852229>
- Ha, L. (2024). *Behind the screens: insights from digital content creators; understanding their intentions, practices and challenges*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000392006>
- Invamer. (2024). *Encuesta 163*. <https://www.valoraanalitik.com/wp-content/uploads/2024/10/2024-10-Invamer-Poll-163.pdf>
- Newman, N. (17 de junio del 2024). *Digital News Report 2024*. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024>

Humor político, una herramienta muy seria

Eduardo Arias

Periodista, estudió biología, pero toda la vida ha trabajado en comunicaciones, cuenta con experiencia en varios medios; escritos, radiales y de televisión. Entre ellos; Semana, Diners, La Prensa Cambia 16, El Tiempo, y El Canal Capital. Actualmente escribe artículos principalmente de cultura para la Revista Cambio Colombia. Realizó la revista Chapinero, junto a Karl Troller, y ha escrito varios libros de humor. Además, trabajó en los programas de humor Zoociedad y Quac.

Resumen

El humor político es una herramienta de opinión y análisis que va mucho más allá de hacer reír. A lo largo de la historia de Colombia, el humor y la caricatura en prensa, radio, televisión e Internet han sido herramientas muy útiles para divulgar ideas y reflexiones de una manera a veces jocosa (otras no tanto), de igual forma se constituyen como un material de consulta muy importante para quienes investigan e indagan en el pasado del país. El ejercicio del humor en estos tiempos ha debido enfrentar nuevos retos relacionados con la defensa y protección de grupos y poblaciones vulnerables, así como con la intolerancia de quienes consideran que los humoristas deben ser militantes y propagandistas de determinados políticos e ideologías y no libre pensadores que critican y señalan sin importar la ideología de la persona o el grupo que es motivo de su comentario o reflexión (por no decir ataque).

Abstract

Political humor is a tool for opinion and analysis that goes far beyond making people laugh. Throughout the history of Colombia, through humor and caricature in the press, radio, television and internet, they have been very useful tools to disseminate ideas and reflections in a sometimes-humorous way (sometimes not so much) and also constitute a very important reference material for those who research and investigate the country's past. The exercise of humor in these times has had to face new challenges related to the defense and protection of vulnerable groups and populations, as well as the intolerance of those who consider that humorists should be militants and propagandists of certain politicians and ideologies and not free thinkers who criticize and

point out regardless of the ideology of the person or group that is the subject of their commentary or reflection (not to say attack).

Palabras clave: caricatura; humor; intolerancia; opinión; propaganda.

Keywords: Caricature; Humor; Intolerance; Opinion; Propaganda.

Para comenzar, es muy importante decirlo, el humor político es un ejercicio muy serio y lo ha sido desde siempre. El hecho de que utilice herramientas alejadas de la prosopopeya, la solemnidad y el análisis concienzudo no significa que detrás de su contenido, aparentemente jocoso y muchas veces considerado como trivial, no se escondan mecanismos similares a los de una investigación o un análisis muy profundo. Por sencilla que parezca la pieza (un simple dibujo, un par de frases, un apunte en la radio o la televisión, o cualquiera de las anteriores a través de Internet y las redes sociales), esta suele ser el resultado de largos años de dedicación a seguir la actualidad y profundizar en los conceptos, así como en el conocimiento de otras disciplinas que le permiten al humorista dar en el clavo de manera contundente y, más importante aún, poner a reflexionar a quienes reciben su contenido.

En 2017 tuve la oportunidad de ser el curador de una expo-

sición retrospectiva del gran caricaturista y dibujante Vladdo en el Museo de Arte Moderno de Bogotá (MamBo). Vladdo y yo estábamos pensando en el título que debía llevar la exposición; lo primero que él pidió fue que no apareciera la palabra humor por ninguna parte. Él considera que, ante todo, es un opinador. Es decir, un periodista de opinión. Porque esa es la finalidad de su trabajo.

Un papel para mí muy importante que ha desempeñado el humor político, sobre todo en épocas anteriores a las redes sociales, es que acercaba a la información política y a la actualidad a mucha gente que antes no tenía ningún interés por las noticias, o muy poco. Por ejemplo, la fama de Jaime Garzón hizo que muchas personas se interesaran más por la actualidad, ya sea para entender mejor sus chistes, o porque su humor era una puerta que se les abría y los invitaba a analizar las noticias con mayor profundidad. No me atrevería a afirmarlo, pero es probable que humoristas como Garzón, de alguna manera, hayan contribuido a elevar un poco la cultura política o al menos el interés de las personas por la actualidad y, en últimas, por lo que le estaba pasando al país y al mundo en general.

Si se revisa la historia del humor en Colombia, que está documentada de manera magistral en

los tres tomos del libro *Historia de la Caricatura en Colombia*, de Beatriz González, se hace evidente que el humor político ha existido en Colombia desde que nació la República. Al comienzo era más bien tímido, pero siempre ha estado presente en los medios de comunicación. Primero escritos, luego en la radio, más adelante en la televisión y ahora en Internet y las redes sociales.

En mi concepto, el humor es una herramienta tan importante para entender la historia como lo puede ser cualquier documento oficial o cualquier artículo de prensa serio. A mi modo de ver, una de las mejores maneras de entender el final de la hegemonía conservadora en Colombia es a través de las caricaturas de Ricardo Rendón.

En tiempos recientes algunos caricaturistas han caracterizado un gobierno o a un gobernante por una simple figura reiterativa que aparece a lo largo de todo un gobierno y que lo describen de manera magistral. Un caso muy conocido es el de Héctor Osuna, quien utilizó una pintura de Fernando Botero de la colección del Palacio de Nariño, conocida como *La Monjita de Palacio* para caracterizar el gobierno de Belisario Betancourt. Un elefante, para el de Ernesto Samper. Vladdo utilizó el recurso de jugar con los tamaños de prendas o sillones. A Andrés Pastrana Arango lo dibujaba metido en un vestido varias tallas

más grandes que la suya y a Iván Duque lo representaba diminuto en el sillón presidencial.

Con la llegada del Internet, y sobre todo de las redes sociales, el humor se ha convertido en una práctica común y no exclusiva de humoristas profesionales o a los que se les abre un espacio en un medio de comunicación.

En estos tiempos, a cualquier persona se le puede ocurrir muy rápidamente una idea y, gracias a las nuevas herramientas tecnológicas, produce una pieza en tiempo récord y la divulga por Internet, ya sea en un blog o a través de las redes sociales.

Esto se debe no sólo a la llegada de Internet y de las redes sociales sino también a que en los últimos 25 años programas de diseño gráfico, retoque de fotografías y edición de material audiovisual permiten realizar videos sin necesidad de un estudio. Basta un computador y, desde tiempos más recientes, solo un teléfono celular. Eso ha hecho que el humor ya no sea exclusivo de quienes tienen acceso a un medio de comunicación establecido sino de cualquier persona que se anime a escribir un contenido divertido en alguna de las redes sociales, a elaborar un meme o a realizar un video.

Sin embargo, hacer humor

político (y humor en general) también se ha vuelto más complicado. Por un lado, yo noto dos realidades. Una es la corrección política, que hace que los humoristas estén cada vez más preocupados de mirar si lo que dicen puede herir u ofender a determinada minoría o población vulnerable.

Es decir, toca andar con pinzas y eso lleva muchas veces a la autocensura, "por si las dudas, abstente".

Evidentemente considero muy importante que se haya avanzado en esa dirección, ya que hace apenas un par de décadas aún era común y absolutamente tolerable y bien visto, o al menos como algo normal, burlarse de defectos físicos, del color de la piel, y de la condición de género. Esto ahora no es bien visto. Pero a veces se llega a extremos un tanto absurdos como no poder hacer una pieza de humor que cuestiona a un político corrupto indígena, afro o mujer, porque inmediatamente sus defensores saltan a decir que la atacan por su color de piel, su condición social o su género.

Podría decirse que lo anterior no tiene nada que ver con el humor político. Pero en realidad sí. Klim, uno de los grandes humoristas de la historia de Colombia, hablaba de "la televisión en blanco y bula", una alusión al

congresista turbayista Germán Bula Hoyos, que era de piel morena. Un perfil que escribió sobre Jorge Eliécer Gaitán en los años 40 remataba así: "Si el doctor Gaitán se hizo a sí mismo, ¿por qué se hizo tan feo?". Referirse a las características físicas de las personas era bien visto.

A mí, la verdad, no me parece que sea "humor político" burlarse de defectos físicos, clase social o preferencia de género de un personaje político. Aquí entra en juego un debate, ya que la caricatura se basa en exagerar rasgos de las personas. Por poner algunos ejemplos, la nariz protuberante de Charles de Gaulle, la similitud de Winston Churchill con un perro bulldog o la voz gangosa de Julio César Turbay Ayala.

¿Hasta qué punto es políticamente incorrecta la caricatura? ¿Hasta qué punto es posible el humor sin apelar a la caricatura?

Resaltar las características físicas es una herramienta que yo comparto, siempre y cuando la finalidad no sea burlarse del físico del personaje. Si se va a hacer un chiste acerca de algo que dijo o hizo el personaje, sí me parece válido que esa caricaturización ayude a identificarlo.

En estos últimos tiempos he detectado que los públicos han cambiado, o de pronto no, pero

ahora, gracias a las redes sociales, tienen cómo manifestarse públicamente. Y ese cambio está relacionado con lo que muchas personas esperan de los humoristas. Es como si se hubiera regresado a los años 40, 50, o 60, cuando los humoristas de los periódicos seguían la línea editorial del medio donde publicaban y no cuestionaban a los líderes políticos afines a la línea editorial del medio.

Como muy bien relata María Teresa Ronderos en su libro *Cinco en humor*, Rendón era la estrella de *El Tiempo* cuando estaban en el poder presidentes del partido Conservador. Pero cuando llegó al poder Enrique Olaya Herrera, del partido Liberal, Rendón, que era liberal, notó fallas en el gobierno y las señaló en sus caricaturas, lo que ya no les gustaba tanto a los editores del diario y comenzaron a publicarle cada vez menos. Como Rendón se quitó la vida en 1931 al año siguiente del triunfo de Olaya Herrera, resulta imposible saber cómo habría terminado su relación con el periódico.

Entonces, en una época, que yo ubico entre finales de los 70 y comienzos de los 80, comenzaron a aparecer caricaturistas (así como columnistas de opinión) que profesaban ideas diversas y no necesariamente estaban alineados con la línea editorial del director. Esta independencia es muy necesaria para ejercer el

humor, porque el papel de los humoristas, sobre todo los políticos, es señalar los errores, las omisiones o los abusos de quienes ejercen el poder, sin importar si son de partidos opuestos o afines.

Sin embargo, en estos tiempos de redes sociales mucha gente piensa que el humorista debe ser militante de una causa. Ya es normal que a ese humorista que se le aplaude por señalar al líder del partido de la otra orilla, esas mismas personas lo atacan e insultan si llega a cuestionar algún acto equivocado del líder del propio partido. También he notado que entre el público se ha perdido mucho el sentido de la ironía. Se ha reducido la posibilidad de hacer guiños porque todo se lee textualmente, literalmente.

Cuando se pierde esa independencia, el humor político se vuelve militancia y, al menos en mi opinión, pierde su razón de ser, que es ejercer un control político en defensa de la sociedad y de lo público.

Por último, me gustaría recomendar la lectura de dos libros para empaparse más detenidamente en el contexto aquí tratado. El primero, *Historia de la caricatura en Colombia* escrito por Beatriz González. Y el segundo, *Cinco en humor* escrito por María Teresa Ronderos.

Entrevista a Juanita León

Alexis de Greiff y Camila de Gamboa

Juanita León es la directora y fundadora de La Silla Vacía. Estudió derecho en la Universidad de los Andes y realizó una maestría en Periodismo en la Universidad de Columbia en Nueva York. Trabajó como periodista en The Wall Street Journal Americas, El Tiempo y Semana y lideró la creación de la edición diaria de Semana.com y de la revista Flypmedia.com en Nueva York.

Resumen

La entrevista con Juanita León explora la fundación y evolución de *La Silla Vacía*, un medio independiente en Colombia, y su papel en el periodismo político. Se abordan temas como la crisis del modelo de negocio de los medios, la transformación digital y la creciente desconfianza del público en la prensa tradicional. León reflexiona sobre el impacto de las redes sociales y los creadores de contenido en la información pública, así como el papel del periodismo en la educación política y en la democracia liberal. También analiza estrategias periodísticas de *La Silla Vacía* para mantener la credibilidad, el impacto de la inteligencia artificial en la información y la importancia de la colaboración entre el periodismo y la academia.

Abstract

The interview with Juanita León explores the creation and evolution of *La Silla Vacía*, an independent media outlet in Colombia, and its role in political journalism. Topics such as the media's business model crisis, digital transformation, and the growing public distrust in traditional press are discussed. León reflects on the impact of social media and content creators on public information, as well as journalism's role in political education and liberal democracy. She also analyzes *La Silla Vacía's* journalistic strategies to maintain credibility, the impact of artificial intelligence on information, and the importance of collaboration between journalism and academia.

Palabras clave: crisis del periodismo; democracia liberal; inteligencia artificial; redes sociales; verificación de datos.

Keywords: Journalism Crisis; Liberal Democracy; Artificial Intelligence; Social Media; Data Verification.

La Silla Vacía: una alternativa al periodismo político en Colombia

Camila de Gamboa (CG):

¿Cuáles fueron las razones por las que tú creaste *La Silla Vacía*? Dentro de esas razones, ¿estaba una manera de hacer distinta a los medios tradicionales que en ese momento había de periodismo? Teniendo en cuenta que tú habías trabajado en *El Tiempo*, y en la *Revista Semana*, entonces: ¿Qué pensaste cuándo hiciste la apuesta del proyecto de *La Silla Vacía*?

Juanita León (JL): Cuando yo decidí crear *La Silla* venía de trabajar en *El Tiempo*; en *Semana*, y allí tenía un puesto súper privilegiado haciendo reportajes sobre muchos temas, principalmente de seguridad que me interesaban, tenía unos jefes chéveres. Pero, cuando decidí crear *La Silla*, sentía que había dos cosas que podía hacer diferente.

Uno, crear un medio que contara cómo se ejercía el poder realmente. Creo que incluso *Semana*,

que era un medio tan dedicado a escribir sobre el poder, no entraba en las minucias de cómo se toman las grandes decisiones de Colombia, cuáles son los negociados que hay detrás, cuál es la mecánica para llegar a esos acuerdos, quién es la gente que de verdad está detrás de esas grandes decisiones. Y yo sentía que entender eso era fundamental para tener menos ingenuidad sobre realmente cómo se ejerce el poder en Colombia. La aproximación que los medios tenían hasta ese momento todavía era un poco formal, muy institucional. Pero la parte de la *realpolitik*, de las leyes informales del poder, rara vez eran retomadas por los medios. Entonces pensé que *La Silla* podía visibilizar eso que me parecía interesante.

Y lo otro, que está conectado, es que yo creía que, en la era digital, el lenguaje del periodismo tenía que ser diferente, tenía que ser menos reverente, tenía que ser más coloquial, más gráfico, apelar a recursos más interactivos y mucho más digitales. Internet ofrecía una oferta de herramientas narrativas que los medios todavía no estaban aprovechando (...).

Crisis del periodismo y de los medios de comunicación

Alexis de Greiff (AG): Desde tu experiencia, cuando fundaste

La Silla Vacía, y conociendo de cerca los medios tradicionales: ¿Cómo describes las principales tensiones que enfrenta el periodismo independiente ante la crisis de sostenibilidad económica y credibilidad que atraviesan los grandes medios?

JL: El periodismo como tal, y los medios en particular, estamos atravesando una crisis existencial. Desde hace unos años los medios atraviesan una crisis en el modelo de negocio, porque Internet implosionó todo el modelo de cómo los medios ganaban plata. Internet golpeó el modelo de negocio por todos lados. Los medios vivían de los clasificados, eso se acabó con Craigslist; los medios vivían de la pauta y ahora el 90% de esta se va a Google y Facebook; Internet acabó también con el negocio de distribución de insertos porque tercerizamos la distribución en las redes sociales. Entonces el modelo de negocio entró en crisis.

Pero más recientemente lo que ha entrado en crisis también es el modelo de producto. O sea, el 30% de la gente dice que —en Colombia incluso es el 44% de la gente en el último reporte del Reuters Institute (Newman, 2024)— “con frecuencia” o “muchas veces” o “algunas veces” prefieren no ver noticias para no deprimirse. Este fenómeno de evitar las noticias se vuelve una tendencia cada vez más afirma-

da en el mundo entero, pero en Colombia aún más. En la Inva-mer-Gallup (2024) el nivel de desfavorabilidad de los medios supera el de favorabilidad.

Entonces hay una crisis en el producto que creo que tiene que ver en parte con el descrédito de las instituciones políticas que cubrimos, pues chupamos parte de su desprestigio, pero también

nuestro ADN de mostrar siempre todo lo que no funciona con la esperanza de que alguien lo arregle genera en el público una gran desesperanza.

En *La Silla*, por ejemplo, nos cuesta mucho trabajo escribir historias positivas así tengamos la intención de hacer un periodismo menos desolador.

Y, por otro lado, no logramos tampoco reflejar del todo los problemas más sentidos de nuestra audiencia. Esa crisis del producto sí nos pone en una crisis más existencial incluso que la del negocio. Y creo que, por último, ahora con la elección de Trump, que me parece que es un preludio de la gran crisis de la democracia liberal, vamos a sufrir medios como *La Silla* o *El Espectador* que están íntimamente ligados al modelo de la democracia liberal.

Si la democracia liberal entra en crisis hay un interrogante muy grande sobre cuál es nuestro rol en una democracia o autocracia más orientada a los resultados y menos respetuosa de los procedimientos.

El rol de los medios en la democracia

AG: ¿Cómo entiendes la crisis de la democracia liberal?

JL: Siento que la elección de Trump, que hasta ahora la estamos digiriendo, lo que muestra es que a la gente no le importó que no reconociera los resultados el 6 de enero que es un eje básico de la democracia liberal. No le importó su irrespeto a la separación de poderes, porque todo el tiempo ha puesto en duda los fallos judiciales, no le importa la libertad de prensa porque todo el tiempo maltrata a los periodistas. Todos los pilares de una democracia liberal se los ha pasado por la faja y a la gente no le importó; incluso en ciudades liberales como Nueva York aumentó la votación por Trump. Y si a esto se suma la popularidad de Bukele, Milei, Orbán en Hungría, es claro que el modelo de una democracia donde lo importante es el respeto a unos procedimientos comienza a ceder ante propuestas como: "Yo le puedo solucionar el tema de la inflación,

yo le puedo solucionar el tema de las vías, o de la seguridad".

Dado que la prensa es un pilar de esa democracia liberal, con el auge de estos movimientos más populistas, que encuentran en la prensa su principal enemigo, el rol de los medios va a entrar a una fase aún más crítica.

AG: Y en tu opinión, ¿cuáles son o en dónde identificas causas de esa crisis de la democracia liberal?

JL: Como han dicho varios expertos, la irrupción de las redes sociales ha acabado con el sentido de la deferencia, de reconocer a otros una cierta autoridad, una cierta capacidad de representación. Y han surgido las identidades mucho más fuertes. Esto quiebra ciertos consensos básicos que existían antes. Antes cuando tú abrías la página de *El Tiempo*, la página de *El Espectador*, tú tenías una noción en la primera página de lo que era la realidad. Muchas veces era una realidad medio manipulada. Yo, que trabajé en *El Tiempo* cuando no había Internet, había manipulación a veces, cálculos políticos, o sea lo que quieras. Pero, todos los que abríamos la primera página de *El Tiempo* y *El Espectador* teníamos la misma idea de qué era lo importante que había pasado en el país ese día, la radio lo retomaba, los pe-

riódicos regionales lo replicaban. Entonces, claro, era una visión muchas veces excluyente, muchas veces con un sesgo de clase, pero ofrecía una noción de un cierto consenso. Eso, con el auge del Internet se rompe, porque todas las audiencias se fragmentan. Incluso la persona que lee la página de *La Silla Vacía* tiene una información ligeramente diferente que la que solo nos ve en TikTok, o la que solo nos sigue en Instagram, y ahora con los canales de WhatsApp, ¡aún más! Cada vez la audiencia se fragmenta más y entonces esa idea de un consenso sobre la realidad se va fraccionando.

Estrategias periodísticas de *La Silla Vacía*

CG: ¿Qué estrategias han seguido ustedes en *La Silla* para tratar de encontrar un público frente a una situación bastante descorazonadora? ¿Qué hacen?

JL: Lo primero es que nosotros sí pensamos que hay una gente que le interesa tener información de calidad, que lee y que quiere estar bien informada. Obviamente no es todo el país pero sí intentamos llegar a los líderes de opinión, entendiendo por líderes de opinión los que toman decisiones que afectan a otros. Entonces puede ser el joven estudiante universitario que

influye sobre su familia, puede ser el líder social que influye sobre su comunidad. O sea, no tratamos de llegarle a las personas que definitivamente no les interesa nada de lo público. Eso es lo primero.

Dos, en enero siempre definimos cuáles son los principales procesos políticos que van a definir ese año. Yo hago una historia como “las diez historias que van a definir el poder este año” y esos son normalmente nuestros procesos. Solo cubrimos historias que están enmarcadas dentro de nuestros procesos. Entonces los lunes cuando los periodistas proponen sus historias, ellos tienen que decir en cuál de esos diez procesos se enmarca su propuesta. Esto porque existe una tentación muy grande en Colombia de irse con lo último que está llamando la atención. Entonces: “¡Que mataron a este joven hijo del inspector de la policía!”. Esa es una historia que *La Silla*, si tú ves, no cubre porque no se enmarca dentro de ningún proceso. Eso permite que nuestros lectores no tengan una lectura tan episódica de la realidad, sino que muy rápido pueden enmarcar: “Ah, lo de Bonilla se enmarca dentro del proceso de gobernabilidad de Petro” ¿sí?, puede ser que no lo vean tan explícito, pero como nosotros lo tenemos claro, lo enmarcamos así. Y creo que eso es algo que nos ayuda a siempre ofrecer un contexto.

Auge de las redes sociales y creadores de contenido como principales fuentes de información

AG: Algo que dijiste hace un momento es este fenómeno de desconfianza en los medios, pero al mismo tiempo pareciera que hay una confianza en las redes. Es decir, es como una contradicción porque por un lado yo dudo en lo que me está diciendo *El Tiempo*, pero le creo a lo que me están diciendo X, o TikTok o lo que sea. ¿Cómo ves ese fenómeno?

JL: Precisamente ahorita vamos a publicar una historia sobre cómo se convierte TikTok en la nueva fuente de noticias para los colombianos. Dos de cada diez colombianos hoy dicen que se informan principalmente por TikTok. Y en los jóvenes es aún más grande el porcentaje. El Instituto Reuters de Oxford muestra en su último estudio sobre medios digitales que TikTok y YouTube son las únicas dos redes sociales que están creciendo, porque a la gente le inspira confianza ver el video. Sienten que: "Ah bueno, veo, entonces creo". Y, segundo, sienten que los *influencers*, que son los que los informan en TikTok, son más sinceros porque se muestran más como son, no son acartonados, los dejan entrar a sus casas, les dicen de fren-

te que son petristas o que son uribistas, o que son lesbianas o que son trans, ¿sí? O sea, como que dicen muy claramente desde dónde están parados para hablar. Y además, creen que son mucho más divertidos, hablan en un lenguaje más cercano. Eso hace que sientan que se parecen más a ellos y por eso les genera más credibilidad que los medios. Pero además TikTok tiene un algoritmo diseñado de tal manera que estudia las preferencias de gente que se parece a ti y entonces te da lo que quieres (...).

Es puro sesgo de confirmación. O sea, te dan lo que a ti ya te gusta, en lo que tú ya crees. El riesgo es que esto aviva más la polarización porque estás mucho menos expuesto a cualquier idea o punto de vista que no te guste ya previamente.

CG: Pensando en la carrera de periodismo, en donde muy probablemente sí se reflexiona sobre todos estos asuntos y donde seguramente existe una ética de los periodistas, de la manera como tienen que enfrentarse y reaccionar frente a las investigaciones que hacen, a la información que hacen, ¿qué ven ustedes que pasa con todos estos, como dices tú, *influencers*? Personas que muchas veces ni siquiera estudiaron ni periodismo, ni otras cosas, sino simplemente tienen

un carisma y emotivamente se acercan a otros. ¿Qué va a pasar en el tiempo con todo esto que está pasando ahora?

JL: Los *influencers* y muchos creadores de contenido no tienen ni los métodos objetivos de verificación, ni tienen las mismas normas éticas de un periodista. Sus principios de referencia están más ligados al entretenimiento que a la información. Pero conocen mejor su audiencia y no solo le dan información a la gente sino que les ofrecen una experiencia. Yo siento que los medios tenemos que ir adaptando nuestros lenguajes a la evolución que tiene la audiencia, ojalá llevando lo bueno del periodismo de los métodos para poder contrarrestar los sesgos a nuestro trabajo en las redes. Pero yo sí creo que en los próximos años, Camila, el periodismo se va a transformar mucho.

Por eso te digo que los medios estamos atravesando una crisis existencial y a veces siento que los directores de los medios estamos en un estado de negación. Cuando *La Silla* ya había salido al aire, me acuerdo de una entrevista como del 2011 en la que Roberto Pombo, entonces director de *El Tiempo*, decía: "No, Internet no tiene por qué cambiar el periodismo". Y yo era como: "¡O sea, qué estado de negación!". Creo que guardadas las proporciones, todavía nos falta enfrenar la realidad.

Pienso que dada la importancia que tiene la información de calidad en una sociedad, como sociedad sí deberíamos estar debatiendo, ¿qué implica que haya una crisis existencial de los medios? Muchos de los medios que vemos hoy no van a poder existir en muy pocos años, porque el modelo de negocio, que ya está golpeado, va a sufrir aún más con la búsqueda generativa con la inteligencia artificial. Si tú ves la cantidad de municipios e incluso ciudades que no tienen un solo medio es muy grande. Pero cuando esto comience a afectar a los nacionales, que va a ser más temprano que tarde, la democracia va a sufrir mucho si no surge algo que reemplace esos medios.

Transformaciones en el tráfico de información en Internet

AG: Juanita, ¿podrías explicarme un poco más a qué te refieres con que ha disminuido el tráfico de Internet?

JL: Mira, el tráfico a una página web viene básicamente de tres fuentes, lo que se llama el tráfico directo, que es cuando tú escribes en tu buscador: "lasi-llavacia.com", ese es un tráfico directo. Ese es el tráfico más fiel pero también más chiquito, porque la mayoría de la gente llega a los medios por lo que se llama el "tráfico orgánico", y es que tú

pones en Google: “¿Qué pasó con Ricardo Bonilla?”, o “Ricardo Bonilla”, o “Ricardo Bonilla y Petro”, o “salida de Ricardo Bonilla”, y Google te arroja unos links y tú haces clic en *El Tiempo* o en *La Silla*, y llegas a este medio y lees la noticia. Ese tráfico, que en muchos medios es entre el 40% y el 60% se acaba si cuando tú pones: “¿Qué pasó con Ricardo Bonilla?” ChatGPT te responde con un texto como si fuera Wikipedia y no te pone links a nada, ¿ves? Entonces tú ya no tienes la necesidad de ir a *La Silla* porque ya encontraste tu respuesta.

Y el otro tráfico es el que viene de las redes sociales. Antes, lo que hacíamos los medios es que colgábamos en Facebook la historia y poníamos un link para que viniera a la página del medio. Pero, después de lo que pasó en el 2016 con las elecciones de Trump, y que todo el mundo le empezó a echar toda la culpa a Facebook, Facebook decidió desindexar las noticias y sobre todo, las de contenido político. Elon Musk con X decidió hacer lo mismo. Entonces ya no le sale a la gente la información de los medios y por lo tanto también los medios hemos perdido ese tráfico que venía de las redes.

Responsabilidades compartidas entre periodismo y academia

CG: Juanita, nosotros estamos en el Centro de Educación Política y parte de lo que hacemos es indagar cómo pueden las universidades llegar a una población que no necesariamente es académica para que tengan mayor información al momento de tomar decisiones informadas. ¿Cómo ves tú la relación entre medios y educación? ¿Medios y universidad?

JL: *La Silla* desde hace muchos años creó un producto que se llama “La Silla Académica” con la idea de crear ese puente entre la academia y el periodismo.

El criterio y el conocimiento académico agrega muchísimo a la comprensión de los fenómenos, y la gente está dispuesta a oírlo si es en la coyuntura exacta.

O sea, si tú sacas un estudio interesantísimo sobre la crisis de la democracia, poca gente lo va a leer. Pero, si lo sacas el día en que los tipos se están trepando por el Capitolio en Washington, ahí sí la gente lo va a leer. Es decir, necesitas que haya una coincidencia entre ese conocimiento académico y la coyuntura. Lo que pasa es que la cultura académica conspira totalmente en contra de

eso, porque los académicos se pueden tomar dos años o un año para poder decir algo sobre lo que ocurre en la realidad. Y cuando ya lo pueden decir, a pocos les importa.

Me parece que eso obliga a los académicos a sacrificar un poco de rigor con tal de tener un rol en la vida pública. Cuando nosotros hacemos las entrevistas de *La Silla Académica*, lo que dicen los académicos ayuda a dar otros marcos de interpretación, a entender las causas o las consecuencias de lo que acontece. Son absolutamente fundamentales para enriquecer el criterio de la gente. Pero si no son más flexibles para adaptarse a la velocidad con la que se mueve el mundo hoy en día en términos informativos, me parece que se quedan por fuera de la conversación pública.

Me parece que en Colombia todo lo vemos como si solo sucediera aquí, cuando los académicos saben que casi todo parte de unas tendencias mucho más continentales o mundiales.

AG: De pronto volviendo un poco al ADN de *La Silla Vacía*, yo creo que no sería una exageración pensar que en el fondo también por tu formación académica, lo que te picaba era el tema político en términos también de la educación política. ¿Cuál crees que era y es el rol (si quieres de *La Silla*) del periodismo, de la

comunicación social (que no me gusta esa expresión), pero del periodismo como formador o como instrumento de educación política? Cuando nosotros hablamos de educación política es justamente para contraponerla al adoctrinamiento, es decir al proselitismo.

JL: Sí siento que

el periodismo cumple una labor clave de educación política, o por lo menos debería cumplirla.

El periodismo ofrece la primera interpretación de lo que sucede o por lo menos la segunda si asumimos que ahora los *influencers* lo hacen primero. También ayudamos a explicar fenómenos muy complicados, desde el cambio climático hasta temas económicos, y científicos.

Pero el nivel del periodismo es tan alto o tan bajo como la calidad de las fuentes que tiene.

Una de las diferencias que existen entre ser periodista en Colombia y, por ejemplo, haber sido periodista en Nueva York, es que la calidad de las fuentes aquí es muy inferior a las de Estados Unidos. Si yo en Estados Unidos quería hacer una historia sobre migración, había diez Centros de Pensamiento sobre migración de derecha, de izquierda, de centro;

catorce académicos que llevan estudiando el tema años, que estaban dispuestos a hablar conmigo, que tienen todas las cifras; hay organizaciones de activistas de migrantes con las que puedes hablar. Eso en Colombia es casi imposible.

Yo cubrí las Farc durante 15 años, ¡no había un centro de estudios con información de primera mano sobre cómo funcionaba la guerrilla! Ahora por lo menos la Fundación Ideas para la Paz (FIP), me parece que tiene una información muy chévere, pero así como expertos en las Farc, ¡no había! Yo me acuerdo una vez que entrevisté a un académico sobre paramilitares. Fui a su oficina, era un profesor de la Universidad Nacional de Colombia. Yo le pregunto al tipo: "Oye, ¿y tú cómo haces tus estudios?, ¿con qué paramilitares has hablado?" Me dijo: "No, yo nunca he hablado con paramilitares, porque me muero del susto de ir allá". Entonces yo le dije: "Oye, ¿pero entonces cómo haces tus libros, tus estudios?". Y me dice: "Los hago con base en los artículos que alguien como tú publica". Esto es el reciclaje de la ignorancia porque yo hago mis artículos con base en lo que él dice, él escribe con base en lo que yo publico. O sea, hay muy poca información de primera mano en general (...). Si uno quiere mejorar el periodismo, tienen que mejorar las fuentes del periodismo también.

AG: Los académicos solemos decir: "Qué porquería que son los medios de comunicación, que no dicen nada, que son simplistas, que son etcétera, etcétera.", pero nunca se miran a sí mismos de decir: "Sí, pero es que usted tiene una responsabilidad en eso, porque usted tampoco es que ayude mucho". ¿Eso es un poco lo que estás diciendo?

JL: Yo siento que es una responsabilidad colectiva. Yo siempre le digo a los empresarios cuando preguntan ¿cómo pueden ayudar?, les digo "financien centros de investigación, financien gente que produzca información de calidad".

Me parece que tener ese grupo que le hace seguimiento a la regla fiscal, ¡pues eso es clave! Tener esa fuente de información es fundamental, que exista la FIP, que te dice: "El Clan del Golfo funciona así, son 1800 tipos, están en estos territorios, vienen creciendo, no vienen creciendo", entonces las historias sobre el conflicto pueden ser mejores. Pero si tú no tienes ni idea de cómo funcionan las disidencias, salvo que tú mandes un periodista, vaya y entreviste, es muy difícil. Creo que los académicos en general sí podrían ser más proactivos para ayudar a interpretar y estudiar la coyuntura.

El *fact-checking* como herramienta para recuperar la credibilidad de los medios

AG: ¿En qué consiste el *fact-checking*? ¿Qué es eso? ¿Cuándo *La Silla Vacía* o *Radio Ambulante* o no sé qué, dicen: “Tal persona se encargó del *fact-checking*”, ¿qué significa eso?

JL: El *fact-checking* realmente es un método de verificación de información, de verificación de discurso público. Un ejemplo de lo que hace el *fact-checking*: Duque dice que “nadie le ayudó tanto a la Policía como él”. Entonces, miramos si lo respaldan las cifras y podemos concluir, bueno, no, Duque fue el que menos presupuesto le dio a la Policía, Duque nunca se reunió con los veteranos, no sé qué. Entonces uno dice: “pues es falso lo que él está diciendo” (...).

En el *fact-checking* tú utilizas varias técnicas desde la reportería con personas, con documentos, con imágenes satelitales para ver si lo que alguien está diciendo es cierto o no es cierto. El periodismo siempre ha tenido un método de verificación objetiva de la información, pero el *fact-checking* lo lleva a otro nivel, realmente se pone a contrastar el discurso público con los hechos.

Transformación en la unidad básica del periodismo: de la historia al dato

CG: Tú afirmas que desde muy pequeña quisiste ser periodista, pero terminaste estudiando Derecho. ¿Esa experiencia de haber estudiado Derecho, de qué manera te ha servido para ser mejor periodista?

JL: Creo que me ha ayudado a ser mejor periodista y peor periodista también. Mejor periodista en el sentido en que tengo una estructura más sólida para entender cómo funciona el Estado y también porque en Colombia todo conflicto, incluso aquellos que deberían resolverse políticamente, terminan expresándose legalmente. Entonces a mí el derecho me da una estructura para entender eso y también para que no me asuste leer documentos, ver resoluciones, y sobre todo entender la mecánica del Estado. El derecho también me ha dado una curiosidad por las ideas, por usarlas en mis historias, algo que los comunicadores pocas veces hacen, a ellos les interesan más las anécdotas y los hechos no revelados (...).

También digo que me perjudicó estudiar Derecho en el sentido en que yo duré muchos años tratando de desmontar mi cerebro que veía todo a partir de proble-

mas jurídicos, problemas e ideas, a tratar de verlo en términos de historias. Los buenos periodistas todo lo ven en términos de relatos, de pequeñas novelas. La unidad básica del periodismo era (porque yo creo que ya no lo es) la historia. Tú te entrenas, cuando estudias periodismo, a usar mucho más tus ojos, tus sentidos, te aproximas de otra manera a la realidad, y yo me aproximaba desde una forma muy intelectual y muy poco desde una forma narrativa de historias. Entonces para mí fue como deconstruir mi cerebro de abogada tratando de conservar lo bueno.

Y digo que ya no es la unidad básica del periodismo porque creo que cada vez más (y con la inteligencia artificial cada vez más va a ser así) el dato comienza a reemplazar la historia, comienza a reemplazar la unidad básica del periodismo (...).

Acabo de encontrar al primer periodista de verdad que sabe de inteligencia artificial. Y él, el primer día de trabajo cogió todos los discursos de Trump en campaña, miró cuántas menciones había hecho de Colombia en campaña, y encontró que nos había mencionado dos minutos y doce segundos, y las seis menciones que había hecho. Eso lo hizo en una hora y media (...).

Ahora estamos desarrollando un algoritmo para revisar todas

las relaciones entre empresas registradas en la Cámara de Comercio para detectar las mallas empresariales. Entonces él decía: "Bueno, ese algoritmo pongámoslo a disposición del público", y después me dijo: "Pero me preocupa que si eso está a disposición del público, eso lo pueden usar los secuestradores", ¿sí? porque de pronto tienes tú en dos segundos información que tardarías años en recopilar. Esto le plantea al periodismo unos nuevos dilemas en términos de ética periodística; son dilemas a los que hoy en día todavía no nos hemos enfrentado.

La credibilidad de la imagen en tiempos de inteligencia artificial

AG: ¿Tú cómo ves este paso, no sé si vaya a ser un paso, pero digamos este fenómeno entre informarse o formarse con un instrumento escrito y con uno audiovisual?, son dos experiencias distintas, son dos formas de, finalmente, razonar, por la velocidad. ¿Cómo ves eso en términos académicos?, de que uno dice: "No hombre, pero es que usted no puede aprender Aristóteles con un podcast y con un video. Pues sí, puede aprender algunas cosas, pero le toca dedicarle un poquito a la República de Platón". Es decir, ese tema de la velocidad con la que uno absorbería y puede digerir.

JL: Siento que esto tiene un impacto sobre la democracia y sobre la aproximación epistemológica al mundo, porque creo que Internet es mucho más transparente que la televisión, que es puro artificio. El video en Internet, como es un video más sucio, te permite ver unas cosas que de pronto el que lo hace no te lo quiere mostrar. Cuando tú ves a Petro parado ahí todo desgonzado, eso te da una información que normalmente en televisión nunca te daría porque lo sentarían, lo maquillarían. Creo que en esa medida lo audiovisual es interesante, pero también creo que con la inteligencia artificial, la veracidad que tienen la imagen hoy en Internet va a ser muy fácilmente falseable. Por ejemplo, tú ves al papa con esa chaqueta y pues te parece que es verdad, pero resulta que no, que no es verdad, que es inteligencia artificial. Y eso va a ser muy complicado, porque nosotros estamos programados para creer que todo lo que vemos existe. Eso genera otro nivel de complejidad a tu pregunta. A mí a veces me da la impresión de que nosotros estamos volviendo a esa etapa de la civilización más pictórica (...).

Intereses políticos en la juventud contemporánea

JL: Ahora, dicho eso, y hablando otra vez de mis sobrinos a

mí me impresiona lo bien informados que ellos son, ¿no? y todo lo ven en TikTok y todo lo ven en redes, pero saben mucho más de lo que yo sabía a esa edad sobre la política. Entonces, no necesariamente creo que el hecho de que no estén leyendo texto hace que estén menos informados.

AG: Se oye decir: “Es que a los jóvenes no les interesa la política, es que los jóvenes no quieren participar en política” (...). No es esa la impresión que yo tengo, no me parece que estén, o sean ajenos al debate político. Están con otras agendas probablemente (...). Se dice: “Los jóvenes consumen acriticamente el TikTok, etcétera, y entonces tienen una imagen distorsionada”. ¿Qué tan críticos crees tú que sean los jóvenes? ¿Con qué tanta duda crees tú que los jóvenes se aproximan? Esto que mencionas de tus sobrinos, se aproximan y no son tan acrílicos como nosotros creemos, ¿o sí crees que sean muy acrílicos?

JL: Por lo menos los jóvenes alrededor mío son totalmente críticos y mucho mejor informados de lo que yo era en esa época.

Lo que pasa es su definición de la política es mucho más amplia que la que yo tenía en esa época.

Eso es algo que en *La Silla* hemos ido tratando de asimilar. A los jóvenes hoy en día les

preocupa mucho más el cambio climático y todo lo que se deriva de eso. ¿Qué consume la gente?, ¿cuáles son las políticas de producción de las empresas?, ¿qué tan amigables o no son con el medioambiente? (...).

Creo también que temas que a nosotros no nos importaban o nos parecían obvios, en términos de maltrato laboral, por ejemplo, son mucho más sensibles para esta generación. Y claro, uno puede decir: "Ah, es que es la generación de cristal", lo que tú quieras. Pero ellos son mucho más conscientes del balance vida privada-vida laboral, mucho más sensibles a castigar, por ejemplo, políticamente a los que maltratan a otros. Y yo siento que eso también es muy aleccionador para la élite política, y me parece muy interesante. O sea, que la gente castigue a Germán Vargas por su coscorrón, me parece que dice mucho también de los nuevos valores que imperan hoy en día, ¿no? Entonces, puede ser que no les interese la elección del magistrado de la Corte Constitucional, como que sienten que eso no tiene que ver mucho con su vida, pero temas de corrupción, temas de animalismo, de naturaleza, climáticos, eso sí les interesa mucho; temas más ligados al consumo.

AG: Al cuerpo, a la sexualidad, al género. Eso es un tema.

JL: ¡Exacto!

CG: ¿Y en relación con el conflicto armado?

JL: No, yo siento que el conflicto armado no les importa en lo más mínimo. Es que me parece que es que ya uno no puede con más desilusión, que es una historia que no se acaba. Yo no veo, en general, que les interese el tema del conflicto, la verdad. El tema de género les importa muchísimo, creo que es una gente mucho más urbana, mucho más globalizada y que ya lo del conflicto casi que parece como un anacronismo. Lo cual es trágico. Igual es un tema que nosotros seguimos cubriendo, porque a mí me interesa mucho y porque es importante, pero que a nuestra audiencia no le interesa casi nada.

Alternativa de formación en periodismo para las demás disciplinas

AG: Si te invitaran a dirigir y crear un programa, no importa de qué nivel, de periodismo en Colombia, habiendo estado en la meca de la formación que es Columbia y lo que fue esa experiencia en términos de: "Ok, a mí me interesa la formación política también de los periodistas". ¿Qué harías? ¿Cuál sería un camino? ¿O cómo crees que se debería formar un periodista políticamente?

JL: Yo no haría un programa

de periodismo. Creo que trataría más de formar a los abogados, a los filósofos, a los biólogos y a los politólogos que les interesan las técnicas periodísticas, que sería una cosa muy cortica. O sea, yo contrato en *La Silla* muchos practicantes, gente que no viene del periodismo, que son abogados, economistas, filósofos, historiadores del arte y yo les enseño periodismo en tres meses. Creo que es más importante gente que entienda la biología y entienda el tema del calentamiento global, o que entienda la economía y que pueda cubrir los temas económicos.

AG: Voy a cerrar con una anécdota que me acabas de hacer recordar, Juanita. Hace unos años tuve que ver con la gente de Microsoft Research en Estados Unidos. Microsoft Research es una especie de universidad que tiene Microsoft y por casualidad me tocó al lado del director, quien me dijo, tras preguntarle unas cosas: “Yo contrato y despidió gente, mire, yo voy por las universidades y voy mirando gente y proyectos que me parezcan interesantes para traer acá y que desarrollen acá”, y le

digo: “Ah, me imagino que muchos ingenieros de sistemas”, y me dijo: “Esos son los únicos que no quiero, yo no quiero ninguno, porque eso se los enseño yo aquí en seis meses. A programar les enseño aquí en seis meses. Pero una buena idea de arte, de biología, de física, de antropología, etcétera, eso sí no creo que me lo traiga un ingeniero”. Creo que es un poco lo que estás diciendo, traer a alguien y luego enseñarle un poco los inicios del oficio y luego el oficio se aprende como toda artesanía, también en física, eso la gente cree que no, pero la física también es muy artesanal.

Bueno, de verdad Juanita, lo digo con toda franqueza, una entrevista, además de delicioso escucharte, que va a ser muy útil para la revista y espero que podamos hablar más adelante.

JL: No, muchas gracias a los dos a quienes admiro mucho.

CG: Sí, de verdad absolutamente espectacular. Nos dejaste pensando muchísimo y yo creo que va a ser una entrevista muy importante en este número de la revista.

Bibliografía

- Invamer. (2024). *Encuesta 163*. <https://www.valoraanalitik.com/wp-content/uploads/2024/10/2024-10-Invamer-Poll-163.pdf>
- Newman, N. (17 de junio del 2024). *Digital News Report 2024*. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024>

Ruido, poder y posverdad: el eclipse del periodismo

Diego Aretz

Periodista, investigador y documentalista colombiano, máster en Reconciliación y Estudios de Paz de la Universidad de Winchester, ha sido columnista de medios como Revista Semana, Nodal, El Universal, y colaborador de El Espectador. Ha trabajado con la Unidad de Búsqueda y con numerosas organizaciones defensoras de derechos humanos.

Resumen

En un escenario saturado de información, donde la emoción desplaza al dato y la mentira se pasea sin rubor por la esfera pública, este ensayo propone una lectura crítica del periodismo en la era de la posverdad. A través del caso colombiano, y en diálogo con fenómenos globales, se indagan las tensiones entre medios, poder y ciudadanía, revelando cómo la concentración mediática, la lógica algorítmica y la fragilidad institucional transforman el debate público en un campo de batalla simbólico. Sin concesiones ni nostalgias, el texto abre preguntas urgentes sobre el rol de la prensa, la calidad de la democracia y el lugar de la verdad en tiempos de ruido persistente.

Abstract

In a saturated scenario of information, where emotion displaces data and lies roam shamelessly through the public sphere, this essay proposes a critical reading of journalism in the post-truth era. Through the Colombian case and in dialogue with global phenomena, it explores the tensions between media, power and citizenship, revealing how media concentration, algorithmic logic and institutional fragility transform public debate into a symbolic battlefield. Without concessions or nostalgia, the text opens urgent questions about the role of the press, the quality of democracy and the place of truth in times of persistent noise.

Palabras clave: democracia, medios de comunicación, periodismo, posverdad, redes sociales.

Keywords: Democracy, Media, Journalism, Post-truth and Social Media.

“Somos libres para vivir en la mentira”, escribió Steve Tesich en un ensayo publicado en *The Nation*, en 1992. Acababa de caer la Unión Soviética, Estados Unidos celebraba su victoria moral sobre el totalitarismo y, sin embargo, Tesich advertía que algo más profundo se había roto: el pacto entre verdad y libertad. Su frase —tan precisa como inquietante— anticipaba el espíritu de la época de las democracias del siglo XXI, en donde la mentira no es una desviación de la política sino su centro operativo, y donde los medios —los viejos y los nuevos— ya no se enfrentan a esa mentira, sino que la producen, la amplifican o la encubren.

Estamos en la era de la “posverdad”, ese territorio movedido donde las emociones pesan más que los hechos, y donde lo que importa no es que algo sea cierto, sino que parezca verosímil para la “tribu”. La expresión fue elegida como palabra del año por el *Oxford Dictionary* en 2016 (Oxford, 2016), después del Brexit y la elección de Donald Trump. Desde entonces, la posverdad no ha hecho más que consolidarse como gramática de lo político. No es simplemente una mentira, ni una exageración: es un ecosistema donde los datos no bastan y donde el relato, aunque falso, ordena el mundo. Es una política sin hechos, y unos hechos sin valor.

Un estudio del Instituto Reuters de 2022 muestra que la confianza global en los medios está en niveles históricamente bajos: solo el 42 % de los encuestados en 46 países dijo confiar en las noticias que consume (Newman *et al.*, 2022). En América Latina, ese número es menor. La consecuencia es devastadora: una ciudadanía desinformada o sobreinformada, expuesta a narrativas manipuladas, incapaz de distinguir entre evidencia y propaganda. Y en esa confusión, florecen los populismos, las teorías conspirativas, las guerras culturales y la antipolítica.

La mentira ya no necesita esconderse: desfila con orgullo, se viraliza, se monetiza.

Pero esto no ocurre en el vacío. La democracia necesita medios libres, y los medios libres necesitan una ciudadanía dispuesta a exigirlos, protegerlos y financiarlos. En Colombia, ese pacto entre ciudadanía, medios y democracia ha sido frágil, intermitente y lleno de sospechas. La prensa ha cumplido un papel ambivalente desde su origen: nació como instrumento de combate político, más que como vigía del poder. Basta recordar *La Bagatela*¹ de Nariño, ese primer diario que fue también

¹ Véase: <https://babel.banrepcultural.org/digital/collection/p17054coll26/id/1544/>

una trinchera, un manifiesto, una apuesta por una nueva república. Aquellos liberales radicales —los “magníficos rebeldes” de nuestra primera revolución intelectual y política— entendieron algo fundamental: sin palabras públicas, sin debate informado, sin ideas en circulación, no hay pueblo, solo muchedumbre.

Antonio Nariño, traductor de *La declaración de los derechos del hombre*², no solo creía en la libertad de prensa como un derecho, sino como un deber revolucionario. Su prensa no era imparcial, ni pretendía serlo: era una prensa de combate, de ideas, de ruptura. Era un instrumento para formar ciudadanos, no consumidores. Y es curioso —y triste— que más de dos siglos después, sigamos sin resolver el dilema entre prensa como servicio público y prensa como entidad privada; es decir, entre información como derecho, y noticia como mercancía.

Desde entonces, el periodismo colombiano ha oscilado entre la épica y la cooptación. Ha servido de contrapeso en momentos cruciales —*El Espectador* de Guillermo Cano y el camino que también ha logrado sostener Fidel Cano y su actual equipo, la *Revista Semana* de los noventa, las investigaciones recientes de *La Silla Vacía*, de *Cuestión Pública*

o de *Vorágine*—, pero también ha sido cómplice de los poderes económicos y políticos que dice vigilar. La propiedad concentrada de los medios, la dependencia de la pauta oficial, y la precariedad laboral de los periodistas, han erosionado su autonomía.

El estudio “Who Owns the Media?” del *Center for International Media Assistance* (s. f), advierte que la concentración de medios en América Latina es uno de los principales obstáculos para la pluralidad informativa. En Colombia, el 70 % de los medios nacionales pertenece a cuatro grupos empresariales. ¿Cómo puede la prensa investigar con independencia si depende financieramente del Estado y de los grandes conglomerados privados?

Frente a eso, la idea de unos medios públicos verdaderamente independientes —como la *Deutsche Welle* [DW]³, en Alemania; la *National Public Radio* [NPR]⁴, en Estados Unidos, o la *British Broadcasting Corporation* [BBC]⁵, en el Reino Unido— aparece como una necesidad y una posibilidad urgente. No se trata de repetir sus modelos, sino de entender su lógica: medios financiados con recursos públicos,

2 Véase: <https://babel.banrepcultural.org/digital/collection/pl17054coll26/id/1544/>

3 Véase: <https://www.dw.com/es/actualidad/s-30684>

4 Véase: <https://www.npr.org/>

5 Véase: <https://www.bbc.com/>

pero blindados institucionalmente contra la injerencia gubernamental. Medios al servicio del ciudadano, no del partido de turno. Medios donde la calidad, la diversidad y la investigación profunda tengan prioridad sobre el escándalo y el clic fácil.

En Alemania, la DW cumple un rol central en la proyección de valores democráticos. Está financiada por el presupuesto federal, pero su carta fundacional establece una clara separación de poderes editoriales. La BBC, aún con sus crisis y tensiones políticas, sigue siendo un modelo de periodismo público riguroso. La NPR, en los Estados Unidos, es financiada por donaciones, fundaciones y algo de presupuesto estatal, pero mantiene una estructura que garantiza la diversidad de voces. ¿Por qué no hemos podido —o querido— construir en Colombia un sistema similar? ¿Por qué nuestros medios públicos aún se definen más por la coyuntura política que por su misión constitucional?

En Colombia, la Radio Televisión Nacional de Colombia [RTVC] ha tenido momentos de dignidad y ha producido contenidos culturales de valor, pero su independencia sigue en duda. Las denuncias de interferencias en contenidos, los cambios abruptos de directores según el presidente de turno, y la falta de financiación sostenida impiden construir una televisión y una radio

pública que informen, eduquen y sirvan de contrapeso. Porque eso es lo que deberían ser los medios: un poder que vigila a los otros poderes, que incomoda al poder, que lo desnuda.

Ahora bien, no se puede hablar de medios sin hablar de redes sociales. Las plataformas digitales —Facebook, X (antes Twitter), TikTok, Instagram, y YouTube— se han convertido en nuevas ágoras donde se juega buena parte del debate público contemporáneo. Ahora no solo informan, también configuran percepciones, crean climas de opinión, y determinan elecciones. La política ya no se hace en los periódicos ni en las plazas, sino en los hilos virales, en los memes, en los lives de TikTok o Instagram.

Según el informe *The Rise of Digital Influence* del Atlantic Council (2022), más del 60 % de los votantes jóvenes en América Latina se informan principalmente por plataformas digitales. En Colombia, las campañas ya no se piensan en programas de gobierno sino en narrativas de identidad, en indignación calculada, en hashtags diseñados para captar la atención de los públicos. Es la política como espectáculo algorítmico.

Estas plataformas, sin embargo, no son neutrales. Están diseñadas para maximizar el tiempo de permanencia, no para promover la deliberación democrática.

Su lógica es la de la atención, no la de la verdad. Y en esa lógica, la polarización es rentable. Como advierte la investigadora Zeynep Tufekci (2015): "Las redes no están diseñadas para informar, sino para emocionar. Y lo que más emociona es el miedo, el odio, la indignación".

En este contexto, vale la pena observar un fenómeno significativo en la historia reciente de Colombia: el aumento sustancial de la participación electoral en las elecciones presidenciales a partir de 2010. En las elecciones de 2006, votaron poco más de 12 millones de personas; para el 2010, esa cifra subió a 14.7 millones; en 2014, a 15.8 millones; y en 2018, alcanzó los 19.6 millones. Finalmente, en 2022, la participación llegó a su punto más alto: 22.6 millones de votantes. Se trata de un incremento de más de 10 millones de votantes en apenas 16 años. Más allá de los factores demográficos o coyunturales, este fenómeno coincide con la consolidación del uso masivo de redes sociales como herramientas de comunicación política.

No es descabellado pensar que esta explosión de participación electoral está relacionada con la transformación del ecosistema informativo. A partir de 2010, con la expansión de Facebook, X (antes Twitter), YouTube y más tarde Instagram y TikTok, la política colombiana comenzó a

mutar: los discursos dejaron de circular exclusivamente por los grandes medios y comenzaron a viralizarse en redes sociales. Las campañas ya no eran únicamente campañas de plaza o de televisión, sino campañas digitales, emocionales, personalizadas y altamente segmentadas. Se multiplicaron los "influencers políticos", las cadenas de WhatsApp, los debates en vivo por Facebook y los hilos virales que, más que informar, buscaban movilizar.

Este nuevo escenario tiene dos caras. Por un lado, ha democratizado el acceso al discurso público: más voces, más canales, más participación. Pero por otro, ha contribuido a la expansión de la desinformación, la polarización y la manipulación emocional del electorado. El aumento de votantes no significa, necesariamente, un aumento de deliberación democrática. Como lo sugiere el filósofo Jacques Rancière (1995), "la política no es solo contar cabezas, sino contar palabras, razones, argumentos". Y si las redes amplifican más el ruido que la razón, entonces el auge de la participación puede esconder también un deterioro en la calidad del debate público.

Las cifras muestran una paradoja: más ciudadanos votando, pero en medio de un ambiente más hostil, más polarizado, más emocional, más manipulado por tecnologías opacas de segmentación y propaganda digital.

La democracia, entonces, no solo se juega en el número de votos, sino en las condiciones de posibilidad del juicio crítico.

Y esas condiciones dependen, en buena medida, de contar con medios libres, responsables, capaces de ofrecer contexto, desmontar narrativas falsas y resistir la lógica tóxica de la viralización. Entonces surge el dilema: ¿Cómo regular sin censurar? ¿Cómo garantizar derechos digitales sin caer en la vigilancia estatal o en la censura corporativa? El debate está abierto. La Comisión Europea ha comenzado a trazar una ruta con el *Digital Services Act*, que obliga a las plataformas a actuar con mayor transparencia y responsabilidad sobre los contenidos nocivos y la desinformación. Pero en América Latina, el riesgo es otro: que los gobiernos utilicen el pretexto de la regulación para silenciar voces críticas.

El *Freedom House* advierte que, en países como México, Brasil, Venezuela o El Salvador, se han impulsado leyes que, bajo el manto de combatir la desinformación, limitan la libertad de expresión y fortalecen la censura estatal. En Colombia, el Congreso ha discutido iniciativas similares, sin consenso. Es urgente una conversación seria, plural, sobre regulación digital. No para controlar la opinión, sino para proteger la democracia.

Estamos, entonces, en una paradoja. Nunca fue tan fácil comunicarnos y tan difícil entendernos. Nunca hubo tanta información circulando y tanto ruido aturridor. Nunca hubo tantos medios y tan poco periodismo. Nunca hubo tanta libertad formal y tanta manipulación estructural.

¿Qué hacer con esta contradicción?

Habitarla, tensionarla, no resignarse a ella.

Como escribió el filósofo Byung-Chul Han (2012), "la transparencia total no produce verdad, sino ruido". Necesitamos menos transparencia entendida como exhibicionismo, y más verdad entendida como bien común. Menos saturación informativa y más curaduría crítica. Menos *influencers* y más periodistas.

En última instancia, la pregunta es simple y hasta parece ingenua: ¿Tiene futuro la democracia? La respuesta, aunque incompleta, empieza aquí: si la tiene, será con medios libres. Pero si no hay medios libres, no habrá democracia. Podemos engañarnos un rato, vivir en la mentira como advirtió Tesich, pero no para siempre. La libertad sin verdad es solo otra forma de servidumbre.

En este contexto, la noción de contrapeso adquiere un valor esencial. La democracia no es solo un sistema electoral, sino una arquitectura compleja de controles y equilibrios. Cuando uno de esos pilares se debilita —ya sea el poder judicial, el legislativo, los medios, las universidades, la sociedad civil— todo el edificio tiembla. La función crítica del periodismo está íntimamente ligada a esa lógica de contrapesos. Un medio libre no es solo un canal de información, es un muro de contención frente al poder. Por eso los gobiernos autoritarios o populistas buscan primero controlar los medios y luego silenciar la crítica.

Podría ser ilustrativo hablar de la batalla que hoy libra el trumpismo contra Harvard como una señal de alerta. No es una disputa menor sobre admisiones universitarias o libertad académica, es un intento deliberado por deslegitimar a los espacios de producción de conocimiento, por reducir la política a una guerra cultural permanente, donde cualquier institución que cuestione al líder es vista como parte de una élite enemiga. Harvard, como otras universidades, representa no solo un lugar de formación sino un contrapeso simbólico al poder. Lo mismo ocurre con los medios: cuando son reducidos a “enemigos del pueblo”, como hizo Trump con CNN y *The New York Times*, no es solo retórica, es

estrategia. Es populismo puro: desarmar al adversario, deslegitimar la crítica, blindarse ante el escrutinio, algo parecido ha sucedido en Colombia.

Este no es un fenómeno exclusivo de Estados Unidos. Lo hemos visto con Bolsonaro en Brasil, con Bukele en El Salvador, con López Obrador en México, con Ortega en Nicaragua. En Colombia, la desconfianza sistemática hacia la prensa y las universidades ha sido explotada tanto por la derecha como por sectores de izquierda. Incluso se construye la idea de que todo medio crítico está comprado, que toda universidad privada e incluso pública es elitista, que toda ONG tiene una agenda oculta. Y en ese clima de sospecha, el populismo crece, el periodismo se acorrala, y el ciudadano se queda sin referencias confiables.

Estamos, sin duda, ante un tiempo de amenazas democráticas. Pero también, quizás, ante una oportunidad histórica: demostrar que las democracias no solo existen por sus formas, sino por su fondo. Que no son solo rituales electorales, sino sistemas vivos de contención al poder. Que pueden resistir los embates del autoritarismo y del populismo de extremos, si fortalecen sus pilares: prensa libre, justicia independiente, educación crítica, y ciudadanía activa.

La pregunta no es si las democracias sobrevivirán, sino si serán capaces de renovarse.

De reconstruir los puentes rotos entre instituciones y ciudadanía. La democracia no muere de golpe, muere lentamente de ruido. Muere de saturación, de indiferencia. Y, sobre todo, muere cuando los medios, en lugar

de iluminar la esfera pública, la oscurecen. Por eso la tarea es política, sí, pero también cultural. Y profundamente ética. Si queremos defender la democracia, tenemos que defender el periodismo. No el periodismo como espectáculo, ni como algoritmo, ni como negocio: el periodismo como bien público. Como derecho ciudadano. Como servicio esencial. Como último refugio frente al cinismo del poder.

Bibliografía

- Atlantic Council. (2022). *The Rise of Digital Influence: How the Internet is Reshaping Political Campaigns in Latin America*. <https://www.atlanticcouncil.org/wp-content/uploads/2022/10/The-Digital-Divide-Atlantic-Council-GeoTech-Center-Oct-2022.pdf>
- Center for International Media Assistance [CIMA]. (s.f.). *Who Owns the Media?* <https://www.cima.ned.org/resource/applying-standards-media-owners-and-journalism-ethics/>
- European Commission. (2022). *Digital Services Act*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>
- Freedom House. (2023). *Freedom on the Net 2023*. <https://freedomhouse.org/sites/default/files/2023-10/Freedom-on-the-net-2023-DigitalBooklet.pdf>
- Han, B. C. (2012). *Transparenzgesellschaft*. Berlin: Matthes & Seitz. (Nota: traducido al español como *La sociedad de la transparencia a*, Herder, 2013)
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., y Nielsen, R. K. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>
- Oxford University Press. (2016). *Word of the Year 2016 is...* <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>
- Rancière, J. (1995). *La Méésentente: Politique et philosophie*. Paris: Galilée. (Nota: traducido al español como *El desacuerdo*, Ediciones Nueva Visión, 1996)

Tesich, S. (1992). *A government of lies*. The Nation. <https://archive.org/details/steve-tesich-government-of-lies-article>

Tufekci, Z. (2015). *Algorithmic harms beyond Facebook and Google: Emergent challenges of computational agency*. Colorado Technology Law Journal, 13(203), 203–218. <https://scholar.law.colorado.edu/ctlj/vol13/iss2/4/>

Revista | Formación
Política