

La democratización de los medios, presente en la negociación de las FARC

JOSÉ MANUEL MARTÍN MEDEM :: 10/08/2014

En Colombia los grandes medios de comunicación fabrican mentiras y calumnias de grandes proporciones, de alcance sistemático y de efectos letales

Por primera vez en la negociación de un gobierno con la insurgencia, se incluye la democratización de los medios de comunicación como condición para la solución política del conflicto. La propuesta de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) es la mejor de la izquierda latinoamericana.

El jesuita Javier Giraldo, uno de los más importantes defensores de los derechos humanos en Colombia, propuso en una carta abierta para las FARC que en las negociaciones de La Habana “se elabore, como prioridad de prioridades, un nuevo marco legal para la información y la comunicación que abra caminos a la participación”. Giraldo advirtió que “la condición elemental y básica de toda participación es el acceso a la verdad, a la información no manipulada y a la comunicación libre y no amordazada”. Y denunció que “en Colombia los grandes medios de comunicación fabrican mentiras y calumnias de grandes proporciones, de alcance sistemático y de efectos letales”.

El negocio de la complicidad

“Le vamos a dar las dos licencias de los canales de la televisión privada a los dos grandes grupos económicos, como debe ser”. Así me lo anunció Ernesto Samper [presidente de Colombia de 1994 a 1998] cuando, siendo corresponsal de TVE en Colombia, me tocó sentarme a su lado en un almuerzo del entonces presidente con los medios internacionales. Hasta entonces las empresas comerciales compraban espacios para su programación en las emisiones de la televisión estatal, pero a partir de 1998 se impone el duopolio de Caracol y RCN.

Los sucesivos gobiernos negocian con las empresas el mantenimiento del negocio audiovisual a cambio del acompañamiento en la ejecución de sus políticas. No hay servicio público, pluralismo ni espacio para las iniciativas sociales. En la radio hay un poco más de diversidad, pero también en función del reparto entre las mismas empresas como agradecimiento por lo que Samper denominaba el patriotismo informativo. En prensa, los cacahos (los empresarios más poderosos) se reparten el control de sólo dos diarios de alcance nacional, 'El Tiempo' y 'El Espectador'. Una revista de información política, 'Semana', es la voz del sistema institucional, económico y militar. Durante el doble mandato presidencial de Álvaro Uribe la sumisión informativa de los grandes medios se profundizó bajo lo que, en una definición genial, las organizaciones no gubernamentales denominaron el embrujo autoritario.

El 15 de diciembre del 2004, Álvaro Uribe contó a un grupo de directores de medios y periodistas de confianza, invitados a una tertulia en la Casa de Nariño, la sede presidencial,

que el representante de las FARC Rodrigo Granda, capturado dos días antes, había sido secuestrado en Caracas por funcionarios venezolanos sobornados por el gobierno de Colombia para trasladarlo a Bogotá. El relato de aquella velada de Uribe en complicidad con los periodistas del patriotismo informativo forma parte del libro de memorias de Jaime Bermúdez, *La audacia del poder*. El que fuera asesor de políticas de comunicación y canciller de Uribe explica la colaboración de los más poderosos medios de comunicación para justificar el terrorismo de Estado de un presidente que había utilizado el presupuesto nacional para corromper a policías de otro país en el que había organizado un secuestro, violando el derecho internacional.

En el negocio de la complicidad con los gobiernos de Colombia participa también la corporación española PRISA, que compró 'Caracol Radio' y tiene en Bogotá su centro editorial para América Latina. Con 'Caracol' y 'El País', las informaciones de los medios de PRISA aplican sobre Colombia una tremenda pinza: sintonizan con la política gubernamental en el escenario interno y defienden esa misma política en sus ediciones y emisiones para España y América Latina.

El duopolio de la televisión colombiana regaló el pantallazo de la legitimidad mediática al comandante de los paramilitares Carlos Castaño y nunca acogió con un similar despliegue de entrevistas especiales a Javier Giraldo, que tuvo que refugiarse en el exilio. Cuando ya no fue posible ocultar las barbaridades de los paramilitares, actuando en complicidad con militares, policías, empresarios y diputados, la revista 'Semana' tuvo que confirmar en un editorial (aunque hablando sólo del pasado) lo que durante tanto tiempo habían denunciado defensores y defensoras de derechos humanos:

“La magnitud de lo que ocurrió en Colombia rebasa la imaginación del ciudadano común. Sobre todo del ciudadano urbano que, desde su cómoda quimera de progreso y consumo, no vio el horror al que la clase dirigente le dio la espalda, la justicia no fue capaz de frenar y la prensa apenas mostró a medias. El horror al que las instituciones de la seguridad, la justicia y la política no fueron capaces de ponerle un muro de contención por complacencia o por miedo. Cuando la violencia se legitima a través de la autoridad, los discursos o los medios de comunicación, el instinto criminal se desata con más fuerza”.

Pluralismo, servicio público, derecho de acceso e iniciativas sociales

En sus Propuestas para la democratización de los medios de comunicación, las FARC reclaman una nueva legislación audiovisual que establezca los siguientes principios básicos:

- Las frecuencias de radio y de televisión se distribuirán en partes iguales para el sector público, privado y social, a través de una institución no gubernamental.
- Se fortalecerán los medios de servicio público (bajo control social y profesional que impida su gubernamentalización), se estimulará la participación de los sectores sociales y se impedirá la concentración de la propiedad en los negocios audiovisuales.
- Se repartirá en partes iguales entre los tres sectores la financiación procedente de la publicidad de servicio público.
- Se garantizará el acceso de todas las organizaciones políticas y sociales a los medios de comunicación del Estado mediante la asignación de franjas de programación.
- Se regulará el acceso universal a las tecnologías con conectividad a Internet de banda

ancha y software libre, servicios de acceso público y dotación subsidiada de portátiles.
- Se mejorarán las condiciones laborales de las y los profesionales de la información y de la comunicación.

La iniciativa de las FARC supera en lo fundamental incluso a las nuevas legislaciones audiovisuales de Argentina y Ecuador, que son las mejores del mundo, aunque le falta un ingrediente que esas leyes sí tienen: las limitaciones para la inversión internacional en la apropiación de emisoras de radio y de televisión.

Los avances en la propuesta de las FARC son muy importantes en el derecho de acceso y en la definición del sector social, que supera la habitual definición de comunitario. Cuando se reparten las frecuencias entre el servicio público, los negocios audiovisuales y el sector comunitario, se corre el peligro (como sucede en las reformas de Argentina, Ecuador, Venezuela y Uruguay) de confinar a lo social en lo comunitario, limitando el alcance y la cobertura de los medios no convencionales. Para las FARC, las iniciativas sociales tienen derecho a la misma presencia estatal que el servicio público y las empresas comerciales.

Las FARC incluyen por primera vez en América Latina, para la democratización de los medios de comunicación, el derecho de acceso, que abre el servicio público para la presencia de partidos, sindicatos y organizaciones sociales que sin ese recurso no tendrían la capacidad de conseguir una difusión mayoritaria de sus maneras de pensar y actuar.

En el preacuerdo sobre participación política al que ya se ha llegado en las negociaciones de La Habana se han incluido algunas de las propuestas de la guerrilla antes mencionadas: se establecerán medios de interés público y comunitario, se abrirán espacios en las emisoras y canales institucionales y regionales para garantizar la participación política y social, habrá nuevas convocatorias para la adjudicación de licencias y se repartirá la publicidad de servicio público entre todos los sectores con criterios de transparencia e igualdad.

Revista Pueblos

<https://www.lahaine.org/mundo.php/la-democratizacion-de-los-medios-present>