

El proceso de espectacularización de la violencia en Colombia. Una herramienta en la construcción del miedo¹

The process of spectacularization of violence in Colombia. A tool in the construction of fear



Juan Carlos Córdoba Laguna. Comunicador Social y Periodista de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá, Doctor en Comunicación y Cultura de la Universidad de Lisboa Portugal, Magíster en Comunicación y Cultura de la Universidad Federal de Río de Janeiro-Brasil, Especialista en Teorías de la Comunicación y la Imagen de la Universidad Federal del Ceará-Brasil. Se desempeña como docente universitario asociado; ha desarrollado proyectos vinculado a grupos de investigación en Colombia, Brasil y Portugal con publicaciones en los tópicos de imaginarios urbanos y violencia mediática principalmente.

Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia
juan.cordoba@utadeo.edu.co
ORCID:0000-0003-3777-2410

Recibido: 18/09/2018 - Aceptado: 17/11/2018

Resumen:

Como consecuencia del conflicto armado en Colombia, los medios de comunicación locales desarrollaron mecanismos técnicos y estrategias conceptuales, como la espectacularización, que les permitieron crecer como empresas mediáticas; este artículo se desprende de la tesis doctoral: “El metarrelato mediático de la violencia en Colombia: su espectacularización en una cultura del miedo”, en donde se hace un seguimiento documental cronológico de los medios locales, desde la década de los cincuenta, con la descripción histórica y el análisis de su tratamiento. La iconicidad que han alcanzado las imágenes espectaculares del conflicto colombiano ha servido a las intencionalidades ideológicas y económicas de los medios y a su fijación en los imaginarios individuales y colectivos.

Palabras clave:

Espectáculo; medios de comunicación; conflicto colombiano; imaginarios.

Received: 18/09/2018 - Accepted: 17/11/2018

Abstract:

Local mass media developed technical mechanisms and conceptual strategies, such as spectacularisation or major spectacle as a result of the armed conflict in Columbia, allowing them to grow as relevant media companies. This article is derived from the doctoral thesis “The Media Meta-narrative of violence in Colombia: its spectacularisation in a culture of fear,” in which a chronological documentary monitoring local media is made from the 50s by using variables such as historical facts and the description of its respective treatment. The iconicity that the spectacular images from the Colombian conflict have gained have served the ideological and economic intentions of the mass media and their fixation on individual and collective imaginaries.

Keywords:

Entertainment; mass media; Colombian conflict; imaginary.

¹ Investigación subvencionada por la Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá-Colombia.

Cómo citar este artículo:

Córdoba Laguna, J. C. (2018). El proceso de espectacularización de la violencia en Colombia. Una herramienta en la construcción del miedo. *Doxa Comunicación*, 27, pp. 99-120.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n27a5>

1. Introducción

A continuación, se realiza un recuento histórico de los principales periodos en Colombia en los que la violencia ha sido protagonista, desde 1948 hasta 2018, mostrando los canales comunicativos que han sido utilizados para contarla, el manejo que estos le han dado a la información, algunos principios concretos apreciables en hechos específicos, por ejemplo, la culpa y la responsabilidad.

1.1. La confianza en los medios de comunicación: Décadas de los años 40 y 50

La fecha contemplada como punto de partida para hacer el análisis propuesto en este trabajo es la del 9 de abril de 1948, en la cual fue asesinado el candidato a la presidencia por el Partido Liberal, Jorge Eliecer Gaitán, que generó una guerra civil contra el partido contrario, el Conservador², en todo el país. En dicho periodo, los campesinos se armaron para defenderse del Ejército, que tomó una posición política; este fenómeno, según autores como Arturo Alape (1983)³, dio origen a las guerrillas.

El periodo histórico denominado “La Violencia”, comprendido entre 1948 y 1953, tuvo en el ámbito de los medios de comunicación varios frentes: uno, la prensa escrita, principalmente, el periódico *El Tiempo*, propiedad de la familia Santos, con filiación política al Partido Liberal y con varios miembros de su familia como figuras políticas, inclusive varios presidentes (el último, Juan Manuel Santos [2010-2018] y Premio Nobel de la Paz [2016]); otro, la radio, por su carácter local en las pequeñas ciudades, sirvió de instrumento ideológico y de proselitismo político para sus dueños y un tercer frente, la oralidad dada a través del rumor o el comentario, al que hace referencia Martín Barbero (1987), y de la utilización de la plaza pública y la calle como escenarios para construir opinión, la cual, y en términos de la teoría de la acción comunicativa de Habermas (1987), fue esencial en este periodo para que los colombianos crearan sus opiniones, mitos y fantasmas.

A pesar de existir medios de comunicación masivos y de que estos alcanzaran una conexión comunicativa con las personas, la desinformación, en cuanto a los hechos, las víctimas y los lugares del conflicto fue una constante; esta ayudó a crear indiferencia en la respuesta de la población, un comportamiento que se mantiene aún en el siglo XXI, y que puede explicarse con elevadas cifras de muertes, como, por ejemplo, los 220.000 homicidios desde 1958, o los casi 5 millones de desplazados entre 1985 y 2012 (CNMH, 2012) como consecuencia del conflicto interno, o hechos con niveles de crueldad extrema, incluidas las masacres paramilitares a partir de la década de los noventa, en las que las historias de las víctimas no consiguen impactar a la población que no se siente implicada. Este comportamiento es explicado desde la perspectiva de la responsabilidad en Hanna Arendt:

“Cuando la persona en cuestión aparece frente a sus compañeros de humanidad, se coloca aparte en relación a ellos, en el sentido de ser responsable, apenas solamente por él mismo: para una persona de esta forma, toda y cualquier inclinación

2 Los partidos políticos tradicionales en Colombia Liberal, con ideologías de separación Iglesia/Estado y la libre competencia de las fuerzas económicas, y el Conservador, con ideales de defensa de la tradición moral, proximidad a la iglesia Católica, proteccionismo económico y autoridad fuerte, entre otros.

3 Arturo Alape [1938-2006] es uno de los mayores estudiosos de la violencia en Colombia.

que la motive para el bien o para el mal es una tentación que puede llevarla a ‘extraviarse’ de sí mismo en el mundo y por esta razón existe el deber de resistir” (2007: 21).

Arendt explica, con relación a la culpa, cómo otros actores, diferentes a los que realizan directamente los crímenes, con su silencio y su tolerancia, participan de la situación y es en esta categoría en la que se encaja la mayor parte de la sociedad colombiana que se “blinda” en lugares más seguros, pero también evita consumir informaciones sobre el conflicto, aislándose del mismo y llegando a crear historias paralelas lejanas del mismo, con la ayuda de los medios de comunicación:

“Pienso que es posible demostrar que los procesos son de mayor alcance en lo relacionado con aclarar la culpa específica de los que, no haciendo parte de la categoría de los criminales, a pesar de eso desempeñaron un papel en el régimen, o de los que se limitaron a mantenerse en silencio, tolerando el estado de las cosas tal como era, cuando tenían una posición que les habría permitido hablar” (Arendt, 2007: 52).

Un segundo periodo de la violencia en Colombia es el de las guerrillas, favorecido por la Revolución cubana ocurrida entre 1953 y 1959. Durante este lapso y, con la llegada de la televisión en 1954 bajo la dictadura militar, el país comenzó a relacionarse con el conflicto a través de la imagen, lo cual fue promovido por las altas tasas de analfabetismo; la cobertura periodística del conflicto trasladó los relatos que hacían las personas a la búsqueda de lo espectacular, lo anecdótico, lo curioso y lo novedoso que el enfrentamiento guerrilla-Estado pudiera ofrecer.

1.2. El descubrimiento de la espectacularización: Décadas de los 60, 70, 80 y 90

El seguimiento que los periodistas hicieron al conflicto en estas décadas expuso un país desconocido para la mayoría de los habitantes; se volvieron constantes las notas de los reporteros mostrando los campamentos y el día a día de la guerrilla, la cual descubrió el poder de los medios de comunicación para ganar aceptación. En ese propósito, y sin darse cuenta, los medios le dieron rostro a una guerrilla de la que la población se había creado una imagen, en parte, a través de los relatos fantásticos de décadas anteriores. Por primera vez, el país la vio y la escuchó, en especial, al grupo M-19⁴, y pudo enterarse de que estaba conformada por jóvenes que hablaban, en lenguaje común, de los problemas del país, frente a un Estado con un discurso repetitivo y poco atractivo.

La imagen de rebeldía y transformación social del M-19 se construyó con el soporte indirecto de los medios de comunicación y con sus osadas operaciones, como el robo de la espada de Bolívar en 1974, el robo de armas de un custodiado cuartel militar, utilizando túneles, en 1979, la toma de la Embajada de la República Dominicana que culminó con una salida cinematográfica para Cuba llevando un grupo de embajadores rehenes en 1980; los siguientes diálogos de paz en los que se vio a una guerrilla dispuesta a negociar y que terminaron trágicamente en 1985 con la Toma del Palacio de Justicia en la que, en un intento militar de retomar el control, el edificio fue incendiado y murieron más de cien personas, muchas de ellas magistrados de las altas cortes; 30 años después, Antonio Navarro, miembro del M-19 amnistiado y ahora reconocido político, afirmaba:

4 Guerrilla de corte socialista creada en 1970, la cual consiguió reunir diferentes sectores de la sociedad colombiana.

“Lo que he establecido por informaciones posteriores a los hechos es que fue un intento de réplica de la toma de la Embajada de República Dominicana, una operación de propaganda armada exitosa realizada por el M-19 en 1980. Pero lo del Palacio de Justicia nunca debió haberse realizado. El análisis de la situación nacional en el momento en que se produjo fue totalmente equivocado, su planeación desastrosa y sus resultados marcaron con fuego la historia de Colombia” (Navarro, 2015: 87/88).

Con la Toma del Palacio de Justicia [1985], la posición de los medios de comunicación cambió, pareciendo aceptar que el tratamiento dado a las informaciones fue equivocado, y no volvieron a darle ventajas informativas a las corrientes políticas de izquierda; sin embargo, el país tuvo poco tiempo para reflexionar debido a la irrupción del narcotráfico como generador de violencia.

La construcción de la imagen del narcotráfico pasó, nuevamente, por el proceso de matriz cultural descrito por Martín Barbero (1987), en el cual la oralidad y el folklore son esenciales; aquí, la cultura popular deja de ser un concepto abstracto y se materializa en el cotidiano de los individuos que se reconocen en esta: “la cultura popular como el lugar desde el cual pensar el aquí y el ahora” (Martín Barbero, 1984, pág. 81).

Ejemplo de lo anterior son las primeras referencias del narcotráfico a través de relatos y canciones del caribe colombiano en lo que lo anecdótico de las extravagancias del naciente narcotráfico cautivarán las audiencias locales; los medios de comunicación colombianos fueron discretos frente al tema, debido al grado de penetración del fenómeno en la sociedad. Esta discreción hizo que su existencia pasara casi inadvertida y que solo fuera aceptada cuando mostró su poder a través del terrorismo; pero su presencia fue una constante desde el comienzo en los barrios más pobres de diferentes ciudades, en donde los capos de estas organizaciones ayudaban a su población, creando una imagen de benefactores. Sobre la contradictoria imagen del narcotráfico como villano o salvador, Sánchez afirma:

“Un conjunto de hábitos que llegaron a formar [...] una estructura más compleja: la institución social del narcotráfico, misma que por diferentes mecanismos de legitimación y dominación lograron posicionar a este grupo de bandidos ‘para el estado de derecho’, aunque héroes populares para la opinión pública” (Sánchez, 2009: 92).

El terrorismo, traído a las ciudades por el narcotráfico, fue una nueva forma de violencia en una Colombia acostumbrada a esta en áreas rurales. Beltrán (2006) destaca cómo el conflicto se ha desarrollado en el campo: “en gran parte de las zonas rurales del país la violencia prácticamente no cesó hasta 1972[...] la confrontación entre paramilitares y guerrilla en el escenario rural[...] uno de los principales problemas derivados de la problemática rural colombiana actual es el desplazamiento.” (2006: 2). Son afirmaciones que muestran la afectación constante del conflicto sobre las poblaciones rurales.

El narcotráfico cambió los blancos de la violencia con el asesinato de candidatos a la presidencia, ministros, un procurador, periodistas, población civil, entre otros, y los métodos: carros bomba, aviones que explotaban en vuelo, explosión de edificios públicos y sedes de periódicos⁵, y sicarios (asesinos a sueldo), lo que trajo la espectacularidad como elemento que marcó este periodo en los medios de comunicación con imágenes con pocos comentarios, como una forma de protección, combinada con la práctica de los medios de recurrir a la autocensura para protegerse.

5 El periódico *El Espectador* denunció el narcotráfico y, como respuesta, el Cártel de Medellín asesinó, mediante sicarios, a su director, Fidel Cano, y con una bomba destruyó su sede. Con relación a edificios públicos, explotó la sede del Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), atentado en el que murieron 70 personas.

La espectacularidad en imágenes y el relato del conflicto colombiano los hace llamativos para los medios internacionales; la historia de Pablo Escobar sirvió de materia prima para series de televisión y películas⁶ que ayudaron a edificar un mito alrededor de él. El periodo del narcotráfico es posiblemente el capítulo de la violencia en Colombia con mayor cobertura por parte de los medios de comunicación internacionales, ya que el terrorismo de los cárteles produjo imágenes e informaciones espectaculares que lo puso en el centro de atención mundial.

1.3. Lo espectacular, elemento imprescindible para el éxito de los mensajes: Siglo XXI

El periodo del narcotráfico desplazó la atención dedicada a la guerrilla, cuyas organizaciones estaban en crisis debido al colapso del socialismo a partir de 1985; pero las nuevas alianzas con el narcotráfico le habían permitido subsistir al encontrar otras formas de financiamiento, a las que se sumaron los secuestros selectivos de miembros de familias adineradas o de figuras visibles en las regiones, principalmente ganaderos, hacendados y políticos⁷. En respuesta, estos actores apoyaron la formación de ejércitos paramilitares cuya finalidad era aniquilar o expulsar a la guerrilla, como, por ejemplo, las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC)⁸. Sus actos se materializaron en cifras como la realización de una masacre cada dos días entre 1999 y 2000 o el de apoderarse de 6.000.000 de hectáreas de tierra, según ACNUR (Agencia de la ONU para los Refugiados), además, según esta misma fuente, de generar un desplazamiento masivo de alrededor de un millón de personas en 15 años.

Al igual que el narcotráfico, el paramilitarismo se instaló en el interior de una parte de la sociedad colombiana que lo vio como salvador; también fue determinante el apoyo que algunos medios de comunicación le dieron a este, lo que influyó en la reacción de la población, que asumió que el problema no era tan grave; a la infiltración del paramilitarismo en la política se le denomina “parapolítica”, y de pertenecer a esta se han acusado al presidente de la época, Álvaro Uribe Vélez, y a algunos políticos, varios de ellos en prisión o respondiendo a procesos legales, pero sin una verdadera sanción. Algunas de estas denuncias han sido realizadas por reconocidos medios de comunicación mundiales:

“Los cables divulgados este viernes por el periódico *The New York Times*, ponen en una posición comprometedoramente al expresidente Uribe, a escasas horas de las elecciones presidenciales de este domingo. Los hechos a los que se hacen mención en los cables habrían tenido lugar entre 1992 y 1995, cuando Uribe Vélez aun pertenecía al Partido Liberal. El expresidente ha reiterado varias veces que él nunca ha tenido que ver con asuntos de narcotráfico.” (*El Espectador*, Mayo 25 de 2018, Sección Judicial).

El fin del gobierno Uribe marcó el comienzo de un declive en el combate a la guerrilla que no desapareció en su mandato y que, aunque debilitada por problemas económicos y por la pérdida de sus líderes⁹, inició en 2013 un proceso de diálogo

6 En 2015, son lanzadas dos series inspiradas en Pablo Escobar: *Escobar “Paradise Lost”* y *Narcos*, de Netflix.

7 El secuestro más famoso cometido por las FARC fue el de la candidata a la presidencia, de ciudadanía franco-colombiana, Ingrid Betancourt, el cual duró seis años [2002-2008] y cuya liberación se consiguió con una operación militar de engaño a la guerrilla bautizada como “Operación Jaque”.

8 Junto con las masacres y el desplazamiento, los paramilitares asesinaron, en 1999, a Jaime Garzón, uno de los periodistas y humorista más reconocido del país.

9 Raúl Reyes fue asesinado en 2008, en una operación militar del Ejército colombiano en Ecuador. En 2009, las FARC anunciaron que su creador, Manuel Marulanda “Tirofijo”, el guerrillero más antiguo del mundo había muerto.

que polarizó el país entre izquierda y derecha, los cuales, frente a cualquier tema, tomaron posiciones opuestas, como en el plebiscito de 2016, con el que el gobierno del presidente Santos buscó refrendar los acuerdos de Paz firmados con las FARC, en La Habana, pero ante la sorpresa general, la opción del “No” ganó empoderando a la derecha que venció en las elecciones presidenciales de 2018.

El triunfo del “No” fue otro capítulo de espectacularización mediática, con espacios para que el jefe de campaña del “No” desplegara una estrategia de desinformación de los acuerdos, utilizada para ganar, para desvirtuar las marchas de víctimas y de grupos indígenas pidiendo el fin del conflicto, y para desprestigiar el Premio Nobel de la Paz otorgado al presidente Santos. Esta fase estuvo saturada de información, de hechos inesperados, de opiniones con poca referenciación histórica, con enfoques apologistas, extremistas o conciliadoras; visiones que interfieren con la forma en que los individuos construyen su visión del conflicto.

En el plebiscito de 2016, los canales privados de televisión en Colombia, enfrascados en una lucha por seducir a los espectadores y transformar este evento en lucro económico, recurrieron a lo espectacular para conseguir ese objetivo; al mismo tiempo que mostraban un país que deseaba la paz y que se portaba optimista, explotaban y reescribían, bajo su propia óptica e intereses, hechos históricos de fácil espectacularización, y esta versión posiblemente será asumida como verdadera por un porcentaje de la población.

Esta investigación es de carácter documental, y para tal fin seleccionó cuatro medios de comunicación: impresos, radio, televisión, medios digitales; con sus respectivas piezas de comunicación. Se seleccionaron diez hechos con un nivel de reconocimiento elevado por parte de las audiencias sobre el conflicto colombiano, del periodo comprendido entre 1948-2008; y se analizaron utilizando una metodología cualitativa, a través de la elaboración de una matriz de análisis, con categorías que buscaron rastrear elementos de espectacularidad utilizados durante los procesos de producción de las piezas periodísticas.

La aplicación de la matriz permitió confirmar la hipótesis respecto a que los medios estudiados de comunicación colombianos han aumentado de forma progresiva el uso del recurso de espectacularización, como una estrategia para alcanzar mayor visibilidad.

2. Marco de referencia

El conflicto colombiano, durante los últimos 25 años, se ha convertido en una herramienta para atraer audiencias y generar lucro. En este recorrido surgen nuevas estéticas que recurren a lo espectacular para acompañar los relatos del narcotráfico, del paramilitarismo y de la guerrilla, los cuales han tenido la suficiente fuerza y la aceptación para permear, entre otras, la forma como los colombianos se muestran al mundo y como cuentan su día a día, por lo que se hace necesario entender categorías como la de lo cotidiano:

“La vida cotidiana es en gran medida heterogénea y ello desde varios puntos de vista, ante todo desde el contenido y la significación o importancia de nuestros tipos de actividad. Son partes orgánicas de la vida cotidiana la organización del trabajo y de la vida privada, las distracciones y el descanso, la actividad social sistematizada, el tráfico y la purificación” (Heller, 1985: 40).

La espectacularización del conflicto colombiano coincide con los principios del autor francés Guilles Lipovetsky de “Capitalismo artístico” (2015) y “Nuevas bellezas”, los cuales tienen en Colombia una fuente de materias primas para construir historias de este tipo, en un país que, a partir de 2016, con la firma de los acuerdos de paz y la entrada en un periodo de posconflicto, podría comenzar a cambiar la propuesta narrativa imperante hasta este punto.

La situación de violencia en Colombia ha aportado de forma sistemática material para los medios de comunicación y para el arte, lo que ejemplifica la propuesta de Lipovetsky, donde la guerra produce insumos que de una forma exitosa son mercantilizados y adquiridos para diversos usos, inclusive, el entretenimiento.

Lipovetsky presenta el concepto de “Capitalismo artístico” (2015), donde la cultura, el arte y la información, entre otras, ingresan y compiten en el mercado con la misma lógica con que lo hace cualquier producto en una sociedad que se abre al siglo XXI, marcada por un cambio en la forma en que los individuos se relacionan con el concepto de belleza, siendo más tolerantes, aferrados al presente y con un relativismo en sus valores; además, propone la idea de “Nuevas bellezas”, la cual implica un cambio en lo estéticamente aceptado en el escenario de la cultura de masas, donde lo bello se ofrece como una nueva experiencia, con elementos de seducción y placer:

“Lo que hay que entender es que el capitalismo artístico no produce un arte (de artistas contemporáneos), el capitalismo artístico produce otro arte, un género nuevo que no es lo mismo pero se produce para el consumo de masas y que tiene características específicas que están en el cine, la televisión, los dibujos animados, la publicidad y la música de diversión, todas esas artes destinadas al gran público, a un público universal.” (Lipovetsky, 2013, en conferencia).

El arte pierde características de independencia, de transgresión, para pasar a ser otro producto de consumo masivo ofrecido por los medios de comunicación a individuos que determinan el uso que le darán. A este periodo, Lipovetsky lo llama “Era transestética”, en donde el arte puede estar en muchos lugares y este tiene ahora el objetivo de llenar las expectativas impuestas por el esparcimiento y la moda, entre otros:

“El capitalismo artístico ha conseguido crear un entorno estético creciente, es verdad, al mismo tiempo no deja de difundir normas de existencia de tipo estético (placer, emoción, sueño, evasión, diversión). Pero el modelo estético de existencia volcado al consumo que promueve dista mucho de ser sinónimo de vida bella, hasta tal punto es inseparable de la adicción y la impaciencia, del sometimiento a los modelos comerciales, de una relación con el tiempo y el mundo dominado por los imperativos de la rapidez, rendimiento y acumulación” (Lipovetsky y Serroy, 2015: 28).

La guerra en Colombia superó el plano de lo informativo y la visión tradicional que se tiene de manipulación de las situaciones, para hacerlas parecer menos graves, y convertirse en un pozo de posibilidades narrativas factibles de ser aprovechadas con éxito en diferentes formatos mediáticos, los cuales recurren a elementos de seducción que coinciden con la base del “Capitalismo artístico” en la importancia de la imagen.

Hechos clave del conflicto colombiano han sucedido frente a las cámaras en tiempo real, característica que no necesariamente ha sido tan prolífica y detallada en otras guerras, pero que es un elemento que, según Lipovetsky, rige el actual momento, debido a que es un ingrediente esencial en la seducción y en la producción del espectáculo.

Sucesos como miembros del Ejército tomados como prisioneros y mantenidos durante años en la selva, una ama de casa a la que la guerrilla le coloca un “collar bomba”, los habitantes de un poblado que quedan en medio de un combate entre la guerrilla y los paramilitares y se refugian en una iglesia donde cae y explota un “cilindro bomba” matando a 117 personas

(Semana, 2002), son acontecimientos de fácil comercialización para los medios, conscientes de que captan la atención de los espectadores al aplicar la ecuación: emotividad, exotismo y espectacularidad.

El conflicto colombiano es un producto de fácil comercialización, consumo y lucro en diversos formatos, lo que coincide con la propuesta de Lipovetsky en la “Sociedad del vacío” (1985), en donde la tragedia de unos se transforma de manera masiva en entretenimiento y diversión para públicos globales. Los medios de comunicación en estos casos promueven este modelo a través de una construcción simbólica positiva que le ayude al individuo a aceptarlo: “El capitalismo artístico no solamente estetizó la economía, también los gustos y prácticas de los individuos; ayudó a promover un ideal de vida estética, un ideal estético fundado en los placeres” (Lipovetsky, 2013: en conferencia).

Esta elaboración conceptual crea una identidad estética con la que estos productos son reconocidos, seguidos y convertidos en culto por sus consumidores, lo que, a su vez, da origen, por ejemplo, a géneros como la Narcoliteratura y la Narco-televisión, los cuales, al circular, conquistan consumidores y posicionan las “nuevas bellezas” como propuestas estéticas diferentes a los cánones establecidos.

La serialización de estas estéticas establece protocolos para la presentación de los productos mediáticos y los naturaliza en el cotidiano de los individuos; los medios de comunicación colombianos han capitalizado la curiosidad, inicialmente local hacia hechos reales en estos nuevos formatos, donde la crudeza, lo bizarro y lo decadente, apoyado en hechos reales conquistan audiencias.

Estos formatos generaron una estética de fácil reconocimiento en las audiencias latinoamericanas, la cual ha sido denominada como “Capitalismo gore” por la mexicana Sayak Valencia, quien afirma que los latinoamericanos, además de consumirlas, se identifican con ellas y estas ocupan un espacio en su cotidiano, lo que las convierte en parte de la cultura popular:

“Para hacer referencia a la reinterpretación dada a la economía hegemónica y global en los espacios (geográficamente) fronterizos [...] el término gore [proviene] de un género cinematográfico que hace referencia a la violencia extrema y tajante [...] al derramamiento de sangre explícito e injustificado (como precio a pagar por el Tercer Mundo que se aferra a seguir las lógicas del capitalismo, cada vez más exigentes)” (Valencia, 2010: 15).

Las “nuevas bellezas”, siendo producidas por los medios de comunicación y conquistando audiencias, no van a ser un hecho exclusivo de Colombia con la estética del narcotráfico; en países de América Latina como Brasil, sus medios han recurrido a la violencia en las ciudades, las favelas, la policía con abuso de poder, y la pobreza. En México, la problemática de la frontera ha influenciado, inclusive, a la industria mediática de los Estados Unidos.

La “nueva belleza”, que es la estética del narcotráfico y el conflicto armado en los medios de comunicación, ha contribuido a edificar un “aura” en torno a Colombia y a su situación, lo que está resignificando su imagen; el conflicto en Colombia y sus consecuencias son reales, pero la experiencia que la mayor parte de los individuos tiene de esta es a través de series de televisión que la narran de una manera fragmentada, la cual, a su vez, le da los elementos a la audiencia para opinar en blogs y cumplir con una exigencia social de estar informado sobre su realidad.

Lipovetsky afirma que las democracias postmodernas, cuentan con espacios donde las ideas contrarias pueden ser expresadas. Para este autor, hoy hay menos violencia que en otros momentos (por lo menos en Europa); lo que sí se ha

incrementado es la forma sensacionalista como esta es expuesta al público: “La edad moderna estaba obsesionada con la producción y la revolución, la edad postmoderna lo está por la información y la expresión” (Lipovetsky, 1985:14).

La postmodernidad, aunque hedonista e individualista, propone otras formas de socialización más diversas, resultado, en parte, de los crecientes volúmenes de información que circulan, los cuales, ante la imposibilidad de ser procesados, crean apatía y banalización colectiva; por su parte, adquiere valor lo privado, el aquí y el ahora se presentan sin importar su historicidad, lo que desemboca en un aleccionamiento colectivo:

“El amaestramiento social ya no se realiza por imposición disciplinaria ni tan sólo por sublimación, se efectúa ahora por autoseducción. El narcisismo, nueva tecnología de control flexible y autogestionado, socializa desocializando, pone de acuerdo a los individuos con un sistema social pulverizado, mientras glorifica el reino de la expansión del ego puro...” (Lipovetsky, 1985: 55).

Aunque Colombia tiene puntos de coincidencia con las ideas Lipovetsky, el país está distante de conseguir una pacificación o de ser un área segura y, posiblemente, la diferencia que más lo aleja de esa propuesta de sociedad postmoderna son los niveles educativos que, aunque mejoran, aún no permiten hablar de una población que, de forma masiva, está educada con los argumentos necesarios para criticar su propio sistema, lo que facilita su manipulación. En 2015, el *Index of Ignorance* ubicó a Colombia en el sexto lugar en un estudio realizado en 33 países.

Los medios de comunicación colombianos han hecho una separación de lo bueno y lo malo, acercándola a lo políticamente correcto. El poder de los enemigos que el sistema tiene que enfrentar justifica resultados de muerte, destrucción y pobreza, que no serían tan grandes, según el mismo Estado y sus aparatos de propaganda, si este no tuviera como prioridad controlar estos enemigos, principio que coincide con la propuesta de Guy Debord: “Esta democracia tan perfecta fabrica ella misma su inconcebible enemigo, el terrorismo. En efecto, prefiere que se la juzgue por sus enemigos más que por sus resultados” (1990, pág. 36).

Debord (1990) describe el recorrido histórico que confluye en el siglo XXI en una sociedad que tiene el espectáculo como uno de sus grandes artículos de consumo, inclusive en la política, la cual busca manipular a los ciudadanos utilizando al espectáculo como herramienta:

“No es un suplemento al mundo real, su decoración sobre añadida. Es el corazón del irrealismo de la sociedad real. Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de diversiones, el espectáculo constituye el modelo presente de la vida socialmente dominante” (Debord, 2008: tesis 6).

En Colombia, los medios de comunicación son parte de grupos económicos; a pesar de pregonar su función social, también es evidente su necesidad de conquistar audiencias para asegurar un lucro económico; por otra parte, la existencia de un conflicto violento produce una materia prima informativa factible de ser mostrada de forma espectacular, lo que la convierte en la fórmula segura para transformarla en dinero, lo cual, a su vez, ha creado un público con características precisas para consumir sus productos, como resultado de haber sido dirigido en esta dirección.

Debord advierte cómo la interacción social pasa a ser mediada por el espectáculo, y este se convierte en el posibilitador de nexos sociales, lo que origina que el espacio social tienda a desaparecer. A pesar de que el pensamiento de este autor es pre-

vio al auge de la masificación de las redes, se mantiene el principio de que: “el espectáculo no es un conjunto de imágenes sino una relación social entre personas, mediatizada por las imágenes” (Debord, 2008: tesis 4).

En el caso colombiano la frontera entre la realidad y la ficción ha sido eliminada, convirtiéndola en una herramienta eficaz en la cual el espectador, difícilmente, consigue clasificar en el escenario correcto el nombre de un personaje que ha ocupado la atención de los medios: “la mejor manera de entender el rol de los medios es verlos como parte de una confrontación más amplia entre antagonistas políticos por el control de la agenda pública y la interpretación pública de realidades políticas específicas” (Hangli, 2011: 2).

Esta desinformación en el receptor es resultado tanto de la avalancha informativa que inunda de datos su cotidiano como de una estrategia de control que se ha mantenido a través del tiempo, la cual se apoya en la poca escolaridad de las personas que sí han sido formadas a través de los medios de comunicación: “se trata, simplemente, de que la dominación espectacular ha educado a una generación sometida a sus leyes” (Debord, 1990:18).

Los carteles colombianos de la droga son el punto de partida de Debord (1990) para ilustrar el funcionamiento de las mafias integradas, como un elemento más que conforma la sociedad de lo espectacular, el cual, no solo ocupa espacio en los medios masivos de comunicación cuando comete crímenes, sino que aprovecha los adelantos de la tecnología y la estructura social y se enquistada en diferentes niveles de la sociedad: “la mafia no es ajena al mundo: está perfectamente integrada en él. En el momento de lo espectacular integrado, la mafia reina como el modelo de todas las empresas comerciales avanzadas” (Debord, 1990:85).

A la idea de nuevas bellezas, capitalismo artístico y espectáculo, se suma la del miedo; en este punto, Zygmunt Bauman afirma: “Tal como una buena moneda lista para cualquier inversión, el capital del miedo puede emplearse de la mejor forma en cualquier negocio: tanto comercial como político” (2005: 52).

La mexicana Rosana Reguillo (2001) ubica en el contexto latinoamericano la propuesta de Bauman y centra su atención en la forma como los miedos contemporáneos se constituyen en un espacio de frontera en el cual confluyen procesos, figuras de discurso, personajes, políticas, relatos, lo que dificulta adjudicarles un terreno fijo o aislarlos; por esto, estudiarlos requiere de una visión nómada que los siga en su recorrido, pues, para esta autora, el miedo se puede definir como algo que: “es siempre una experiencia individualmente experimentada, socialmente construida y culturalmente compartida” (Reguillo, 2000: 9).

La propuesta de Reguillo toca a los medios de comunicación y a los ardides a los que estos recurren para conseguir los resultados esperados, de acuerdo con las características específicas con las que cuenta la región:

“Lógica de los medios de comunicación, Sherezadas modernas que nos mantienen al hilo, pendientes del detalle, del microscópico amuleto que permite eludir la evidencia de que cada noche nos enfrentamos, como el sultán, al debilitamiento de la imaginación, del impulso de vida y requerimos de un otro narrador capaz de re-encantar, por la mediación de la palabra-imagen, el sentido de un mundo al que, pensamos, ya hemos arrancado todos sus secretos. Ahí, los medios con su infinita capacidad de producir sorpresa” (Reguillo, 2000).

La espectacularización del conflicto ha contribuido de forma consciente o inconsciente a la consolidación de un imaginario del miedo que se ha arraigado y que opera en las lecturas que los colombianos hacen de su realidad.

3. Metodología

Este trabajo hace un levantamiento de tipo documental de la cobertura de una selección de hechos icónicos del conflicto colombiano entre 1948 hasta 2008 (60 años), en los principales y tradicionales medios locales, los cuales se han caracterizado a través del tiempo por ser de corte gobiernista y algunos por formar parte de los dos mayores grupos económicos del país: en este espectro no se registran medios de comunicación de oposición con audiencias considerables, la distribución se realiza de la siguiente forma:

Impresos:

- Periódico *El Tiempo*: principal diario del país fundado en 1911, propiedad de la familia Santos, Juan Manuel Santos presidente 2010-2018 y Premio Nobel de la Paz 2016 hace parte de ella; el comportamiento político de este diario ha sido tradicionalmente gubernamental.
- Periódico *El Espectador*: fundado en 1887 es el más antiguo del país y el segundo más leído, por denuncias contra el Cártel de Medellín su director fue asesinado y su sede destruida con una bomba en la década del ochenta; el comportamiento político de este diario ha sido tradicionalmente gubernamental.
- Revista *SEMANA*: fundada en 1946, propiedad de uno de los dos mayores oligopolios del país, que ha apoyado ideas gubernamental y de derecha.

Sonoros:

- Radio Nacional de Colombia: emisora estatal aunque financiada por el Estado no mostró fuertes inclinaciones políticas.
- Emisoras CARACOL, RCN, TODELAR: las dos primeras hacen parte de un conglomerado de medios que también incluye televisión y son propiedad de los tres principales grupos económicos del país, (Santo Domingo, Ardila Lulle, Sarmiento Angulo), con líneas políticas dirigidas a apoyar al gobierno de turno.

Visuales:

- Los noticieros de televisión de las décadas de los ochenta y noventa se caracterizaron por ser pequeñas programadoras, relacionadas con tendencias políticas liberales y conservadoras; y propiedad de familias tradicionales, que se caracterizaron por no llegar al radicalismo; estos medios de comunicación desaparecen, paulatinamente, con la creación de los canales privados de televisión en el año de 1997.

3.1. Selección de las piezas

La selección de la muestra (piezas periodísticas) se realizó con el criterio de noticiabilidad periodística a través del cual se escogieron piezas de comunicación sobre hechos históricos en cuatro épocas diferentes de impacto mediático, que además tuvieran elementos factibles de ser espectacularizados, independientemente si estos fueron empleados o no por los medios de comunicación representativos del país; los hechos elegidos fueron:

- 1948, El Bogotazo: Asesinato de líder político que desencadenó disturbios que parcialmente destruyen la capital del país, hecho que se mantiene presente en el imaginario colombiano como un punto de ruptura histórica.
- Asesinatos de: Rodrigo Lara 1984 (Ministro de Justicia), Luis Carlos Galán 1989 (candidato a la presidencia), y Jaime Garzón 1999 (Reconocido humorista). Tres figuras nacionales asesinadas por parte del narcotráfico y del paramilita-

rismo en un lapso de quince años y aunque estos magnicidios son solo tres de una lista de 250 mil en los cincuenta años del conflicto, estos consiguieron conmocionar un país familiarizado con este tipo de hechos.

- Toma de rehenes de la embajada de República Dominicana (1980) y del Palacio de Justicia (1985), ambas realizadas por el grupo guerrillero M-19; fueron hechos de alto impacto mediático transmitidos en tiempo real por la televisión con desenlaces espectaculares; la salida de los guerrilleros hacia Cuba llevando con ellos los rehenes y el intento de la retoma del Palacio de Justicia con tanques y helicópteros que desencadena un incendio en el edificio que arde durante la madrugada con rehenes y guerrilleros en su interior en la principal plaza del país. Ambos respectivamente fueron hechos reales que sucedieron frente las cámaras con altas cargas de espectacularidad.
- Caso Pablo Escobar 1984-1991, posiblemente el hecho más explotado y de éxito mediático del conflicto colombiano a nivel internacional al combinar elementos como: espectacularidad, acción, superación de la realidad, violencia extrema, exotismo, morbo entre otras.
- Masacres paramilitares sucedidas a finales de la década del noventa e inicio de la del 2000 en regiones apartadas; aunque inventariadas por los medios de comunicación, la tendencia de estos fue la de no explotar las posibilidades de espectacularización que estas poseían, como hechos de crueldad extrema en contra de población civil indefensa acusada de auxiliar a la guerrilla, posiblemente porque al hacerlo los medios podrían haber aumentado sensación de intensidad del conflicto en la población.
- Secuestro de Ingrid Betancourt: 2002-2008; durante seis años en mayor o menor escala este hecho produjo información que fue espectacularizada por los medios de comunicación y cuyo clímax se alcanzó con la liberación de la excandidata a la presidencia en una operación de inteligencia militar, (Operación Jaque), la cual se convirtió en guion cinematográfico y producto mediático de aceptación global.

3.2. Consolidación de la muestra:

- Décadas de los 40 y 50: radio y prensa escrita (20 piezas).
- Décadas de los 60, 70, 80 y 90: radio, prensa escrita y televisión (42 piezas).
- Siglo XXI: prensa escrita y medios electrónicos (25 piezas).

Cuadro 1. Décadas de 40 y 50.

| Canal | Medios | Hechos | Fuentes | Total |
|----------------|--|-----------------------|--|-------|
| Radio | Radio difusora nacional. | 1948, El Bogotazo de, | Archivo sonoro de la Fonoteca de la Radio Nacional de Colombia y en los de (Inravisión) instituto Nacional de Radio y Televisión. Sitio de Señal Memoria. https://www.senalmemoria.co/articulos/el-9-de-abril-en-9-audios-de-la-fonoteca-de-senal-memoria | 12 |
| Prensa escrita | - <i>El Tiempo</i> . - <i>El Espectador</i> | 1948 El Bogotazo de | Hemeroteca Nacional de Colombia | 8 |
| Piezas | | | | 20 |

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 2. Décadas de 60, 70 ,80 y 90

| Canal | Medios | Hechos | Fuentes | Total |
|--------------------|---|---|---|-------|
| Radio | CARACOL RCN TODELAR | Asesinatos: de Luis Carlos Galán, Rodrigo Lara y Jaime Garzón. | Archivo sonoro de la Fonoteca de la Radio Nacional de Colombia y en los de (Inravisión) instituto Nacional de Radio y Televisión | 12 |
| Prensa escrita | <i>El Tiempo</i> <i>El Espectador</i> | Toma de rehenes de la embajada de República Dominicana y del Palacio de Justicia, | Hemeroteca Nacional de Colombia | 6 |
| Televisión | Cadenas uno y dos, noticieros 24 horas, Nacional, T.V hoy, mundo visión (de Jorge Enrique Pulido (década de 80) Noticieros RCN y Caracol (Década del 90). | Caso Pablo escobar | Archivo de Inravisión | 24 |
| Ejemplos de Piezas | | | http://caracol.com.co/programa/2014/11/06/audios/1415267580_495619.html http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16422759 http://pacifista.co/los-periodicos-de-la-toma-asi-nos-contaron-los-hechos/ https://www.youtube.com/watch?v=GKyxKdOx-_M https://www.youtube.com/watch?v=dN4HlXfv9LU | |
| Piezas | | | | 42 |

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 3 Siglo XXI.

| Canal | Medios | Hechos | Fuentes | Total |
|---------------------|---|--------------------------------|---------------------------------|-------|
| Prensa escrita | <i>Revista Semana.</i> <i>El Tiempo.</i> <i>El Espectador</i> | Masacres paramilitares | Hemeroteca Nacional de Colombia | 18 |
| Medios electrónicos | | Secuestro de Ingrid Betancourt | Sitios de medios electrónicos. | 7 |

| | | | | |
|--------------------|--|--|--|----|
| Ejemplos de Piezas | | | http://especiales.semana.com/especiales/proyectovictimas/cronologia/index2.html http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1298829 http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1344168 https://colombia2020.elespectador.com/territorio/que-pasaba-en-colombia-hace-18-anos-en-los-dias-en-que-ocurrio-la-masacre-de-el-salado http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4365370 https://www.elespectador.com/noticias/paz/articulo-asi-fue-el-secuestro-de-ingrid-betancourt https://www.lanacion.com.ar/1026706-rescataron-a-ingrid-betancourt https://www.laprovincia.es/mundo/2008/07/03/ingrid-betancourt-recupera-libertad-seis-anos-farc/161557.html https://elpais.com/internacional/2008/07/02/actualidad/1214949625_850215.html http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/latin_america/newsid_7486000/7486564.stm | |
| Piezas | | | | 25 |
| Total general | | | | 87 |

Fuente: Elaboración propia

3.3. Matriz

Esta procura encontrar rasgos de espectacularización en los productos comunicativos de cada momento localizando en ellos:

- Muestras de emotividad (alteraciones del carácter, risa, llanto, voces entrecortadas).
- Manejo de elementos en las piezas con espacio para el morbo (utilización del cuerpo de hombres y mujeres, la muerte, el sexo, lo bizarro, lo oculto).
- Creación de suspenso para mostrar un hecho.
- Manejo del lenguaje (palabras y expresiones con determinada intensidad y su funcionamiento en una situación y en un momento concreto).

4. Presentación de Resultados

Se presenta la descripción y análisis de los hallazgos obtenidos en el proceso de análisis de la muestra seleccionada de medios de comunicación colombianos sobre hechos icónicos del conflicto interno en los setenta años de duración; pero a la vez, divididos en tres períodos: cuarenta y cincuenta; sesenta, setenta, ochenta y noventa; y siglo XXI, lo que permitió validar la hipótesis de que, independiente de la tecnología disponible en cada momento, el uso del factor de espectacularidad ha ido en aumento debido a su eficacia.

4.1. Décadas de los 40 y 50

4.1.1. Radio

En 1948, durante el Bogotazo, la Radio Nacional (Radio Difusora Nacional), fue tomada por las Milicias Revolucionarias Liberales que desinformaron al afirmar que el presidente conservador, Mariano Ospina Pérez, había sido derrocado y que la revolución había triunfado en varias ciudades del país con el apoyo de los militares; se le acusa a este medio de haber estimulado los disturbios que destruyeron parcialmente la ciudad:

“Desde las estaciones de radio, comentaristas ebrios de violencia incitaron a sus oyentes a salir a las calles a protestar por el asesinato de Gaitán. Alimentada por lo que escuchaba en la radio, la multitud llena de ira quemó la ciudad ocasionando destrozos que dejaron un saldo superior al millar de muertos ese día” (Red ética, 2018).

La cobertura sobre este hecho fue principalmente descriptiva, sin análisis, y la visión del locutor fue la que se transmitió; él, con una voz alterada, le dio importancia a los detalles, no hubo contextualización del momento ni una proyección de las implicaciones que este tendría, y aun así, no es posible determinar en el locutor, en un primer momento, una posición política determinada; al parecer, la fuerza de los hechos hizo que este se centrara en la descripción de la destrucción y de la muerte, debido a que la información que llegaba a las emisoras era alarmante, por el hecho de estar localizadas en el centro de la capital y porque los datos provenían de personas que llamaban desde sitios cercanos a los disturbios o que acudían a los estudios; debido a lo anterior, el locutor era consciente de que, en ese instante, contaba con la atención e interés de los radio-escuchas.

4.1.2. Prensa escrita

En 1948, durante el Bogotazo, mientras que en la radio las transmisiones fueron en directo, los periódicos (*El Espectador* y *El Tiempo*) tuvieron más horas; por ejemplo, *El Espectador*, solo circuló tres días después, con una edición de cuatro páginas, lo que les permitió tener un panorama más amplio de lo sucedido; aun así, el titular y la foto de la primera página de *El Tiempo*, de por sí es intimidante: “Bogotá está semidestruida”; el contenido del artículo de la edición es descriptivo, se cuestiona de forma reiterativa sobre el futuro arquitectónico de la ciudad y político del país.

En la información de los periódicos, al igual que en la Radio, parece en un primer momento, no existir premeditación sobre los efectos de estos mensajes en la población; a pesar de lo dramático y lo adornado en sus descripciones

Cuadro 4. Primera página del periódico *El Tiempo* abril de 1948



Foto: Carlos Amézquita, Archivo *El Tiempo*

4.2. Décadas de los 60, 70, 80 y 90:

4.2.1. Radio

- Asesinato de Rodrigo Lara el 30 de abril de 1984. Los locutores y periodistas mostraron asombro frente al asesinato de un ministro, lo cual, para ese momento, era impensable; no se entendía lo que sucedía ni se señalaron a los posibles culpables, ni se dimensionó el problema del narcotráfico; la emotividad fue superada por la desorientación de los mismos periodistas ante el hecho, porque uno de los elementos espectaculares, adicionales al relato de la ejecución del Ministro, era la aparición de la figura del sicario, en este caso, Bayron Velásquez, de 17 años, quien viajó de Medellín a Bogotá para asesinar a Rodrigo Lara; el hecho de que él no conociera la ciudad, facilitó su captura.
- Asesinato de Luis Carlos Galán el 18 de agosto de 1989. Al comparar la cobertura radial de este hecho con la de Rodrigo Lara, 5 años atrás, las transmisiones son más mesuradas por parte de los locutores en estudio, pero, a su vez, el morbo aumentó en los periodistas de campo, quienes dieron mayor espacio a fuentes del cotidiano, desconocidas para los oyentes, tales como algunos asistentes a la manifestación donde fue asesinado el candidato, quienes relataron pequeños detalles con emotividad. A diferencia del asesinato de Rodrigo Lara, en donde la información casi no tuvo variaciones, aquí, constantemente se corrigieron datos, hubo un especial cuidado para ejercer un tratamiento formal de la información, lo que puede ser interpretado como responsabilidad periodística, pero, también, como autocensura.
- Asesinato de Jaime Garzón el 13 de agosto de 1999. Un componente especial de este hecho fue el de que Garzón trabajara, en ese momento, para la emisora Radio Net, al lado del reconocido periodista Yamid Amat, lo que creó mayor mo-

vilización, mayor respeto y un gran sentimiento de indignación por la víctima; diez años después de la cobertura radial del asesinato de Galán, la desorientación y el asombro mostrados en dicho momento son sustituidos por el interés de apuntar de forma directa hacia él o los responsables y la incertidumbre por un país que tocaba fondo.

4.2.2. Prensa escrita

- Toma de rehenes de la embajada de República Dominicana el 27 de febrero 1980. El periódico *El Tiempo* construyó un discurso de un nosotros (el país, la institucionalidad, los colombianos que apoyaban al estado) y un ellos, la guerrilla; el presidente implementó unas medidas de control a través de un “Estatuto de Seguridad”, el cual fue mostrado por el periódico de una forma positiva.

Los hechos de la Embajada tuvieron varios elementos de espectacularidad, tales como la operación de la toma con características de acción cinematográfica, la cual atrajo a más de 200 periodistas locales y extranjeros que improvisaron un campamento, “Villa Chiva”, debido a que los hechos sucedieron frente a las cámaras durante los 61 días, en donde se vieron: mujeres guerrilleras, negociaciones de la partes en una camioneta, los rumores de un operativo militar para recuperar la embajada, un embajador huyendo de su cautiverio, y, finalmente, la salida de los guerrilleros y de los rehenes hacia La Habana.

Cuadro 5. Primera página del periódico *El Tiempo* 25 de febrero de 1980



Foto: Cardona, Archivo *El Tiempo*.

- Toma del Palacio de Justicia durante los días 6 y 7 de noviembre de 1985. Fue más extensa la cobertura del periódico *El Tiempo* si lo comparamos con *El Espectador*, pues el primero publicó una edición extra el 7 de noviembre; aunque las tomas de la Embajada y del Palacio de Justicia sucedieron frente a las cámaras, esta última recurrió rápidamente a explotar los elementos espectaculares y anécdotas del hecho; además, existió una riqueza de imágenes y de informaciones no confirmadas, tales como personas que salieron del edificio y desaparecieron, el papel del presidente del momento, de los militares, de la guerrilla y del narcotráfico. En este hecho, primó lo espectacular en imágenes y relatos sobre los análisis, explicaciones y contextos.

4.2.3. Televisión

- Caso Pablo Escobar. El desarrollo de la imagen para mostrar historias reales, unos noticieros de televisión en transición en su estructura de poder, que pasaban de estar en manos de familias políticas, durante los ochenta, a grupos de periodistas en los 90, determinaría el manejo de los contenidos de este periodo dominado por la inmediatez, la avalancha de datos, la fugacidad, el esfuerzo por tener una credibilidad entre las audiencias, en parte explicada por el momento comunicativo de supremacía del canal (en el 2000 eso cambió), donde lo real superaba a la ficción en coincidencia con el inicio de la dictadura del rating en el que, al conquistarlo, se aseguraba la pauta publicitaria y, por ende, la subsistencia de los informativos.

En este escenario, lo espectacular se convirtió en un elemento básico que garantizaba el éxito para atraer la atención de las audiencias que consumirían la información sobre los hechos del día a día, independiente de su importancia; en el caso de Escobar, especialmente entre los años 1990 y 1991; lo cinematográfico, lo anecdótico, una fuerte presencia de la cultura popular, la importancia de los detalles, los hechos sin contextualización y con pocas fuentes, junto con la autocensura, fueron el común denominador de una fórmula de éxito económico en estos formatos que se mantendría en el futuro.

En este periodo y de forma progresiva, especialmente desde 1984 con el asesinato del ministro Rodrigo Lara, los medios de comunicación realizan un tránsito que va del asombro a la racionalización del material informativo que poseen y sobre la forma como lo pueden utilizar, donde a su vez son conscientes del poder que implica el elemento espectacular, inclusive en momentos donde la crudeza de los hechos demanda esfuerzos de rigor en el tratamiento de los información.

4.3. Siglo XXI

4.3.1. Prensa escrita

Masacres Paramilitares. Se recurrió al género periodístico de la crónica, en la cual, aunque se abordó un hecho real o noticioso, este fue contado con la ayuda de recursos literarios, lo que hizo parecer, en algunos momentos, que se estuviera tratando más de una historia de ficción que sucede en un lugar y en un tiempo diferente, y no de un hecho que acababa de darse en el país: estas masacres pueden generar morbo, por lo que se estableció en estas publicaciones un juego de mostrar y esconder; a diferencia de otros sucesos, las masacres son hechos espectaculares, pero, si las comparamos con lo sucedido en el Palacio de Justicia, en el caso Escobar o en la liberación de Ingrid Betancourt, hechos que tienen características semejantes, las masacres no fueron tan explotadas como espectáculos mediáticos.

“El crédito que se puede otorgar a una información depende, por una parte, de la posición social del informador, del papel que desempeña en la situación de intercambio, de su valor de representatividad en relación con el grupo del cual es portavoz, y, por otra parte, del grado de compromiso que manifieste frente a la información transmitida”. (Charaudeau, 1997: 62).

En los textos noticiosos se manejan estadísticas, hay una presencia de fuentes, principalmente oficiales, fotografías, cuadros y mapas, y se mantiene un esquema narrativo cinematográfico donde hay espacio para lo anecdótico y lo emotivo.

4.3.2. Medios electrónicos

Caso Ingrid Betancourt. Este fue novedoso en medios de comunicación debido a los cambios tecnológicos y del modelo comunicativo, donde ahora el usuario tiene la autonomía para escoger medio de comunicación, hora y qué fragmentos de la información quiere consumir; esto hizo que, cuando sucedió la liberación de Betancourt, el 2 de julio de 2008, las audiencias se atomizaran en diferentes medios, tales como sitios de noticias y portales de instituciones públicas. El portal Equinocio publicó, en esa tarde, cómo había sido la cobertura del hecho en 18 de los más importantes sitios de noticias del mundo.

El impacto mediático de la “Operación Jaque”, como fue denominado el operativo militar de liberación, hizo que los usuarios colapsaran los sitios locales de información, los cuales realizaron actualizaciones informativas durante todo el día. Este hecho mantuvo características de cobertura de los medios tradicionales, como el uso de fuentes primarias, en este caso el ejército, la descripción del hecho con esquemas casi cinematográficos, debido a que este, como otros sucesos descritos aquí, fue una realidad que superó la ficción, pero apoyada, esta vez, con recursos multimedia de audio, imagen y vídeo.

La liberación de Betancourt fue uno de los primeros casos en donde las consideradas hasta ese momento como nuevas tecnologías de la información, sirvieron de apoyo en la construcción de un escenario espectacular, el cual ofreció la posibilidad al usuario de interactuar con los volúmenes de información construidos sobre el hecho, segundo a segundo.

Aun así, ya las características de los nuevos medios se vieron, en este caso, un año antes de la liberación, en el portal electrónico La Jornada, en donde se hablaba sobre versiones de la muerte de Betancourt, es decir, las noticias falsas más comunes en estos medios, así como el hecho narrado con riqueza de imágenes, dramatizaciones y animaciones especialmente en la recreación de la liberación, su llegada a Bogotá y su salida hacia Francia. Pocos análisis de fondo, datos nuevos e implicaciones del hecho; una repetición que, más que saturar, pareció complacer a las nuevas audiencias.

El siglo XXI parte en materia de manejo de la información con lo espectacular instaurado y afincándose; situación facilitada por: su exitosa propagación a través de las herramientas tecnológicas, las priorización de las audiencias globales, incluida la colombiana, de consumir a través imágenes y la posverdad como una forma de describir las situaciones, la cual está presente en el cotidiano de los individuos.

5. Discusión

En Colombia, los grados de espectacularidad aumentaron exponencialmente en medios de comunicación a través de las décadas, explicado por su desarrollo tecnológico, lo cual incidió en la formación de una sociedad con característica de la postmodernidad que se alejó de la razón como un eje conceptual, principio de la modernidad, y se acercó a lo emotivo; esta situación ha afectado las formas de relación y de cohesión social y ha facilitado la aceptación en las audiencias de contenidos espectaculares construidos con técnicas que garantizan resultados específicos.

El esquema de producción casi industrial de mensajes con características espectaculares ha sido facilitado por el contexto colombiano, en donde, de forma constante, se producen imágenes e historias atrayentes, las cuales, muchas veces, no necesitan una narración oral o ubicarse en un contexto para ser consumidas por diferentes tipos de público. Además de los

bajos niveles educativos de la población, las estrategias de manipulación incluyen técnicas del espectáculo utilizadas por los emisores, la existencia justificada en la realidad de una cultura del miedo y la avalancha de datos que más que informar, desorientan, entre otros.

Los dispositivos tecnológicos facilitan el acceso a la información y su serialización, lo que permite que los individuos se apropien de características que esta posee o que le han sido adjudicadas, incluidos los juicios de valor que, al ser incorporados al bagaje cultural, podrán ser utilizados como referente cuando estos juzguen la realidad o, incluso, cuando tomen decisiones políticas; eso ocurre, inclusive, cuando los juicios se alejan de la realidad o no están cimentados en argumentos de peso debido a que el individuo puede desarticularla o invisibilizarla.

A pesar de que la información del conflicto es parte del cotidiano de los colombianos y muchos de los hechos suceden cerca de sus hogares, una gran parte de la población consigue abstraerse de lo que ocurre, debido al agendamiento que del conflicto hacen los medios de comunicación, que determinan el grado de atención y la importancia que las audiencia deben dar a los hechos, lo que trae como consecuencia que partes se identifican con posiciones que los medios presentan, se crea un esquema donde el conflicto alimenta los mensajes de los medios de comunicación que, a su vez, alimentan las elaboraciones sociales y el bagaje cultural de los individuos.

El tratamiento espectacular que los medios de comunicación colombianos han hecho del conflicto es producto de un momento específico, en el cual el éxito económico de los mensajes relacionados con este se comercializan con facilidad en el mercado mediático internacional, ávido de historias que consigan asombrar a unas audiencias que, aunque a diario reciben historias inéditas, aun así exigen relatos novedosos, los cuales suministra Colombia de manera constante desde la década de los noventa; los mensajes que tienen un tiempo de vida corto y son sustituidos rápidamente por otros, igualmente espectaculares, le dan al hecho una dimensión ahistórica, pero que satisface momentáneamente a un receptor atraído por lo llamativo de estos relatos, con una baja criticidad hacia ellos y con la imposibilidad de edificar memoria.

La espectacularización de los hechos del conflicto colombiano por parte de los medios de comunicación ha guiado los focos de atención de las audiencias direccionándolos hacia lo emotivo, con el uso de herramientas como la reiteración, la saturación, además de la calidad técnica en su realización, las cuales pueden alterar la visión final sobre lo sucedido y su gravedad, trayendo como consecuencia que los sujetos transporten estas versiones a su cotidiano, haciendo que vean su realidad como algo coherente y disminuyendo su capacidad de respuesta.

Uno de los elementos que ha permitido la espectacularización del conflicto colombiano es la iconicidad¹⁰ de las imágenes que este produce, lo que facilita su uso por los medios y la fijación en los individuos, inclusive en entornos culturales diferentes. Estas narraciones ofrecidas a nivel global como espectaculares muestran la manera como los colombianos apropian su realidad e historia reciente. Lo espectacular de la imagen le puede garantizar un lugar en los imaginarios individuales y colectivos, lo cual no depende solo de los individuos, sino también de la intencionalidad de los medios de comunicación que pueden prever cuáles de estas tendrán mayor éxito o crear avalanchas de datos heterogéneos sobre una situación para que, al final, pueda ser banalizada.

10 Imágenes como las de Ingrid Betancourt en cautiverio, las de Pablo Escobar, de guerrilleros de fusil y en camuflado tienen características icónicas.

En Colombia, los medios de comunicación utilizan los hechos del conflicto como materia prima para nutrir la programación de los diferentes canales, transformándolos en contenidos serializados en formatos informativos y de ficción, principalmente; la aceptación masiva de estos últimos ha dado origen a “géneros” literarios y televisivos de exportación como la Narcoliteratura y la Narcotelevisión, respectivamente, cuyos contenidos consiguen contaminar otros, inclusive no violentos, debido al ingrediente de lo espectacular que se ha convertido en esencial en la receta para triunfar en un mercado mediático cada vez más competitivo.

Estos contenidos espectaculares, independientemente de su cercanía o alejamiento de la realidad, han resignificado hechos y personajes con la ayuda de elementos culturales, de los niveles de información y del cotidiano, los cuales determinan la lectura de la realidad que el individuo hará; en este punto, el esquema comunicativo tiende a ser más vertical en el sentido en que el medio narra y el receptor asiente, la negociación no es tan clara como lo plantea la propuesta de los estudios culturales.

Los hechos contados de una forma espectacular en los medios de comunicación tienden a disminuir la práctica de la resignificación en el individuo, ya que este se inclina más por aceptar los mensajes como una realidad coherente con la situación que está sucediendo, lo que afecta la construcción de una memoria en términos de lo colectivo, en donde también hay un discurso de invisibilización de aquellas partes de la realidad que no fueron agendadas mediáticamente.

6. Referencias bibliográficas

- Acosta, R., Brunet M A., y Córdoba, J. (2017): “La calidad de la información periodística de elespectador.com. El caso del Plebiscito por la Paz, 2016 en Colombia”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. (1502-1514.). Disponible en: <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1231/81es.html>
- Alape, A. (2000). *El Bogotazo. Memorias del olvido*. Bogotá: Planeta.
- Arendt, H. (2007). *Responsabilidade e juízo*. Lisboa: Dom Quixote.
- Beltrán, J. (2006): “Ruralidad y conflicto en Colombia: retos y desafíos para reorientar el escenario rural”, *Tecnogestión*, Vol.3, Núm.1. Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- CNMH -Centro Nacional de Memoria Histórica- (2012): Informe “Basta ya”.
- Charaudeau, P. (1997). *El discurso de la información*. Barcelona: Gedisa.
- El Espectador*, (2018): “Los cables desclasificados que comprometen a Álvaro Uribe con el narcotráfico”, *El Espectador*. Disponible en: <https://www.elespectador.com/noticias/judicial/los-cables-diplomaticos-desclasificados-que-comprometen-alvaro-uribe-con-el-narcotrafico-articulo-790738> [Consultado el: 27/10/2018].
- Equinoxio (2008): “Reacciones de los medios internacionales a la liberación de Ingrid Betancourt”, *Equinoxio*. Disponible en: <https://www.equinoxio.org/estancias/reacciones-de-los-medios-internacionales-a-la-liberacion-de-ingrid-betancourt-2876/> [Consultado el: 27/10/2018].
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus.

- Hangli, R. (2011): "Key factors in frame building: How strategic political actors shape news media coverage", *American Behavioral Scientist*, Vol 56. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/0002764211426327> [Consultado el: 27/10/2108].
- La Jornada (2007): "Versión de que murió Ingrid Betancourt en Colombia", *La Jornada*. Disponible en: <http://www.jornada.com.mx/2007/07/25/index.php?section=mundo&article=035n2mun> [Consultado el: 27/10/2017].
- Lipovetsky, G. (1985). *La Era del Vacío: Ensayos sobre el Individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2004): *Una Sociedad sin alma*. Disponible en: <http://www.comminit.com/la/lacth/sld-2399.html> [Consultado el: 16/06/2018].
- Lipovetsky, G. (2008). *La sociedad de la decepción*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G y Serroy, J. (2010). *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (Agosto, 2013). Vivir en la era del capitalismo estético. Conferencia llevada a cabo Tecnológico de Monterrey, Ciudad de México.
- Lipovetsky, G. y Serroy. (2015). *La estetización del mundo: Vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona: Anagrama.
- Martin Barbero, J. (1984): "De la Comunicación a la Cultura: perder el "objeto" para ganar el proceso", *Signo y Pensamiento* (Vol. iii, Número 5).
- Navarro, A. (2105). *El peor error de la historia del M-19". Holocausto, Trigésimo aniversario del holocausto del Palacio de Justicia 1985 -2015*. Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia.
- Red Ética. (2018): "El Bogotazo, advertencia sobre el peligro de los medios llevados por el fervor popular", *Red Ética*. Disponible en: <http://fnpi.org/es/etica-segura/el-bogotazo-advertencia-sobre-el-peligro-de-los-medios-llevados-por-el-fervor-popular> [consultado el: 27/10/2018].
- Reguillo, R 1. (2000): "Los laberintos del miedo. Un recorrido para fin de siglo", *Uniandes*.
- Reguillo, R 2. (2000). *Violencias y después culturas en reconfiguración*. Guadalajara: ITESO.
- Sánchez, G. (2009): "Procesos de institucionalización de la narcocultura en Sinaloa", *Frontera Norte*, n. 21, p.41.
- Semana. (2002): "¿Cómo fue la tragedia de Bojayá?", *Semana*. Disponible en: <http://www.semana.com/nacion/articulo/como-fue-la-tragedia-de-bojaya/50635-3> [Consultado el: 27/10/2108].
- Valencia, S. (2010). *Capitalismo gore*. España: Melusina.