

MEMORIAS DEL CONVERSATORIO
#CocaReguladaPazGarantizada
<http://www.cocaregulada.com>

Panel 2: #CocaReguladaPazGarantizada

“El Lenguaje de los medios de comunicación para la regulación de la Cocaína”.

Camilo Segura.

Camilo es Comunicador Social- Periodista de la Pontificia Universidad Javeriana. Desde se ha desempeñado como redactor-periodista del Espectado y en Contravía, y de noticias web en Caracol Televisión. Actualmente es editor en jefe de ¡Pacifista!, una plataforma de contenidos para la generación de paz en Colombia, auspiciada por el Alto Comisionado para la Paz en Colombia y la franquicia de VICE en Colombia, dirigida a público joven.

Bueno, muchas gracias a ATS por la invitación, un saludo a todos ustedes por estar acá y por querer hablar de esto, digamos cuando Julián me invitó a hablar acá, yo lo primero que pensé fue *Bueno, y si va a haber gente aquí hablando desde lo técnico diciendo así son los cultivos, así debería ser una regulación de los mercados, así es que actúa el Estado y lo demás*, pues qué es lo que yo tengo para decir y pues me paré en el lugar de para qué está la narrativa del periodismo y básicamente está para dos cosas partiendo de un valor que se enseña en la academia y es para defender la democracia, los derechos humanos y por consecuencia la vida y yo creo que esa es la urgencia de hablar de este tema y pues es que hay un montón de vidas que se están perdiendo en la lucha contra las drogas o en la guerra contra las drogas y además de eso hay un montón de proyectos de vida truncados precisamente por una visión de las drogas que está limitada a la visión de la comunidad global y de los Estados y particularmente del Estado colombiano.

El ejercicio que yo hice cuando empecé a pensar esta charla es *¿Cómo funcionan los medios de comunicación?* Y digamos yo he estado como en uno de los medios más antiguos de este país que es El Espectador, he estado en una web de un canal de televisión, estuve en un medio con la pretensión de cubrir la agenda global del país que era Confidencial Colombia y ahora estoy en VICE que se podría decir que es uno de los medios más alternativos en los que he estado y me he dado cuenta que en la organización del trabajo incide directamente en la forma en la que se narran las drogas, para quienes no saben, básicamente el periodista llega buscando trabajo y si sus aptitudes satisfacen al editor o a al director de un medio, lo asignan a una sección, debe narrar unas temáticas muy controladas y esas temáticas se controlan a partir de fuentes, es decir, Camilo Segura va la redacción de El Espectador, va a cubrir la sección política, a él le asignan Presidencia, Ministerio del Interior, Ministerio de Justicia y tal partido, es decir, hay tres compañeros que tiene una asignación de fuentes similares y a partir del cubrimiento y precisamente por la ambición del medio de estar presente en toda la agenda noticiosa, pues se define el qué hacer diario del periodista.

Teniendo en cuenta esa división del trabajo yo quiero que empecemos a mirar estas narrativas con que empecé a distinguirme, entonces estos medios tienen como la pretensión de cubrir la agenda del país, son medios que son mucho más masivos, que tienen varios medios alternativos con una posición política definida o con un enfoque particular como es Pacifista que está enfocado en conflicto y construcción de paz.

Si ustedes se dan cuenta, todos obedecen a fuentes oficiales, es decir, este titular lo produjo la armada, este titular lo produjo la policía, el de allá la policía, este también la policía. ¿Quiénes son las personas que protagonizan esos titulares? Nadie tiene idea quién es el quién de esa noticia, es decir, *quién conducía esa lancha, de quién era esa*



coca, cuál era la ruta de esa coca, cómo funcionaba esa exportadora, quién era la persona que estaba allá en España, cuál es la historia de vida de esa persona, todos esos titulares obedecen como a partes oficiales de esa información y se narran a partir de esa fuente y tal vez haya un ejercicio exhaustivo llevaría a consultar una fuente policial a otro lugar, a consultar tal vez al director de policía que es quien tiene detalles del operativo, pero esta es una narrativa tradicional que se ven todos los días en los medios de comunicación.

Esta narrativa también es bien interesante y es la política alrededor de las drogas, es decir, ustedes se dan cuenta y esta diapositiva apunta más a la construcción de un enemigo en la guerra contra las drogas. La mezcla entre el conflicto armado, el narcotráfico y la guerra contra las drogas, es evidente en Colombia, las fronteras se desdibujan todo el tiempo en los medios de comunicación, sobretodo porque hay afirmaciones que asume el periodista muchas veces desde un prejuicio que está pensado desde el poder como *las FARC son un cartel de cocaína*, y si ustedes se dan cuenta, la púnica que está atribuida ahí, es la de Álvaro Uribe y el análisis que uno puede hacer es la utilización del discurso de la guerra contra las drogas en función de un interés político que es el Boicot o la crítica, en los mejores términos, al proceso de paz.

Este titular por ejemplo, para quién consulta Twitter, para quien ve El Espectador, no se entiende quién lo afirma, cómo así, quién hizo el ranking, quién está compitiendo, digamos, la información no se sabe de dónde proviene, pondrían este condicional, no está atribuido tampoco y allí tampoco está relatada el nexo causal entre la existencia del ELN, los kilos de cocaína, más allá de que el ejército es quien informa, es decir, como no hay un contraste de fuente con otras narrativas distintas como puede ser la discusión de un proyecto de ley sobre cualquier materia. Digamos, este es el ejercicio típico de una redacción política que es utilizar la guerra contra las drogas o el tema de la coca en función del debate que suscita en el congreso, que suscita en la ONU gracias a que Santos va y lo pone en la agenda, es decir, el input que se le hace a la información tiene que ver sobre todo con los discursos más no en sus justificaciones, no en las narrativas que tengan que ver con información técnica en investigación social.

Esta es una narrativa bien particular porque viéndolo desde una sala de redacción, son titulares típicos de una sección de salud, una sección de vivir, y es que miren ustedes de dónde proviene toda esa información y estos dos son productos de información de cable, esto no se produce en Colombia, este es la imitación del FBI la DEA a un periodista a que vaya y atestigüe de cómo los narcotraficantes han vencido al sistema. Ustedes se dan cuenta y la información que se trabaja arriba es una sola fuente y ese periodista va con la cocaína, se va con la maleta de cocaína, esa cocaína nadie la detecta porque presuntamente han logrado evitar que los perros y los detectores lo hagan.

“Alta dosis de cocaína provoca autodestrucción neuronal” es un experimento de una universidad que Agencia F lo toma de una revista científica, le cambia el lenguaje, se toma aquí tal cual, e incluso lo que se hace es como las palabras del español de España, volverlo a un español colombiano y el trabajo no se hace en función del territorio. Esto también es una afirmación muy temeraria y se le atribuye a otro medio, esto es lo que se hace constantemente como agregaduría, no sé si ustedes se han dado cuenta pero cada vez hay más notas que dice “según el NYT...” y similares, eso es un ejercicio que no es

periodístico en particular pero si tiene la pretensión de generar tráfico para los medios de comunicación es decir, si yo título que El País está diciendo que James Rodriguez se va para el Manchester y lo da ya por sentado, y si soy el primero que lo pone en el mercado colombiano, pues me aseguro de la mayor cantidad de clicks en Colombia, ese tipo de informaciones como que tienen ese tipo de pretensiones, como de mercadeo del mismo medio y de funcionamiento también porque trabajan también en función de la cantidad de gente que te vea.

Esto me parece como tema de narrativa bien interesante y es el tema de orgullo nacional, la imagen que se trata la gente sobre lo que es la colombianidad y es, no sé si ustedes se acuerdan que en el mundial hubo un meme de James oliéndose la cal de la cancha, oliéndose la espuma del árbitro, o alguna vez que subieron un video de un jugador del Liverpool que hizo un chiste, o la vez que García de Cocalombia , o ese tipo de informaciones tienen un nicho masivo y es el tema de la indignación, ustedes se dan cuenta y por ejemplo esta señora que sacó un vídeo hace dos días contra el proceso de paz, tiene 4 millones de vistas en dos días, la señora del Epa Colombia, pues también la rompió y la entrevistaron en todas partes, como que saben que llegan a un nicho y van para allá, no tiene ningún tipo de contexto de cómo se originan y por qué se llega allá. Esa por ejemplo la mencionabas tú, y es que no hay ninguna contextualización de esto, de cuánto puede ayudar a que hayan quizás menos muertos por la guerra contra las drogas, o sea, simplemente es un vídeo muy bien hecho, técnicamente bien logrado que dicen que aquí en Colombia hay 230 mil muertos por el conflicto armado, y que por tanto, cada raya que te hueles en Londres puedes estar contribuyendo a que haya un muerto más en Colombia cada minuto, y esa es la asociación lógica que se hace, no hay ninguna explicación del tráfico y simplemente lo que se hace es mirar este titular y decir como *la Asociación de Reino Unido en Colombia ya le da esa especie de trascendencia para que ya se fijan en nosotros* y el hashtag ya lo vuelven una güevonada de que ya lo voy a querer publicar, es como una asociación sencilla y fácil de hacer.

A mí me parece súper interesantísimo el caso de arriba, yo la analizaba con Julián una vez en un artículo, estamos vendiendo los medios de comunicación al hacer un discurso sobre la cocaína, es decir que esa droga es de élite, que cuesta tanta plata, que hay un mercado muy restringido, que hay unos consumidores que manejan una especie de secretismo alrededor de cómo conseguir esa droga, ya la disparó, la volvió como un objeto de deseo dentro de un mercado y lo que decía (...) la demanda de esto se totió gracias a ese artículo que solamente los ricos podían consumir esa droga.

Y esto también es como la figura del poder, del estilo, de la asociación del famoso, de la identidad de los jóvenes creada a partir de los gustos musicales y demás, y que son titulares que apuntan al escándalo y utilizan la cocaína como la narrativa, es decir, aquí esto no está confirmado, esto es una declaración de una usuaria de cocaína que se le da trascendencia por quién es, por qué es lo que hace, digamos una narración a partir de un testimonio y ese artículo lo leí completo y nunca dio la cifra, simplemente dice que en un juicio ella lo mencionó de que se había gastado miles de dólares en tal y tal. El medio fue Semana.

Bueno, estas 6 narrativas, yo creo que parten también de unas preguntas básicas que debe hacerse el periodismo y que se debe hacer para poder producir la información, es decir, las preguntas básicas de esto son las 5 W, es decir, el periodismo está hecho y eso es, digamos debería ser la estructura básica de cualquier nota y hacer eso, y aquí por



ejemplo, la confusión entre qué es la coca y qué es la cocaína, nunca se sabe qué es cada cosa, la coca puede ser la hoja, la coca puede ser la misma mata porque resulta que el entrevistado la menciona así, es decir, si el entrevistado dice *yo meto coca cada tanto* tú las dejas así, no le pones ninguna aclaración ni le haces corrección al entrecomillado sino que simplemente mencionas la coca y ya, lo mismo pasa con la cocaína, es decir, cuántas de esas notas dicen *esta es la composición química de la cocaína, esto son los efectos tiene en el cuerpo, esto es lo que le sucede a un consumidor, esto es como los millones de dólares que mueve su tráfico y demás*, digamos esa información de contexto que por lo general se asumen los significados que tiene la misma guerra contra las drogas, se dan por hechos, y se vuelve un prejuicio que se da cuando en la redacción y la producción de contenidos se hacen de pasada.

Las siguientes preguntas a mi me parecen como las más importantes, digamos ya ahora que les voy a hablar de VICE y de Pacifistas, que son las que tienen mayor sentido y es como *¿Quién carajos es la gente que está metida en todo este atolladero? Es decir como... pongámosle rostro al campesino, pongámosle rostro al traficante, pongámosle rostro al consumidor, pongámosle rostro al político que no es capaz de hacer pasar una regulación o al que promueve una prohibición*, digamos esos rostros son los que contextualizan a la gente y son incluso los relatos más vinculantes que los medios de comunicación logran sin necesidad de apuntar como a la emocionalidad más fuerte.

Y el quién padece y quién afecta, yo si digo que es como la pregunta más trascendental que nos deberíamos hacer en los medios de comunicación para empezar a allanar el camino de la coca regulada, precisamente porque son los eslabones más débiles de la cadena los que están padeciendo el más grave costo humano, si es el consumidor o el usuario de la cocaína es encarcelado, si es sobornado por un policía, incluso por estarse metiendo algo que está mal rendido, se mete en un problema de salud, él es quien tiene que recibir la información mucho más urgente en términos de vida, humanos, y lo mismo pasa con el cultivador, es decir, es la persona a la que le están echando el glifosato encima, es la persona que los grupos armados o los carteles están instrumentalizando, son esas personas de las que se debería ocupar la narrativa de la coca y la cocaína.

El cómo se libra la guerra, yo creo que en las notas judiciales, es la información que se evade, es decir, se vuelve algo lamentable, porque todo el cubrimiento incluso cuando se hace en terrenos a partir de quien lleva la razón, es decir, quien es el bueno de la historia, de parte de las fuerzas militares, de la policía, así se hace un operativo, así es ir a destruir un laboratorio, así es que se combaten las minas en los cultivos de coca, todas esas narrativas están hechas pero muy pocas veces el círculo se completa completando la contraparte, cómo es que se están matando, cómo es que se está defendiendo la venta ilegal. Yo creo que el periodismo tampoco debe tener ese enfoque academista de tratar de dar causas últimas, de por qué hay una guerra contra las drogas, porqué vemos en la cocaína algo malo y en la coca también, pero yo también creo que hay un montón de aproximaciones que pueden llevar allá.

Y qué tiene que ver la audiencia con los hechos yo creo que también es la pregunta que tenemos que pensar en términos de mercado, es decir, si yo título *paradigmas contra la guerra de las drogas en un análisis desde tal* eso no lo lee nadie, somos los 5mil de las ONG de toda la vida retroalimentándonos y diciéndonos sí, tú estás muy bien y tú también, te faltó consultar a este y bla bla ba, pero a la gente lo que le importa es *hermano, el sábado me voy a meter una raya, cómo diablos hago para que no me haga mal, cómo hago para controlar el guayabo con esta güevonada, cómo hago para saber qué tan rendida está, qué pasa cuando la policía me coge para sobornarme, cuál es la olla que está controlando la policía*, esa es la información que se necesita, sobre todo desde la perspectiva de lo que es VICE y Pacifistas y entonces estamos tratando de hacer estas cosas.

Vice empieza en el 96 con el formato de un f y conforme avanza se va convirtiendo en



una comunicación de cultura un poco cultas entonces empieza a celebrar un poco el consumo, empieza a narrar desde la perspectiva de la criminalidad y empieza a hacer periodismo como de inmersión pero desde una perspectiva muy agresiva frente a las agencias de noticias gringas, eso se esparce por el mundo, llega aquí a Colombia hace 3 años y Juan Camilo Maldonado, quien es la persona que tiene a su cargo la dirección de contenidos, me llama a mí, llama a un par de personas más, incluso ha hablado con Julián, ha hablado con Daniel, y la idea de VICE en Colombia es que aquí es donde el rollo de la guerra contra las drogas está más fuerte, pues vamos a hacerle un poquito de guerra interna a VICE y a contextualizar un poquito más de la idea de esa narrativa. VICE te está diciendo *5 Pasos para construir un bong* que te traba en 5 segundos, sí porque eso lo hace a nivel global, en Colombia hacemos unas güevonaditas como estas, entonces esta es una guía para el usuario, esto es una guía de información científica que se puede tratar. Esto por ejemplo es una forma de abordar el debate desde lo que decíamos de la ley de EEUU de hace dos meses, precisamente este era el escenario donde creaba y lo que hicimos en esta nota es como que miremos los casos que ya hay, esto ya ha pasado, hay campesinos que están procesados en EEUU por narcotraficantes, hay gente que está pagando 20 años de cárcel en Colombia porque tenía 20 matas en su potrero y llegaron y le dijeron *usted hace parte de tal estructura criminal*, lo presentan como un positivo y entonces policía y policía a cada costado y el narco más grande está en alpargatas, y es un poquito como esta pregunta de esta nota que la sacamos hace 3 meses, todos deberíamos liderar estos debates, esto es una forma de aproximar lo que sucede en La Habana, digamos que se da siempre como con las luces de los reflectores, Santos anuncia, Timochenko anuncia, lo leen en La Habana, el problema en Colombia es que el Procurador está nadando en cocaína, Uribe dice que se quiere lavar el cartel con bla bla bla, el efecto práctico de ese acuerdo es sobre esta gente, entonces hablemos con esta gente, qué está pensando esta gente.

Bueno esa es la apuesta dentro de VICE y claramente yo les digo, hacer este tipo de narrativas, tiene un nicho tiene un límite, tiene un control por parte del mercado de los medios de comunicación, o sea, claramente la forma de operar del periodismo sigue siendo demasiado clásica, y en Colombia donde hay un control de información no sólo por la estructura del mercado sino por el acceso a las fuentes también y por unas prácticas por propiedad de los medios, por las estructuras piramidales, lo que hay que hacer es apuntarle a generar nuevas voces y es que hay que insertarse en el debate de formas distintas, es decir, el periodista va a seguir necesitando noticias, va a seguir teniendo que responder todos los días por una primera plana y hay que meterse por los ojos y decir *¿Ese es el discurso que a usted le parece que tienen que contar? ¿Es el discurso que van a llevar los demás medios?* Yo le entrego a usted información que contradice eso, yo le entrego a usted información que le quita la razón a la entidad y la legitimidad solamente se va a lograr desde las ONG y desde los centros de estudio y demás, en la medida en que sepan meterse en la coyuntura, es decir, sepan reaccionar rápido, sepan producir información corta y práctica que pueda contradecir a la gente que controla la información, que aproveche que el poder se retroalimenta tanto del medio masivo como desde la fuente y empieza un ciclo que parece nunca terminar pero que sí se puede romper. (Fin)