

# páginas

Una revista de **FLIP** FUNDACIÓN PARA LA LIBERTAD DE PRENSA

PARA LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

## El presidente confinado

DUQUE MANTUVO UNA ESTRATEGIA DE AMIGO-ENEMIGO CON LA PRENSA, PRIMÓ LA DESCONFIANZA Y EL HERMETISMO

Pág. 08

## Pauta

MONITOREO DE LAS REDES, CONTRANARRATIVAS Y LA SIMULACIÓN DE UN CIBERATAQUE COMO ESTRATEGIAS DE CONTROL DEL DISCURSO

Pág. 38

## Entrevista

¿CUÁL FUE EL IMPACTO DE LA CONVOCATORIA FALLIDA DE 85 MIL MILLONES PARA APOYAR A MEDIOS AFECTADOS DURANTE LA PANDEMIA?

Pág. 42





Una iniciativa de:  
**FLIP** FUNDACIÓN PARA LA LIBERTAD DE PRENSA

emate no sal  
os minutos d  
n realmente s  
oportunista.  
**RESPUEST**  
ADRE ANGU  
, Venezuela)  
a, de la ciud  
ará a mi

ez que  
illo

En la FLIP comenzamos un programa de **educación mediática digital** para la defensa de la libertad de prensa y la apropiación del valor de la información veraz y relevante en los territorios.



FOTO: Camilo Rozo, El País

Durante su gobierno, el presidente Duque solo convocó a nueve ruedas de prensa y concedió menos de trescientas entrevistas a medios de comunicación.



FUNDACIÓN PARA LA LIBERTAD DE PRENSA (FLIP), 2022  
www.flip.org.co

©Licencia Creative Commons



Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

# páginas

PARA LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN



CUARTA EDICIÓN  
Agosto 2022  
Bogotá D.C.

EN PORTADA:  
Kevin Ruda  
[@kevinruda](#)

CONCEPTUALIZACIÓN	Jonathan Bock Ruiz María Paula Martínez Concha Daniel Chaparro Díaz Andrea Torres Perdomo Laura Merchán Calderón	EDICIÓN	Jonathan Bock Ruiz Andrea Torres Perdomo Daniel Chaparro Díaz María Paula Martínez
TEXTOS	Andrea Torres Perdomo Ángela María Agudelo Urrego Daniel Chaparro Díaz Jonathan Bock Ruiz Juan Pablo Madrid-Malo Raissa Carrillo Villamizar Viviana Yanguma Ayala	CORRECCIÓN DE ESTILO	Andrea Torres Perdomo Ángela María Agudelo Urrego Laura Alejandra López Pineda
INVESTIGADOR Y REDACTOR "EL PRESIDENTE CONFINADO: LA RELACIÓN DE DUQUE CON LA PRENSA"	César Paredes	GESTIÓN DE FOTOGRAFÍA	Gabriel Linares Sebastián Castañeda
ANALISTA INVITADA	Eugénie Richard	DISEÑO, DIAGRAMACIÓN Y APOYO GRÁFICO	Laura Merchán Calderón Luisa Burgos Marín
COLUMNISTA INVITADO	Juan Pablo Calvás	IMPRESIÓN	Espacio Creativo Impresores S.A.S.



Por Jonathan Bock, director ejecutivo de la Fundación para la Libertad de Prensa.  
FOTO: Sebastián Comba.

# La vanidad del presidente y el deterioro de la libertad de prensa

En este propósito de crear comunicaciones unidireccionales el programa Prevención y acción engranó de manera perfecta. Este espacio diario se prolongó durante más de un año y se transmitieron 404 horas. Si bien al comienzo estaba encaminado a explicar la pandemia del Covid-19 terminó convertido en un *show* donde Duque publicitaba las acciones de su gobierno, un monólogo de comunicación oficial que no dejaba ningún espacio para preguntas de periodistas, cuestionamientos de ciudadanos o voces de la oposición.

Al tiempo que engrosaban su propia máquina de comunicaciones, Duque y sus asesores etiquetaron como "negativos" a un amplio sector de la prensa y construyeron un muro inquebrantable que bloqueó a los medios que anticiparon como incómodos. Durante sus cuatro años, Duque dio nueve ruedas de prensa y realizó 272 entrevistas. Una de cada seis entrevistas se la concedió a *RCN*, radio y televisión. Diecinueve veces atendió a *Blu Radio*. Por el contrario, a *El Espectador* le concedió una sola entrevista y a *La Silla Vacía* ninguna.

Quizás uno de los hechos más bochornosos que dejó su desprecio hacia el sector fue el incumplimiento que le hizo a las y los propietarios de los medios, a quienes les había prometido un salvamento por 85 mil millones de pesos para aliviar los efectos generados por la pandemia. Después de seis meses de engorrosos trámites al que aplicaron más de trescientos medios, el gobierno canceló la ayuda sin entregar ninguna explicación.

Enfrascado en sus pretensiones, que oscilaban entre el control y la vanidad, Duque evadió sus obligaciones de protección a la prensa. En estos últimos años hubo un incremento de la violencia. Desde el 7 de agosto del 2018 hasta el 30 de junio del 2022 la FLIP documentó 628 amenazas contra medios y periodistas en todo el país, un aumento sustancial comparado con el cuatrienio anterior. También ocurrieron cinco asesinatos a periodistas por razones de su oficio, pero el gobierno no emprendió acciones contundentes para encontrar justicia. Sumado a todo esto, Duque fue indulgente con el episodio que se conoció en el 2020 sobre el espionaje contra la prensa.

Iván Duque empezó tímidamente alejándose de algunos medios a quienes quería cobrarles "el apoyo que le habían dado a la Paz de Santos". Con el paso de los años dejó su timidez, marcó condiciones hostiles para el periodismo que fue crítico con su gestión y su desprecio hacia la prensa se hizo evidente. ♦

Existen varias postales que permiten recordar cómo abordó Iván Duque a los y las periodistas. Displicente: la recordada frase "¿De qué me hablas, viejo?" para evitar la pregunta de un reportero de *El Herald* quien lo cuestionó sobre el bombardeo donde murieron menores de edad. Inverosímil: Duque se entrevistó a sí mismo durante los días más álgidos de las manifestaciones del 2021. Cínico: el presidente le sugirió al periodista Stephen Sackur de la *BBC* que estaba diciendo mentiras cuando realmente quien entregaba información falsa era Duque.

No se trata únicamente de anécdotas. El presidente implementó una estrategia lesiva contra la libertad de prensa que siguió los lineamientos entregados por sus asesores y que persiguió dos objetivos. El primero, construir una poderosa máquina de comunicaciones con el propósito de posicionar su propia versión de los hechos y, el segundo, segmentar al periodismo entre amigos y enemigos.

Para el primer objetivo Duque triplicó el equipo de comunicaciones de la Presidencia, que en el 2018, al cierre del gobierno de Santos, tenía contratadas a quince personas y que actualmente está integrado por 54. Adicional a esto, la Presidencia gastó más de 46 mil millones de recursos públicos en pauta oficial. La mayoría de los contratos tenía como objeto reforzar las narrativas sobre su gestión, figurar en medios internacionales y monitorear las redes sociales para identificar a quienes opinaban sobre su administración.

PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO: Juan Esteban Lewin · DIRECTOR EJECUTIVO: Jonathan Bock Ruiz  
SUBDIRECTORA: María Paula Martínez Concha · ASESOR DE DIRECCIÓN: Daniel Chaparro Díaz  
ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS: Mireya Luque Triana · Diana Herrera Rodríguez · Diana Carolina Pinto  
María Camila Marín · Natalia Moncada · Nichol Espinel Rojas · Nubia Cárdenas  
ÁREA DE PROYECTOS: Diana Santos Cubides · Esteban Moreno  
CENTRO DE ESTUDIOS DE LIBERTAD DE EXPRESIÓN: Juan Pablo Madrid-Malo · Esteban Sánchez Molina · José Alberto Cubillos · Génesis Tobón Becerra  
CONSONANTE: Carolina Arteta Caballero · Alejandra Duque Rivera · Beatriz Valdés Correa · Camila Bolívar Manzano  
Gabriel Linares López · Isabela Porras Alzate · María Fernanda Padilla · Natalia Prieto Caballero  
COORDINACIÓN LEGAL: Raissa Carrillo Villamizar · Ángela Caro Montenegro · Daniela Rojas Molina · María José González · Viviana Basto Vergara  
COORDINACIÓN DE PROTECCIÓN: Viviana Yanguma Ayala · Daniela Ospina Noriega · Laura Jaimes Enciso  
EQUIPO CREATIVO Y DE COMUNICACIONES: Andrea Torres Perdomo · Ángela María Agudelo Urrego · Cristian Mora Jiménez  
Laura López Pineda · Laura Merchán Calderón · Paola Llinás Aragón · Sebastián Castañeda

SIGRID RAUSING TRUST

Luminate



OPEN SOCIETY FOUNDATIONS



VERSIÓN DIGITAL

Esta publicación fue posible gracias al apoyo de Sigrid, Luminate, el Fondo Noruego para los Derechos Humanos (FNDH) y Open Society Foundations. Los contenidos de este material son responsabilidad exclusiva de sus autores y no necesariamente reflejan los puntos de vista de estas organizaciones.

# Contenido

## 6 / Radiografía de la censura

El presidente confinado: la relación de Duque con la prensa | *pág. 08*

La censura en tiempos de Duque | *pág. 16*

OPINIÓN | En las tinieblas | *pág. 19*

Es con hechos: violencia sin precedentes, miles de millones en autobombo y perfilamientos | *pág. 20*

## 22 / Violencias

Mayor violencia y menor protección | *pág. 24*

Vigilancias a la oposición y al periodismo: otro monstruo dentro del closet del gobierno Duque | *pág. 28*

OPINIÓN | Protestas y libertad de expresión: del silencio cómplice de Duque al ciberpatrullaje | *pág. 33*

## 34 / Opacidad

El gobierno de Duque: opaco | *pág. 36*

La billetera de Duque | *pág. 38*

ANÁLISIS | De relatos, mitos y virus: los fundamentos de la comunicación de Duque | *pág. 40*

Sin salvavidas en medio del naufragio | *pág. 42*

20



28



08



19



40

24





## Radiografía de la censura

El presidente Duque mantuvo una tensa relación con los medios a los que consideró sus enemigos. Invertió sus esfuerzos y recursos en posicionar su imagen, destacar en el extranjero y cerrar los espacios de contrapreguntas.

El gobierno de Iván Duque mantuvo una estrategia de amigo-enemigo con la prensa. Con aquellos, considerados como críticos, primó la desconfianza y el hermetismo. Además, utilizó recursos humanos y económicos para priorizar la comunicación institucional e imponer su narrativa. Con ello contribuyó al ambiente de polarización y construyó una muralla que afectó el acceso a la información.

# El presidente confi nada do

La relación  
de Duque  
con la prensa

“Should be hard lies” (debería ser *mentiras duras*). Con esta frase, el presidente Iván Duque cerró la entrevista con el periodista Stephen Sackur de la *BBC* de Londres, quien dirige el programa *HARDtalk* (Charla difícil) de ese canal. Durante doce segundos la cámara se alejó registrando un plano escorzo en el que Duque miraba con desconfianza a su entrevistador. La escena contiene tanta tensión que parece mucho más larga. Se trata de un instante que podría resumir cómo fue la relación durante cuatro años entre el gobierno saliente y el sector de la prensa que no estuvo de su lado: a la defensiva la mayor parte del tiempo; hermética según la estrategia, y en algunas ocasiones hostil.

FOTO: Camilo Rozo. El País

Un presidente, reconocido por su capacidad de hablar, que calló para la prensa.



FOTO: Cortesía Lizeth Suesca A.



FOTOGRAMA: Tomado de episodio de HARDtalk de la BBC de Londres

Las escasas entrevistas para medios regionales y locales contrastaron con la generosidad presidencial con los medios extranjeros.

En la entrevista, Duque dijo que en el 2021 el país tuvo la cifra más baja de homicidios de los últimos cuarenta años: un dato falso, como le recordó el portal *ColombiaCheck*, que advirtió que la cifra de homicidios del 2021 fue la más alta de los últimos siete años. A pesar de que el entrevistador estaba informado y lo contravirtió, Duque insistió en repetir los datos que ya había dado en otras entrevistas y acusar de mentiroso al periodista.

Una reconstrucción de la relación Duque y medios da cuenta de que la receta se basó en la distinción binaria entre amigo-enemigo; con aquellos que consideró enemigos fue construyendo un muro inquebrantable, que prefería las autoentrevistas a las preguntas que él anticipaba incómodas. Al tiempo que se alejaba de la información que él no podía controlar se encargaba de engrosar su propia máquina de comunicaciones. Según las cifras que la Presidencia entregó en un derecho de petición, en el 2018 el equipo de comunicaciones de Presidencia era de quince personas, actualmente son 54.

Y no solo amplió su equipo, también invirtió en publicidad oficial más de 46 mil millones de pesos, de la chequera pública, para mejorar su imagen y crear una narrativa paralela. En sus contrataciones de pauta buscó hacer monitoreos de medios, parametrizar usuarios de redes

sociales, y, como fin último, posicionar su nombre e imagen en redes sociales, especialmente en momentos de crisis como la protesta social y la pandemia.

Todo esto ocurría mientras la violencia contra la prensa se intensificaba: en los cuatro años de Duque, más de 750 periodistas fueron amenazados y amenazadas con el fin de censurarlos o intimidarlos; y se presentaron cinco homicidios lamentables de periodistas con el fin de silenciar sus investigaciones y denuncias.

#### UNA CORTA LUNA DE MIEL

Varios periodistas entrevistados para esta revista coinciden en que, tras la posesión de Duque en agosto de 2018, hubo un interés de la Presidencia por acercarse y compartir sus decisiones con los y las periodistas que cubren la Casa de Nariño, pero muy rápidamente la luna de miel terminó y dominó una distinción de medios y las y los periodistas entre cercanos y hostiles. “Yo sentí que la luna de miel duró poco o no hubo —explica un exfuncionario de la oficina de comunicaciones que prefirió no dar su nombre—. El país venía de una división entre amigos del proceso de paz y uribistas. Al comienzo el presidente Duque trató de superar esa confrontación, pero su círculo más cercano no dejó de concebir esa relación entre amigos y enemigos”. El desafío del entonces inquilino de la Casa de Nariño entrañaba el riesgo de quedar atrapado en una lógica polarizante que venía desde la campaña presidencial.

Un periodista que cubre la Presidencia contó para este reportaje que, a inicios del gobierno, uno de los consejeros presidenciales le dijo: “nosotros sabemos que hay medios que no nos quieren, que hubo medios que apoyaron el Sí [del plebiscito por la paz] y son amigos del presidente Santos”.



FOTO: RTVC

Un gobierno de los amigos, que premió la lealtad sobre la capacidad.

“La frase me dejó preocupado, —agregó el periodista, quien prefirió la reserva de su nombre—, porque eso había pasado dos años antes, y uno no puede comenzar un gobierno con una predisposición al ataque”. Había un acto de sinceramiento que con el paso del tiempo dejó al descubierto una actitud a la defensiva con algunos medios y una tendencia a considerarlos parte de la oposición.

#### LA MEJOR ESTRATEGIA ES EL ATAQUE

El primer ejemplo de que la mejor defensa era atacar a los críticos llegó temprano, el 6 de diciembre del 2018. Juan Pablo Bieri, gerente de RTVC, el sistema de medios públicos, censuró la transmisión de Los Puros Criollos, un programa de televisión sobre la cultura colombiana. El hecho fue una retaliación contra el presentador del programa, Santiago Rivas, por cuestionar la Ley de Modernización de las TIC en un video de La Pulla en *El Espectador*. La reacción de Bieri marcó la pauta de una relación basada en el choque, que se escalaría.

Las revelaciones de una conversación entre Bieri y una subalterna suya, donde él daba la orden de “matar la producción” advirtiendo que “uno no puede morder la mano que le da de comer”, presionaron su salida de la gerencia de RTVC. Sin embargo, rápidamente fue llamado por el presidente Duque a integrarse como asesor de comunicaciones. Más adelante, el nombre de Bieri reapareció en otra denuncia, esta vez sobre su participación en un grupo de WhatsApp dedicado a desacreditar a medios de comunicación y periodistas, al que se bautizó “la bodeguita uribista”. Este grupo, creado el 7 de septiembre de 2019 por Claudia Bustamante, la cónsul en Orlando, tenía por objetivo desactivar preventivamente las críticas de los medios contra el gobierno.

“La bodeguita” señaló a medios como *Noticias Uno* y *La W*, y a periodistas como Camila Zuluaiga, Catherine Juvinao, Daniel Coronell y Julio Sánchez Cristo. En sus ataques en Twitter equiparaba a las y los periodistas con el expresidente Juan Manuel Santos, lo que daba cuenta de una indiferencia retórica entre comunicadores y políticos. El grupo se cerró el 18 de septiembre del 2019.

La denuncia puso al descubierto una tendencia del corazón del gobierno al ataque y a la censura preventiva. Esa actitud quedaría aún más expuesta cuando comenzaron las protestas de noviembre del 2019 y la imagen favorable del presidente se había desplomado a un 23%, según Invamer Poll. Con la intención de confrontar esa tendencia desfavorable contrató a la empresa Alotrópico S.A.S. para construir una narrativa que “hiciera que los colombianos de bien desaprobaran las motivaciones de quienes marchaban”. En ese mismo contrato, la Presidencia solicitó que se perfilara a diferentes usuarios de redes sociales, y que se les etiquetara como positivo, negativo o neutro, según los comentarios que esas personas hubieran publicado.

En mayo del 2020, la *Revista Semana* publicó “Las carpetas secretas”, un informe que denunció cómo entre febrero y diciembre del 2019, el Ejército espía la actividad de más de sesenta periodistas y otras figuras públicas con la ayuda de *softwares* y herramientas informáticas. Las revelaciones se sumaron a un incidente previo en el que se conoció que el Ejército tenía una lista de periodistas a quienes etiquetó como “oposición”.

La presión política motivó un cambio en el equipo de comunicaciones. A comienzos del 2020, Hassan Nassar, un periodista reconocido

PORTADA: *Revista Semana* edición 1983



El periodismo develó persecuciones que lo incluían.

por su paso como presentador en *Cablenoticias* y como director de *La FM*, llegó al cargo de consejero para los asuntos de prensa. El cambio partía del supuesto de que el problema era de comunicaciones y fue celebrado por varios integrantes del partido de gobierno.

Sin embargo, solo un mes después y en una entrevista con Vicky Dávila, Nassar se enfrentó a la periodista en un careo que mostraba cómo la Presidencia había reforzado su posición combativa con los medios que la cuestionaban. Dávila le preguntó por el uso que Duque le había dado al avión presidencial en un asunto familiar y Nassar sacó a relucir que ella había viajado con el expresidente Santos a la canonización de la Madre Laura. La actitud hostil de la consejería rompió una tradición que conservaba las formas en la relación institucional. A pesar de que en público no se volvió a presentar una confrontación similar, la relación del consejero con algunos periodistas se mantuvo distante.

#### DE LOS PERFILAMIENTOS AL HERMETISMO

La desconfianza con algunos sectores del periodismo se tradujo en el aislamiento que se agravó durante el confinamiento por la pandemia del Covid-19. La cantidad de ruedas de prensa convocadas por Duque son muestra de ello. Según la respuesta a un derecho de petición, entre agosto del 2018 y el 15 marzo del 2022, el presidente sólo participó en nueve de estos espacios ante los medios de comunicación. En contraste, y durante ese mismo periodo, otorgó 272 entrevistas a distintos medios e hizo 327 declaraciones. Aunque la cifra de ruedas de prensa se incrementó en los últimos meses de su mandato, estas se dieron en

el marco de visitas diplomáticas acotadas a temas específicos.

En efecto, la estrategia fue evitar a los y las periodistas que podrían hacer preguntas abiertas e incomodarlo. Como anotó Tatiana Duque, periodista de *La Silla Vacía* que escribió varios artículos sobre la relación del mandatario con los medios, “la estrategia mostró un interés del presidente de ejercer un control sobre la información que circulaba”. Es común que los presidentes colombianos prefieran las entrevistas pactadas y que los equipos de comunicaciones condicionen las preguntas, en lugar de las ruedas de prensa en las que hay menos restricciones a las preguntas y contrapreguntas.

“Desafortunadamente con este gobierno, las relaciones, sobre todo en la última parte, no han sido buenas, especialmente entre la consejería presidencial y los comunicadores. Hubo mucho vacío y algunas veces fue deliberado”, dice Carlos Ruíz, periodista de *CM&*, que lleva varias décadas como corresponsal de la Casa de Nariño. Aclaró que en lo personal “el presidente es amable, pero su círculo más cercano fue muy hermético”.

Esa desconexión se intensificó debido a un factor externo: las medidas de aislamiento provocadas por la pandemia del Covid-19. A partir del 12 de marzo del 2020 y hasta finales de abril del 2021, cuando revivieron las protestas sociales, funcionarios y periodistas debieron trabajar desde sus casas. “El gobierno fue muy de buenas, pues la pandemia se le presentó como la oportunidad de darle un norte estratégico a las comunicaciones”, dice Juan Carlos Giraldo, director del Observatorio de Medios de la Universidad de la Sabana.

Los esfuerzos de la oficina de comunicaciones se concentraron en mantener el control de una agenda en la que todo dependía de sus actuaciones bajo una reserva propia de la situación. Entonces, la Casa de Nariño lanzó el programa de televisión *Prevención y Acción* para informar a los colombianos sobre las medidas adoptadas para enfrentar la pandemia. Al principio se trató de una respuesta ante una situación totalmente inédita. Para los periódicos, en particular, la primera fase de las transmisiones fue beneficiosa. Según Gabriel Cubillos, jefe de redacción del periódico *El Nuevo Siglo*, el programa contribuyó a distribuir información relevante sobre las medidas adoptadas por el gobierno. “La pandemia creó una situación extraordinaria y uno pensaría que el presidente debía tener esa presencia mediática”, dice. Sin embargo, para medios

### UNA PIEZA DE PROPAGANDA POLÍTICA QUE REFORZÓ, EN UNA PARTE DE LA OPINIÓN, LA IDEA DE QUE EL PRESIDENTE SE HABLABA A SÍ MISMO, EN UN IDIOMA LITERALMENTE INCOMPRESIBLE PARA LA MAYORÍA.

como la radio que tienen varias emisiones al día, el trabajo resultó más engorroso. La estrategia de canalizar por un solo medio y en un solo horario era restrictiva. “Si en la mañana teníamos una pregunta sobre alguna noticia que había salido, nos decían que debíamos esperar a que el presidente hablara a las seis de la tarde”, cuenta la periodista María Kamila Correa, quien entonces era la corresponsal de *La W* en la Casa de Nariño.

Para diciembre del 2020, las emisiones continuaban, pero ya con un carácter menos informativo y más dedicado a la propaganda del gobierno. El mandatario informó sobre asuntos como los estragos del huracán Iota en San Andrés (18 de noviembre), la prohibición de la pesca de tiburones (26 de noviembre) y habló con Leopoldo López, líder de la oposición en Venezuela (14 de diciembre), entre otros asuntos que desnaturalizaron el objetivo de hacer pedagogía y dar cuenta de las medidas adoptadas contra la pandemia. Finalmente, y después de 404 horas emitidas, el programa se acabó el 4 de mayo del 2021.

Desde el punto de vista estratégico, “el gobierno no supo administrar el margen que le dio la pandemia con *Prevención y Acción*”, dice Giraldo de la Universidad de la Sabana, y añade que “lo político primó sobre lo científico”. Para Cubillos de *El Nuevo Siglo*, “al final se volvió una feria de elogios y autoelogios”, refiriéndose a que Duque invitaba a miembros de su gabinete al programa con el fin de hacer propaganda política de su gestión.

#### LA NUEVA NORMALIDAD, OTRO LADRILLO EN EL MURO

El paulatino retorno a la presencialidad terminó de cerrarle los espacios a la prensa interesada en evaluar las decisiones que el gobierno estaba tomando, lo que contribuyó a crear un halo de opacidad alrededor de tales medidas. La FLIP tuvo conocimiento de varios pantallazos del chat de prensa de Presidencia, el Departamento

Nacional de Planeación y Vicepresidencia, de finales de febrero del 2021, en los que informaban la convocatoria y que la prensa solo podía obtener alguna declaración del círculo más cercano del gobierno. Ante la solicitud de que abrieran espacio para las preguntas, la respuesta siempre fue negativa, una estrategia de control del mensaje que impedía un escrutinio más directo.

La periodista María Kamila Correa recuerda que en “el gobierno de Duque no nos decían de qué iban a hablar. [Cuando convocaban] no sabíamos si iban a tratar información importante por lo que en muchos casos nos tocaba enviar derechos de petición para conseguir información sobre ciertos temas, como con quién se había reunido el presidente”.

Esto, sumado a la ampliación de los términos para obtener la información por la vía del derecho de petición. El 28 de marzo del 2020, el gobierno expidió el Decreto Legislativo 491/20 y amplió el plazo para las respuestas oficiales a treinta días (el doble del que fija la ley), lo que en muchos casos impidió el acceso oportuno a la información. La norma estuvo vigente hasta el 17 de mayo del 2022, más de dos años después de que se firmara el decreto, y varios meses después de que se levantarán las medidas del confinamiento obligatorio.

#### LA AUTOENTREVISTA Y EL AUTOHACKEO

El fin del confinamiento coincidió con la reactivación de las protestas, que esa vez estuvieron motivadas por el intento del gobierno de promover una reforma tributaria. El 21 de mayo del 2021, en medio de la situación más tensa para el país, cuando las principales rutas de acceso se encontraban paralizadas por los bloqueos y las violaciones a los derechos humanos habían desbordado lo imaginable, el presidente decidió publicar una autoentrevista en inglés, en la que hablaba sobre el paro y culpaba de las protestas al jefe de la oposición, Gustavo Petro.

Se trataba de una pieza de propaganda política que reforzó, en una parte de la opinión, la idea de que el presidente se hablaba a sí mismo, en un idioma literalmente incomprensible

Su autoentrevista, en inglés, en lugar de mejorar su imagen, la afectó.

Duque tuvo mucha pantalla y poco rating.



FOTO: Presidencia de la República



FOTOGRAMA: Tomado de su autoentrevista



Labores de inteligencia al servicio de la persecución de opositores y de la elaboración de ficciones para engañar a la ciudadanía.

para la mayoría y en medio de una coyuntura política que demandaba su comparecencia inexcusable. “Fueron momentos de mucha opacidad. Nunca recibimos una información oficial en la Casa de Nariño sobre quién y para qué se había hecho eso”, dice Tatiana Duque.

La entrevista siguió un guión preparado para repetirse, en el que le transfirió las responsabilidades de la crisis a otros, lo que contribuyó a poner en entredicho la credibilidad del presidente. Hasta la fecha en la que se escribió este reportaje, *Colombiacheck* había confrontado 96 afirmaciones del mandatario, de las cuales 46 resultaron cuestionables, 19 falsas, 16 verdaderas con algún “pero” y 15 verdaderas. Del número de afirmaciones cuestionables se infiere que predominó una tendencia a decir verdades a medias, descontextualizadas o inexactas.

A la salida en falso del presidente con la autointervista, que tenía como propósito hacer un giro en la opinión, se sumó el proyecto “Colombia es mi verdad”, una campaña de propaganda y de cibervigilancia enmascarada en la supuesta búsqueda de noticias falsas en Internet durante las protestas del 2021. La campaña se inauguró con un simulado ciberataque a las páginas del Ministerio de Defensa y un posterior video del ministro Diego Molano en el que destacaba el trabajo de los funcionarios del gobierno para combatir las noticias que consideraban falsas. No mencionaron que el apagón cibernético fue un falso ataque. Meses después, la FLIP documentó que esta estrategia realmente buscaba justificar un “ciberpatrullaje”, que dejó como resultado 21.000 horas invertidas en el seguimiento de 1.7 millones de direcciones IP, con fines poco claros y a todas luces una amenaza a las libertades civiles.

La campaña, propia de tiempos de guerra, buscaba reducir el impacto negativo en la opinión pública sobre el abuso de la Policía durante las protestas, pero no se trataba de una búsqueda desinteresada de la verdad sino de imponer su narrativa sobre los hechos, lo cual atizó más la

confrontación de versiones y contribuyó a la persecución de quienes denunciaban la acción de la fuerza pública.

#### UN TRATO DIFERENCIAL

No obstante, la experiencia de todos los medios con Duque no fue la misma. La agenda, los intereses y la particular relación de cada periodista con el círculo cercano del presidente definieron las relaciones entre los medios de comunicación y la Casa de Nariño. Por ejemplo, Armando Neira, editor de política de *El Tiempo*, cuenta que “esta casa editorial tradicionalmente ha tenido una buena relación con el poder y la institucionalidad”, así que la relación resultó menos conflictiva y hermética que en otros casos. “El periodista que cubre la Casa de Nariño es un corresponsal que tiene muy buenas fuentes y tiene acceso a información de primera mano. Entonces, este periódico goza de una autopista para elaborar las noticias”, añade.

En el mismo sentido, la periodista Katherine Leal de *RCN* y *La FM* señaló que conseguir el acceso a la información dependió de la capacidad de los reporteros de buscar los datos y de lograr empatía entre los funcionarios de la oficina de comunicaciones. En su criterio, Duque trató a los periodistas con cercanía, “algo que puede ser peligroso si un periodista descuida la distancia que debe tener”, dice Leal. En cualquier caso, y según su experiencia, el problema de la acceso fue más el resultado de la relación que logró establecer cada periodista con la Casa de Nariño, que un problema de la estrategia de gobierno. “Al final del día, ellos [los encargados de las comunicaciones] confían más en ciertos periodistas que en otros. No tanto por la ideología, sino porque somos personas y de cierta manera hay quienes generan más confianza que otras”, dice.

Muestra de ese trato diferenciado que obedecía a la categorización entre medios cercanos y contrarios se puede inferir de la cantidad de entrevistas que otorgó el



FOTO: Camilo Roza, *El País*

El presidente, al terminar su gobierno, ya habita su eterna soledad.

mandatario según sus preferencias. De acuerdo con la información solicitada a la Presidencia, entre los medios nacionales el gobierno dio 43 entrevistas a *La FM* y *RCN* (radio y televisión); diecinueve a *Blu Radio*; diez a *Caracol Televisión*; siete a *CM&*; siete a *Caracol Radio*; y cinco a *La W*. A *La Silla Vacía* no le dio ninguna entrevista, pese a que se la solicitaron varias veces.

#### EL SALVAVIDAS QUE PROMETIÓ PERO NUNCA LLEGÓ

Desde el punto de vista gremial, el balance que hace Werner Zitzmann, director ejecutivo de la Asociación Colombiana de Medios de Información (AMI), es que la relación con el gobierno fue “rogada”. “Es decir —explica—, ha tenido que hacerse un esfuerzo muy grande para llamar la atención del gobierno y del propio presidente Duque, tanto para que oigan sobre la pertinencia de fortalecer los medios en el marco de la democracia, que están amenazados en su modelo de negocio y en su operación, como para que se comprometan”.

El momento más tenso entre el sector y el gobierno ocurrió ante la falta de interés que tuvo el ejecutivo para aliviar la crisis económica que ya enfrentaban los medios de comunicación y que se agudizó con la pandemia. Después de varios meses de conversaciones y mediación del sector, en marzo del 2021 el gobierno anunció con bombos y platillos una convocatoria de 85 mil millones de pesos para apoyar a los medios de comunicación. A pesar de las

recomendaciones realizadas, el MinTIC no tuvo en cuenta la independencia que debía tener la entidad a cargo de la selección y adjudicación de estos recursos. En un proceso lleno de tropiezos e irregularidades, cuyo cierre se postergó cuatro veces, 354 medios se presentaron a la convocatoria. Seis meses después, el 6 de septiembre del 2021 y sin ninguna justificación satisfactoria, el ministerio canceló la convocatoria y los recursos nunca llegaron.

“Fue un poco como si el gobierno estuviera acéfalo en su cartera para los medios de comunicación. Por todo ello, aunque hubo algunas reuniones de trabajo y el presidente públicamente habló de la importancia de los medios en una coyuntura como la que vivimos, al final no se concretó nada”, concluye Zitzmann.

Al final del mandato de Iván Duque es evidente el retorno de amenazas y riesgos para los periodistas que cubren críticamente los temas de seguridad. La criminalización de la protesta redundó en graves daños a los derechos humanos y se reeditó una política de usar los recursos del Estado para vigilar a la prensa, lo que terminó atizando la desconfianza sobre el trabajo que hacen los y las periodistas. Duras verdades para un gobierno que, a pesar de su aparente amabilidad con los periodistas, no contribuyó lo suficiente con sus acciones a proteger la libertad de prensa y, por el contrario, se encargó de marcar una línea donde él decide quiénes son amigos y quiénes son sus enemigos. ❖

# La censura en tiempos de Duque

## Diciembre 2018 MATEMOS LA PRODUCCIÓN

"Matemos la producción" fueron las palabras de Juan Pablo Bieri, en ese entonces gerente de RTVC, con las que ordenó sacar del aire el programa Los Puros Criollos, por la opiniones de su presentador Santiago Rivas sobre la Ley TIC. Una vez conocido el escándalo, Bieri tuvo que renunciar, pero el presidente Duque, contrario a condenar la censura, integró al censurador como asesor de comunicaciones de su gobierno.



FOTO: Presidencia de la República

## Mayo 2019 ASESINATO MAURICIO LEZAMA

Mauricio Lezama fue asesinado en la vereda Esmeralda de Arauquita, Arauca, mientras desempeñaba labores para Mayo, un documental sobre la violencia de la década de los 80 en el departamento.



ILUSTRACIÓN: Rowena Neme



ILUSTRACIÓN: Rowena Neme

## Junio 2019 ASESINATO LIBARDO MONTENEGRO

En su informativo de la emisora comunitaria *Samaniego Stereo*, Libardo Montenegro elaboraba memorias de las víctimas del conflicto armado. Fue asesinado tres días después de la "Marcha por la paz y la vida de Samaniego" que él mismo promovió en la emisora.



## Junio 2019 APROBACIÓN DE LA LEYTIC

Después de un lobby de más de seis meses y gran parte del sector audiovisual en contra, fue aprobado el proyecto de modernización de las TIC (Ley 1978 de 2019) que no reparó la independencia ni gobernanza de los medios públicos y concentró las funciones del regulador en el MinTIC. Además, la reducción de la brecha digital que proponía la ley terminó frustrada tras el escándalo de corrupción de redes de Internet con Centros Poblados.

## Agosto 2019 UNP: REFORMAS VACÍAS

Un año después de su posesión y tras el aumento de la violencia contra líderes sociales, se presentó una reingeniería de la Unidad Nacional de Protección (UNP). Las reformas recibieron críticas sin que variara su rumbo: sobrecostos en gasolina, opacidad en las evaluaciones de riesgo y problemas de contratación y en la asignación de esquemas.



FOTO: Luis Rodríguez / El Heraldo

## Noviembre 2019 ¿DE QUÉ ME HABLAS, VIEJO?

-Presidente, presidente. ¿Qué opinión le merece el bombardeo en Caquetá?  
-¿De qué me hablas, viejo?  
-De la moción, de la moción de censura contra...  
- ...

Este intento de conversación entre Jesús Blanquicet, periodista de *El Heraldo*, y el presidente Duque duró 10 segundos. Después del silencio evasivo del presidente, cuatro hombres de su equipo de seguridad y dos policías agredieron al periodista.

## Noviembre 2019 - febrero 2020 AGRESIONES A LA PRENSA EN PROTESTAS (PARTE I)

Las manifestaciones sociales que iniciaron el 21 de noviembre dejaron 66 periodistas agredidos, en la mayoría de casos por miembros de la Policía. Además, la Policía allanó a *Cartel Urbano* y solicitó eliminar el manual de autoprotección contra el ESMAD publicado por 070. El presidente guardó silencio sobre estas agresiones y respaldó las gestiones de la fuerza pública.

## Enero - mayo 2020 PERFILAMIENTOS, CARPETAS SECRETAS Y SEGUIMIENTOS A PERIODISTAS

Durante el primer semestre del 2020 se reveló que el Ejército usó sofisticados programas informáticos para seguir, interceptar ilegalmente y perfilar a periodistas. Pese al escándalo generado, no se supo el número exacto de víctimas: se estimó que más de once periodistas fueron objeto de estas labores de inteligencia. ¿Quién dio la orden? es una pregunta que al terminar el gobierno de Duque sigue sin respuesta.



FOTO: Tomado de Revista Semana

## Febrero 2020 LA BODEGUITA URIBISTA

Se creó un chat en Whatsapp titulado "Tuiteros TOP" que luego cambió su nombre a "Influenciadores". La dirección de esta orquesta en redes estaba a cargo de Claudia Bustamante, cónsul en Orlando, Estados Unidos, y Víctor Muñoz, alto consejero presidencial. Sus melodías preferidas eran las que posicionaban causas uribistas atacando a adversarios, medios de comunicación y periodistas. Este grupo tenía 88 miembros, de los cuales 63 tenían cuentas en Twitter para promover *hashtags* que dejaban en evidencia su poca tolerancia a la crítica por parte de la prensa.



FOTO: Presidencia de la República

## Marzo 2020 LUCES, CÁMARAS Y ¡PREVENCIÓN Y ACCIÓN!

El programa Prevención y Acción empezó el 12 de marzo del 2020 y se prolongó hasta el 4 de mayo del 2021, cuando se apagó sin mayores explicaciones debido a la agenda del presidente. Tuvo una emisión de lunes a viernes a las 6 p.m. Este canal unidireccional de comunicación del ejecutivo cerró la puerta a la práctica democrática de las conferencias de prensa y al ejercicio de las preguntas de periodistas.

## Marzo 2020 #OPOSITORES

La cuenta oficial de Twitter del Ejército colombiano (@COL\_Ejercito) clasificó como "opositores" a organizaciones de la sociedad civil, defensores de derechos humanos, opinadores, periodistas y medios de comunicación. La estigmatización, catalogada como descuido por parte de las autoridades, no recibió mayores comentarios por parte de la dirigencia del Ejército, el Ministerio de Defensa, ni de Presidencia.



ILUSTRACIÓN: Rowena Neme

## Agosto 2020 ASESINATO ABELARDO LIZ

Abelardo estaba cubriendo el proceso de Liberación de la Madre Tierra en Corinto, Cauca, para la emisora *Nación Nasa*. El reportero indígena fue alcanzado por un proyectil mientras registraba con su cámara los enfrentamientos entre su comunidad con el ESMAD.



FOTO: Archivo particular

## Septiembre 2020 AGRESIONES A LA PRENSA EN PROTESTAS (PARTE II)

El punto de partida de estas manifestaciones fue la muerte de Javier Ordoñez a manos de la Policía. El registro de las protestas ciudadanas por parte de la prensa dejó 57 ataques a periodistas, que en el 72% de los casos fue realizado por la fuerza pública. En esta segunda oportunidad se repitió el libreto de silencio por parte del presidente Duque frente a la violencia policial contra la prensa.

## Diciembre 2020 ASESINATO FELIPE GUEVARA

Felipe dedicaba sus labores periodísticas a informar sobre la violencia en los barrios de Cali. Trabajaba como reportero para la sección judicial del periódico *Q'hubo* de amplia circulación en la ciudad. Fue asesinado frente a su vivienda familiar.



ILUSTRACIÓN: Rowena Neme

**Abril 2021**

AGRESIONES A LA PRENSA EN PROTESTAS (PARTE III)

La trilogía de la violencia contra la prensa en el cubrimiento de la protesta social culminó con el registro del Paro Nacional que inició el 28 de abril del 2021. El final de esta trágica película dejó como saldo un número de agresiones contra la prensa nunca antes visto en el país: más de trescientas agresiones y más de cuatrocientos periodistas agredidos y agredidas. El epílogo de esta violencia encontró al presidente en el mismo papel, en su mutismo y falta de apoyo a la prensa y respaldo a los miembros de la fuerza pública, que fueron los grandes responsables de las agresiones contra los y las periodistas.



**Mayo 2021**

VERDADES MENTIROsas: EL CIBERPATRULLAJE ESTATAL

En medio de las protestas del Paro Nacional, el Ministerio de Defensa hizo un simulacro de ataque digital contra sus páginas y redes sociales. "Nos intentan bloquear pero seguimos de pie" fue la respuesta en video del mismo ministerio que siguió a su simulacro. Con esto comenzó una estrategia de perfilamiento y estigmatización contra periodistas y usuarios de redes sociales que criticaban o informaban sobre el actuar de la fuerza pública.

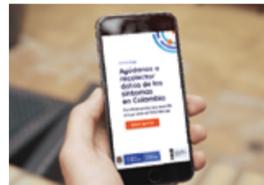


FOTO: Agencia Nacional Digital

**Junio 2021**

CORONAPP: MENOS USOS, MÁS ABUSOS

En el 2020 el gobierno presentó CoronApp, una aplicación que con fines epidemiológicos recaudaba información de los y las ciudadanas, sobre todo de los y las viajeras, para quienes su uso se hizo obligatorio en aeropuertos y terminales de transporte. Esta aplicación fue en contravía del derecho a la privacidad y a la libre circulación. La Corte Constitucional tuvo que pronunciarse sobre los desconocimientos a derechos fundamentales al *habeas data* que se encontraba en la obligatoriedad del uso de esta aplicación. El gobierno también fue opaco al no proporcionar el código fuente de la aplicación cuando fue solicitada, violando el derecho a la información y sembrando más dudas sobre los posibles intereses escondidos detrás de CoronApp.

**Septiembre 2021**

PRENSA SIN FONDOS Y SIN CONVOCATORIA MINTIC

La prolongada crisis de los medios de comunicación, los despidos de periodistas (entre 2016 y 2019 se registraron 1500) y el cierre de medios de comunicación, sumados a la pandemia, hacen parte de una historia repetida a la que no se le ha encontrado solución. El gobierno decidió destinar 85 mil millones para ayudar a los medios de comunicación; sin embargo, y después del escándalo de corrupción de Centros Poblados, el MinTIC dio por terminada la convocatoria porque ninguno de los 354 medios que habían aplicado cumplía con los requisitos, según su criterio.

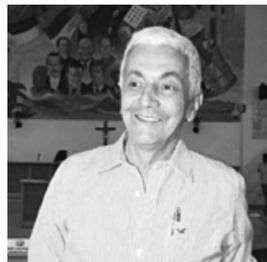


FOTO: Alcaldía de Tuluá

**Septiembre 2021**

ASESINATO MARCOS MONTALVO

Marcos era periodista y escuela de periodismo al mismo tiempo. A sus 68 años no había dejado el oficio y continuaba denunciando escándalos de corrupción de la administración local en Tuluá, Valle del Cauca. En las primeras declaraciones de autoridades hay múltiples evidencias que vinculan las razones de su asesinato con las denuncias de corrupción que venía realizando.



FOTO: MinTIC

**Agosto 2021**

CENTROS POBLADOS SÍ, INTERNET NO

Uno de los escándalos de corrupción más grandes del gobierno fue protagonizado por la ministra de las TIC, Karen Abudinen. El proyecto que esperaba beneficiar con internet a estudiantes de las regiones apartadas para que continuaran sus estudios de manera remota, dejó a esos niños y niñas sin internet y sin escuela. El presidente que inició su gobierno hablando de la nueva Silicon Valley, dejó al país sin señal análoga y digital.

**Mayo 2022**

LOS DERECHOS DE PETICIÓN EN SALA DE ESPERA

El derecho de petición, fundamental para el acceso a la información, fue puesto en una sala de espera más prolongada de la habitual. Desde marzo del 2019 a mayo del 2022 se duplicaron los tiempos de respuesta de quince a treinta días, justo cuando se multiplicaban las preguntas por parte de la ciudadanía. Pese a las advertencias de organizaciones sociales y los reclamos de la prensa para el restablecimiento de los tiempos de respuesta, el gobierno se inclinó más por la opacidad que por la transparencia. ❖

# En las tinieblas

Por Juan Pablo Calvás, editor general de *W Radio*  
FOTO: Federico Bottia



Sin embargo, esos oasis de información, investigación y denuncia están quedando cortos para saciar la sed ante una angustiante realidad: por más buen periodismo que se haga, para el público en general la labor del periodista está desprestigiada y los medios de comunicación son vistos como parte responsable de la debacle social y política que estamos viviendo. Y aquí es donde volvemos a las preguntas del comienzo.

La exacerbada polarización política, sumada a las redes sociales carentes de cualquier tipo de filtro editorial, han llevado a que se menosprecie el trabajo del reportero al considerarse que todo lo que se necesita saber cabe en un *tweet* de 280 caracteres o en un video corto de Instagram o TikTok.

El público de hoy prefiere creerle a aquel que confirma sus ideas y no al que las controvierte. Por eso ahora muchos youtubers que hablan de política y actualidad se ven a sí mismos coronados como nóveles glorias del periodismo, cuando en algunos casos reciben pagos por publicar determinadas informaciones o cuentan chismes sin confirmar, pero con el suficiente 'veneno' para convertirse en publicaciones virales.

Algunos medios, en el afán de viralizarse, compraron el tiquete de volverse operadores políticos y al hacerlo contaminaron el agua de la que todos bebemos, pues el público ahora cree que todos agitamos una bandera de equis o ye movimiento, así nuestro trabajo demuestre lo contrario.

De ahí que el rigor y el trabajo constante siguen siendo los únicos retos para los y las periodistas hoy y siempre. Las visitas y los usuarios llegan de la mano de las buenas historias y esas son las que pueden vislumbrar aquellos que están curtidos en el oficio. ¿El dinero? Hay que buscarlo, pero esa no es la tarea de quienes estamos en una sala de redacción (o no debería serlo). Sigamos contando lo que pasa, sigamos revelando lo indecente, sigamos buscando lo oculto y tengámonos miedo a aquel que vaya en contra de la democracia. Ese el primero al que hay que denunciar, así se oculte en las tinieblas de las redes sociales. ❖

¿Cuántas veces leímos en el último año –y más durante la campaña electoral a la Presidencia– que fulanito youtuber hace el periodismo que de verdad necesita Colombia? ¿Cuántas veces en el último año vimos cómo destrozaban en las redes sociales a colegas reconocidos y respetados solo por haber hecho una nota o una denuncia contra equis o ye político con gran acogida en ciertos sectores? ¿Cuántas veces se estigmatizó a un medio de comunicación poniéndole el inri de pertenecer a un determinado partido político? ¿Cuántas veces preferimos callar y dejar que la audiencia decida por sí misma cuando la verdad es solo una e indiscutible? ¿Cuántas veces nos dejamos llevar por la pasión de nuestras creencias políticas o religiosas en vez –ahí sí– de dejar que el público decida en franca lid?

En contravía a todas estas preguntas, sería una inmensa mentira negar que hoy se está haciendo un gran periodismo en Colombia. Lo vemos casi todos los días con los resultados de investigaciones y reportajes que dejan en evidencia la cantidad de trampas, engaños y corrupción que ahogan a nuestra sociedad en todos sus niveles. En muchas ocasiones son los periodistas quienes llegan antes que los órganos de investigación a demostrar dónde estamos fallando y la forma en que quienes deberían protegernos son quienes en realidad nos destruyen.

# Es con hechos: violencia sin precedentes, miles de millones en autobombo y perfilamientos

La presidencia de Iván Duque fue hermética y opaca. El presidente logró obstaculizar la entrega de información pública y también discriminó medios por su línea editorial; quienes criticaban al gobierno o a las instituciones fueron perfilados y cibervigilados. Además, durante estos cuatro años se presentó el mayor número de ataques físicos a la prensa por parte de la fuerza pública.

## Agresiones a periodistas

Desde el 7 de agosto del 2018 hasta el 30 de junio del 2022 registramos:

753

PERIODISTAS AMENAZADOS Y AMENAZADAS

374

AGRESIONES POR PARTE DE FUNCIONARIOS PÚBLICOS

5

PERIODISTAS ASESINADOS: DOS EN VALLE DEL CAUCA, UNO EN CAUCA, UNO EN NARIÑO Y UNO EN ARAUCA

411

AGRESIONES PERPETRADAS POR LA FUERZA PÚBLICA

## Autobombo y pauta oficial

IVÁN DUQUE INVIRTIÓ MÁS DE

**46 mil millones**

DE RECURSOS PÚBLICOS EN PAUTA OFICIAL

EN EL 2018 EL EQUIPO DE COMUNICACIONES DE PRESIDENCIA TENÍA 15 PERSONAS, ACTUALMENTE

**tiene 54**

SE TRANSMITIERON

**404 horas**

DEL PROGRAMA PREVENCIÓN Y ACCIÓN

COLLAGE: Gabriel Linares

## Las verdades a medias

Entre agosto del 2018 y mayo del 2022, *Colombiacheck* confrontó 96 afirmaciones realizadas por Duque:



## Perfilamientos

**21.000 horas**

DE CIBERPATRULLAJE POR PARTE DE LA POLICÍA NACIONAL Y EL MINISTERIO DE DEFENSA

SE REALIZÓ SEGUIMIENTO A

**1.7 millones** de direcciones IP

POR LO MENOS

**30 periodistas**

FUERON PERFILADOS POR EL EJÉRCITO NACIONAL

SE CATEGORIZARON A

**468 influenciadores**

ENTRE ELLOS PERIODISTAS Y OPINADORES, COMO "POSITIVOS" O "NEGATIVOS" SEGÚN SU AFINIDAD CON EL GOBIERNO

## La relación con los medios



Entre agosto del 2018 y el 15 marzo del 2022, Duque sólo convocó a nueve ruedas de prensa.



En 2021 se canceló, sin explicaciones, la convocatoria que pretendía dar ayudas a la prensa por 85 mil millones. No se dieron explicaciones a ninguno de los 352 medios de comunicación que postularon.

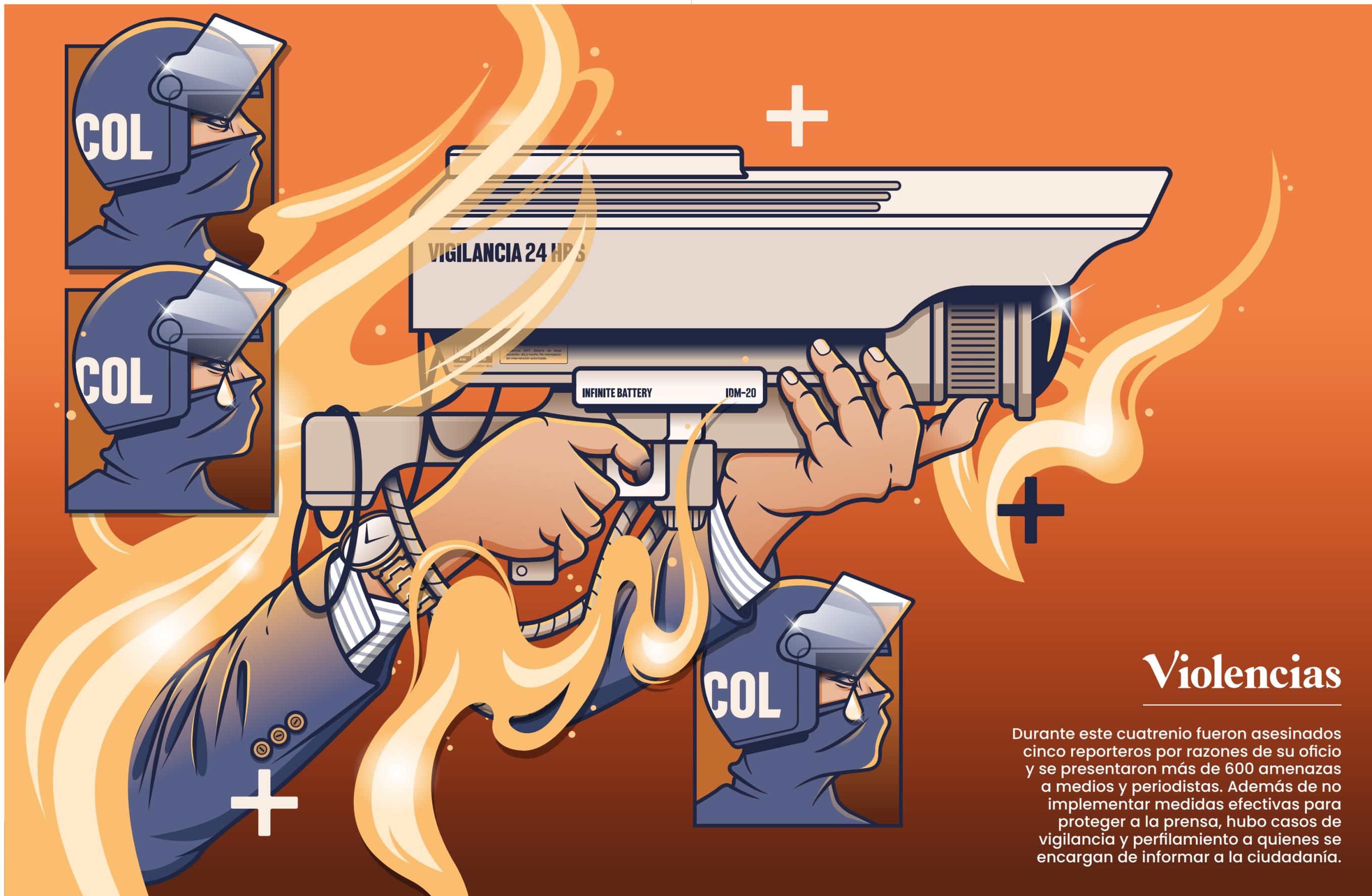


Concedió **272 entrevistas** y **327 declaraciones** a medios.

## ¿A QUÉ MEDIOS DIO ENTREVISTAS?

RCN (radio y televisión) y La FM	43
Blu Radio	19
Caracol Televisión	10
CM&	7
Caracol Radio	7
La W	5
El Tiempo	3
El Espectador	1
La Silla Vacía A pesar de que se las solicitaron varias veces.	0
Otros medios (internacionales, agencias, regionales e institucionales)	177

Duque prefirió dejar de lado las ruedas de prensa, en las que no puede controlar las restricciones a preguntas y contrapreguntas.



## Violencias

Durante este cuatrenio fueron asesinados cinco reporteros por razones de su oficio y se presentaron más de 600 amenazas a medios y periodistas. Además de no implementar medidas efectivas para proteger a la prensa, hubo casos de vigilancia y perfilamiento a quienes se encargan de informar a la ciudadanía.



— COLLAGE: Sebastián Castañeda

# Mayor violencia y menor protección

Duque cierra su periodo con cifras de violencia contra la prensa que han lesionado gravemente el derecho de la libertad de expresión. Quedan pendientes un verdadero fortalecimiento de los mecanismos de protección y avances en justicia de los asesinatos a periodistas que ocurrieron en su mandato.

Este cuatrienio arroja un balance muy desalentador para la prensa: desde el 7 de agosto del 2018 hasta el 30 de junio del 2022 la FLIP registró cinco homicidios contra periodistas por su oficio y 628 amenazas contra medios y periodistas. La violencia está, en parte, ligada con el conflicto armado que se ha venido acrecentando durante estos últimos años y los grupos armados ilegales que amenazan y hostigan periodistas, pero también por una gestión opaca del gobierno, sus funcionarios y los miembros de la fuerza pública que agredieron y obstaculizaron el trabajo de quienes intentaban cubrirlos.

En total en estos cuatro años registramos 1232 ataques violentos contra la prensa. En 486 se desconoce la identidad de los agresores. Los agentes de la fuerza pública (302) son los segundos mayores atacantes de la prensa, de manera violenta, por encima de particulares con 207 casos, miembros de bandas criminales con 77 y disidencias con 61.

Para estas cifras se tuvieron en cuenta estas agresiones: agresión, amenaza, atentado, asesinato, daño a la infraestructura, desplazamiento, detención ilegal, exilio, herido en cubrimiento, hostigamiento, secuestro, violencia sexual.

El cubrimiento de temas relacionados con orden público, la gestión de las administraciones locales y el gobierno nacional, la protesta social, las elecciones, el medio ambiente y la salud han sido los temas más sensibles relacionados con los ataques violentos en contra de periodistas y con mayor ocurrencia en Bogotá (314 agresiones), Antioquia (143), Valle del Cauca (100), Arauca (97) y Santander (57). Durante los cuatro años de la presidencia de Duque en estas regiones se registró un aumento de 182 casos de amenazas, desplazamiento y exilios, en comparación con los cuatro años anteriores.

Las agresiones durante las dos grandes jornadas de manifestaciones del 2019 y el 2021 dan como balance un pico histórico. Desde el 1 de enero del 2019 al 30 de junio del 2022 la FLIP registró 511 agresiones a la prensa en el cubrimiento de manifestaciones. Sólo en los tres meses del Paro Nacional del 2021 la FLIP documentó más de 340 ataques y registró como mayor agresor a integrantes de la Policía Nacional con un alto nivel de impunidad. De los veinticinco casos de agresiones contra periodistas que monitorea la FLIP donde el agresor de la fuerza pública está plenamente identificado, tan solo ocho procesos se encuentran activos.

En la **página 33** ampliamos cuál fue la estrategia del gobierno para responder a las jornadas de protesta social.

La violencia digital con el fin de silenciar a la prensa también se ha incrementado en los últimos años: desde el 7 de agosto del 2018 hasta el 30 de junio del 2022, la FLIP registró 248 amenazas y acosos contra la prensa en entornos digitales, principalmente a través de redes sociales y WhatsApp, esto representa el 39% del total de las amenazas registradas en este periodo.

La violencia en línea se ha caracterizado por venir en su mayoría de perfiles falsos y en este entorno son las mujeres periodistas las más afectadas por las violencias basadas en género, como el acoso a través de redes, los comentarios sexistas y misóginos y las campañas de desprestigio en redes.



— ILUSTRACIÓN: Daniela Hernández

## RETROCESOS EN LA PROTECCIÓN A LA PRENSA

Mientras la violencia contra la prensa incrementaba, las acciones de protección de parte del gobierno se debilitaban. Aunque el presidente Duque en sus primeros meses de gobierno anunció la reingeniería de la Unidad Nacional de Protección (UNP) como parte del Plan de Acción Oportuna (PAO) para, según dijo: articular, orientar y coordinar los diferentes programas de protección, recursos y respuestas de las distintas entidades entorno a la protección de líderes, defensores de derechos humanos y periodistas, esta terminó centrándose en cambios de forma y no de fondo. Factores priorizados como el análisis de contexto, la transversalización del enfoque de género y la transparencia en las decisiones que toma el Cerrem no fueron tomados en cuenta, ni tampoco los advertidos por las organizaciones sociales.

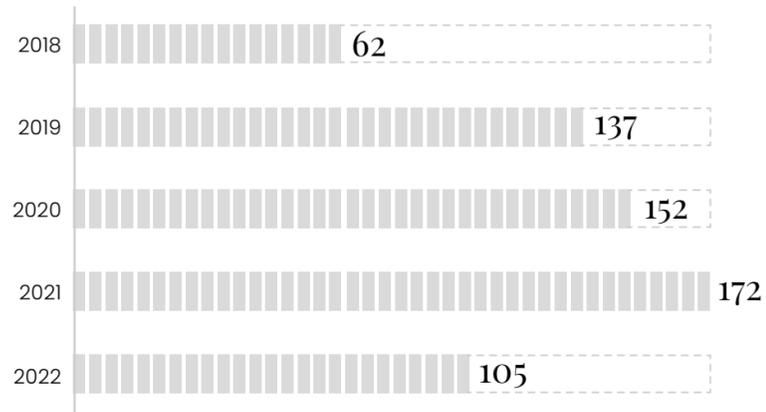
No solo hubo retrocesos en los procesos de evaluación e implementación de la UNP, su credibilidad fue cayendo cada vez más debido a la vulneración de la protección de datos personales e intimidad de los y las protegidas. A inicio del 2022 se conoció la instalación de dispositivos tecnológicos, tales como GPS, en los vehículos asignados para la protección de los y las periodistas. Una acción que la UNP justificó, sin mucho detalle, como una medida para asegurar el buen funcionamiento y manejo de los esquemas de protección.

Este monitoreo, sin la autorización expresa de la persona titular de los datos y sin claridad sobre el manejo y uso de esa información produce una ruptura de la confianza que afecta la funcionalidad y propósito de las medidas de protección.

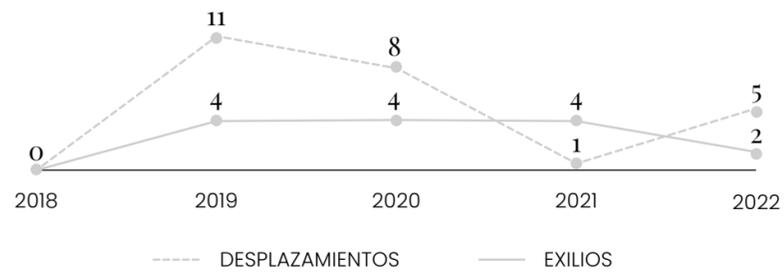
Las cifras y los testimonios evidencian la manera cómo el presidente ignoró las recomendaciones y llamados para atender con prontitud y eficacia la situación de seguridad de las y los periodistas y no hubo respaldos a la labor de la prensa de parte del gobierno nacional en momentos tan críticos como el de las manifestaciones sociales. Finalmente, Duque termina su mandato dejando a Colombia dentro de los cuatro países más peligrosos para ejercer periodismo de América Latina, según Reporteros Sin Fronteras.

Entre el 7 de agosto del 2018 y el 30 de junio del 2022 la FLIP registró 628 amenazas contra medios y periodistas que derivaron en veinticuatro desplazamientos y catorce exilios. En este mismo periodo fueron asesinados cinco periodistas.

## Amenazas



## Desplazamientos y exilios



## Asesinatos

Año	Número de Asesinatos	Detalles
2018	0	
2019	2	- 9 DE MAYO: MAURICIO LEZAMA - 11 DE JULIO: LIBARDO MONTENEGRO
2020	2	- 13 DE AGOSTO: ABELARDO LIZ - 21 DE DICIEMBRE: FELIPE GUEVARA
2021	1	19 DE SEPTIEMBRE: MARCOS MONTALVO
2022	0	



## Ataques a la prensa por año

Estos totales incluyen: agresión física, amenaza, hostigamiento, exilio, desplazamiento, daño a la infraestructura, detención ilegal, estigmatización, violencia sexual.

63

2018

DESDE EL 7 DE AGOSTO

287

2019

253

2020

445

2021

184

2022

HASTA EL 30 DE JUNIO



FOTO: Federico Rios

181 agresiones contra la prensa a manos de la fuerza pública durante el Paro Nacional del 2021.

# Vigilancias a la oposición y al periodismo: otro monstruo dentro del closet del gobierno Duque

El gobierno de Duque anunció medidas en contra de los perfilamientos y la vigilancia realizadas por parte de las fuerzas armadas; sin embargo, no se conocen investigaciones ni sanciones contra los responsables. Por el contrario, se descubrieron más casos de perfilamientos a personas y periodistas que el gobierno categorizó como negativas.

**E**n el 2020, el periodista Ricardo Calderón denunció los perfilamientos ilegales que las fuerzas militares hicieron a periodistas colombianos y extranjeros. A pesar del revuelo que causó la noticia, todavía es poco lo que las autoridades han esclarecido y, por el contrario, se advierte un altísimo riesgo de impunidad.

Estas actividades de vigilancia ilegal pusieron en riesgo a los y las periodistas, vulneraron su derecho a la privacidad, intimidad, integridad, *habeas data* y libertad de expresión. Además, suponen la captación de información relacionada con las fuentes periodísticas, con lo cual se vulnera el fuero de protección a la fuente y se incumple el deber de garantizar este derecho.

El gobierno de Duque, en una salida rápida para remediar la crisis reputacional, anunció múltiples medidas para demostrar “mano dura” y “cero tolerancia”. Prometió satisfacer la necesidad de justicia y adoptar medidas de no repetición de las vigilancias ilegales de los servicios de inteligencia y contrainteligencia. Además, aseguró que esos perfilamientos se hicieron “a sus espaldas”, cuando en realidad lo que hizo fue darle la espalda al problema.

¿Qué pasó después de las declaraciones protocolarias y las promesas de altos funcionarios del Estado de encontrar a los culpables y llevarlos ante la justicia? Tras más de dos años de exigir la rendición de cuentas a distintas entidades del Estado, no hay avances en las investigaciones ni sanciones. A continuación, las cinco promesas que incumplió Duque relacionadas con vigilancia y perfilamientos a periodistas.

## 1 / La auditoría que nunca sucedió

### LA PROMESA

El presidente Duque ordenó el 2 de mayo del 2020 realizar una auditoría sobre las actividades de inteligencia en los últimos diez años. Y el Ministerio de Defensa de manera pública se refirió a [la orden de Presidencia](#) de que se hiciera la auditoría.



He dicho, desde inicio de mi Gobierno, que no toleraré a quienes deshonren el uniforme o realicen prácticas contrarias a la ley. Pedí a @CarlosHolmesTru, desde que llegó a @mindefensa, adelantar rigurosa investigación de labores de inteligencia de últimos 10 años.

Translate Tweet

11:55 am · 2 May 2020 · Twitter for iPhone

1,250 Retweets 345 Quote Tweets 4,598 Likes

### LO QUE EN REALIDAD PASÓ

- Desde el 2019, el Ministerio de Defensa sostiene que pidió la auditoría al Ejército.
- El Ministerio de Defensa lo reiteró en el 2022.
- Pero el mismo Comando General de las Fuerzas Armadas desmintió esto y sostuvo que nunca recibió dicha orden. (Respuesta del 28 de marzo del 2022, radicado 2022101004745153).
- En el 2022, la Inspección General del Ejército afirmó que no se ha hecho nada distinto a lo que por ley les corresponde. Es decir, no se adoptaron medidas de auditorías nuevas o específicas.

## 2 / Sin justicia penal

### LA PROMESA

El 4 de mayo del 2020, el Fiscal General de la Nación anunció que desde enero comenzó una investigación por la violación ilícita de comunicaciones, el uso ilícito de equipos transmisores, entre otros delitos, y que dentro de este expediente sería citado a interrogatorio el general en retiro Nicacio Martínez.



El fiscal Francisco Barbosa anunció que las nuevas denuncias por “perfilamientos” ilegales serán incorporados a la investigación que adelanta la Fiscal Delegada ante la @CorteSupremaJ. Además ordenó entrevistar a las personas necesarias para esclarecer los hechos.

Translate Tweet



8:24 pm · 4 May 2020

### LO QUE PASÓ

Dos años después, dicha diligencia no se ha realizado. No avanza el proceso.



### LA PROMESA

La Fiscalía anunció que se ha recogido la documentación que estaba en la Sala de Instrucción de la Corte, la Procuraduría, el Ministerio de Defensa y la Policía Judicial, lo que ha llevado a que la Fiscalía tenga en sus manos cuatro procesos y citará en calidad de víctimas a los periodistas perfilados en el proceso.



### LO QUE PASÓ

Existe un único proceso penal a cargo de la Fiscalía Séptima Delegada ante la Corte Suprema de Justicia. Dieciséis militares fueron citados a declarar en diciembre del 2019 y hasta la fecha no se conoce ningún resultado de dicho proceso, que se encuentra en etapa de indagación.

La Fiscalía nunca ha citado autónomamente a periodistas que hubieran sido víctimas. La entidad afirmó que solo se habían identificado a veinte periodistas cuando la FLIP identificó a 52. Se desconoce cómo la Fiscalía analiza los perfiles de quienes están identificados como víctimas y los relaciona con su oficio.

Tampoco se dan garantías de acceso a la información a los periodistas víctimas del perfilamiento. En el caso del medio *Rutas del Conflicto* se negó el acceso al expediente y a copias, por considerar que garantizar los derechos de la víctima pondría en riesgo la investigación y que debe equiparar en el acceso a la justicia a las víctimas con el mismo procesado.



### 3 / Las sanciones disciplinarias que nunca llegaron

**LA PROMESA**

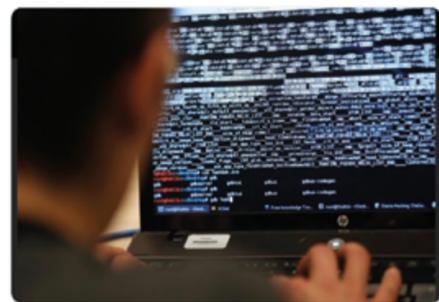
Los procesos iniciados al interior del Ejército Nacional fueron tomados por la Procuraduría General de la Nación mediante el poder preferente. El 20 de mayo del 2020 la Procuraduría pidió formular pliego de cargos disciplinarios a trece militares.

**LO QUE PASÓ**

En el 2022, la Procuraduría General de la Nación hizo una relación de dieciocho procesos de investigaciones activas e inactivas de acciones de perfilamiento por parte del Ejército. Sólo hay tres casos activos, que corresponden a denuncias del 2020.

Concretamente, hay dos procesos relacionados con el caso de perfilamientos:

Procuraduría General de la Nación @PGN.COL  
 La Procuraduría (@PGN.COL) asume investigación por presuntos nuevos seguimientos del Ejército a periodistas que denunció la revista Semana bit.ly/3daHglg



4:16 pm - 2 May 2020

FALTA DISCIPLINARIA	VINCULADOS	ESTADO ACTUAL
“Obtener información de periodistas, políticos, organizaciones civiles y ciudadanos, con desconocimiento de los derechos y garantías constitucionales y legales, que se concretó con las labores de perfilamiento a ellos realizadas por el Batallón de Ciberinteligencia (BACIB), durante el año 2019”	65 miembros del Ejército vinculados  Se formuló pliego de cargos en el 2020	Fase de juicio
Uso de tecnologías para interceptaciones ilegales	Hasta ahora no hay vinculados	Fase de indagación

### 4 / ¿Qué pasó con los contrapesos desde el Estado?

**LA PROMESA**

Desde el 2019, el Ministerio de Defensa anunció tres acciones:

1. Retiros discrecionales como sanción y mensaje de cero tolerancia.
2. Cambios en la estructura del Ejército para afianzar el control de las actividades de inteligencia.
3. Plan de acción de veinticinco acciones específicas para el fortalecimiento de controles a las actividades de inteligencia y contrainteligencia.

El 12 de mayo del 2020, el entonces ministro Holmes Trujillo se refirió a las veinticinco acciones específicas recomendadas por un grupo de expertos nacionales y extranjeros. Así lo reportó el Estado en el 2020 ante la Alta Comisionada de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. Siete de ellas están relacionadas con el fortalecimiento de nuevos métodos de control y otras están encaminadas a la reestructuración de algunas dependencias en nivel estratégico, operacional y táctico.

**LO QUE PASÓ**

En el 2022, la Inspección General del Ejército evadió la rendición de cuentas sobre los retiros discrecionales y los cambios en la estructura del Ejército. Se dieron evasivas aunque se trata de información que debería ser pública.

Tampoco se conocen los avances en la implementación de las veinticinco recomendaciones de los expertos.

### 5 / Sanciones políticas sin efectos

**LA PROMESA**

En mayo del 2020, la oposición lideró la citación a un control político al entonces ministro de Defensa, quien debía explicar desde el punto de vista de la responsabilidad política qué pasó con la vigilancia por parte de algunos miembros del Ejército.

Algunas organizaciones civiles, la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) y contrapartes diplomáticas, como el Congreso de los Estados Unidos, pidieron explicaciones sobre las vigilancias a opositores y defensores de derechos humanos, así como el uso de cooperación internacional para este fin.



**LO QUE PASÓ**

No hubo moción de censura. El 20 de mayo del 2020 ocurrió el debate. Carlos Holmes dijo a medios: “dejo constancia de que el gobierno está al servicio de los organismos de control para que se conozca toda la verdad, porque según la *Revista Semana*, estas presuntas acciones ilegales habían llegado hasta el despacho del presidente de la República. Nadie más interesado que el gobierno en que se conozca toda la verdad y se sepa quien tenía interés en urdir conspiraciones contra el jefe del Estado”.

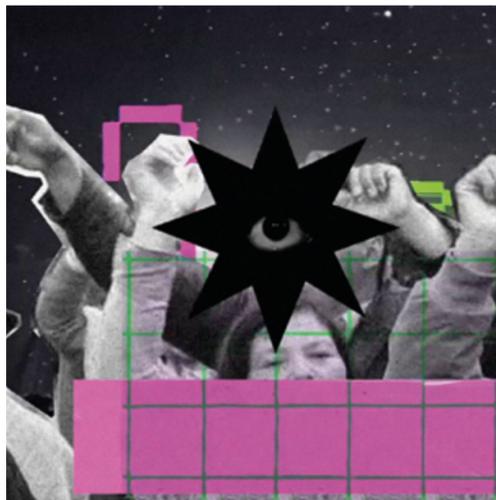
## Retos para el nuevo gobierno

El nuevo gobierno, liderado por Gustavo Petro —quien también habría sido objeto de vigilancia o perfilamientos— tiene la responsabilidad de transparentar las medidas de no repetición (o la falta de ellas) y garantizar las condiciones para que se investigue y sancione de manera imparcial e independiente, para que estos episodios no estén condenados a la repetición cíclica e impune.

Por una parte, debe fomentar y exigir el cumplimiento de los límites de las actividades militares desde los derechos humanos. La Ley Estatutaria 1621 del 2013 establece que en ningún caso se puede usar las capacidades de inteligencia o contrainteligencia para recolectar, procesar o diseminar datos de una persona por razones de género, raza, origen nacional o familiar, lengua, religión, opinión política o filosófica, pertenencia a una organización sindical, social o de derechos humanos, o para promover los intereses de cualquier partido o movimiento político o afectar los derechos y garantías de los partidos políticos de oposición.

En otras palabras, debe corregir la falsa creencia dentro de las fuerzas armadas —que ha servido reiteradamente de fundamento para los perfilamientos— de que la sistematización de datos que se han hecho públicos no vulnera ninguna garantía. Los datos sensibles, como las opiniones, no cambian su naturaleza al ser publicados, es decir, no se convierten en información pública. Tampoco corresponde a las fuerzas públicas categorizar o etiquetar a las personas por sus opiniones políticas, pues esto es ilegal y transgrede los fines de la función de inteligencia y contrainteligencia del Estado.

Otro reto inminente es transparentar el uso y la adquisición de nuevas tecnologías con capacidad de vigilancia, así como rendir cuentas sobre la capacidad instalada para vigilar las actividades de inteligencia y contrainteligencia, y la ausencia de controles y contrapesos.



1. La Corte Constitucional en su sentencia C-748 de 2011 determinó que aun cuando un dato sensible se hubiese hecho público por su titular, su naturaleza no cambia y, por lo tanto, las restricciones para su tratamiento se mantienen.
2. Por ello, la Corte Suprema de Justicia ([Radicado nº 112867](#)) determinó que la Presidencia de la República y la compañía Du Brands vulneraron los derechos del periodista Elmer Montaña, porque no cumplieron las exigencias contenidas en la Ley 1581 de 2012 y se consignaron datos sensibles como la opinión, sin consentimiento del actor para catalogarlo como positivo, neutro o negativo. Es decir, usaron su opinión política para etiquetarlo y catalogarlo, contrario a la prohibición de discriminar por orientación política o ideológica.
3. La Corte Suprema de Justicia reiteró que los datos sensibles no pierden esta naturaleza por el hecho de haber sido publicados. “Así las cosas, a pesar de que el accionante hubiese declarado abiertamente en su cuenta de Twitter su oposición al gobierno, la firma Du Brands y el Departamento Administrativo de la Presidencia de la República tenían la obligación legal de contar de manera previa con su consentimiento expreso e informado para el tratamiento de tales datos”. ♦

# Protestas y libertad de expresión: del silencio cómplice de Duque al ciberpatrullaje



Por Juan Pablo Madrid-Malo, coordinador del Centro de Estudios de Libertad de Expresión de la FLIP  
FOTO: Sebastián Comba

medidas concretas para proteger las manifestaciones, evitar violaciones a derechos humanos y garantizar justicia. A su vez, en el marco de las protestas del 2021, [la CIDH produjo un informe](#) en donde se hacía evidente la situación generalizada de irrespeto a los derechos humanos por parte de la fuerza pública, incluyendo la violencia contra la prensa. [La respuesta a la sentencia](#) fue el decreto 003 de 2021 con profundos vacíos y enmarcado por negativas del gobierno nacional a resolver asuntos de fondo ignorando las recomendaciones de la sociedad civil. Y frente a la CIDH, la respuesta fue antagonizarla y acusarla de interferir en la soberanía del país.

El gobierno nacional dispuso tiempo y recursos para crear contranarrativas y estigmatizaciones contra la protesta y la difusión de información al respecto. Algunos ejemplos: en 2019 la etiqueta #ConstruirNoDestruir fue promovida en redes sociales, e incluso llegó a través de mensajes de texto sin autorización a los celulares de varias personas. Ese mismo año, Duque contrató a la firma Du Brands para posicionar su imagen en redes sociales y hacerle frente a las justificadas críticas, a través de un listado de más de cuatrocientas cuentas de Twitter categorizadas como positiva, neutral o negativa hizo patente que el [gobierno rastrea los mensajes](#) que se difunden en Internet. Después, Carlos Holmes Trujillo afirmó que se utilizaba la etiqueta #ACAB (siglas de *All cops are bastards*, popularizada en varios países para difundir casos de violaciones a los derechos humanos) para desprestigiar la institucionalidad y hacer “terrorismo digital”. Y finalmente, la estrategia —sin marco legal— de [ciberpatrullaje](#) promovida por Diego Molano que fingió un ciberataque para iniciar una persecución bajo la etiqueta #ColombiaEsMiVerdad, de “noticias falsas” en redes sociales que según él buscaban dañar la imagen de la fuerza pública, volviendo a traer a colación la inexistente categoría de “ciberterrorismo”.

La falta de respuesta del gobierno nacional habilitó la violencia contra la prensa en contextos de protesta, así como la criminalización y estigmatización a la crítica que desestimula el trabajo de quienes están informando. ♦

**E**n sus cuatro años, el gobierno de Iván Duque vivió jornadas de protesta marcadas por repetidas y [sistemáticas violaciones de derechos humanos](#). Eso, sumado al intento de instalar contranarrativas que buscaban direccionar al público —sobre todo en redes sociales— con mensajes para desestimular y, en algunos casos, criminalizar la protesta, la crítica y las denuncias sobre lo que ocurría, deja un ambiente instalado de hostilidad contra la libertad de expresión y la prensa en manifestaciones sociales.

La tendencia fue en alarmante aumento: en 2018 se registraron seis agresiones por parte de la fuerza pública contra la prensa mientras cubría protestas; en 2019, 35 agresiones en el marco del Paro Nacional; en 2020, 41 agresiones y, en 2021 —una cifra que supera lo preocupante— 181 agresiones en medio del Paro Nacional. Más allá de las cifras, los hechos son muy delicados: agresiones físicas que incluyen golpizas, descargas con taser, disparos con armas de dotación y hasta apuñalamientos; amenazas y hostigamientos; destrucción de material y equipos periodísticos, y detenciones ilegales. Todo esto fue parte del repertorio de abusos que se registraron por parte de la fuerza pública contra la prensa y que Duque decidió ignorar.

La constante violencia en las manifestaciones produjo un [fallo de la Corte Suprema de Justicia](#) en septiembre del 2020 que ordenaba al gobierno nacional, entre otros, a tomar



# Opacidad

El gobierno puso trabas al acceso a la información y emitió más de cuatrocientas horas de un programa televisivo, sin derecho a preguntas ni réplicas. No cumplió con las ayudas prometidas para salvar al sector de medios y duplicó los tiempos de respuesta a los derechos de petición.

El mandato del saliente presidente Iván Duque se podría resumir en el concepto de opacidad. La falta de transparencia en el acceso a la información puede afectar el escrutinio por parte de la ciudadanía, la visibilización de la toma de decisiones en la gestión pública y su contraste frente a las realidades y necesidades de las personas que viven en Colombia. Hablamos con la organización Transparencia por Colombia para conocer los retrocesos y avances en términos de acceso a la información en los últimos cuatro años.



FOTO: Sebastián Castañeda

# El gobierno de Duque: opaco

**D**urante el gobierno de Duque, el acceso a la información, que debería garantizarse como un derecho, fue vulnerado constantemente. Aunque la pandemia y la emergencia sanitaria supusieron un reto inesperado, el gobierno optó por tomar medidas que incrementaron los obstáculos para acceder a este derecho: restringir el código fuente de CoronApp, elegir de manera arbitraria al fiscal, no asistir con frecuencia a las ruedas de prensa y duplicar los tiempos de respuesta a los derechos de petición.

Conversamos con **Andrés Hernández**, director de Transparencia por Colombia —una organización que desde la sociedad civil lidera procesos contra la corrupción— para analizar cuáles fueron los avances del gobierno en acceso a la información, cuáles fueron sus mayores desafíos y qué relación hay entre la lucha anticorrupción y la libre expresión.

**FLIP: ¿Cómo describe el acceso a la información durante el gobierno Duque?**

**Andrés Hernández (A.H.):** Creo que ha sido un periodo de estancamiento o de un retroceso significativo en el acceso a la información pública. Esto está asociado, en primer lugar, a la pandemia que limitó los tiempos de respuesta a las solicitudes de información y al mecanismo de transparencia pasiva establecido en la Ley 1712 de 2014. En ese momento era entendible porque el Estado debía atender la emergencia sanitaria, pero se extendieron las declaratorias de emergencia y, con ello, la demora en la respuesta a las solicitudes y los derechos de petición. El restablecimiento a las condiciones normales se demoró bastante e incluso el Congreso tuvo que dar la discusión, que además contó con una objeción presidencial y que hasta hace poco se restablecieron. Por otro lado, desde la institucionalidad pareciera que la transparencia activa, que es la información divulgada por las

entidades públicas, falló mucho. Encontramos casos en los que se hacían anuncios públicos pero no se encontraban en la página web de una entidad. Además, notamos una tendencia a restringir o negar la información, incluso cuando se acudía a mecanismos como la tutela. Entonces pareciera que la opacidad se estaba convirtiendo en regla, contrario a lo que plantea la ley. Y al final del gobierno no tenemos política pública de acceso a la información pública. Si bien el CONPES 4070 plantea algunos elementos, no es una política pública como lo demanda la Ley 1712. El Ministerio Público aún debe avanzar en las sanciones por el incumplimiento al derecho de acceso a la información pública.

**FLIP: ¿Cómo afectó a la labor periodística la ampliación de los plazos de respuesta a los derechos de petición?**

**A.H.:** Por las conversaciones que he tenido con algunos periodistas, este contexto ha sido adverso al rol que tienen los medios y el periodismo de transmitir la información. Creo que la situación del periodismo es más compleja si le agregas las restricciones de libertad de prensa o de expresión asociadas a paros nacionales o la negativa de entregar información de carácter sensible sobre temas como la protesta ciudadana o la ejecución de recursos públicos en la emergencia sanitaria. Nuestra sensación desde Transparencia por Colombia es que todo este contexto ha hecho más difícil la labor periodística y que los obstáculos siguen siendo muy grandes para que las y los periodistas accedan a esa información. Por lo tanto, creo que ha sido muy interesante ver al periodismo explorar nuevas rutas de entrada a la información pública, distintas a la que puede entregar algún testimonio, como el trabajo con datos públicos, el SECOP o Cuentas Claras sobre temas de financiamientos de campaña y así tener herramientas y comunicar, analizar y difundir información relevante para la ciudadanía.

**FLIP: ¿Por qué el gobierno debe entender que el acceso a la información es un derecho y que debe garantizarlo?**

**A.H.:** Es importante comprender que la defensa de lo público, la lucha contra el abuso del poder y los esfuerzos anticorrupción no están desvinculados de un contexto social, económico y político en el que los derechos humanos tienen un lugar fundamental. No hablamos de anticorrupción solamente porque se pierden recursos financieros, lo hacemos porque con esos recursos se afecta a la garantía de derechos humanos, económicos, sociales y culturales. Y la lucha contra la corrupción se encuentra en varios derechos específicos: la participación ciudadana, la libertad de expresión y el acceso a la información pública. No tener información pública para acceder a servicios de salud afecta tu derecho a la salud, no saber cómo se gastan los recursos públicos en salud no permite que ejerzas tu derecho de escrutinio y de participación ciudadana. Entonces, en la base de cualquier acción anticorrupción hay una lectura de defensa, el respeto y el goce de los derechos humanos.

**FLIP: Las zonas con mayor producción de información local visibilizan estos casos de corrupción, mientras que en los desiertos informativos hay un subregistro o no hay datos. ¿Qué ocurre?**

**A.H.:** La falta de datos sobre qué pasa en materia de corrupción coincide con aquellos territorios donde hay restricciones para la libertad de prensa, debilidades para consolidar medios de comunicación independientes y debilidades para la denuncia o la participación ciudadana del control a lo público. Entonces, decir que equis o ye ciudad del país donde se evidencian más casos son automáticamente los más corruptos sería equivocado. Al contrario, en esos territorios donde las condiciones propician la libertad de los medios, de expresión y de participación y de información, estas situaciones irregulares se ven más. Eso nos ha llevado a preguntarnos qué hacer en esos territorios donde no encontramos información. Y en estos territorios también pueden coincidir unas condiciones de

debilidad institucional que debilitan la generación de información y la posibilidad de que la ciudadanía acceda a información producida por autoridades públicas.

**FLIP: ¿Qué lecciones deja el gobierno Duque para el de Gustavo Petro?**

**A.H.:** Hay varias. En materia de anticorrupción, el gobierno de Duque hizo énfasis en sacar leyes, entonces lo primero es darles un lugar importante pero saber que no resuelven automáticamente todo y que, por lo tanto, ojalá contribuyan a un contexto propicio para el acceso a la información pública. Un claro ejemplo de lo que no debe suceder fue el caso de la Ley Anticorrupción, que puso restricciones a la libertad de expresión o a quienes denunciaron casos de corrupción. La segunda lección es que se pusieron en marcha distintas herramientas importantes que necesitan más alcance y calidad en los datos, como la gestión de Colombia Compra Eficiente, los datos públicos del SECOP y el Portal Anticorrupción, propio de este gobierno. Más allá de lo técnico, necesitamos recordar el propósito de la Ley 1712 y del derecho de acceso a la información pública. Desde nuestro punto de vista, si tenemos información pública, confiable y de calidad, la relación entre la ciudadanía y el Estado puede mejorar. Creo que debemos volver al espíritu de la ley y que ojalá nos ayude a enfrentar las dificultades que vemos en la dispo-

sición y voluntad de entregar la información. Por último, debemos tener la posibilidad de seguir explorando los datos públicos y las bases de datos, y que la información pública sea apropiada por distintos grupos más allá de la prensa, las organizaciones sociales y la academia.

Necesitamos ampliar el vínculo para que, a través de la información pública, resolvamos las grandes necesidades que tenemos. ❖

HA SIDO UN PERIODO DE ESTANCAMIENTO O DE UN RETROCESO SIGNIFICATIVO EN EL ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

# La billetera de Duque

Durante su mandato, Iván Duque decidió que la publicidad oficial debía jugar a su favor. Sin escatimar en gastos, invirtió el presupuesto del gobierno para figurar en los medios, monitorear las redes sociales e identificar a quienes opinaban sobre su gestión. Todo con tal de favorecer su imagen y convertirse en el protagonista.

Las comunicaciones y el intento de posicionar la imagen del presidente Duque fueron un pilar de su gobierno. Entre el 2018 y el 2022 el gasto en publicidad oficial y divulgación institucional fue de **\$46.164.867.909** a través de la Alta Consejería Presidencial para las Comunicaciones, el Departamento Administrativo de la Presidencia de la República (Dapre) y la Agencia para la Reincorporación y la Normalización (ARN). Solo el **Dapre utilizó más de 32.500 millones de pesos** en veintiséis contratos, veinte fueron reportados por la entidad en respuesta a los derechos de petición y otros seis fueron encontrados por la FLIP en el SECOP.

Los objetivos de estos contratos consistían en: la creación de estrategias de comunicaciones para divulgación en medios, la producción de contenidos y la administración de los canales digitales de Duque y de la Presidencia. Además, usaron estrategias como la parametrización de usuarios de redes sociales, el monitoreo de medios de comunicación y el posicionamiento del presidente en redes sociales.

## PRINCIPALES CONTRATISTAS

En el gobierno Duque hubo tres principales contratistas: DBD Worldwide Colombia S.A.S con tres contratos, y RTVC y Du Brands S.A.S, cada uno con cuatro. Los valores de los contratos superan los ocho mil millones de pesos.

El **42%** del total de los contratos celebrados está representado en estos tres contratistas.

MAYORES CONTRATISTAS	CUANTÍAS
RTVC (cuatro contratos)	10.293.133.069
DBD Worldwide Colombia S.A.S (tres contratos)	9.378.000.000
Du Brands S.A.S (cuatro contratos)	8.823.977.073

## AMPLIACIÓN DEL EQUIPO HUMANO

En el 2018, la Alta Consejería Presidencial para las Comunicaciones estaba compuesta por quince cargos. Sin embargo, al finalizar el mandato de Duque esta dependencia quedó con 54 puestos.

El personal de comunicaciones se amplió un **260%**.

## COMUNICACIÓN CONTRA LA PROTESTA SOCIAL

Como respuesta al Paro Nacional del 2019, el gobierno contrató a Alotrópico S.A.S. para posicionar y fortalecer la imagen institucional de la Presidencia con mensajes como “Colombia quiere más propuestas, menos movilizaciones”, “Conversar para avanzar, si uno para no avanza”, “Avanzaremos solo si: pasamos de la protesta a la propuesta y de la propuesta a la acción”.

Los tres contratos celebrados entre 2018 y 2022 con Alotrópico S.A.S ascienden a un total de **\$1.145.448.142**.

## SALVAGUARDAR LA IMAGEN DEL PRESIDENTE

Para responder al riesgo reputacional de Duque en los momentos coyunturales, se realizaron monitoreos a medios locales, regionales, nacionales e internacionales.

En cinco contratos, que ascienden a **\$7.400 millones**, se tiene por obligaciones específicas el monitoreo de medios.

## ¿ESTÁN HABLANDO DE MÍ? DUQUE EN REDES

La estrategia de Presidencia fue apuntarle a las redes sociales con el fin de conocer cuál era la percepción de la ciudadanía sobre la gestión de Iván Duque. Con tres contratos buscó consultar tendencias, *hashtags* y métricas de lo que se hablaba en plataformas digitales.

Estos tres contratos ascienden al valor de **\$5.800 millones**.

## UNA CHEQUERA PARA MONITOREAR INFLUENCIADORES

Como estrategia digital, especialmente en momentos de crisis, el Gobierno firmó tres contratos con Du Brands que incluían cláusulas específicas para monitorear a influenciadores digitales a través del adquirir, depurar, verificar y actualizar listados.

En la ejecución de uno de los contratos, **468 influenciadores** fueron categorizados bajo etiquetas como “positivos”, “negativos” o “neutros”.

## DE PUERTAS PARA AFUERA

Duque priorizó sus apariciones en el exterior, particularmente en Estados Unidos y Reino Unido. Firmó tres contratos para la divulgación de mensajes, columnas de opinión, entrevistas y conversatorios en medios y con tomadores de decisiones en esos dos países.

Los contratos con DRD Partnership LTD y The Fratelli Group INC suman más de **\$1.800 millones de pesos (USD 461.124)**.

## DISPARIDAD EN LA PAUTA EN REDES DE RTVC

Del listado de medios y plataformas en los que RTVC invirtió en pauta destaca la diferencia del monto entre plataformas como Facebook (160 millones) y Google (98 millones), frente a medios cuya cuantía no fue superior a dos millones, o en algunos casos inferior a un millón.

En contraste, la emisora de Quibdó *Ecos Del Atrato* recibió **\$671.125** y la emisora *Ondas de la Montaña* de Medellín, **\$1.567.500**.

## ¿DE DÓNDE SALIERON LOS FONDOS PARA LA PAZ?

Trece de los veintiséis contratos analizados se financiaron con recursos del Fondo de Programas Especiales para la Paz.

**\$21.227.652.313** se emplearon, es decir que el 50% de los contratos se financió con el Fondo de Programas Especiales para la Paz.

## El propósito de la publicidad oficial se desdibujó

En estos cuatro años la pauta oficial se empleó como estrategia de promoción personal para favorecer la imagen del presidente. Las acciones de pauta del gobierno de Duque se basaron en los siguientes tres pilares:

1. Emplear la pauta para atender crisis y riesgo de reputación para la Presidencia y el presidente, como ocurrió con el Paro Nacional y la emergencia sanitaria.
2. Promocionar la imagen del presidente a través de mensajes institucionales en medios masivos y digitales a nivel nacional e internacional.
3. Consolidar un equipo robusto de comunicación que se soporta en el personal de la Alta Consejería Presidencial para las Comunicaciones, y que también acude a las agencias privadas que disponen de amplios equipos interdisciplinarios para planear, ejecutar y promocionar la publicidad del gobierno nacional.



ILUSTRACIÓN: Kevin Ruda

# De relatos, mitos y viruses: *los fundamentos de la comunicación de Duque*



Por Eugénie Richard, docente investigadora de la Universidad Externado de Colombia. PhD(c) en Estudios políticos, experta en marketing político. FOTO: Sebastián Castañeda

Mientras sus dos precursores habían logrado imponer en los imaginarios colectivos un consenso para justificar su acción política (Uribe, que el país estaba en peligro y que tocaba defenderlo con las políticas de seguridad democrática y Santos, que la lucha armada era un fracaso que le costaba mucho al país y era necesario buscar la salida por la negociación), al gobierno de Duque se le había dificultado establecer un consenso que podría justificar una política que tardaba en definirse. Resultado de ello, el gobierno sufrió desde el principio de un déficit de popularidad y de credibilidad (apenas un colombiano sobre tres confía en él según las firmas encuestadoras).

Este panorama cambió con la llegada del virus del Covid-19 en el país. La pandemia le puso fin a esta ausencia de narrativa presidencial, y permitió a Duque plantear un consenso (necesitamos estar unidos para ganar esta lucha contra el virus) para justificar toda su acción política (aislamiento, vacunación, reactivación económica) y asegurar el respaldo popular. Paradójicamente, fue cuando tomó las decisiones más caras en términos de capital político (aislamiento preventivo, medidas de distanciamiento social, cierre de empresas y de centros educativos, toque de queda, etc...) que logró su mayor índice de popularidad: subió 30 puntos entre febrero y abril del 2020, según una encuesta Gallup Invamer.

El milagro que usualmente opera en la comunicación de crisis se puso en marcha: la figura del presidente ganó en importancia, y los colombianos, sin distinción de condición, cerraron filas detrás del líder que se impuso como el encargado de llevar la nación hacia su futuro. Por fin, el gobierno contaba con un norte estratégico (proteger a la población, asegurar su bienestar, vacunarla y salvar la economía) y el presidente ganó en legitimidad para encabezar esta misión.

**L**a comunicación de gobierno se alimenta de mitos, de relatos y de consensos. El último es necesario para que los dos primeros puedan funcionar y aseguren una buena gobernanza. En democracia no se puede gobernar bien si se comunica mal. Pero a veces, hablar mucho no significa convencer más. El presidente Duque lo experimentó con su programa Prevención y acción, en el cual saturó la palabra presidencial y su relato perdió credibilidad.

## CONSENSOS, RELATOS Y ACCIÓN POLÍTICA: EL DIFÍCIL ARRANQUE DEL GOBIERNO DUQUE

Durante su primer año y medio de mandato, el presidente de Colombia tuvo dificultad para consolidar un mito de gobierno que fuera capaz de proyectar su acción política y ofrecerle un norte estratégico, más allá del corto plazo. Las banderas de su campaña –la legalidad, el emprendimiento (la famosa economía naranja) y la equidad– eran conceptos abstractos, difíciles de traducir en acciones concretas y de plasmar en una narrativa que inspirara a los colombianos. Esta ausencia de relato presidencial explicó en parte el fracaso para generar consensos en la opinión pública alrededor de qué iba a guiar la acción del gobierno y cómo justificarla.

## PREVENCIÓN Y ACCIÓN: MUCHO DE LA PRIMERA, POCO DE LA SEGUNDA

El presidente acertó en convertir su comunicación institucional en comunicación de crisis, apareciendo como la figura de mando capaz de generar calma y tranquilidad, entregando un mensaje claro y enfocado. Se impuso como el vocero principal sobre el tema y encargó al Ministerio de Salud como única fuente de información veraz. Rodeado por sus ministros de salud y del interior en su programa diario en vivo Prevención y acción, Duque demostró que el gobierno estaba trabajando en equipo.

El programa que contaba con una hora de transmisión diaria al final de la tarde en las plataformas de la Presidencia de la República y varios canales de TV constituye el mejor ejemplo para ilustrar la ambición del presidente Duque por volver a definir la agenda pública. El mensaje de tranquilidad iba acompañado por una puesta en escena en la cual todo traducía la idea de control, pero hasta el exceso: el vaso de agua, el gel antibacterial y la mesa eran elementos detrás de los cuales se refugiaba el presidente. El formato del programa, a mitad de camino entre la alocución presidencial y la rendición de cuentas, privilegiaba un monólogo que no dejaba ningún espacio para preguntas de periodistas, cuestionamientos de ciudadanos o voces de la oposición. El programa se convirtió progresivamente en un espacio de comunicación oficial del presidente, no solamente para comunicar sobre la acción encaminada en contener la propagación de virus, pero también se prestó para que el mandatario empezara a referirse y publicitar acciones de su gobierno en otras carteras.

El gobierno de Duque emitió más de 400 horas del programa Prevención y acción.



FOTO: David Romo - Presidencia de la República

EL MILAGRO QUE USUALMENTE OPERA EN LA COMUNICACIÓN DE CRISIS SE PUSO EN MARCHA: LA FIGURA DEL PRESIDENTE GANÓ EN IMPORTANCIA, Y LOS COLOMBIANOS, SIN DISTINCIÓN DE CONDICIÓN, CERRARON FILAS DETRÁS DEL LÍDER QUE SE IMPUSO COMO EL ENCARGADO DE LLEVAR LA NACIÓN HACIA SU FUTURO.

El formato muy largo y la repetición terminaron acabando con la utilidad del programa: progresivamente, la palabra presidencial saturó el espacio mediático y se observó una pérdida de interés por parte del público. El programa no paró de perder audiencia desde el primer día y los colombianos le dieron la preferencia al noticiero que retomaba en un par de minutos lo que el presidente se demoraba una hora para contar. En términos estratégicos, la decisión de seguir con este programa, con este formato innecesariamente largo y cerrado, no fue buena. La toma de palabra diaria del presidente le quitó su carácter excepcional y la desacralizó. Por hablar demasiado y repetitivamente, Duque perdió la oportunidad de dar a su alocución el carácter excepcional que convoca a la nación. Más aún, el tipo de comunicación, unilateral, la falta de diálogo y de espacio para cuestionar la toma de decisión recordaban a *Aló Presidente* de Chávez, verdadera arma de propaganda en Venezuela, o las conferencias de prensa diarias de AMLO durante las cuales la prensa lo escuchaba hablar durante horas. Estas referencias a reconocidos programas de propaganda le quitaron más credibilidad a Prevención y acción.

## LO QUE QUEDÓ DEL MITO

Al finalizar su mandato, el presidente será juzgado por su aptitud a haber construido un legado de gobierno en el cual, y sin duda, su gestión de la crisis del Covid tendrá un lugar preponderante. Si bien la pandemia le ha permitido proyectarse dentro de una narrativa, y el presidente Duque utilizó asertivamente los pilares de la comunicación de crisis, no se puede parar de preguntarse si este exceso de comunicación, nefasto desde un punto de vista de *marketing* político, también fue una manera de cerrar la puerta a la práctica democrática de las conferencias de prensa y el ejercicio de las preguntas de periodistas. Ese es un lunar que, inevitablemente, oscurece el balance del presidente. ♦

FOTO: Dario Augusto Cardona, La Patria



# Sin salvavidas en medio del naufragio

En el 2021 el MinTIC anunció una convocatoria para apoyar la transformación digital de los medios de comunicación. Aunque más de 350 medios aplicaron, el ministerio no entregó ni un solo apoyo argumentando que ninguna propuesta cumplía con los requisitos. Hablamos sobre este proceso con el director de un medio que se presentó a la convocatoria.

La pandemia agudizó la crisis económica que los medios de comunicación venían arrastrando. Ante esta situación, en marzo del 2021 el MinTIC abrió una convocatoria de 85 millones, anunciada con bombos y platillos. En un proceso lleno de tropiezos e irregularidades, cuyo cierre se postergó cuatro veces, 354 medios se presentaron a la convocatoria.

El 6 de septiembre del 2021, el ministerio decidió cancelar la convocatoria que intentaba dar rescate al sector. Medios de comunicación de todo tipo y formato perdieron tiempo y recursos, esperando un apoyo prometido que nunca llegó. Para conocer la perspectiva de los medios sobre este episodio, la FLIP entrevistó a **Nicolás Restrepo**, director y gerente del diario *La Patria* de Manizales.

**FLIP: ¿Cuáles fueron los retos de sostenibilidad que enfrentó *La Patria* durante la pandemia?**

**Nicolás Restrepo (N.R.):** Las fuentes de ingresos más importantes de los periódicos como el nuestro son la publicidad y la venta de ejemplares. Por todos los confinamientos, la publicidad se detuvo por completo y eso redujo más o menos el 60 o el 70% de los ingresos que sostienen al periódico. La pandemia también hizo que se dificultara la venta de los ejemplares en la calle, pues no había gente circulando. Con esfuerzos muy grandes, solamente pudimos mantener las suscripciones.

Por ejemplo, el *Qhubo*, otro periódico que también editamos, vive solamente de la venta en la calle y no tiene suscripciones. Entonces nos tocó la tarea de también intentar ayudar a quienes dependían de la venta de los periódicos en la calle para que subsistieran. Con lo que pusimos nosotros, y lo que algunos lectores caritativos ayudaron, logramos llevarle mercados por algunas semanas a los voceadores. La situación fue muy crítica para ellos.

**FLIP: ¿Cómo fue el proceso de aplicación a la convocatoria del MinTIC? ¿Cuánto tiempo y recursos invirtieron?**

**N.R.:** Aunque pretendía ser un sistema muy ágil y sencillo, resultó que no era así. Era muy amplio, abarcaba casi todo lo que a uno se le ocurriera, y era muy generoso en recursos, hay que decirlo también, se podía aplicar hasta por 1.500 millones de pesos.

La convocatoria no exigía contar qué tipo de contenidos pretendía generar el medio, sino más bien qué inversiones en términos de equipos, *software* o tecnología se querían mejorar o implementar. Para justificar eso, se debían adjuntar tres cotizaciones de las cosas que se aspiraban adquirir.

Para hacer la postulación nosotros particularmente no contratamos a nadie, lo hicimos internamente. Dos personas estuvieron durante casi tres meses consiguiendo todos los soportes y tratando de armar una propuesta que fuera consistente. Nos demoramos mucho porque el problema con el ministerio era que siempre aplazaba los cierres, entonces eso nos ocupó casi un semestre de tiempo y de expectativas sobre lo que podía ser esa convocatoria.

**FLIP: ¿Recibieron acompañamiento o buscaron retroalimentación del MinTIC? ¿O fue un proceso en solitario?**

**N.R.:** Pues más bien solitario. Había un canal para tramitar las inquietudes que uno tuviera, les escribía y ellos contestaban. Algunas veces lo hacían de manera rápida, otras veces ni siquiera contestaron. Algunas cosas eran muy vagas, eso nunca fue muy claro, la verdad. Hubo medios que sí contrataron personas especialistas en ese tema de convocatorias del gobierno para que les ayudaran y les tocó pagarles, pero nosotros lo hicimos internamente y sin acompañamiento del ministerio.

**FLIP: Después de aplicar a la convocatoria, ¿cuál fue la respuesta del ministerio? ¿Cómo fue la reacción del medio?**

**N.R.:** La verdad fue muy frustrante y me parece que fue una falta de seriedad

gravísima del ministerio en todo el proceso. Lo que estábamos esperando era que la calificaran y que dijeran “usted sí”, “usted no”. Eso nunca lo hicieron. Desgraciadamente, apareció el escándalo de los Centros Poblados en la mitad del proceso y creo que, políticamente, fue muy complejo para ellos, se les trastocaron todas las prioridades. La respuesta y excusa del ministerio fue muy escueta. Una falta de respeto con todos los que participamos. Eso me parece que habló muy mal del ministerio en ese momento.

Además no recibimos una retroalimentación sobre por qué nuestra propuesta no cumplió con los requisitos, solo recibimos el anuncio general que les enviaron a todos. Ya habían hecho una precalificación y a nosotros nos faltaba un formalismo menor, un certificado de la Cámara de Comercio o algo por el estilo.

Pero después de las más de trescientas aplicaciones, resultó que ninguna cumplía los requisitos. Esa fue la disculpa más indignante de todas.

**FLIP: ¿Cómo continuó el trabajo en el periódico?**

**N.R.:** Con muchas dificultades, pero por fortuna las cosas empezaron a cambiar. Fueron años muy difíciles, sobre todo el primero, el del confinamiento total, perdimos mucha plata, yo creo que no solamente nosotros sino la mayoría de los medios. Pero afortunadamente hemos podido recuperarnos gracias a la confianza de los lectores y de los anunciantes. También hicimos una redefinición del negocio que fue muy compleja, porque hubo que ajustar muchos de los costos y gastos de la empresa y tratar de volvernos sostenibles con lo que había. Sin embargo, que nos este recuperando no quiere decir que no sea importante que en el futuro se dé algún tipo de ayuda estatal a los medios. Esa aspiración continúa. ♦

DESPUÉS DE LAS  
MÁS DE TRESCIENTAS  
APLICACIONES,  
RESULTÓ QUE  
NINGUNA CUMPLÍA  
LOS REQUISITOS.  
ESA FUE LA DISCULPA  
MÁS INDIGNANTE  
DE TODAS.



FOTO: Gabriel Linares

Un grupo de indígenas Wayúu recoge algodón al calor del sol en El Hatico, un corregimiento de Fonseca en La Guajira. Una labor ardua, mal remunerada y poco conocida.

Este ensayo visual forma parte de Consonante, una red colaborativa de periodismo local. Encuentra más historias en [www.consonante.org](http://www.consonante.org) y en el noticiero por whatsapp (+57 315 7677623).

Síguenos en: [@Consonante\\_lab](https://www.instagram.com/Consonante_lab)

## ¿QUÉ DEBE PRIORIZAR EL PRÓXIMO GOBIERNO PARA ATENDER LAS URGENCIAS Y GARANTIZAR EL FUTURO DEL PERIODISMO EN COLOMBIA?

### FRENTE A LA URGENCIA EN POLÍTICAS PARA PREVENIR, PROTEGER Y GARANTIZAR JUSTICIA:

1. IMPLEMENTAR UNA POLÍTICA PÚBLICA QUE GARANTICE Y FORTALEZCA EL DERECHO A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DE INFORMACIÓN DE QUIENES EJERCEN EL PERIODISMO EN EL PAÍS. ESTA POLÍTICA DEBERA RECONOCER ABIERTAMENTE QUE EL PERIODISMO ES UN SERVICIO PÚBLICO AL PROVEER INFORMACIÓN DE ALTO INTERÉS PARA LA CIUDADANÍA.
  2. CREAR UN NUEVO PUESTO TEMPORAL DE ENVIADO PRESIDENCIAL ESPECIAL PARA LA LIBERTAD DE PRENSA.
  3. CREAR UN CUERPO ESPECIALIZADO EN LA FISCALÍA GENERAL DE LA NACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE CRÍMENES CONTRA LA PRENSA, COMO LO HA RECOMENDADO LA ASAMBLEA GENERAL DE LAS NACIONES UNIDAS.
  4. ESTABLECER UNA POLÍTICA INTEGRAL PARA MITIGAR LOS RIESGOS DIFERENCIADOS DE GÉNERO EN EL TRABAJO PERIODÍSTICO, TAL COMO FUE RECONOCIDO POR LA CORTE INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS EN EL CASO DE JINETH BEDOYA.
  5. INICIAR UN PLAN DE TRABAJO CON LA UNIDAD NACIONAL DE PROTECCIÓN (UNP) PARA QUE (I) SE ARTICULE CON LA FISCALÍA EN LA INVESTIGACIÓN, (II) INCORPORA UNA ASESORIA TÉCNICA EN LIBERTAD DE EXPRESIÓN, (III) TENGA EN CUENTA LOS RIESGOS DIFERENCIADOS PARA PERIODISTAS Y PERIODISTAS MUJERES, Y (IV) SEA TRANSPARENTE CON LOS PROCESOS.
  6. ESTABLECER UN ORGANISMO INDEPENDIENTE CON FUENTES DE FINANCIACIÓN QUE REPRESENTEN LA DIVERSIDAD DE LAS AUDIENCIAS COLOMBIANAS. ESTE DEBERÁ REALIZAR ESTUDIOS SOBRE EL MERCADO Y CONSUMO DE MEDIOS, QUE RECONOZCAN Y ABORDEN LAS NECESIDADES DE LA INDUSTRIA DE MEDIOS Y LAS PROPUESTAS QUE SE HAN PLANTEADO DESDE EL SECTOR PARA SALIR DE LA CRISIS.
  7. ESTABLECER MECANISMOS PARA QUE LA ASIGNACIÓN DE PUBLICIDAD OFICIAL RESPETE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y SE DELIMITE CUÁL ES EL PROPÓSITO DE LA PUBLICIDAD OFICIAL, SUS FINES, Y PROHIBICIONES EXPLÍCITAS.
  8. HACER CAMBIOS NORMATIVOS EN LOS MEDIOS PÚBLICOS PARA QUE SE ESTABLEZCA UNA ESTRUCTURA DE GOBERNANZA MÁS AMPLIA, PARTICIPATIVA Y COMPLEJA, CON INCLUSIÓN DE LA SOCIEDAD CIVIL ORGANIZADA.
- ### FRENTE A LA DEFENSA DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN LÍNEA:
9. PROMOVER UN PROGRAMA AMPLIO Y SOSTENIDO EN EL TIEMPO DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL Y MEDIÁTICA QUE BRINDE HERRAMIENTAS A LA CIUDADANÍA PARA DISCERNIR SOBRE EL CONTENIDO QUE RECIBE A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES. LA DESINFORMACIÓN NO SE COMBATE CON CENSURA, SINO CON CONOCIMIENTO.
  10. ESTABLECER UNA POLÍTICA DE FOMENTO DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA QUE AYUDE A GARANTIZAR CONDICIONES MÍNIMAS DE INFRAESTRUCTURA Y ACCESO Y QUE LOS CONTENIDOS FORTALEZCAN LA DIVERSIDAD Y EL PLURALISMO. ESTO DEBERÁ APORTAR PARA COMBATIR LAS ZONAS SILENCIADAS EN LAS QUE NO HAY PRESENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCALES.



# SALA DE REDACCIÓN DE AUSENTES:

*La censura de hoy es producto de la que vivimos ayer.*

Entre 1977 y 2021 en Colombia fueron asesinados 162 periodistas por razones vinculadas a su oficio. Para entender la palabra silenciada, debemos hacer memoria de la sala de redacción de ausentes, conocer sus periodistas, notas, artículos, noticieros, para explorar el vacío que han dejado sus asesinatos y la huella impuesta tras su partida.