

---

---

## Medios, instituciones y opinión pública: un triángulo de poder dentro del escándalo de la parapolítica

Liza Fernanda López\*  
lizal@javerianacali.edu.co

Recibido: 08/01/2008

Aprobado evaluador interno: 04/03/2008

Aprobado evaluador externo: 07/05/2008

---

---

### Resumen

El artículo presenta la influencia del posicionamiento del tema de la parapolítica –inicialmente como un fenómeno de medios – en las ramas del poder público y en la percepción de la opinión pública nacional. A partir de una revisión de medios, se evidencia un cambio en la jerarquización de temas de la agenda mediática, ahora volcada hacia el escándalo de la parapolítica. Dicho cambio en la agenda, ha impuesto nuevos desafíos a las instituciones públicas, y ha condicionado la proactividad que caracterizaba a la agenda gubernamental. A su vez, la influencia mediática ha tenido efectos variados y diferenciados entre las audiencias. Mientras la figura presidencial parece inalterable, esta imagen positiva no parece coincidir con las otras ramas del poder público.

### Palabras clave

Parapolítica, opinión pública, medios de comunicación, agenda institucional, agenda de medios

### Abstract

This article presents the influence and the positioning of a topic noun as “Parapolítica” among the branches of public power and the national wide public opinion. According with a media research, on one hand, it seems that there is a turn of the hierarchial structuring inside the mediating agenda that now is more interested on the scandal of the “Parapolítica”. This change in the agenda have had develop new challenges for public institutions, also had conditioned the characteristic proactivity shown by the governmental agenda. On the other hand, this essay would like to describe the situation where the mediatic influence has had effects varied and differentiated between the hearings. Whereas the presidential figure seems unalterable, this positive image does not seem to agree with the other branches of the public power.

### Keywords

“Paragate”, public opinion, mass media, media agenda, government agenda

---

\* Liza Fernanda López es politóloga e integrante del Observatorio de Asuntos Internacionales, adscrito a la Carrera de Ciencia Política de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

## Introducción

En junio de 2005, Clara López Obregón – dirigente del Polo Democrático Alternativo – denunció ante la Corte Suprema de Justicia, algo que parecía sacado de la más terrorífica de las leyendas, la consolidación de un imperio de poder y sangre, navegando tranquilamente bajo el beneplácito silencioso de la clase política dirigente regional y nacional. Lo que en apariencia era inverosímil, fue confirmado posteriormente por el congresista Gustavo Petro – también del Polo – quien señaló al entonces embajador de Colombia en Chile Salvador Arana, al senador Álvaro García Romero y a dos mayores del Ejército por vínculos con paramilitares. Ese mismo año, fueron expulsados de las listas al Congreso del oficialismo uribista, cinco legisladores señalados como presuntos amigos de las autodefensas, aunque luego todos estos fueron acogidos por otros movimientos políticos simpatizantes con el gobierno Uribe y alcanzaron su curul.

La punta del iceberg de todo este proceso se alcanzó en noviembre de 2006, cuando la justicia ordenó la detención de los congresistas Álvaro García (Movimiento Nacional Progresista), Jairo Merlano (Cambio Radical), Eric Julio Morris (Colombia Democrática), todos de movimientos

afines al presidente Uribe, y por delitos como concierto para delinquir, homicidio y promoción de grupos paramilitares<sup>1</sup>. La ex congresista Muriel Benito Rebollo y el anteriormente mencionado embajador Salvador Arana también fueron detenidos, este último, acusado de ser el autor intelectual del asesinato del alcalde de Corozal Sucre Eudaldo León Díaz Salgado (militante del Polo).

En febrero de 2007, el escándalo alcanzó al senador Álvaro Araújo lo cual perturbó a la opinión pública nacional por tratarse del hermano de la entonces canciller María Consuelo Araújo, sobrino político del procurador Edgardo Maya, primo del magistrado de la Corte Constitucional Jaime Araújo y, como si fuera poco, también primo del gobernador de Cesar, Hernando Molina (detenido por parapolítica), además de pertenecer a uno de los clanes políticos más poderosos a nivel regional y nacional. La Corte ordenó su captura junto a la de Dieb Maloof, Mauricio Pimiento, Luís Eduardo Vives, Alfonso Campo y Jorge Caballero, todos congresistas de la Costa Atlántica e investigados por presuntos vínculos con paramilitares.

El primer “golpe bajo” del destape “*paragate*” al gobierno Uribe, fue la dilatada renuncia de la canciller María Consuelo Araújo que se produ-

1. Colombia Hoy. (2006, diciembre). “Cronología de la crisis parapolítica” [en línea], disponible en: <http://blog.colombiahoy.org/2006/12/09/cronologia-de-la-crisis-parapolitica.aspx>, recuperado: junio 6 de 2007.

jo el 19 de Febrero de 2007. La oposición, encarnada por el Liberalismo y el Polo, así como por la Comunidad Internacional exigieron su cabeza tras las investigaciones adelantadas por la Fiscalía, que comprometían a su padre y hermano en delitos como secuestro agravado y concierto para delinquir, por lo que con visible tristeza, Uribe aceptó su dimisión. Tres días después, vino el segundo golpe. La Fiscalía ordenó la captura del director nacional del Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), Jorge Noguera, por poner al servicio del paramilitarismo de la Costa Atlántica esta entidad pública.

El 17 de Abril, el gobierno recibió su tercer revés. El senador Petro, durante el debate al paramilitarismo en Antioquia, reveló que bajo la gobernación de Antioquia encabezada por Uribe, se autorizó la administración de algunas Convivir <sup>2</sup> a importantes jefes de las hoy Autodefensas Unidas de Colombia (AUC) y además acusó a Santiago Uribe (hermano del presidente) de haber promovido grupos paramilitares <sup>3</sup>.

La opinión pública se encontraba absorta ante las imágenes, sindicaciones, acusaciones, pruebas, investigaciones, detenciones y debates que en palco transmitieron

los medios de comunicación. La parapolítica mostraba el verdadero alcance del poder paramilitar en los estamentos legislativos y demás ramas del poder público. Los medios, no solamente operaron como correas de transmisión o cajas de resonancia del conflicto de intereses de los actores involucrados en la parapolítica. Los *mass media* también asumieron una posición crítica, operando como grupo de presión, bajo la necesidad de visibilizar y canalizar la atención de las audiencias y de la opinión pública hacia un escándalo de corrupción de proporciones internacionales.

El descubrimiento de las relaciones clandestinas entre paramilitares y clase política dirigente tiene serias implicaciones para el desarrollo de la política nacional, pero sobre todo, tiene pertinencia particular para disciplinas como la Ciencia Política y la Comunicación cuyo estudio va más allá del análisis de las relaciones de poder y los procesos de comunicación en la sociedad. Además, ambas cumplen una función importantísima para el *cambio social*. La necesidad y posibilidad de construir un futuro mejor, un proyecto colectivo más incluyente y democrático para la ciudadanía.

2. También llamadas cooperativas de defensa agrarias, creadas como servicios especiales de seguridad privada durante 1994-1997. La intención del gobierno nacional, encabezado por César Gaviria Trujillo, era fortalecer la defensa de la seguridad campesina en zonas de combate con la guerrilla.

3. *El Tiempo* (2007, 17 de abril), "De calumnia califica el gobierno acusaciones de Gustavo Petro contra presidente Álvaro Uribe" [en línea], disponible en: <http://eltiempo.com>, recuperado: 20 de Abril de 2007.

El objetivo de este artículo es evaluar la influencia de los medios de comunicación en el posicionamiento del tema de la “parapolítica” en la agenda pública nacional durante el período de 2006-2007. Para ello, primero, se analiza la incidencia de los *medios* de comunicación en la *agenda institucional* respecto al nuevo fenómeno de la parapolítica y segundo, se evalúa la incidencia de la *agenda de los medios* en la opinión pública nacional.

Teniendo en cuenta el lapso de tiempo en que se desarrolló el tema de la parapolítica, el registro de medios abarca desde el mes de noviembre de 2006 hasta octubre de 2007. A su vez, se registraron siete medios impresos, radiales y televisivos entre ellos, el periódico El Tiempo, el periódico El Espectador y la revista Semana reflejaron, en un mayor grado, el fenómeno de la parapolítica.

### 1. De poder a poder

La comunicación política ha sido definida “como el intercambio de símbolos o mensajes que con un significativo alcance han sido compartidos por, o tienen consecuencia para, el funcionamiento de los sistemas políticos”<sup>4</sup>. R.R Fagen argumenta que “una actividad comunicacional

se considera política en virtud de las consecuencias, actuales y potenciales, que esta tiene para el sistema político”<sup>5</sup>. Estas definiciones destacan la retroalimentación entre la comunicación y la política, especialmente la influencia que tiene la primera sobre la segunda. Monzón entiende que “será la democracia moderna quien, al explicar la vida política como un sistema de diálogos entre gobernantes y gobernados, gobierno y oposición, mayorías y minorías, por ejemplo, incorpore esta disciplina entre los contenidos y temas de investigación de la ciencia política”<sup>6</sup>.

Teniendo en cuenta que en los cimientos de la democracia se encuentra el intercambio de discursos, diálogos y mensajes entre las instituciones públicas y la ciudadanía, la información es poder. “Aunque la información no figura en el esquema de los poderes constitucionales clásicos, forma parte del sistema de equilibrios, de frenos, y contrapesos en que consiste un régimen pluralista de libertades”<sup>7</sup>. Antes y durante el gobierno de Samper, fueron los medios de comunicación quienes destaparon los nexos entre el narcotráfico y la campaña política del presidente, escándalo conocido como “el proceso 8000”. Los medios fueron un factor

4. Meadow, citado en Monzón, Cándido. (1992), *Opinión pública y comunicación política*, Madrid, Eudema, p.218

5. R.R Fagen citado en Monzón, Cándido. (1992), *Opinión pública y comunicación política*, Madrid, Eudema

6. Op. Cit. p.219

7. Muñoz, Alonso (1989), *Política y nueva comunicación*, Madrid, Fundesco, p.36

determinante en la imagen y credibilidad del mandatario no solamente ante la opinión pública nacional, sino además ante la Comunidad Internacional.

El despliegue periodístico sobre los “narco-casetes” y las sindicaciones contra Samper y algunos ministros de su gabinete por financiarse de caudalosos recursos provenientes del cartel de Cali y del norte del Valle, afectó colosalmente la imagen del gobierno ante la ciudadanía, pero sobre todo ante la Comunidad Internacional. El país fue desertificado y considerado como paria, tanto así, que una de las prioridades evidentes del gobierno que lo sucedió, fue recuperar y reactivar las relaciones internacionales del país con el resto del mundo, especialmente con Estados Unidos.

Ahora, bajo una experiencia similar, estos mismos medios se han encargado de mostrarle a la ciudadanía los nexos entre los paramilitares y la clase dirigente. La historia confirma el poder de la información en Colombia, dos escándalos de corrupción política en menos de 13 años.

Bajo esta misma perspectiva, muchos autores catalogan a los medios de comunicación como el “cuarto poder” ya que tienen la función de recoger y presentar la información,

interpretarla, explicarla, crear climas de opinión, formar opinión pública, fijar la agenda y ejercer control político al gobierno y otras instituciones, aportando a la teoría clásica del equilibrio del poder que se encuentra fundamentada en las democracias occidentales <sup>8</sup>.

Para analizar la incidencia de la *agenda de los medios de comunicación* en la *agenda institucional*, hay que tener en cuenta el criterio de los medios para seleccionar la información y construir la agenda temática que es presentada a las audiencias bajo titulares o primeras páginas. La idea de la agenda de los medios es extractada por Cohen cuando afirma que “la prensa en la mayor parte de los casos, no tiene éxito diciéndole a la gente qué tiene que pensar, pero sí puede tener éxito diciéndole sobre qué tiene que pensar” <sup>9</sup>.

El modelo de agenda-*setting* de MacLeod y McCombs <sup>10</sup> explica que la difusión, selección y ocultamiento de noticias permite canalizar la atención del público, influyendo en el clima de opinión y la opinión pública. La importancia que los medios dan a ciertas noticias genera una relación causal entre las audiencias, dado que “*el público ajusta su percepción de la importancia relativa de las diversas cuestiones a la importancia que*

8. Monzón, Cándido. (1992), Op. Cit., p.243

9. Bernard C., Cohen (1963), *The Press and Foreign Policy*, New York, Princeton University Press, p.120

10. Charron, Jean (1998) “Los medios y las fuentes” en Gauthier, Gilles; Gosselin, André y Jean Mouchon (comps.), *Comunicación y política*, Barcelona, Gedisa.

*le asignan los medios*”<sup>11</sup>. Sin embargo, uno de los campos de estudio de la agenda-setting es el sistema de diálogos e interacción entre los medios – que busca ponderar unos temas – y las fuentes de información – proveedores de noticias –, particularmente aquellos que toman las decisiones políticas de la sociedad, siendo el Estado la fuente consultada por excelencia y el más importante proveedor de información. Tanto es así, que en Colombia las agencias noticiosas se encuentran cercanas al Palacio de Nariño, esto como esquema operativo para adquirir rápidamente información gubernamental. Pues bien, Weaver advierte:

*“tenemos que continuar examinando la interacción de las instituciones de los medios con las fuentes de información en un marco de agenda –setting para especificar de manera más precisa qué cuestiones y qué imágenes origina y cómo se mantienen a través del tiempo las agendas temáticas. Tenemos que llegar a comprender mejor cuándo hay mayores probabilidades de que los medios funcionen como simples correas de transmisión pasivas y cuándo tienen más oportunidad de desarrollar un papel activo en cuanto a filtrar y*

*modelar los temas y las imágenes*”<sup>12</sup>

El papel que han desempeñado los medios en el posicionamiento de la “parapolítica” es un tema que nos atañe, pero se tratará posteriormente.

Para dar cuenta de la relación medio-público, primero debemos abarcar las relaciones fuente-medio que, mediante un trabajo conjunto, generan la información posteriormente entregada a las audiencias. Pero la relación fuente-medio no es fácil de evidenciar. Partimos del supuesto que los actores más visibles son quienes tienen más influencia sobre la agenda de los medios. Siguiendo esta base podemos identificar al presidente Álvaro Uribe Vélez, sus “escuderos” o ministros, la oposición y las entidades públicas, como “actores que tienen la capacidad de condicionar, mediante su discurso o su silencio, cierta definición de la realidad”<sup>13</sup>. En este caso, las llamadas fuentes oficiales.

Sin embargo, con lo anterior no se puede reducir la autonomía de la prensa sobre la cobertura de ciertos temas. Ahora bien, en algunos casos la información refleja más los intereses de los medios que de los mismos agentes políticos y aunque el argumento se sostenga en que los dueños de los medios provienen de las grandes élites, la verdad es que la élite en

11. *Ibíd.*, p.72

12. Weaver, citado en Charrón, Jean (1998), *Op. Cit.*

13. Charrón, J. *Op. Cit.*, p.76

su conjunto es bastante heterogénea, así como sus intereses. Además, para los medios es muy importante el tema de la credibilidad, así que tratan de mostrarse ante las audiencias como actores objetivos, neutrales y autónomos frente a posiciones políticas.

Ocupándonos de la relación fuente-medio, en primer lugar, la producción de la información mediática implica operaciones de descodificación/recodificación, interpretación, contextualización, estructuración e intervención (sondeos, seguimientos, etcétera), proceso más complejo que una simple labor de selección, y que demuestra que el acceso de la fuente al sistema de información es complejo<sup>14</sup>.

En segundo lugar, la noticia no es en sí misma, un hecho predefinido. Por el contrario, la noticia es una construcción entre la fuente y los medios, obra que condensa características como el dolor, la novedad, lo íntimo, el poder, lo exótico, toda situación que genere conflicto de intereses y por supuesto, bajo una estructura dramática para atraer a las audiencia<sup>15</sup>. Temas de corrupción política como la parapolítica, son noticias codiciadas por los medios ya que tienen un ingrediente explosivo, conflicto de poder e indignación ciu-

dadana. Dada estas cualidades de la noticia, muchos estudiosos sobre el funcionamiento de los medios prefieren abandonar el concepto de “agenda *setting*” y reemplazarlo por “agenda *building*”, ya que esta última connotación resalta un proceso más colectivo en la elaboración de la agenda, no solamente en la participación de los medios y las fuentes, sino además, en la inclusión del público<sup>16</sup>.

Sea “*setting*” o “*building*”, lo que nos interesa es que la agenda es una relación recíproca, transaccional y cambiante, ligada a los intereses, valores, recursos y limitaciones de las fuentes y los medios que terminan priorizando y jerarquizando unos temas frente a otros. Entran a jugar en la escena todos estos recursos de poder, en donde la noticia será el resultado de la suma de las partes o el lugar de confrontación, por lo que los aportes no tienen que ser siempre simétricos. Aunque en ocasiones, sí se da una efectiva adecuación, cuando los discursos de las fuentes están pensados en prever la reacción de la prensa porque se benefician de esta lógica. “*Cada parte integra, en cierto modo, la lógica de la otra a la suya propia*”<sup>17</sup>. Entre la oferta de la fuente y la demanda del medio.

14. *Ibid.*, p.79

15. Milburn, Michael (1994), *Persuasión y política: la psicología social de la opinión*, México, editorial Limusa, p. 207

16. Charrón, J. Op. Cit., p.80

17. *Ibid.*, p.80

### 1.1 El control de la agenda de medios. Poder del gobierno Uribe

La agenda de los medios de comunicación durante el primer período del gobierno Uribe (2002-2006) estuvo enmarcada bajo la intervención constante de la agenda institucional. Uribe, magistralmente, tuvo el control de la agenda de medios gracias a que temas de alto interés gubernamental como el Plan Colombia, La Seguridad Democrática, El Plan Patriota, El TLC con Estados Unidos, La ley de Justicia y Paz y La ley de Transferencias, entre otros, fueron arduamente cubiertos por los medios impresos, televisivos y radiales.

En consonancia con lo anterior, podríamos decir que durante éste período los medios tomaron una posición de correas de transmisión o cajas de resonancia de las estrategias políticas del gobierno, bien sea para mostrar apoyo, oposición o controversia, los temas necesarios a debatir tuvieron eco en la opinión pública y en los medios, aquellos que eran vértice del plan de gobierno. Por ejemplo, durante el período de enero a octubre de 2006, el 38% de las portadas de la revista *Semana* dedicaron este espacio a asuntos de interés gubernamental, específicamente al TLC y a la negociación con los paramilitares, claro está, teniendo en cuenta la co-

yuntura de los comicios presidenciales y la participación del presidente como candidato. Solo un 2% de las portadas estuvo dedicado a los primeros descubrimientos de infiltración de paramilitares en el DAS<sup>18</sup>.

Las fuentes oficiales predominaron en el proceso noticioso debido al “clima de opinión” favorable al presidente Uribe. Mientras el país pasaba el trago amargo del desencanto y la frustración de una anhelada paz, que terminó siendo la pesadilla del Caguán. Reflejo de esta tendencia favorable fueron los 5.862.655 (54%) votos con los que – en primera vuelta – Uribe fue elegido en el 2002. Para el segundo mandato presidencial, Uribe obtuvo también en primera vuelta más de siete millones de votos, superando así su propia votación de cuatro años atrás y de paso consiguiendo el respaldo popular más alto en Colombia para elección presidencial alguna. A su vez, la economía (40%) y la seguridad (35%) fueron los temas de mayor importancia para la ciudadanía. La favorabilidad del presidente así como la aprobación de su gestión han oscilado entre el 60% y 75%<sup>19</sup>.

Pues bien, sumada a una coyuntura preelectoral favorable, también está bastante ligada al control informativo la poderosísima imagen del

18. *Revista Semana*, 2006, portadas de enero a octubre.

19. Ver: Encuesta de Napoleón Franco & Cía (2007, 30 de enero, 20 de marzo). Encomendada por la revista *Semana*, RCN Radio Cadena Básica, la FM de RCN radio y RCN Televisión, en *Revista Semana* y Encuesta Gallupe Poll (2007, febrero) Bimestral

presidente. Es innegable la vocación de Uribe hacia los medios, activismo en el cual prefiere comunicarse directamente con la sociedad mediante sus consejos comunitarios televisados semanalmente por los canales regionales, las diarias apariciones en los noticieros privados, así como su evidente preferencia hacia el medio radial en el que puede extenderse porque no es editado. Así, muchos otros factores podrían explicarnos el arrasador poder del ejecutivo en la selección y ponderación de temas transmitidos por los medios.

Pero el fenómeno de la parapolítica entró a cambiar en el segundo período de gobierno Uribe. El presidente vio disminuida su capacidad para imponer la agenda temática, así como reducido ostensiblemente su liderazgo e iniciativa en asuntos públicos, debido a la intervención de otras fuentes que en su momento proporcionaron información más relevante para los medios. Así, por ejemplo, las declaraciones de paramilitares, narcos, las investigaciones y debates de la oposición bajo la vocería de Petro y Jorge Robledo captaron cada vez más la atención de los medios desplazando la figura presidencial. Medios como *Semana*, *El Espectador* y *El Tiempo* los convirtieron en sus fuentes adelantando investigaciones periodísticas sobre los nexos

entre políticos y paramilitares que incluso la Fiscalía desconocía y todos ellos se convirtieron en los referentes sobre el tema<sup>20</sup>. Por ejemplo, entre noviembre de 2006 y junio de 2007, 41% de las portadas de la revista *Semana* estuvieron dedicadas al tema de la parapolítica, en contraste, un 14% tocó temas de iniciativa gubernamental<sup>21</sup>.

El cambio en la jerarquización de temas de la agenda de medios, propiciado por el *boom* periodístico de la parapolítica como hecho noticioso, o como la codiciada *chiva*, incidió sustancialmente en la agenda institucional de la rama judicial, legislativa y ejecutiva. En contados meses, la información como poder, se prestó al servicio de nuevos actores, nuevas controversias y desafíos, pero sobre todo, a las exigencias de la opinión pública que fueron recreadas y conducidas magistralmente por los medios de comunicación al escenario de la política. Este cambio de panorama, reclamó respuestas y soluciones que los protagonistas de lo público asumieron de diversas maneras. Más aún, conllevó a un cambio en el ejercicio político caracterizado anteriormente por su proactividad, ahora condicionada al fenómeno de la parapolítica.

20. Revista *Semana* (2007, 25 de agosto), "Golpe de Mano" [en línea], disponible en: [http://www.semana.com/wf\\_InfoArticulo.aspx?IdArt=105846](http://www.semana.com/wf_InfoArticulo.aspx?IdArt=105846), recuperado: 2 de septiembre de 2007.

21. Revista *Semana*, 2006-2007, portadas de noviembre a junio.

### 1.2 La influencia del posicionamiento del tema de la parapolítica en las tres ramas del poder público

La rama judicial, liderada por las altas Cortes y la Fiscalía General de la Nación, tienen en su poder la investigación de los escándalos de corrupción que involucran a legisladores y agentes públicos. Al menos cuatro puntos evidencian la influencia de la agenda de medios en la agenda judicial: 1) la justicia debe definir claramente cuál de los dos organismos, si la Corte Suprema de Justicia o la Fiscalía, va a encargarse de los congresistas implicados en parapolítica que han renunciado a su investidura. 2) decidir sobre el tipo de delito que debe atribuírsele a los responsables y que dicha sentencia no altere la ley de Justicia y Paz. 3) demostrar la capacidad de la justicia para depurar a los mismos integrantes de las instituciones públicas que siguen colaborando con los paras, y 4) despejar las dudas frente la independencia de la rama judicial, especialmente de la Fiscalía. Es decir, los medios de comunicación influyen la agenda de la rama judicial porque la “plena publicidad” pone frente a la opinión pública, la prueba de la independencia y credibilidad de la

justicia colombiana, dependiendo de cómo actúen en este caso.

En el primer caso, los congresistas que decidieron renunciar a su fuero para evitar que la Corte Suprema siga adelantado sus respectivos casos, serán procesados por la justicia ordinaria como ciudadanos y su investigación puede demorarse debido a que en esta instancia existe posibilidad de apelación y el caso pasa por las manos de jueces regionales<sup>22</sup>. Dadas tales circunstancias, la preocupación de la opinión pública consiste en que los políticos implicados puedan influenciar a los jueces regionales y salir muy bien librados. Muchos argumentan que debido al grave delito de los parapolíticos, la Corte Suprema debería mantener la potestad para investigarlos ya que por ser un cuerpo colegiado de los más altos magistrados, supone también las máximas garantías para los procesados y para la ciudadanía<sup>23</sup>.

El segundo caso, más delicado aún, consiste en definir qué tipo de delito es el paramilitarismo. La Corte sentenció que este era un delito común y no político o de sedición. Los argumentos de la Corte fueron que en primer lugar, las AUC no actuaron en contra del Estado sino bajo la complacencia de la fuerza pública.

22. Revista Semana (2007, abril 2-9) “¿impunidad en la parapolítica?” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 10 mayo de 2007.

23. El Tiempo (2007, 18 de abril) “Corte Suprema no continuará con procesos de ex congresistas que renunciaron a su fuero” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 3 de mayo de 2007.

Para apoyar lo anterior, ahora aparece la parapolítica como prueba fehaciente de la complicidad entre paras y organismos estatales <sup>24</sup>. *El segundo argumento de la Corte es que las motivaciones de los paramilitares no son políticas sino económicas. No buscan derrocar un régimen político para suplantarlo, sino ponerlo a su servicio para acumular riqueza* <sup>25</sup>.

Sin embargo, dichas declaraciones ponen en vilo el desarrollo de la Ley de Justicia y Paz, pues muchos de los ya desmovilizados podrían ser capturados y perder el indulto. El desafío de la Corte será encontrar una salida jurídica que defina la suerte de los desmovilizados, sin que beneficie a los jefes paramilitares y a los parapolíticos procesados por concierto para delinquir agravado. Sin echar al traste el proceso de negociación y reinserción de los paramilitares en su conjunto <sup>26</sup>.

El tercer y cuarto caso, son una de las preocupaciones del Gobierno pero además del Fiscal General de la Nación, Mario Iguarán, quien hasta 2005 fue viceministro de Justicia y artífice de la Ley de Justicia y Paz. Dadas las circunstancias, el desafío

para la Fiscalía es doble. Por una parte, tiene la responsabilidad de aplicar la misma ley de la que fue partícipe, mantener el equilibrio y la justicia de los fallos en torno a la parapolítica en el caso del DAS y de los legisladores que renunciaron a su investidura, pero, sobre todo, tiene sobre sí la mirada de la opinión pública y los medios de comunicación atentos a cualquier tipo de maniobra que no parezca independiente del poder ejecutivo, pues ahora el fiscal tiene la responsabilidad de investigar a funcionarios del Gobierno Uribe, gobierno en el que participó años atrás. *Desde el punto de vista de su imagen y credibilidad, Uribe está en las manos de su antiguo súbdito* <sup>27</sup>.

Por otro lado, la rama legislativa no estuvo menos influenciada en el diseño de su agenda que la rama judicial. El hallazgo del computador del jefe paramilitar Jorge Tovar Pupo alias “Jorge 40”, es sin duda *la prueba reina* que permitió que la noticia no solo trascendiera en el ámbito de la especulación. Tanto la Fiscalía como los medios tenían en sus manos pruebas contundentes sobre los

24. El Tiempo (2007, 11 de agosto) “Por fraude electoral en el 2002, llaman a juicio a tres senadores procesados por parapolítica” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 18 de agosto de 2007.

25. Revista Semana (2007, 28 de julio) “El lío de la sedición” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 3 agosto de 2007.

26. Revista Semana (2007, 2 de junio) “¿Y la justicia qué?” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 25 de junio de 2007.

27. Revista Semana (2007, 17-24 de abril) “El fiscal tiene la palabra” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 5 de junio de 2007.

nexos entre paramilitares y clase política dirigente <sup>28</sup>.

En concreto, el computador de “Jorge 40” es un sistema de información que contiene las operaciones, contabilidad y alianzas políticas y económicas del paramilitarismo con importantes jefes políticos y sectores económicos del país. Su importancia radica en que contiene los nombres de los firmantes del “Pacto de Ralito”, un acuerdo secreto firmado en el año 2001 durante el gobierno de Andrés Pastrana, en el que varios congresistas y líderes políticos pactaron con jefes de las autodefensas un proyecto político para refundar el país, por fuera del marco legal <sup>29</sup>.

La mediatización de la parapolítica incidió en la agenda del legislativo, particularmente porque el Congreso fue la institución pública más atacada por los tentáculos paramilitares. Pruebas trascendentales como el computador de “Jorge 40” y las declaraciones del ex jefe de informática del DAS, Rafael García Torres, y de los ex paramilitares Jaime Alberto Pérez Charry y Jairo Castillo Peralta (“Pitirri”), sindicaron a 37 congresistas de mantener relaciones cercanas con jefes de las AUC. Al menos cuatro razones caracterizan el cambio en

la agenda institucional del legislativo: 1) cambio en los temas a debatir, 2) vinculación o “amarre” de los temas gubernamentales al tema de la parapolítica, 3) posicionamiento de nuevas figuras, 4) unificación de las bancadas, y 5) cambio en el ejercicio político.

El cambio en los temas a debatir influyó en el mapa político del Congreso. La sindicación de reconocidos barones electorales generó entre los congresistas una situación desafiante y tensa. Algunos legisladores, muy audaces, vieron en la coyuntura mediática una oportunidad de oro para generar un cambio político dentro del ejercicio legislativo. La ocasión para revertir las condiciones de protagonismo fue aprovechada por la oposición encarnada por el Polo Democrático Alternativo y el Partido Liberal que gestionaron nuevos debates de control político. El Polo, bajo la vocería del senador Gustavo Petro, en el debate al paramilitarismo en Antioquia, denunció los nexos de la familia Uribe con jefes paras. El Partido Liberal exigió la cabeza de la ex canciller María Consuelo Araújo y arremetió frente al gobierno pidiendo la moción de censura al ministro de Defensa, Juan Manuel Santos, por

28. El Tiempo (2007, 22 de agosto) “El ex senador Álvaro Araújo fue llamado a juicio por la Fiscalía” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 30 de agosto de 2007.

29. Ver: Noticiero RCN, TV (2007, 20 de enero) “Ex Congresista dice que ninguno fue obligado a firmar”, Álvaro García Jiménez (dir), [en línea] disponible en: <http://www.canalrcn.com/noticias/?op=info&idS=742&idP=119&idC=26516>, recuperado 12 de febrero de 2007 y El Tiempo (2007, 30 de agosto) “Computadores y celulares son los nuevos testigos clave en contra de ‘paras’, narcos y guerrilleros” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 3 de septiembre de 2007.

la interceptación ilegal de llamadas hechas por funcionarios públicos, llevada a cabo por la Dirección de Inteligencia de la Policía <sup>30</sup>.

Dentro de este contexto, los temas de la agenda gubernamental fueron debatidos en el Congreso bajo el agravante de que la oposición aprovechó la coyuntura para vincular los temas de interés gubernamental al tema de la parapolítica. El TLC fue uno de los más afectados, pues la oposición puso en entredicho la pertinencia del tratado cuando el paramilitarismo es tolerado en un “Estado Social de Derecho”, y éste es dueño de los grandes latifundios del país. Los debates de control político dieron protagonismo e iniciativa a la oposición que logró frenar las iniciativas ejecutivas en el Congreso. Personalidades como Jorge Robledo y Gustavo Petro – del Polo –, así como los liberales Cecilia López y Juan Fernando Cristo fueron decisivos a la hora de la organización del control de la oposición.

Por su parte, la bancada uribista se unificó en buena medida porque el Gobierno fue generoso al incluir varias propuestas de los congresistas en el Plan de Desarrollo y reabrió el tema de invertir en las vías terciarias, obras vitales para los congresistas en

las regiones, además de entregarle la dirección de Invima al partido Convergencia Ciudadana. La bancada uribista logró pasar la ley de transferencias, el Plan de Desarrollo y sacar adelante los debates del TLC, a pesar de las arremetidas de la oposición. La intención gubernamental fue aprobar los temas de interés del Gobierno en medio de esta legislatura azotada por la parapolítica <sup>31</sup>.

Sin embargo, el efecto más importante resultó del cambio de actitud política de los congresistas. La bancada uribista pasó de una actitud proactiva a reactiva, pues los legisladores se sintieron en la picota pública debido a que la mayoría de políticos encarcelados son de movimientos afines al presidente. La estrategia se centró en consolidar una buena defensa y mantener la bancada unificada en la aprobación de leyes de interés gubernamental. La oposición tuvo la oportunidad de hacerse más visible, liderando las iniciativas acusatorias. El Polo recurrió al “lobbying” en Washington <sup>32</sup> para denunciar los nexos entre políticos y paramilitares, las desventajas del TLC, y la gravedad de la violencia sindical en el país causada por las AUC y el paramilitarismo de Estado,

---

30. Ver: El Tiempo (2007, 24 de abril) “Investigar posible espionaje a la oposición pide Partido Liberal tras declaraciones del Presidente” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 30 de abril de 2007 y Revista Semana (2007, 16 de junio) “Pasó el año” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 30 de junio de 2007.

31. El Tiempo (2007, 17 de junio) “Termina una legislatura golpeada por la parapolítica, uno de los mayores escándalos del país” en sección política [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 25 de junio de 2007.

que en el 2006 comprometió la vida de 26 líderes sindicales. Este último tema, de particular recepción para los intereses de la bancada Demócrata hoy mayoría en el Congreso de Estados Unidos <sup>33</sup>.

Pero tal vez, la mayor incidencia del escándalo de la parapolítica se ha visto reflejada en el poder ejecutivo, particularmente en la figura presidencial. Por lo menos cuatro puntos explican dicha influencia: 1) las denuncias de corrupción del DAS, 2) la renuncia de la canciller Araújo, 3) la vinculación de los temas estratégicos del gobierno al escándalo de la parapolítica, y 4) el cambio en el ejercicio político.

Teniendo en cuenta que la mayoría de congresistas involucrados con los procesos de parapolítica pertenecen a movimientos simpatizantes al gobierno Uribe. El presidente tuvo que lidiar con las críticas que esto le representaba para su administración, sumado a la vinculación del director del DAS Jorge Noguera, y mano derecha del presidente, con grupos paramilitares de la zona Atlántica <sup>34</sup>. La parapolítica, incluso, llegó hasta la ex canciller María Consuelo Araújo, quien debió renunciar a su cargo

tras las acusaciones contra su padre y hermano, así como las investigaciones contra Mario Uribe, primo del presidente <sup>35</sup>.

Aunque en un comienzo fueron los ministros quienes salieron a defender ante los medios la imagen gubernamental, las denuncias de Petro sobre los supuestos nexos entre el presidente y los paramilitares, fueron el mayor motivo para que el presidente asumiera el control de la defensa de su gestión, que inició con un debate televisivo de 45 minutos en horario triple A, en el que el mandatario invitó a hablar abiertamente sobre las declaraciones de parapolítica en su contra.

Sin embargo, los mayores costos para el gobierno Uribe se han traducido en la creciente pérdida del control por parte del ejecutivo para definir los contenidos de la agenda y participar activamente en su diseño. Durante el primer gobierno Uribe, temas como el Plan Colombia, la Seguridad Democrática y la ley de Justicia y Paz, se encontraban justificados por la necesidad apremiante que tenía el país de recuperar la seguridad y devolverle el control territorial al Estado.

32. El Tiempo (2007, 22 de abril) "Así ha sido 'lobby' del Polo en E.U. congresistas opositores hicieron 2 viajes en menos de un mes" [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 30 de abril de 2007. y El Tiempo (2007, 22 de abril) "Desplante de Al Gore anuncia graves repercusiones y es signo de que se acercan tiempos difíciles" [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 30 de abril de 2007

33. *Ibid.*

34. Guerra, Asdrubal, (2007, 11 de noviembre), "Procuraduría sanciona a ex director del DAS Jorge Noguera", en La W Radio, Julio Sánchez Cristo (dir), Cadena Radial Colombiana (Caracol) [en línea] disponible en: <http://www.wradio.com.co/nota.asp?id=507619>, recuperado: 20 de noviembre de 2007.

No obstante, la aparición del tema de la parapolítica, inicialmente como un fenómeno de medios, generó un cambio significativo a la hora de definir los temas en la agenda gubernamental. Desde el destape “*paragate*”, tanto los medios, la oposición, y la opinión pública, han empezado a analizar los proyectos del ejecutivo, desde la mirada de la parapolítica.

Este cambio ha puesto en vilo al mandatario y sus escuderos porque, en primer lugar, representa todo un giro de estrategia política y el desgaste que significa defender todos los anteriores temas de gobierno desde una posición de desventaja. Además, el gobierno tuvo que defender sus proyectos desde el realce de un fenómeno de corrupción descomunal. La vinculación de la parapolítica a los temas de gobierno cuestionó sus proyectos estratégicos. ¿Cómo justificar el fortalecimiento militar del Estado, vía Plan Colombia o a través de la Seguridad Democrática, si las altas esferas del Estado y la clase política tienen relaciones con grupos criminales como los paramilitares?

En este sentido, no parece coincidir – y éste es el punto central impulsado por los grupos de la oposición – la búsqueda de la seguridad del Estado y el logro de la seguridad ciudadana. De allí que el tema de los asesinatos a sindicalistas y las masacres de campesinos tengan un mayor cubrimiento noticioso<sup>36</sup>.

En segundo lugar, demuestra un cambio de actitud política del presidente. Anteriormente gozaba de una proactividad e iniciativa en el ámbito público. Ahora ha visto disminuida esa capacidad por la necesidad de asumir una posición de defensa frente a las arremetidas de la oposición. Esta nueva estrategia no sólo se desarrolla en el ámbito nacional, pues el presidente goza de una excelente favorabilidad entre los ciudadanos. El desafío parece trascender las fronteras nacionales, especialmente en lo concerniente con las relaciones con Estados Unidos, que pueden poner en peligro el futuro del TLC<sup>37</sup>, ante el “*lobbying*” de la oposición y los fondos del Plan Colombia<sup>38</sup>.

35. Ver: Revista Semana (2007, 26 de septiembre) “La Corte Suprema llama a indagatoria por el caso de la parapolítica a Mario Uribe, el primo del Presidente” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 1 de octubre de 2007 y “La FM”, (2007, 8 de octubre), “Eleonora Pineda aseguró que fue ella quien reunió a Mario Uribe con Salvatore Mancuso”, Vicky Dávila (dir), Cadena Nacional de Colombia (RCN), [en línea] disponible en: <http://www.lafm.com.co/seccion.php3?sc=37>, recuperado: 15 de octubre 2007.

36. El Tiempo (2007, 12 de abril) “Muerte de líder sindical de Indupalma aceptó el jefe paramilitar Juan Francisco Prada” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 28 de abril de 2007.

37. Guerra, Asdrubal, (2007, 14 de noviembre), “Gobierno contrató para lobby a favor del TLC a empresa manejada por asesor de Hillary Clinton” en La W Radio, Julio Sánchez Cristo (dir) Cadena Radial Colombiana (Caracol) [en línea] disponible en: <http://www.wradio.com.co/nota.asp?id=506428> recuperado: 20 de noviembre de 2007.

38. *El Tiempo* (2007, 22 de abril) Op. Cit.

Sin embargo, uno de los temas que más preocupa al gobierno Uribe es el futuro de los desmovilizados de la Ley de Justicia y Paz. La aparición de estos políticos implicados en el paramilitarismo, y la actitud de cero tolerancia de la opinión pública y los medios frente a la corrupción, hace que parezca improbable que el paramilitarismo sea catalogado como delito de sedición, pues esto beneficiaría a los parapolíticos, incluso les daría la posibilidad de volver a acceder a cargos públicos<sup>39</sup>. El gobierno debe no solo impulsar la ley, sino además echarse al hombro una posible solución jurídica que no perjudique a los desmovilizados, pero sin beneficiar a los jefes de las AUC y a los hoy tan cuestionados parapolíticos<sup>40</sup>.

En conclusión, los medios actuaron como el espacio público en el que confluyeron e interactuaron los mensajes, opiniones e intereses de los protagonistas del conflicto. El diálogo público fue utilizado tanto por la oposición, los gremios (que apoyaron al presidente) el Gobierno, y la opinión pública, para posicionar un escenario de confrontación y debate e influir en la percepción de las

audiencias. Sin embargo, los medios no solamente propiciaron el espacio público, también tomaron parte como grupo de presión.

La prensa y las revistas de opinión lideraron el debate nacional, investigaron y alertaron sobre otros aspectos del problema. La Radio, también con un papel muy activo y crítico, puso en el escenario, los discursos de cada uno de los actores bajo la posibilidad de confrontarlos. Los medios televisivos también enfocaron su atención hacia el nuevo suceso, pero paulatinamente fueron perdiendo continuidad, e interés. Sin duda, el mayor logro de los medios se tradujo en posicionar de manera privilegiada el tema de la parapolítica entre las agendas de las ramas del poder público, particularmente en la rama judicial<sup>41</sup>.

El bombardeo mediático sobre la parapolítica, aunque necesario para conocer la verdad, genera preocupación en la medida en que dicho escándalo de corrupción puede afectar notoriamente la legitimidad de las instituciones públicas con repercusiones a largo plazo para el sistema político. A continuación, se evaluará

39. *El Tiempo* (2007, 6 de octubre) "Así han sido los intentos de los congresistas detenidos por parapolítica de lograr beneficios" [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 20 de octubre de 2007.

40. Guerra, Asdrubal, (2007, 10 de octubre), "Ley de sedición no remediará problemas jurídicos de paramilitares desmovilizados", en *La W Radio*, Julio Sánchez Cristo (dir) Cadena Radial Colombiana (Caracol) [en línea] disponible en: <http://www.wradio.com.co/nota.asp?id=488863>, recuperado: 15 octubre de 2007.

41. *Revista Semana* (2007, 14 de julio), "Acelerador a fondo" [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 21 de julio de 2007.

cómo la agenda de los medios de comunicación ha incidido en la opinión pública nacional respecto al tema de la parapolítica.

## 2. La opinión pública, génesis del sistema democrático

Si algo es importante en una Democracia, es sin duda, la opinión pública. Disciplinas como la sociología, las ciencias de la comunicación, la psicología social y la ciencia política se han ocupado de la *opinión pública* en el proceso de la comunicación. En ocasiones, la *opinión pública* se ha identificado como un fenómeno de masas, asimilada como un comportamiento social y de grupo, creada, controlada y modificada desde la intención del emisor <sup>42</sup>. Dentro de esta visión se presenta a la opinión pública como sujetos pasivos, instrumentalizados y manipulados por las élites que controlan los medios de comunicación. Pero en otros momentos, se le ha reconocido a la opinión pública intereses políticos que le permiten mantener una posición relativamente autónoma respecto a los medios, e incluso en ocasiones, crítica de los mismos.

No obstante, el grueso de analistas coincide en entender la opinión pública como precisamente ese espacio de *formación de opinión en una sociedad integrada por diferentes*

*grupos (públicos) que se exponen y usan de manera distinta los medios y sus informaciones. El concepto de opinión pública nos remite normalmente a situaciones conflictivas protagonizadas por públicos distintos y aunque, como fenómeno global, se suele hablar de opinión pública, sería más adecuado hablar de opiniones públicas, en función de los grupos que las sustentan y la dialéctica (debate) que se establece entre los mismos* <sup>43</sup>.

De esta manera, la opinión pública está lejos de ser entendida como un fenómeno ajeno a los medios. Por el contrario, en las sociedades actuales parecería iluso pensar formas de acceder a la información que no sean cubiertas o siquiera medianamente tratadas por los medios de comunicación. Al acceder a la información, el ciudadano del común y los grupos de interés o de presión, se exponen en mayor o menor medida a los medios. La tendencia o preferencia de la opinión en una sociedad mediatizada, exige que no solamente se hable de opinión pública, sino también de públicos y audiencias que la sustentan.

Los años setentas marcan un verdadero giro investigativo en el estudio multidisciplinar de la comunicación. La opinión pública deja de ser catalogada como un simple resultado

42. Monzón, Cándido. (1992), *Opinión pública y comunicación política*, Madrid, Eudema. p. 219

43. *Ibid.*, p.258

de la relación estímulo-respuesta del enfoque conductista del modelo de Laswell, que advierte que los medios de comunicación – como emisores – tendrían el poder para crear opinión pública bajo una relación directa, causal, cerrada, determinista y unidireccional. Poder de los medios entendido como los efectos, directos, persuasivos y a corto plazo sobre las audiencias <sup>44</sup>.

La opinión pública recupera el carácter político bajo los nuevos modelos y enfoques caracterizados por una concepción moderada del poder de los medios en la sociedad. Además de tener en cuenta los efectos de los medios en los planteamientos reduccionistas del paradigma dominante, está nueva ola de autores presta mayor atención a los *efectos a largo plazo, indirectos y acumulativos, efectos de información y percepción del entorno, a aquellos factores que crean espacios públicos y a la existencia de una opinión que se hace fuertemente deudora del poder de los medios y que traspasa la barrera de los tradicionales públicos para convertirse en rótulos de referencia o de orientación* <sup>45</sup>.

En esta medida, los medios ya no son vistos como instrumentos para convencer o demostrar algo. El poder

de los medios se articula en la difusión masiva y control de la información, para cambiar el entorno y crear climas de opinión que con el tiempo tendrán efectos ligados a la intención del comunicador. De esta manera, los líderes de opinión, los grupos de presión, las instituciones y los medios de comunicación, se constituyen como los referentes principales para formar opiniones públicas.

Bajo esta perspectiva, se valoriza y rehabilita aún más la dimensión pública de los medios, situados como agentes co-formadores de opinión pública y de identidades políticas<sup>46</sup>. Los medios no solamente son la fuente de referencia para acceder a la información, además se convierten en el espacio público por excelencia (aquel lugar real, imaginario, simbólico) para que esas “opiniones públicas” se expresen. Espacio donde fluyen mensajes, opiniones e intereses, en un diálogo público o espacio público informativo <sup>47</sup>. Es este espacio un lugar de confrontación y conflicto, en el que la opinión pública se vuelve dinámica, heterogénea, cambiante y diferenciada en una variedad de temas de interés público.

En este orden de ideas, valdría la pena preguntarse ¿Cómo el tratamiento que los medios le han dado al tema de la *parapolítica* ha incidi-

44. *Ibíd.*, p.229

45. *Ibíd.*, p. 246

46. Bejarano, Ana María y Dávila, Andres (comps.), (1998), *Elecciones y democracia en Colombia 1997-1998*. Bogotá, Universidad de los Andes, p.436

47. Monzón (1992), *Op. Cit.*, p.262

do en la opinión pública? Y ¿Cómo ha afectado la percepción ciudadana respecto a las instituciones públicas y sus gobernantes?

El tratamiento informativo que los medios de comunicación en Colombia han desarrollado al denunciar los nexos entre paramilitares y clase política, su infiltración en el Estado y la convivencia entre la legalidad y la ilegalidad, ha afectado negativamente, pero de forma variada y diferenciada, la credibilidad ciudadana frente a las instituciones públicas y a la figura presidencial.

Entre las teorías que podrían explicarnos la incidencia de la parapolítica en la opinión pública colombiana encontramos la canalización de la agenda, el “*time-frame*” o secuencia temporal<sup>48</sup>.

No obstante, para evaluar la influencia de la mediatización de la parapolítica en la opinión pública colombiana (en el mediano plazo), vamos a abordarla en tres variables fundamentales. 1) La percepción de la opinión pública frente a la situación del país, 2) las temáticas o problemáticas que la opinión pública considera de significativa importancia, y 3) la percepción de la opinión pública frente a las instituciones entendiendo estas, como la rama legislativa, ejecutiva y judicial.

## 2.1 La canalización de la agenda

La agenda-“*setting*”, mencionada anteriormente, hace alusión a todo un proceso de jerarquización de temas presentados por los medios. En esta medida, la canalización periodística es entendida como la mención y tratamiento de unos temas, pero además el grado de importancia aludido por el público, es decir, *el grado de identificación entre la agenda periodística y la agenda del público*<sup>49</sup>.

Alrededor del escándalo de la parapolítica encontramos dos modos de canalización periodística. En primer lugar, está el *filtro básico entre conocimiento/secreto* (Awareness model). Este caso se produce *cuando las audiencias sólo pueden conocer un tema si aparece en los medios y sin existencia pública en caso de no ser cubierto por los medios*<sup>50</sup>. Este filtro básico es el modo más elemental de canalización, entendiendo que en una sociedad mediatizada, lo que no aparece en los medios no es de conocimiento público. En el caso de la parapolítica, cobra enorme importancia el hecho de que los medios no solamente visibilizaron los nexos entre políticos y paramilitares entre las audiencias. Adicionalmente impulsaron el debate bajo nuevas fuentes e indagaciones (periodistas como Claudia

48. Dader, José Luis. Citado en Muñoz, Alejandro (1992). Opinión pública y comunicación política. Madrid, Eudema.

49. Dader, José Luis. *Ibíd.*, p.300

50. *Ibíd.*, p.304

López y Gustavo Dúncan) generando una situación de denuncia pública que estimuló las investigaciones y los fallos de la rama judicial, en el caso de la Corte Suprema y la Fiscalía.

En segundo lugar, está la función de articulación de pre-opiniones e informes. A diferencia del filtro básico donde la información que aparece en los medios es transmitida directamente a las audiencias, en la función de articulación de pre-opiniones e informes, la transmisión de la información no es directa o automática, sino que depende, en buena medida, de los intereses, motivaciones, valores, experiencias, grupo social, filiación partidista, etc., de las audiencias<sup>51</sup>.

Dentro de esta visión, las personas adecuan lo que ven, leen y escuchan utilizando las palabras y las expresiones que suministran los medios, para defender sus posiciones. Sin embargo, desechan, a menudo, aquella información que se contraponen a sus puntos de vista (enlazado con la teoría de usos y gratificaciones).

Si la comunicación política es entonces una relación transaccional, o de doble vía entre los medios y las audiencias, no podemos afirmar que la relación entre los medios y la sociedad colombiana es de sumisión o de confrontación. El mayor aporte de los modelos anteriores, es que nos permiten comprender que las personas asimilan la información de forma

parcializada, y en ocasiones, de manera bastante ambigua.

Por ejemplo, sabemos ya del increíble poder de la imagen en los medios televisivos, cualidad que los ha constituido como verdaderos puentes *masivos* de información (aunque en países como Colombia la radio aún mantiene una importante parcela de influencia). Los dos grandes canales de televisión privada nacional poseen sus sedes principales en la capital, en el interior del país. Pero esto no significa que su relación con las audiencias no varíe. Por el contrario, la influencia de estos dos medios televisivos, que suministran la misma información a nivel nacional, tiene su efecto variado entre las distintas regiones y ciudades del país, entre los distintos grupos y clases sociales, entre personas con distintas filiaciones partidistas, etc.

## 2.2 El “time-frame” o secuencia temporal

Si los anteriores modos de canalización posibilitaron el grado de importancia aludido por la opinión pública colombiana frente a la parapolítica, sin duda alguna, el “*time frame*” también tuvo mucho que ver en el efecto sobre las audiencias.

El “*time frame*” o secuencia temporal es entendida como el *período durante el cual se gesta y consolida la formación de una agenda temáti-*

51. *Ibíd.*, p.305

ca<sup>52</sup>. Es decir, es el período en el que la información se consolida dentro de la “agenda setting” de los medios, hasta que haya perdido vigencia e interés, no solamente entre estos, sino también entre las instituciones y la agenda pública.

Al respecto José Luis Dader resalta:

*(...) ¿Cuál es el tiempo óptimo de influencia en la agenda pública desde la agenda de los medios? ¿Cuánto puede durar la coincidencia entre ambos universos de percepción temática?*

*Este tipo de preguntas puede tener respuestas precisas en ciencias exactas, pero es imposible que obtenga resultados invariables en ciencias sociales, donde la incertidumbre es, por naturaleza del objeto estudiado, reducible pero no eliminable (...)*<sup>53</sup>

Sin embargo, las investigaciones sobre secuencia temporal han permitido establecer ciertos criterios de clasificación conceptual, para el análisis de la influencia de una agenda temática en la opinión pública. Los criterios que pueden ejemplificar el posicionamiento del tema de la parapolítica son:

a) *Marco temporal global sometido al análisis (time-frame)*<sup>54</sup>: el tema de la parapolítica aún mantiene relevancia en la agenda temática de los medios, así como en la agenda pública e institucional. Noviembre de 2006 fue el mes del boom periodístico, período en el cuál la agenda temática de los medios radiales, televisivos y prensa se orientó hacia este acontecimiento.

b) *Retraso o intervalo entre la aparición de una y otra agenda (time-lag)*<sup>55</sup>: Por ejemplo, las primeras menciones sobre la infiltración del paramilitarismo en el DAS fueron desarrolladas en el mes de abril del 2006 por la revista Semana. Sin embargo, el bombardeo periodístico sólo se gestó seis meses después, cuando la Corte Suprema ordenó la detención de algunos congresistas e inició investigaciones rigurosas frente a presuntos vínculos con paramilitares.

c) *Duración temporal del tema en la agenda de los medios*<sup>56</sup>: la duración del tema de la parapolítica en los medios se mantiene, claro está, de for-

52. *Ibíd.*, p.305

53. *Ibíd.*

54. *Ibíd.*, p.306

55. *Ibíd.*, p.306

56. *Ibíd.*

ma variada y diferenciada. Para los medios televisivos el tema ha perdido continuidad, mientras que para los medios impresos, específicamente *Semana*, *El Tiempo* y *el Espectador*, ha cobrado mayor relevancia debido a las pasadas elecciones regionales de octubre.

d) *Duración de las agendas institucionales y/o públicas*<sup>57</sup>: como lo vimos en el apartado anterior, son muchos los desafíos impuestos por el escándalo de la parapolítica a la agenda institucional, lo que hace innegable que la vigencia e importancia del tema se mantenga entre las tres ramas del poder público, lo cual trasciende además, al interés de la opinión pública.

e) *Período óptimo del efecto- influencia o convergencia de una agenda con otra u otras agendas*<sup>58</sup>: la asociación de las agendas (de medios, institucional y pública) se hace visible en las pasadas elecciones de octubre. El impacto de la parapolítica se tradujo en mayores esfuerzos de las instituciones públicas por garantizar elecciones transparentes y seguras, claro está, debido a las progresivas veedurías ciudadanas (observa-

torios electorales) y la mirada atenta de los medios de comunicación.

No obstante, la importancia de la noticia de la parapolítica, especialmente para los medios de comunicación, cobra mayor preponderancia situándonos en el período en el que se desarrolló dicha mediatización. Sin duda, el impacto fue contundente, pues se desplegó justo en la coyuntura política de la reelección presidencial y la fuerte competencia del presidente candidato – de mayor favorabilidad ciudadana en los últimos años –, con otros aspirantes de oposición. Las presidenciales ponían en juego la posible continuidad de un gobierno exitoso en términos de percepción ciudadana, en contraposición, con un escándalo descomunal de corrupción justamente protagonizado por adeptos e integrantes de este mismo gobierno.

Ejemplo de lo anterior, es la encuesta nacional de *Semana*, RCNTV, RCN Radio y la F.M. realizada por Napoleón Franco, y publicada por *Semana* en enero 30 de 2007. En efecto, la encuesta se desarrolló como un sondeo de opinión frente a las elecciones presidenciales, y la intención del voto ciudadano. Sin embargo, la preocupación frente a la parapolítica fue de interés para las encuestas de opinión del momento y por supuesto

57. *Ibid.*

58. *Ibid.*

para los medios de comunicación. A las preguntas *¿En qué lista cree que hay paras?* El 16% de los encuestados respondió que había mayor infiltración de los paramilitares en el Partido de la U (partido del presidente) y un 12% afirmó que en el Partido Liberal (partido de oposición).

Seguidamente, *¿Supo de las denuncias sobre los paras en las listas al Congreso?* El 58% desconocía aún la noticia, frente a un 42% que respondió positivamente. Por último, *¿Dejaría de votar por un partido si cree que tiene paras en sus listas?* El 80% de los encuestados no toleró la parapolítica, frente a un 20% que respondió que no cambiaría su intención de voto <sup>59</sup>.

### 2.3 Efectos modificadores de la influencia de la canalización

Si bien existen factores que influyen la opinión pública respecto a la agenda temática de los medios, también hay cierta diversidad de elementos que matizan, condicionan o rectifican dicha influencia de canalización. Para el caso de la parapolítica, son de suma importancia considerar:

a) *Duración y abanico de la exposición a un asunto de actualidad*<sup>60</sup>.

Si bien la parapolítica es un tema reciente, la audiencia ha leído, visto y oído en diferentes medios y de manera reiterada sobre el tema. El hecho de que la parapolítica no haya sido un tema efímero con cubrimiento esporádico hace que, precisamente, tenga un efecto más esperable en la opinión pública.

b) *Grado de susceptibilidad del receptor y proximidad geográfica del tema* <sup>61</sup>. Dicho grado dependerá a su vez del mayor o menor partidismo o prejuicio del receptor respecto al tema tal como lo señala el modelo de usos y gratificaciones. A la pregunta *¿Votaría usted por al menos uno de los políticos cuestionados?* Según la encuesta sobre parapolítica, saltan a la vista las distintas percepciones entre las ciudades de la Costa y las del interior del país. Barranquilla, por ejemplo, sería la ciudad que más castigaría electoralmente a la parapolítica con un 3%. Mientras que Valledupar y Santa Marta también de la Costa, serían las más tolerantes, con un 42% y 30% respectivamente <sup>62</sup>.

Este es solo un ejemplo del efecto variado de los medios en las audiencias, teniendo en cuenta que una gran mayoría de casos de parapolítica provienen la Costa Atlántica. Llama la

59. Encuesta de Napoleón Franco & Cía (2007, 30 de enero, 20 de marzo). Encomendada por la revista SEMANA, RCN Radio Cadena Básica, la FM de RCN radio y RCN Televisión, en revista SEMANA.

60. Dader, José Luis citado en Muñoz (1992). Op. Cit., p.307

61. Ibíd.

62. Encuesta de Napoleón Franco & Cía (2007, 30 de enero, 20 de marzo). Encomendada por la revista SEMANA, RCN Radio Cadena Básica, la FM de RCN radio y RCN Televisión, en revista SEMANA.

atención que la proximidad geográfica resuelva dicha tendencia hacia dos polos significativamente opuestos. De tres ciudades de la costa, dos son tolerantes con los paras y una es particularmente intolerable, incluso superando a ciudades como Medellín con 5%, Cali 8% y Bogotá con 12%<sup>63</sup>.

c) *Situación de homogeneidad o diversidad en las agendas de los diversos medios* <sup>64</sup>. Si hay algo característico en los medios de comunicación es la homogenización de las agendas, más aún, si se trata de la cobertura de una chiva periodística. La parapolítica es un tema profundamente sensible, por lo que el efecto hacia las audiencias suele ser mayor cuando los diversos medios concentran su agenda temática en este mismo acontecimiento.

d) *Credibilidad de la fuente* <sup>65</sup>. Este es uno de los efectos modificadores más importantes en el caso colombiano. Los medios de comunicación del país gozan de una importantísima credibilidad en la opinión pública. En la encuesta Gallup Poll de octubre de 2006, el 75% de los encuestados tuvieron una opinión favorable sobre los medios de comunicación, siendo estos los primeros en

credibilidad, seguidos de las Fuerzas Militares. Ahora bien, el sondeo de Febrero de 2007, evidencia el reconocimiento del papel de los medios en el destape de la parapolítica. Significativamente, en cuatro meses, la favorabilidad de los medios aumentó seis puntos, posicionándose con un privilegiado 81% de credibilidad ciudadana.

e) *La naturaleza o tipo de los temas difundidos* <sup>66</sup>. La parapolítica por ser un *tema-crisis*, es decir, un suceso dramático, no cotidiano a los ojos de los espectadores y que pone de relieve un problema que amenaza la democracia y el Estado Social de Derecho, constituye el foco y la atención de las audiencias. Los temas crisis, son los sucesos de mayor canalización periodística, por supuesto, por la ampliación inmediata y espectacular en los medios.

#### **2.4 Algunos datos de percepción ciudadana respecto a las instituciones públicas**

En el plano de las instituciones, el escándalo afectó notoriamente la imagen del Congreso. Según la encuesta Gallup de febrero de 2007, un significativo 53% tiene una opinión negativa de la institución, frente a

63. Encuesta de Napoleón Franco & Cía (2007, 5 de Mayo). Encomendada por la revista SEMANA, RCN Radio Cadena Básica, la FM de RCN radio y RCN Televisión, en revista SEMANA, la gran encuesta de la parapolítica.

64. Dader, citado en Muñoz, (1992), Op. Cit. p.309

65. *Ibid.*

66. *Ibid.*

un 36% de percepción favorable. La encuesta sobre parapolítica, contratada por Semana con la firma Napoleón Franco y compañía, de mayo de 2007, corrobora el resultado anterior. El 58% de los encuestados tiene una imagen desfavorable del legislativo.

No obstante, a pesar de que el escándalo ha salpicado la percepción de los ciudadanos frente al Congreso, no parece haber tocado la figura presidencial. Un revelador 72% de los colombianos en las cuatro principales ciudades aprueba su gestión y un 65% tiene una opinión favorable. En la encuesta de Semana este resultado asciende a un 75% de favorabilidad<sup>67</sup>.

Es más, a la pregunta ¿El presidente ha hecho todo lo que ha podido para solucionar los vínculos entre paras y políticos? Un 58% de los colombianos piensa que el ejecutivo sí ha hecho todo lo necesario para buscar una solución al fenómeno de la parapolítica, frente a un 29% contrario. Sin embargo, este resultado no parece coincidir con la rama judicial. En el caso de la Corte Suprema de Justicia esta cifra cae a un 33% frente a un 40% que afirma que la Corte no ha hecho todos los esfuerzos necesarios. La Fiscalía tampoco sale bien librada. Un 31% piensa que ha hecho lo posible frente a un 41% contrario<sup>68</sup>.

En el plano de los partidos políticos, el 48% de los encuestados tiene una opinión desfavorable del Polo Democrático Alternativo, seguido del Partido Liberal con 43% y de los partidos uribistas con 40%, respectivamente. El senador Gustavo Petro – quien lideró los debates de la oposición frente a los nexos entre paramilitares y la clase dirigente – tiene una imagen bastante negativa, el 54% de los encuestados tiene una opinión desfavorable del legislador<sup>69</sup>.

Estos resultados plantean una incongruencia. Mientras que la percepción favorable del presidente Uribe sigue batiendo en las encuestas y sondeos por el evidente respaldo ciudadano de su mandato, la rama legislativa y judicial se han visto perjudicadas en términos de credibilidad ciudadana. Evidentemente, la influencia mediática ha tenido efectos variados y diferenciados entre las audiencias.

### 3. La personalización de la política y de la información

Si bien, el presidente ha mantenido su buena imagen a pesar del escándalo de la parapolítica, esto no parece coincidir con las otras ramas del poder público. Según las últimas encuestas, la parapolítica ha afectado a las ramas legislativa y judicial en

67. Encuesta de Napoleón Franco & Cía (2007, 5 de Mayo) Op. Cit.

68. *Ibíd.*

69. *Ibíd.*

cuanto a credibilidad ciudadana se refiere. Pero, si la información se ha desplegado hacia un mismo hecho de corrupción ¿Por qué este efecto de percepción tan variado en las ramas del poder público?

Podrían ser múltiples las razones por las cuales el presidente Álvaro Uribe Vélez ha mantenido el *control* en términos de imagen y percepción de la opinión pública. Pese al despliegue periodístico de la parapolítica, el escándalo no parece haber hecho mella en el 70% de favorabilidad ciudadana que respalda a Uribe. Número mágico de su primera y segunda administración.

No obstante, abordaremos la pregunta anterior desde la teoría de la personalización de la política y de la información, analizándola desde algunos aspectos de la estrategia de comunicación de Uribe, que sin duda, ha tenido mucho que ver en el famoso *teflón* presidencial.

### 3.1 La “vedettización” de los políticos

La personalización o identificación del poder con quien lo encarna ha sido un camino seguro hacia la eficacia popular. Este liderazgo personalista, siempre ha estado ahí, presente en la historia, como una tentación constante de todo régimen

político, todo ejercicio de poder, todo gobernante.

¿Por qué recurrir a la personalización política? *El resorte fundamental que mueve a algunos hombres a ocuparse de los asuntos públicos es la vanidad (...) el agrado por ser aclamado y reconocido por los demás*<sup>70</sup>. Dader afirma que la personalización sustrae a la argumentación, a la discusión racional. En contraposición, se reduce la política a la anécdota y a la simbolización, identificando cualquier hecho político con una cultivada imagen personal<sup>71</sup>.

La personalización no ha sido novedad en la política. Sin embargo, se podría identificar el siglo XX, como el período en que se ha desarrollado progresivamente una intensificación radical de la personalización política, *favorecida por las características intrínsecas de los medios audiovisuales de comunicación*: Una hiperpersonalización, como la cataloga Dader<sup>72</sup>.

La fascinación por la personalización no es exclusiva de los líderes políticos. A menudo es buscada y fomentada por los mismos ciudadanos. La opinión pública tiende a buscar unos referentes y símbolos para abstraer la complejidad de la realidad misma. Continuamente se trata de explicar cualquier hecho reduciéndolo a lo que dicen sus protagonistas<sup>73</sup>.

70. Hume, citado en Muñoz (1992), Op. Cit.

71. Dader, citado en Muñoz (1992), Op. Cit. p.352-353

72. *Ibid.*, p.352

73. *Ibid.*, p.353

Teniendo en cuenta que la comunicación está cada vez más enfocada hacia el entretenimiento (estrategia para cautivar a las audiencias), cobra mayor relevancia el liderazgo carismático, que parece tener un campo abonado en los medios y en la ciudadanía.

Cada vez más, los políticos construyen toda una imagen personal ante los medios que es consumida por las audiencias (cualquier detalle es importante, desde la ropa que usa el político, hasta sus experiencias más personales). El representante político es ahora un *líder electrónico*, claro está, por la inequivalencia entre su personalidad real y la personalidad representada ante los medios <sup>74</sup>.

La abundante personalización de la información, específicamente para el caso del presidente Uribe Vélez, constituye un factor fundamental en la percepción de la ciudadanía. Muchos temas sensibles para el Gobierno, han sido superados en términos de la imagen por el arrasador poder carismático del presidente, lo cual hace que muchos de los analistas políticos recurran al efecto teflón <sup>75</sup>, para caracterizar la capacidad del

presidente de ponerse a salvo frente a situaciones desventajosas.

La revista *Semana*, por ejemplo, inició los debates en torno a esta particular característica del efecto teflón en el gobierno Uribe, que para la mayoría de analistas esta sustentado en la capacidad carismática del presidente <sup>76</sup>, en la contundencia de su estrategia de comunicación, pero además, con mayor relevancia aún, en la construcción mental de una imagen colectiva de alta favorabilidad al presidente. En este sentido, hay una tendencia generalizada a exonerar al mandatario de situaciones que ponen en entredicho su gestión, direccionando las responsabilidades a subalternos o colaboradores más cercanos.

Básicamente analizaremos la personalización de la información presidencial desde tres categorías de análisis planteadas por Frank Marinkowski <sup>77</sup>.

La primera, es la representación de instituciones y hechos abstractos mediante actores individuales, lo que permite la simbolización de la complejidad política en personas concretas <sup>78</sup>.

El informe especial de la revista *Semana* del 2003, titulado *¿Quién*

74. Dader, citado en Muñoz, (1992), Op. Cit. p.364

75. Forero, Álvaro. (2007, 20 de enero), "Teflón", en *El Espectador* [en línea], disponible en: <http://www.elespectador.com/elespectador/Secciones/Detalles.aspx?idNoticia=4682&idSeccion=92> recuperado: 10 de abril de 2007.

76. *El País* (2007, 24 de junio), "Rumores que presionan a Uribe", Cali, p.B4

77. Marcinko, Frank y Greger, Volker (2002). "La personalización de la comunicación política en la televisión: ¿Un resultado de la americanización?" En Priess, Frank. (edit), *Relación entre política y medios: propuestas alemanas en una perspectiva comparada*, Argentina, s.e, p. 261

78. *Ibid.*

moja prensa en los medios?, muestra un estudio del Laboratorio de Medios sobre el índice de presencia mediática (IPM) entre los meses julio y agosto. En el consolidado de estos dos meses, el presidente Uribe fue el personaje que, de lejos, tuvo el mayor volumen de registros en los medios (medidos en términos de centímetros y segundos), con un asombroso 50% del total. En segundo lugar, se encontró el piloto Juan Pablo Montoya con un 10% del volumen del registro <sup>79</sup>.

Si de términos de volumen y presencia se trata, sin duda este dato esclarece la posición privilegiada de la que ha gozado el primer mandatario y que cumple la primera de las condiciones de Marinkowski sobre personalización en la información. Pues, situarse en el primer puesto de cubrimiento informativo evidencia la importancia del ejecutivo y, desde luego, nos orienta hacia la forma como se ha venido llevando la estrategia comunicativa del presidente. Mantenerse siempre vigente en los medios.

La segunda categoría, tiene que ver con las formas de representación que además de las cualidades políticas de los representantes incluye sus características y circunstancias personales, lo que comúnmente se denomina privatización <sup>80</sup>.

En este aspecto en particular cobran relevancia todas las cualidades personales y carismáticas del presidente. De esta manera, la estrategia de comunicación del ejecutivo se consolida mediante la necesidad de diferenciarse y particularizarse frente a sus contrincantes políticos. Desde la representación de un padre conservador (antioqueño), hábil para el negocio agropecuario, el asesinato de su padre a manos de las FARC – que lo convierte en una víctima más del conflicto –, hasta la promoción de una personalidad tradicionalista, líder, trabajador, tenaz, se busca proyectar una imagen favorable, pero sobre todo, acorde con los intereses políticos del país.

Pero sobre todo, el éxito en materia de favorabilidad ciudadana radica en una forma de comunicación directa y fragmentada. Para ello, el presidente recurre a nuevos medios de información gubernamental como los consejos comunitarios. Estas *arenas de información o conjunto de dispositivos, fórmulas, reglas y estrategias que definen las situaciones de interacción en las que pueden confrontarse, difundirse públicamente y evaluarse los discursos de los actores políticos* <sup>81</sup>, son escenarios en donde la figura es el presidente, y hacen posible que

79. Revista Semana (2003, 6-13 de octubre) “¿Quién moja prensa en Colombia?” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 8 de julio de 2007.

80. Marcinko, Frank y Greger, Volker (2002). Op. Cit.

81. Gosselin, André. (1998) “Introducción a la comunicación política”, en Gauthier, Gilles; Gosselin, André y Jean Mouchon (comps.), Comunicación y política, Barcelona, Gedisa, p.10

los ciudadanos dialoguen y expresen sus inconformidades directamente con el ejecutivo, a través de un diálogo recíproco y multidireccional.

Este mecanismo que permite aumentar los niveles de participación local, segmentar la información gubernamental a un público específico (Izurieta, 2002, p. 48), y por último y, no menos importante, aumentar la credibilidad ciudadana, promoviendo la sensación de que las cosas van por buen camino, pues el presidente pone la cara y reprende a las instituciones ineficientes, claro está, todo bajo las reglas del juego de Uribe.

En cuanto al uso de medios tradicionales, como se había mencionado en el capítulo anterior, Uribe privilegia el medio radial por su nula edición. Además de llegar a una audiencia local y concreta, permite un acompañamiento casi rutinario en las horas de la mañana.

Sin embargo, la televisión también hace parte de su parcela de influencia. El presidente ve en este medio el potencial para comunicarse en masa, para promover de manera más directa todos esos valores que lo caracterizan mediante el poder de la imagen y de la representación simbólica. La comunicación gubernamental se diversifica entre medios y públicos diferenciados.

Según los resultados del Laboratorio de Medios, el periódico El

Tiempo, con 4.754 registros, es el medio que más cubre al presidente Uribe. Le sigue el Canal RCN con 4.170. Con un cubrimiento de 2.486 y 2.014 le siguen los diarios regionales de Antioquia y Barranquilla, El Colombiano y El Heraldó. Por último, se encuentra la FM radio, también de RCN, con 2.112 registros.

Pero cubrimiento no significa necesariamente buena imagen. De los doce medios de comunicación que más cubren al presidente, en dos de ellos Uribe no tiene una imagen favorable, cuando se combinan la cantidad de noticias negativas y positivas transmitidas por los medios. El primero es Semana, con un -0.6, seguido, como resultado interesante, del periódico El Tiempo (que es el de mayor cubrimiento) con un 0.6. Entre los medios que mayor favorabilidad promueven ante las audiencias se encuentran, La FM con un sorprendente 15.5, seguido de La República con un 7.3 (nótese que la cifra cae casi a la mitad), el Canal Caracol con un 6.3, El Colombiano con un 5.3 y el canal RCN con un 4.7<sup>82</sup>.

En términos generales, los resultados muestran que el presidente tiene una imagen favorable en la mayoría de los medios que más lo cubren, además que evidencian, claramente, la segmentación de públicos entre medios regionales y nacionales para

---

82. *Revista Semana* (2003, 6-13 de octubre), Op. Cit.

fortalecer la comunicación gubernamental.

Por último, la tercera categoría es la función representativa limitada a un círculo de personas que se reiteran. Esta categoría también catalogada como de jerarquización muestra cómo la representación publicitaria de la política queda restringida a un círculo de personalidades y temáticas que se repiten constantemente <sup>83</sup>.

Por ejemplo, anteriormente habíamos abordado el control en la agenda temática de los medios por parte del ejecutivo. Los datos del Laboratorio de Medios ratifican esta constante antes de la irrupción de la parapolítica como tema de interés público. Según los resultados, los temas de política y orden público concentran el 76% de la información pública. Siendo las noticias (43%) y las referencias (23%) las formas en las que más aparecen los personajes públicos <sup>84</sup>.

Dentro de los consentidos de los medios en temas de gobierno se encuentran, Lina Moreno de Uribe (esposa del presidente), Francisco Santos (Vicepresidente), Martha Lucía Ramírez (en ese entonces Ministra de Defensa) y Carolina Barco (en ese momento Ministra de Relaciones Exteriores). Escuderos del presidente Uribe.

La personalización de la información gubernamental, condensada en la figura presidencial, puede ser un factor determinante en los altísimos niveles de favorabilidad del ejecutivo a pesar del escándalo de la parapolítica. Sin duda, la coherencia y sincronía del plan de Gobierno vinculado a la estrategia de comunicación <sup>85</sup>, de manera lógica, coherente y clara explicarían la maniobrabilidad de Uribe en los momentos particularmente sensibles para el Gobierno.

Por el contrario, la rama legislativa y judicial, son instituciones con niveles más bajos de personalización política e informativa con respecto a la rama ejecutiva. Resultado de lo anterior, lo ejemplifica la disminución en términos de credibilidad ciudadana debido al escándalo de la parapolítica. Este efecto tan variado de percepción, en el que el mayor costo de la responsabilidad política ha recaído en estas dos ramas, puede ser resultado de los actos comunicativos del presidente. Pues, más allá de la transmisión de una información, terminan cumpliendo una función persuasiva frente a las audiencias. El poder personalizado de la imagen y de la información, en este caso, se cumple.

83. Marcinko, Frank y Greger, Volker (2002). Op. Cit, p. 261

84. Revista Semana (2003, 6-13 de octubre), Op. Cit.

85. Izurieta, Roberto (2002) Estrategias de comunicación para gobiernos, Buenos Aires, La Crujía Ediciones, p.44

#### 4. Efectos de los medios de comunicación sobre la opinión pública

Como se mencionó anteriormente, para el estudio de los efectos de los medios de comunicación en las audiencias, es necesario prestar mayor atención a los efectos indirectos, cognitivos, acumulativos, a largo plazo y sobre el clima de opinión. Estos, definitivamente, tienen mayor influjo sobre la opinión pública. De allí, que los analistas reconozcan, que si bien el poder de los medios en términos de persuasión ha cambiado, ahora resulta mucho más importante reorientar la preocupación de los efectos de los medios hacia procesos sociales más complejos y globalizantes. Las formas de conciencia colectiva y construcción social de la realidad parecen, entonces, el foco y la preocupación actual de todos los investigadores de la comunicación <sup>86</sup>.

Si bien es importante entender cómo el escándalo de la parapolítica afectó la credibilidad de las instituciones públicas no es menos relevante establecer cómo ha sido la influencia de los medios de comunicación en la opinión pública, en términos de los efectos cognitivos, a largo plazo, acumulativos, y sobre el clima de opinión, efectos que parecen ser un verdadero baluarte de la comuni-

cación. Poder, capaz de quebrantar sistemas políticos, subir o bajar gobernantes y movilizar la ciudadanía. Esto está claro para la política actual, y como en el caso de la personalización, las estrategias de comunicación son piezas fundamentales para el éxito de cualquier tipo de gobierno. La información, hoy por hoy, es todo.

##### 4.1 Efectos cognitivos, acumulativos y el clima de opinión

Los efectos cognitivos son entendidos como la *complejidad de las atribuciones de los individuos acerca de los sucesos políticos* <sup>87</sup>, es decir, la influencia sobre el pensamiento y las opiniones de los individuos frente a temas de interés público. Ahora, los efectos acumulativos tienen relación con la capacidad de recordar, memorizar, identificar y asociar imágenes o información suministrada por los medios de manera rutinaria o espectacular.

Tanto los efectos cognitivos como de acumulación dependen de los intereses, necesidades, valores y creencias de los individuos que se exponen a los medios. Pues, según el modelo de usos y gratificaciones, las personas adecuan la información mediática, de acuerdo con sus motivaciones, utilizando las palabras de los medios para apoyar sus posicio-

86. Monzón, Cándido. (1992), *Opinión pública y comunicación política*, Madrid, Eudema, p. 245

87. Milburn, Michael (1994) *Persuasión y política: la psicología social de la opinión*, México, editorial Limusa, p. 205

nes y desechan lo que se contraponen a dichas opiniones. Pero además, aquellos que no tienen una posición definida a menudo enfrentan dos situaciones conflictivas: o subirse al carro del vencedor, mostrándose más seguros porque asumen la posición de quienes identifican como la mayoría, o, al perder terreno sus ideas, ocultarse en el silencio <sup>88</sup>.

Esta teoría es comúnmente denominada *la espiral del silencio*, y es muy importante para efecto de los medios, porque si algunos toman posición respecto a sus intereses personales, otros callan o se suman a las posiciones que asocian como mayoritarias. Bajo esta perspectiva, la opinión pública dista mucho de ser la suma de las distintas opiniones, heterogénea y crítica. Además, y con mayor importancia aún, la espiral del silencio es un aporte fundamental a lo que comúnmente llamamos *climas de opinión* <sup>89</sup>.

Según la teoría de la espiral del silencio, son muchos los mensajes que llegan al espacio público, algunos pasan a formar parte del clima de opinión, y si logran captar la atención de los receptores, los medios estarán contribuyendo de una manera sutil, indirecta, y a largo plazo a la formación de la opinión pública. La secuencia sería la siguiente:

Medios de comunicación-----espacio público informativo----clima de opinión-----opinión pública<sup>90</sup>.

La encuesta Gallup Poll de febrero de 2007, arrojó resultados sorprendentes a la hora de evaluar la influencia del tema de la parapolítica en la opinión pública colombiana. Los resultados más notorios muestran, en primer lugar, un leve aumento en el número de colombianos que piensa que el país va por mal camino, con un 38% empatado con un 39% que opina lo contrario. Hecho por el cual, el pesimismo frente al futuro del país no aumentó drásticamente, y podría leerse que a pesar de los sucesivos destapes de los nexos entre la legalidad-ilegalidad en la política nacional, esto no parece ser un tema relevante para la ciudadanía. Este resultado se corrobora con el hecho de que el tema de mayor importancia para la ciudadanía sigue siendo la economía con un 40%, seguido del orden público con un 35%, respectivamente. El tema de corrupción ni siquiera aparece en los datos de la encuesta <sup>91</sup>.

Sin embargo, a pesar de que el tema de corrupción no es de importancia para la opinión pública, los resultados de la encuesta sobre la parapolítica muestran que la opinión pública es severa con los parapolí-

88. Monzón, Cándido. (1992), Op. Cit., p.252

89. Ibid., p.273

90. Ibid., p. 276

91. Encuesta Gallupe Poll (2007, febrero) Bimestral

ticos. Un 78% de los encuestados afirma que es imperdonable que los políticos hayan pactado con los paramilitares. Sin embargo, un 25% toleran el paramilitarismo afirmando que se justifica en algunas circunstancias, y solo un 5% identificaron a los paramilitares como los principales responsables de la violencia en Colombia <sup>92</sup>. La ciudadanía ha elevado el nivel de condena en las instituciones públicas y los políticos que colaboraron con los paramilitares, pero no han elevado el nivel de condena a la violencia, y al hecho en sí mismo.

Estos resultados evidencian que a pesar de que el espacio público informativo estuvo saturado de información sobre parapolítica durante unos meses seguidos, que aún constituye un tema de relevancia para los medios, y que las audiencias conocían el tema, esto no significa que lo mismo suceda con las prioridades de la opinión pública. Para la ciudadanía el tema de mayor sensibilidad sigue siendo el económico, y en términos del futuro del país, las cifras se mantienen. Sin duda, los intereses y necesidades de la ciudadanía imperan a la hora de evaluar la situación del país.

Sin embargo, a pesar de que la parapolítica no constituye un tema relevante, la opinión pública castigó drásticamente la parapolítica como delito, incluso con mayor rigor que al mismo paramilitarismo. Este dato,

puede ser un ejemplo de la influencia del clima de opinión en la opinión pública nacional. Debido a la situación de denuncia pública estimulada por los medios, y toda la crítica relacionada con el tema, la opinión pública ha asumido una posición de rechazo contundente a la infiltración de un grupo criminal en la política colombiana. Lo curioso es que la condena no parece ser tan contundente para el grupo criminal.

Este resultado puede ser la combinación de dos hipótesis. Primero, que los políticos tienen mayor responsabilidad porque utilizaron las instituciones democráticas para fortalecer la ilegalidad y sus intereses personales, y segundo, que definitivamente el ambiente de cero tolerancia con los parapolíticos, impulsado por muchos de los medios, trascendió a la ciudadanía, pero no de la misma manera que hacia la condena al paramilitarismo, lo cual puede ser resultado de la coyuntura del país. En este momento, la parapolítica aparece como un fenómeno novedoso, de escándalo y conflicto, de repercusiones internacionales para el país. El paramilitarismo, es un tema que se ha constituido como rutinario dentro de la agenda temática de los medios y el imaginario de los ciudadanos.

---

92. Encuesta de Napoleón Franco & Cía (2007, 5 de Mayo), Op. Cit.

#### 4.2 Efecto a largo plazo: Una mirada a las pasadas elecciones regionales

Sin duda alguna, la preocupación más reciente del gobierno Uribe fueron las pasadas elecciones regionales de octubre. Todo el despliegue de seguridad y comunicación gubernamental, sumado a los enormes esfuerzos de la Registraduría Nacional del Estado Civil, entre ellos, la puesta en marcha de la Unidad de Reacción Inmediata URIEL para la transparencia electoral<sup>93</sup>, fueron estrategias que encubrían una sola preocupación de fondo. *La infiltración del paramilitarismo en los poderes regionales.*

Desde meses atrás, los medios de comunicación estaban alertando sobre los posibles fraudes electorales y la influencia paramilitar en los poderes regionales. Por ejemplo, en el compilado de los meses de septiembre y octubre, el 6.5% de los titulares del periódico El Tiempo estuvo dedicado exclusivamente al tema de la influencia paramilitar en las elecciones regionales (27 titulares). Este tema se comparó, en importancia con el del Acuerdo Humanitario, que contó con 4.11% de los titulares (17 titulares). Esta noticia copó la agenda de los medios debido a la participa-

ción de los presidentes de Venezuela y Francia<sup>94</sup>.

Los observatorios electorales fueron un síntoma más de la preocupación ciudadana. *La Misión de Observación Electoral de la sociedad civil*, MOE, recibió 81 denuncias de irregularidades administrativas y 77 de delitos electorales durante la jornada<sup>95</sup>. La opinión pública reclamaba elecciones limpias, transparentes y sobre todo, democráticas. A su vez, la rama judicial se encargó de ver con lupa el historial de los candidatos postulados, con el fin de evitar ser el bocadillo de los medios de comunicación.

La presión de los medios se tradujo en exigir transparencia en las pasadas elecciones regionales de octubre, especialmente por algunas indagaciones de la prensa en las que periodistas denunciaron como los parapolíticos seguían buscando el poder en departamentos como Córdoba, Magdalena, Sucre y Cesar a través de personas cercanas. Ejemplo de esto fue la invitación que a través de Radio Guatapurí hizo el pasado 6 de agosto de 2007 el ex senador Álvaro Araújo a los militantes de Alas-Equipo Colombia en el Cesar para que respaldaran la candidatura a la

93. Colombia, Procuraduría General de la Nación, (2007, 16 de mayo) "en marcha la unidad de reacción inmediata URIEL para la transparencia electoral" [en línea], disponible en: [http://www.procuraduria.gov.co/html/noticias\\_2007/noticias\\_173.html](http://www.procuraduria.gov.co/html/noticias_2007/noticias_173.html). recuperado: 3 de octubre de 2007

94. Ver: El Tiempo (2007, 1 de septiembre al 31 de octubre)

95. López, Claudia (2007, 29 de octubre) "Elecciones con resultados agridulces", Para la Bitácora Electoral de Semana.com, en: [semana.com](http://www.semana.com) [en línea] disponible en <http://www.semana.com>, recuperado: 3 de noviembre de 2007, p.1

Gobernación de Arturo Calderón Rivadeneira, indicio de que los intereses regionales y los poderes de facto seguían intactos <sup>96</sup>.

Dos resultados fueron importantes a la hora de evaluar la incidencia – en el mediano plazo– del posicionamiento del tema de la parapolítica en la opinión pública nacional. En primer lugar, lejos de que el escándalo afectara negativamente la participación ciudadana, el abstencionismo disminuyó. Resultado que demuestra que pese a que la imagen de las instituciones públicas se ha visto diezmada, las exigencias de unas elecciones más limpias activaron la participación ciudadana, evitando que esta situación de corrupción afectara la credibilidad del sistema político en general.

En segundo lugar, *las alianzas de los seis partidos más vinculados a la parapolítica perdieron las alcaldías de las ciudades capitales, pero ganaron más alcaldías municipales y sustituyeron unas gobernaciones por otras* <sup>97</sup>. Al parecer, los esfuerzos no fueron suficientes. Estas elecciones nos dejan un sabor amargo, el sabor del plomo de los fusiles paramilitares, que sigue operando sin Dios y sin ley en muchas zonas del país.

Ejemplo de esto es que los partidos más vinculados a la parapolítica *ganaron la gobernación de Antioquia y conservaron la de Magdalena, Córdoba y Sucre. La del Valle del Cauca quedó en manos de una alianza con caudalosa financiación de origen no plenamente establecido y alianzas políticas con Convergencia Ciudadana, que también ganó la gobernación de Amazonas* <sup>98</sup>.

Como si fuera poco, las colectividades relacionadas con parapolítica aumentaron su poder regional. Por ejemplo, *Convergencia Ciudadana, pasó de 21 alcaldías que había ganado en el 2003, a 72, [...], pasó de 7 diputados a 25. En el caso de Colombia Democrática, de Mario Uribe y Álvaro García, pasó de 35 a 34 alcaldías y bajó de 19 a 14 diputados. En cuanto al también polémico Apertura Liberal, aumentó su participación en el poder local de una manera sorpresiva e interesante: de 24 a 37 alcaldías y de 10 a 15 diputados* <sup>99</sup>.

El impacto del posicionamiento de la parapolítica en la agenda mediática tuvo un efecto positivo en la opinión pública nacional. Primero, aumentó la participación ciudadana y, segundo, permitió que las grandes ciudades capitales no cayeran en

96. El Tiempo, (2007, 8 de septiembre) "Presos por parapolítica se unen para las elecciones de Córdoba, Magdalena, Sucre y Cesar" [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 23 de septiembre de 2007.

97. López, Claudia (2007), Op. Cit., p.2

98. *Ibíd.*, p.3

99. El Tiempo (2007, 30 de octubre) "Metas electorales no fueron alcanzadas por ninguno de los partidos" [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 3 de noviembre de 2007.

manos de las alianzas clientelistas de la parapolítica, como lo demuestran los casos de *las gobernaciones del Atlántico, Cesar y Santander, y las alcaldías de Medellín, Santa Marta y Cartagena* <sup>100</sup>.

Sin embargo, las elecciones nos muestran claramente que los parapolíticos se reacomodaron, posicionando su poder en las alcaldías municipales. Sin duda, el poder paramilitar está fuertemente arraigado en las zonas donde la autoridad es manipulada y comprada, los ciudadanos son presos del temor y el clientelismo y las elecciones son solamente resultado de la amistad entre las AUC y grandes barones electorales.

### Conclusiones

La aparente contradicción o ambigüedad entre la condena que la opinión pública hace de la parapolítica y la alta favorabilidad que hoy presenta el ejecutivo se infiere gracias al poder de la personalización política y de la información, así como de la influencia de una estrategia de comunicación gubernamental personalizada e identificada en una imagen, diferenciada, coherente, clara y contundente ligada asiduamente al plan de gobierno del presidente Uribe.

Sin duda, los medios de comunicación actuaron como grupo de presión frente al escándalo de la pa-

rapolítica, básicamente porque canalizaron la atención de las audiencias, posicionando el tema dentro de su agenda temática. Si bien ésta es una función de información, motivada por las características propias de la noticia como generadora de conflicto y controversia, la importancia del papel de los medios en este caso particular, radica en que no solamente se logró posicionar el tema, sino que a su vez, afectó el clima de opinión y posteriormente la opinión pública nacional.

Ahora bien, el efecto esperado era influenciar la opinión pública nacional para que ésta incidiera en la agenda institucional y en las prioridades del gobierno. Sin embargo, debido a las características propias del escándalo, y sumado al momento trascendental para el gobierno Uribe, pues varios temas prioritarios para el ejecutivo estaban siendo revisados en Washington, el proceso de comunicación no necesitó impactar demasiado a la opinión pública para influenciar transversalmente las ramas del poder público.

Rápidamente, el impacto trascendió a la agenda institucional de las tres ramas del poder y, además, se tradujo en desconfianza de la Comunidad Internacional. La rama institucional que con mayor rapidez acogió el tema de la parapolítica dentro de

---

100. López, Claudia (2007), Op. Cit., p.3

su agenda fue sin duda, la legislativa. Dicha denuncia pública fue utilizada magistralmente por los sectores de oposición en el Congreso, que habían perdido peso político en la escena pública, pero que ahora encontraban el motivo perfecto y el espacio propicio para tumbar los temas de Gobierno, que hasta entonces habían dominado la agenda mediática y la agenda de las otras ramas del poder público. ¿Qué mejor razón para darle la espalda a un gobierno democrático, que la infiltración y complacencia de sus dirigentes con grupos criminales, ilegales, nutridos del narcotráfico?

Si el gobierno había mantenido cierta relación de influencia en los medios, siendo la figura presidencial la fuente consultada por excelencia, y aunque algunos medios se identificaran como independientes, lo cierto es que cubrían los temas vértice del plan de gobierno. Ahora el panorama había cambiado drásticamente.

El país había escuchado, visto y leído los mismos temas políticos, económicos y de seguridad durante todo un mandato presidencial. No obstante, la irrupción de la parapolítica significó, en buena medida, la pérdida del control informativo por parte del ejecutivo, la influencia de sectores de oposición, y otros actores políticos en los medios independientes, y la posibilidad de revertir el estado de sumisión de los medios. Ahora eran ellos quienes influían directamente en la agenda institucional, lo que les

permitía mantener la temática vigente, así como asegurarse audiencias y públicos atentos hacia el escándalo de corrupción.

El Gobierno no solamente perdió la agenda temática, sino que se complicó en otros temas primordiales como La Ley de Justicia y Paz, el TLC, y la Seguridad Democrática, ahora todos amarrados al tema de la parapolítica. En términos tácticos, fue la rama del poder que perdió mayor proactividad e iniciativa en asuntos públicos, hasta entonces, reconocida característica del gobierno Uribe. Aunque en términos de imagen, haya sido la rama del poder con mayor respaldo de la opinión pública.

El fenómeno de la parapolítica no solamente se constituye como un reto para la institucionalidad sino además, para disciplinas como la Ciencia Política y la Comunicación ya que evidencia nuevos fenómenos de análisis que requieren de procesos de investigación capaces de acercarse a esta nueva realidad de la política nacional, que afecta a la sociedad en su conjunto. En esta medida, es necesario comprender la complejidad misma del fenómeno, para buscar posibles soluciones y minimizar el deterioro del tejido social.

Ahora bien, si los teóricos de la comunicación centran su atención en los efectos a largo plazo sobre el sistema político, ¿Será que la parapolítica tocará las fibras de la opinión pública e influenciará el devenir de

la política nacional y la figura presidencial? Hasta ahora lo único seguro es que hay mucha tela por cortar en torno al destape de la parapolítica y, claro está, los medios – especialmente los impresos – seguirán indagando e investigando sobre el tema.

### Bibliografía

- Bejarano, Ana María y Dávila, Andres (comps.), (1998), Elecciones y democracia en Colombia 1997-1998. Bogotá, Universidad de los Andes
- Bernard C., Cohen (1963), *The Press and Foreign Policy*, New York, Princeton University Press.
- Charron, Jean (1998) “Los medios y las fuentes” en Gauthier, Gilles; Gosselin, André y Jean Mouchon (comps.), *Comunicación y política*, Barcelona, Gedisa.
- Colombia Hoy (2006, diciembre). “Cronología de la crisis parapolítica” [en línea], disponible en: <http://blog.colombiahoy.org/2006/12/09/cronologa-de-la-crisis-parapoltica.aspx>, recuperado: junio 6 de 2007.
- Colombia, Procuraduría General de la Nación, (2007, 16 de mayo) “En marcha la unidad de reacción inmediata URIEL para la transparencia electoral”, [en línea], disponible en: [http://www.procuraduria.gov.co/html/noticias\\_2007/noticias\\_173.html](http://www.procuraduria.gov.co/html/noticias_2007/noticias_173.html). recuperado: 3 de octubre de 2007
- El Espectador, (2007, 22 de febrero), “Capturado Jorge Noguera ex director del DAS” [en línea], disponible en: <http://www.elspectador.com/ElEspectador/Secciones/Detalles.aspx?idNoticia=3258&idSeccion=22>, recuperado: 7 de abril de 2007.
- El Tiempo (2007, 12 de abril) “Muerte de líder sindical de Indupalma aceptó el jefe paramilitar Juan Francisco Prada” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 28 de abril de 2007.
- \_\_\_\_\_ (2007, 17 de abril). “De calumnia califica el gobierno acusaciones de Gustavo Petro contra presidente Álvaro Uribe” [en línea], disponible en: <http://eltiempo.com>, recuperado: 20 de abril de 2007.
- \_\_\_\_\_ (2007, 18 de abril) “Corte Suprema no continuará con procesos de ex congresistas que renunciaron a su fuero” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 3 de mayo de 2007.

\_\_\_\_\_ (2007, 22 de abril)  
“Desplante de Al Gore anuncia graves repercusiones y es signo de que se avecinan tiempos difíciles” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 30 de abril de 2007

\_\_\_\_\_ (2007, 22 de abril)  
“Así ha sido ‘lobby’ del Polo en E.U. congresistas opositores hicieron 2 viajes en menos de un mes” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 30 de abril de 2007.

\_\_\_\_\_ (2007, 24 de abril)  
“Investigar posible espionaje a la oposición pide Partido Liberal tras declaraciones del Presidente” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 30 de abril de 2007.

\_\_\_\_\_ (2007, 17 de junio)  
“Termina una legislatura golpeada por la parapolítica, uno de los mayores escándalos del país” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 25 de junio de 2007.

\_\_\_\_\_ (2007, 23 de junio)  
“En dos años y tres meses quedará libre primer político condenado por escándalo de ‘parapolítica’” [en línea], disponible

en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 30 de junio de 2007.

\_\_\_\_\_ (2007, 11 de agosto)  
“Por fraude electoral en el 2002, llaman a juicio a tres senadores procesados por parapolítica” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 18 de agosto de 2007.

\_\_\_\_\_ (2007, 22 de agosto)  
“El ex senador Álvaro Araújo fue llamado a juicio por la Fiscalía” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 30 de agosto de 2007.

\_\_\_\_\_ (2007, 30 de agosto)  
“Computadores y celulares son los nuevos testigos clave en contra de ‘paras’, narcos y guerrilleros” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 3 de septiembre de 2007.

\_\_\_\_\_ (2007, 8 de septiembre)  
“Presos por parapolítica se unen para las elecciones de Córdoba, Magdalena, Sucre y Cesar” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 23 de septiembre de 2007.

- \_\_\_\_\_ (2007, 6 de octubre) “Así han sido los intentos de los congresistas detenidos por parapolítica de lograr beneficios” [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 20 de octubre de 2007.
- \_\_\_\_\_ (2007, 30 de octubre) “Metas electorales no fueron alcanzadas por ninguno de los partidos”, [en línea], disponible en: <http://www.eltiempo.com>, recuperado: 3 de noviembre de 2007.
- El País (2007, 24 de junio), “Rumores que presionan a Uribe”, Cali, p. B4
- Encuesta de Napoleón Franco & Cía (2007, 30 de enero, 20 de marzo). Encomendada por la revista Semana, RCN Radio Cadena Básica, la FM de RCN radio y RCN Televisión, en revista Semana.
- Encuesta de Napoleón Franco & Cía (2007, 5 de Mayo). Encomendada por la revista Semana, RCN Radio Cadena Básica, la FM de RCN radio y RCN Televisión, en revista Semana, la gran encuesta de la parapolítica.
- Encuesta Gallupe Poll (2006, octubre) Bimestral
- Encuesta Gallupe Poll (2007, febrero) Bimestral
- Fagen, R. R., (1966) *Politics and Communication*, Boston, Little Brown.
- Forero, Álvaro. (2007, 20 de enero), “Teflón”, en *El Espectador* [en línea], disponible en: <http://www.elespectador.com/elespectador/Secciones/Detalles.aspx?idNoticia=4682&idSeccion=92> recuperado: 10 de abril de 2007.
- Guerra, Asdrubal, (2007, 10 de octubre), “Ley de sedición no remediará problemas jurídicos de paramilitares desmovilizados”, en *La W Radio*, Julio Sánchez Cristo (dir) Cadena Radial Colombiana (Caracol) [en línea] disponible en: <http://www.wradio.com.co/nota.asp?id=488863>, recuperado: 15 octubre de 2007.
- \_\_\_\_\_ (2007, 11 de noviembre), “Procuraduría sanciona a ex director del DAS Jorge Noguera”, en *La W Radio*, Julio Sánchez Cristo (dir), Cadena Radial Colombiana (Caracol) [en línea] disponible en: <http://www.wradio.com.co/nota.asp?id=507619>, recuperado: 20 de noviembre de 2007.

- \_\_\_\_\_ (2007, 14 de noviembre), “Gobierno contrató para lobby a favor del TLC a empresa manejada por asesor de Hillary Clinton” en La W Radio, Julio Sánchez Cristo (dir) Cadena Radial Colombiana (Caracol) [en línea] disponible en: <http://www.wradio.com.co/nota.asp?id=506428> recuperado: 20 de noviembre de 2007
- Gosselin, André. (1998) “Introducción a la comunicación política”, en Gauthier, Gilles; Gosselin, André y Jean Mouchon (comps.), *Comunicación y política*, Barcelona, Gedisa.
- Izurieta, Roberto (2002) *Estrategias de comunicación para gobiernos*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones.
- “La FM”, (2007, 8 de octubre), “Eleonora Pineda aseguró que fue ella quien reunió a Mario Uribe con Salvatore Mancuso”, Vicky Dávila (dir), Cadena Nacional de Colombia (RCN), [en línea] disponible en: <http://www.lafm.com.co/seccion.php3?sc=37>, recuperado: 15 de octubre 2007
- López, Claudia (2007, 29 de octubre) “Elecciones con resultados agrídulces”, Para la Bitácora Electoral de Semana.com, [en línea] disponible en <http://www.semana.com>, recuperado: 3 de noviembre de 2007.
- Marcinko, Frank y Greger, Volker (2002). “La personalización de la comunicación política en la televisión: ¿Un resultado de la americanización?” En Priess, Frank. (edit), *Relación entre política y medios: propuestas alemanas en una perspectiva comparada*, Argentina, s.e
- Milburn, Michael (1994), *Persuasión y política: la psicología social de la opinión*, México, editorial Limusa.
- Monzón, Cándido. (1992), *Opinión pública y comunicación política*, Madrid, Eudema.
- Muñoz, Alejandro (1992). *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema.
- \_\_\_\_\_ (1989), *Política y nueva comunicación*, Madrid, Fundesco.
- Meadow, R. B., (1980) *Politics as Communication*, Norwood, Ablex.
- Noticiero RCN, TV (2007, 20 de enero) “Ex Congresista dice que ninguno fue obligado a firmar”, Álvaro García Jiménez (dir), [en línea] disponible en: <http://www.canalrcn.com/noti>

cias/?op=info&idS=742&idP=119&idC=26516, recuperado 12 de febrero de 2007.

Revista Semana (2003, 6-13 de octubre) “¿Quién moja prensa en Colombia?” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 8 de julio de 2007.

\_\_\_\_\_ (2003, julio-agosto) Laboratorio de Medios Informe especial de la revista Semana.

\_\_\_\_\_ (2007, abril 2-9) “¿impunidad en la parapolítica?” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 10 mayo de 2007.

\_\_\_\_\_ (2007, 17-24 de abril) “El fiscal tiene la palabra” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 5 de junio de 2007.

\_\_\_\_\_ (2007, 2 de junio) “¿Y la justicia qué?” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 25 de junio de 2007.

\_\_\_\_\_ (2007, 16 de junio) “Pasó el año” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 30 de junio de 2007.

\_\_\_\_\_ (2007, 14 de julio) “Acelerador a fondo” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 21 de julio de 2007.

\_\_\_\_\_ (2007, 28 de julio) “El lío de la sedición” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 3 agosto de 2007.

\_\_\_\_\_ (2007, 25 de agosto) “Golpe de Mano” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 2 de septiembre de 2007.

\_\_\_\_\_ (2007, 26 de septiembre) “La Corte Suprema llama a indagatoria por el caso de la parapolítica a Mario Uribe, el primo del Presidente” [en línea], disponible en: <http://www.semana.com>, recuperado: 1 de octubre de 2007.