

Indice capítulo VII

VII.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL REFERENDO POR EL AGUA

326



¿Ríos de tinta o tinta en los ríos?

Carlos Gómez.



Los medios de
comunicación y el
Referendo por el

Agua

¿Ríos de tinta o tinta en los ríos?

¿Cómo nos trataron los medios de comunicación durante el referendo por el agua?

Carlos Gómez

Tsamani, una noche de octubre...

De no saber nada al respecto Colombia pasó de un momento a otro a tener en escena tres referendos diversos que se lanzaron a las calles en busca de apoyos ciudadanos. Esta experiencia se convirtió en una escuela no solo para los promotores de tales iniciativas sino también para la población en general, que nunca antes había sido consultada en su cotidianidad sobre una propuesta de reforma constitucional; entre los aprendices de estas dinámicas sociales se encuentran de igual manera los medios de comunicación, que de buenas a primeras vieron cómo la sociedad civil entró a jugar un papel protagónico en la vida política del país. Este documento pretende ser una aproximación con la cual hacemos a pistas que nos ayuden a resolver una pregunta: *¿cómo nos leyeron y registraron los medios durante la recolección de firmas del referendo por el agua?*

De menos a más, esa premisa reinante entre el Comité Nacional en Defensa del Agua y de la Vida nos dio la paciencia suficiente para entender que seríamos objeto del interés de los reporteros en la medida en que nos conocieran. Llevábamos tan solo un mes cuando en una reunión interna una de las personas se quejó porque “no aparecemos en los medios de comunicación” –la respuesta a su inquietud fue despejada por el vocero del Comité en Defensa del Agua y de la Vida al replicar que “*cuando hayamos crecido lo suficiente será imposible que nos sigan ignorando*”.

Entonces nos pusimos a la paciente tarea de identificar a los periodistas, uno por uno, llamarlos, contactarlos vía internet e intentar posicionar una dirección electrónica en sus referentes y bandejas de entrada de tal forma que nuestros mensajes no terminaran en la *Papelera de Yahoo*. Se trazó la meta de configurar un lenguaje nuevo y fresco que llegara a la piel de los reporteros, allende de aquellas arengas veintejulieras que no hacen nada distinto que distanciar a los escuchas del mensaje que queremos transmitir. Si bien sabíamos de la importancia de interesarlos, éramos consientes de los intrínquilos de esta quijotesca empresa que de entrada generaría suspicacias entre los periodistas, víctimas también de la abrumadora propa-



VII. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL REFERENDO POR EL AGUA

ganda oficial que reza desde hace ya muchos años que “*lo privado es mejor que lo público*” –esto en lo que respecta al punto más controvertido del referendo: que las empresas prestadoras del servicio sean manejadas por el estado y las comunidades organizadas; con estos precedentes sobre la mesa el generar un lenguaje que olera a todo pero que no sonara a nada tomaba mayúscula relevancia. La idea era llegarle al subconsciente para que nuestro discurso fluyera sin los tropiezos conceptuales, sin los prejuicios propios que reinan el país del mundo consciente.

Antes de adentrarnos más en estas reflexiones, no puedo pasar por alto el advertir que el primer gran logro de los medios de comunicación fue que colonizaron nuestro pensamiento, a tal punto que nos han vuelto dependientes de ellos y replicadores de sus palabras. Con esto quiero decir que para emprender esta campaña mediática fue necesario desmontar del pensamiento la idea de que nuestras demandas solo tienen acogida cuando son registradas por los medios de comunicación... y no por cualquiera, mínimo El Tiempo y Caracol, para lo cual era necesario repetirnos hasta el cansancio que “**no son ellos los que reivindican nuestras demandas**”. Siendo así fue necesario y de igual forma desbarajar la creencia generalizada de su carácter masivo a partir del cual continúan perpetuándose en su hegemónico poder; veamos algunas cifras que dan cuenta de lo aquí expuesto: según datos de la Alcaldía de Medellín (http://www.contratos.gov.co/archivospuc1/2009/DA/205001001/09-12-163786/DA_PROCESO_09-12-163786_205001001_926375.pdf), el diario El Tiempo es leído por 49.900 habitantes de la capital de la montaña el día domingo, me atrevo a aseverar que en una ciudad de tres y medio millones de habitantes cincuenta mil no es una cifra masiva ni relevante. Fue en ese momento cuando entendimos que las comunicaciones pasan por los medios de comunicación comerciales pero no se suscriben tan solo a ellos, entonces abrimos nuestro espectro de acción a los subestimados medios de comunicación comunitarios, alternativos, universitarios, indígenas y populares en general. Pero bueno, de ellos hablaremos más adelante, por ahora quiero centrarme en los medios de comunicación que por masivos llamaré comerciales.

Lo primero era ubicarlos, tomar sus coordenadas y advertirles que recibirían correos electrónicos referidos al referendo por el agua, la estrategia era abordarlos no desde su condición de redactores sino de humanos para lo cual era necesario acudir a relaciones personales, a terceros, amigos, conocidos. Dos sucintos mensa-

jes por semana referidos a un problema específico del agua en cualquier comarca del país y contextualizado en la propuesta de articulado del referendo, fue al camino que comenzamos a recorrer y que a la postre nos dio resultado. De menos a más... eso era claro.

Tal vez fue la BBC la primera en aparecer en escena, su corresponsal en Colombia nos visitó al cabo de un mes de estar en marcha el referendo en las calles. Posteriormente aparecieron las emisoras: Radio Super, Melodía y Todelar de manera especial, posteriormente entran en escena agencias de prensa como Colprensa, el Sistema de Comunicación para la Paz, SIPAZ, Indymedia, IPS y Servindi, con lo cual se le da la bienvenida al referendo en internet. La red, sin duda alguna, comenzó a jugar **el papel más preponderante** en esta jornada ciudadana que se extendería por seis meses, tiempo estipulado por la ley para recoger el monto de firmas demandadas.

En la medida en que las dinámicas del referendo se desarrollaban el interés en los medios crecía y los registros aumentaban. Las navegaciones por ríos fue una excelente coyuntura que generó afectos y acompañamientos. El Espectador sin duda alguna fue nuestro gran aliado en estas lides por las arterias fluviales de Colombia: las bitácoras que a diario enviábamos en el marco de las jornadas fluviales eran transcritas de manera literal en su sección por internet “Soy Periodista”, algunas de ellas también estuvieron en la edición impresa, como el Atrato y el Meta a los que se le sumaron las navegaciones por los ríos Bogotá y Sinú, que fueron cubiertas por periodistas de planta de dicho periódico enviados a las navegaciones. Agenda CMI nos trató con igual interés, su realizador nos acompañó en la navegación por los ríos Atrato y Cauca con sendos reportajes de veinte minutos emitidos en este espacio nocturno de los sábados. Vale la pena aclarar que tal vez el único medio que no hubo necesidad de abordar y persuadir fue **Desde Abajo**, afecto e incondicional desde el primer momento a esta causa.

Luego y con la vinculación de varios artistas aparecieron las secciones de farándula, las culturales y los medios de carácter artístico: la revista de los Rolling Stones, Arcadia y RCN Televisión que hizo una nota con los Aterciopelados navegando el Bogotá, todos ellos más interesados en los artistas que en el referendo como tal. En la medida en que habilitáramos vasos comunicantes entre el referendo y otros asuntos de la vida cotidiana y nacional ampliaríamos el espectro noticioso, entonces, si lográbamos trascender la primera impresión de que esta propuesta es un asunto puramente

ambiental podríamos acceder a otros reporteros. Se pretendía darle transversalidad al tema del agua, así llegan otros medios de comunicación con otras expectativas. Luego de los interesados en el tema ambiental (Revista Catorce 6, Actualidad Étnica y Ecoportal por internet entre otros) aparecen los infantiles y en especial franjas en emisoras universitarias como Palabrotas de la UD; surgen en escena luego los medios políticos (La Silla Vacía por internet), los económicos (Portafolio), los de farándula (Cromos) y luego los regionales como El País, Vanguardia Liberal, El Universal, El Colombiano, Llano Siete Días, El Heraldó, La Opinión de Cúcuta y el Nuevo Día de Ibagué entre otros que se me escapan.

A esa altura aparecieron los primeros editorialistas tomando posición sobre el particular. Manuel Rodríguez Becerra, Enrique Santos Molano, Alfredo Molano y Jorge Orlando Melo se refirieron al particular. Incluso hubo un sonado rifirrafe público entre el primero y el último de los editorialistas en mención, luego de que Melo se fuera lanza en ristre contra el referendo en su columna de El Tiempo.

Por lo visto la estrategia de ir de menos a más surtía efecto, y sí que sentimos los rigores de esa decisión los últimos días. La sede del Ecofondo en donde se recibían, tabulaban y argollaban las planillas con firmas fue objeto de una avalancha de medios y periodistas, a tal punto que incluso la entrega de firmas a la Registraduría el 15 de septiembre de 2008 fue acompañada en directo por las cámaras de Caracol TV que días antes y en su noticiero de medio día realizó una nota de tres minutos. Caracol Radio hizo lo propio y en su mesa de trabajo de ese día Yolanda Ruíz y Darío Arizmendi comentaron la jornada. El Espectador, Agenda CMI, Colprensa, SIPAZ, IPS, Indymedia, Servindi, Arcadia, El Tiempo, Portafolio, El Nuevo Siglo, Semana, Cromos, Catorce 6, Desde Abajo, Le Monde, Caracol TV y Radio, RCN TV y radio, City TV, Teleantioquia, Noticias Uno, Telmex, BBC, los portales por internet: Actualidad Étnica, Ecoportal, El Periódico.com, La Silla Vacía, El Tiempo, El Espectador, Citará (Chocó), Uniandinas y hasta en Facebook, Radiomundo real, La W entre otras.

A todas luces podríamos decir que los medios de comunicación nos acompañaron y que la estrategia de comunicación dio los frutos deseados, sin embargo las cosas casi nunca son como parecen ser y lo que vemos no siempre es el reflejo de lo brillante sino también puede ser una proyección de lo oscuro. Quiero hacer una muy breve y de seguro atrevida interpretación de lo que desde mis ojos vi y desde mi corazón sentí, con respecto al papel que jugaron los medios de comunicación de carácter comercial en una propuesta acompañada por dos millones de nacionales. Conside-

ro que el actuar de los medios de comunicación pone de manifiesto no solo su papel frente a esta iniciativa ciudadana sino de cara al país habla del compromiso y responsabilidad social en la construcción de una nación pacífica, democrata y soberana. A mi modo de ver...

... pienso luego existo...

1. Los registros en los diversos medios de comunicación se derivaron del interés personal de periodistas antes que a decisiones de editores y directivos. En ese orden de ideas el referendo nunca fue prioridad en la agenda de los medios sino algo secular supeditado al espacio y a la capacidad de cómo el periodista lograra “vender” la noticia a los editores; por ende la vinculación de los medios de comunicación de carácter comercial y de proyección nacional con el Referendo por el Agua fue puntual, referida tan solo a cubrir eventos (navigaciones, conciertos) y por ende nunca hubo mayor análisis que generara una discusión nacional.
2. Ahora, eso no significa que editores y directivos no se enteraran y entendieran el asunto...lo entendieron tan bien que justamente con su inapetencia hacia el tema pusieron al desnudo el carácter comercial de sus respectivas empresas periodísticas. Así tomaron parte: los medios de comunicación son y funcionan como empresas que deben cuidar su negocio, eventualmente amenazado con un referendo -como el del agua- que sacude enormes intereses monetarios.
3. Sorprende la cantidad de reporteros jóvenes y recién egresados de las universidades. ¿Por qué?, me lo pregunté en más de una ocasión. Pienso ahora y celebrando que nueva sangre, nuevas ideas, nueva fuerza y vigor llegue a las salas de redacción, que no es gratuita su presencia sino que responde a una política clara de los dueños de los medios. Por un lado salen más baratos y por otra parte un recién egresado no tiene los mayores elementos conceptuales con lo cual refutar a sus editores y responsables cuando no comparta sus puntos de vista. Esto me lleva a sugerir que las primeras víctimas de los medios de comunicación son los mismos periodistas; son plumas sin ave: censurados, maltratados y mal pagos.
4. La presencia editorial fue baja. Da pena saber que un tema de tamaña importancia (lo digo ya fuera de las huestes del referendo) no haya interesado al grueso de columnistas excepto aquellos pocos proclives al tema ambiental. ¿Qué es importante?, ¿quién lo dice?, ¿por qué?...por lo visto estamos descuidando lo trascendental por atender lo importante. Al leer a los columnistas se advierte que la inmensa mayoría

VII. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL REFERENDO POR EL AGUA

recae en el mismo tema abordado desde el mismo punto: el presidente Uribe quien, por lo visto, de manera ágil (e ingenua por parte de los editorialistas) ha logrado desviar la atención de temas definitivos en la vida de cualquier nación. Como lo es el agua. Podemos vivir sin Uribe podemos vivir con él... pero nunca sin agua. Si son los columnistas los que generan opinión entonces también son responsables de la crisis por la que atravesamos al generar discusiones fatuas.

5. Por lo visto pueden actuar con mayor holgura los periodistas en las páginas web de los medios. No es vago decir que del espacio dado en los medios impresos al Referendo por lo menos un 70% estuvo en la web. Más claro no canta un gallo: la web del Tiempo llevó a un foro virtual y en directo a uno de los promotores del referendo, cuando y en contra parte el medio impreso tan solo nos registró en una fría columna. Internet es muy importante en estas lides.

Sobre algunos medios

Si bien nunca esperábamos que los medios tomaran partida en nuestra causa lo menos que cualquiera pide es que lo nombren... no siempre fue así:

-Cromos: los invitamos a la navegación por el río Cauca, en principio estuvimos satisfechos por saber que un medio farandulero se interesaba en otro asunto... pero estábamos equivocados. Durante la navegación los fluvionautas encontraron un cadáver flotando en el río, ese fue el principio y fin del artículo en el que en ningún momento se mentó el referendo. Bastante amarillista su aparición.

-El Tiempo impreso: brilló por su silencio. Callar es tomar partido.

-Portafolio: tan solo replicó los artículos en los que pretendían desmontar al referendo en términos económicos, como la editorial de Jorge Melo.

-La W: por todos los medios, de todas las formas, de mil maneras quisimos que nos atendieran pero nunca



fue tal, entonces, decidimos un buen día y a mes y medio de culminar la recolección de rúbricas marcar el 3487600 y dar un brevísimo mensaje sobre el referendo por el agua aprovechando los micrófonos abiertos a los oyentes. A la fuerza tuvimos que meternos. De hecho fue todo un ejercicio de concreción para quienes marcamos el conmutador de la W porque una vez Julio Sánchez nos advertía colgaba...todo lo cual resultó ser la mejor campaña porque los demás oyentes de seguro advirtieron este tipo de censura y, en muchos casos, manifestaban enseguida su extrañeza por cortarnos de tal forma. Algún día hablaban de la podredumbre de la clase política, por ejemplo, al llegar al aire dijimos de manera sucinta y literal en cuatro segundos: “Julio, esa podredumbre de la clase política nos recuerda a la podredumbre de las aguas del país y por eso Firme el Referendo por el Agua...” clic... La de la W fue una interesante experiencia.

Los correos de los lectores de medios impresos (Tiempo y Espectador) fueron escenarios muy bien aprovechados.

-En la navegación por el río Bogotá RCN nos pidió exclusividad para sus cámaras...a decir verdad lograron tentarnos, sin embargo y faltando pocos días su silencio nos llevó a abrir puestos en las lanchas a periodistas de otros medios. ¿A qué jugaba RCN?...aparecieron el día que iniciaba la navegación con una periodista farandulera que se montó diez minutos a la lancha de Los Aterciopledos y presentó su nota sin referirse al Referendo. Lo que faltaba, el Referendo por el Agua haciéndole logística a RCN.

-No hay cuña que más apriete que la del mismo palo. Pensábamos que Noticias Uno nos acompañaría en el referendo y no fue así. La única vez que dijeron algo al respecto fue cuando se dijo que la Registraduría favorecía el referendo reeleccionista al facilitarle base de datos en donde podían corroborar la legitimidad de las firmas recogidas. Una de sus periodistas estuvo hablando con el vocero del Referendo por más de siete minutos...lo único que emitieron fueron cuatro descontextualizados segundos en donde el vocero decía que “al referendo la Registraduría nunca le ha posibilitado base de datos alguna” A tal punto que hicimos público un mensaje aclarando que esas nos fueron las palabras del vocero.

Radio Bemba, la Voz del Chasqui

La experiencia con los medios comunitarios, alternativos, indígenas, universitarios y demás fue muy interesante. Con ellos la apuesta era no solo informar sino generar reflexiones al interior de las comunidades en donde se desarrollan; su informalidad le da cercanía a una audiencia, sentido de apropiación por parte de una comunidad, íntima con los oyentes. Si bien y de manera inicial pretendimos hacer reuniones con diversos colectivos y medios provenientes de varios sectores de la ciudad, rápidamente nos dimos cuenta que debíamos ir a ello antes que esperarlos, siendo tan pocos en el equipo de comunicaciones del referendo decidimos definir una zona y a partir de ella esperar crecer en espiral.

Nos fuimos entonces a Suacha y nos contactamos con los canales de televisión comunitaria HVTC Canal 8 y el Canal 39 TyN, que se convirtieron en nuestros grandes aliados, más aún porque en su audiencia se aterriza buena parte de la problemática resaltada por los promotores del referendo. En TyN emitían una vez por semana y con repetición un espacio que habilitaron en su parrilla de programación sobre medio ambiente, referido a una serie de documentales que eran presentados por un delegado del referendo. Al final de cada espacio el presentador señalaba los sitios en donde esa semana podían firmar el referendo en la ciudad de Bogotá.

En Puente Aranda sucedió lo mismo con el canal por cable. Alicia Cortés, dueña del canal, nos proponía incluso que adelantáramos campañas sobre el particular y al aire. Retornando a Suacha es necesario recordar a Radio Rumbo que en su noticiero de la mañana abría al aire y vía telefónica sus micrófonos a los navegantes, que desde diferentes ríos hacían sus crónicas diarias y matutinas.

No tengo cifras que den cuenta del número de firmas recogidas en estas localidades, tan solo sé que fue en ellas en donde se profundizó de manera colectiva y de mejor manera mediante los medios de comunicación comunitarios; lastimosamente éramos muy pocos para tantos frentes y no pudimos adentrarnos como deseábamos.

El tema de las emisoras universitarias resultó atractivo. Con ellas hubo un acuerdo económico para que emitieran en sus redes a nivel nacional y por determinado tiempo algunas producciones realizadas por los promotores. Y sí que fueron efectivas. Llegamos a un interesante público que sin duda hizo eco al mensaje azul. Al cabo de este acercamiento algunas emisoras

se interesaron a título personal con el referendo: la Distrital, la Tadeo y la Universidad Nacional, ésta última fue uno de los pocos espacios que analizó y profundizó conceptualmente el referendo por el agua en la franja UN Análisis.

Ahora, en el marco de las navegaciones vale la pena observar la vinculación de los medios de comunicación regionales, y no era para menos, que un grupo de personas navegaran su río y pernoctaran por algunas noches en su comarca no es algo que podamos decir cotidiano. En los puertos tocados durante la navegación por el alto Magdalena fuimos objeto de reportajes en emisoras y televisiones comunitarias. Durante la travesía por el Atrato contamos con la presencia de tres reconocidos periodistas del Chocó. En el Meta nos acompañó un par de avezados e influyentes comunicadores del departamento del mismo nombre. El tratamiento dado a nuestro mensaje fue muy diferente al ofrecido por los medios comerciales, en los regionales la propuesta de articulado era entendida e interpretada a partir de la realidad circundante, lo cual significa que los reporteros locales tienen mayor información sobre el agua que sus homólogos en medios comerciales, y no era de esperarse otra cosa, en la provincia se evidencian los mayores problemas derivados por el agua de tal forma que la cotidianidad es la escuela de estos comunicadores en la región.

Hay que advertir finalmente que la propuesta del referendo se desarrolló en su etapa de recolección de firmas teniendo como “rivales informativos” al referendo pro-cadena perpetua para los violadores y el reeleccionista que, a todas luces, acaparó cámaras, flashes y grabadoras. Sin embargo nos satisface saber que a sabiendas de tamañas adversidades y de esa “sutil censura de los directivos y dueños de los medios” (entendida la palabra más allá de la supresión y vista como la emisión parcial de información valiéndose de párvulos reporteros sin experiencia) logramos calar en los medios de comunicación comercial. Cumplimos la palabra de que debíamos crecer lo suficiente para que les fuera imposible ignorarnos. Nadie puede tapar el sol y eso lo corroboramos.

Me alegra haber identificado a tantos y tantas colegas periodistas sensibles e inconformes en los medios de comunicación; pienso que si bien su juventud e inexperiencia una nueva sangre de reporteros libertarios se cocina desde las salas de redacción y en beneficio del país, de la vida y del agua. El camino recién comienza, no podemos recular.