

Entrevista a Beatriz Quiñonez Cely

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.2.2932>

Investigadora y docente colombiana / Doctora en Ciencias de la Información y de la Comunicación (2008) y Master en Medios (2001) por la Universidad de Paris 8, Francia / Profesora asociada de la Universidad Nacional de Colombia (UNAL).



ANTÔNIO FAUSTO NETO & ALI-NE WESCHENFELDER (A.F.N. & A.W.): Entre as preocupações que manifestavas em teu texto para o livro do CISECO (Centro Internacional de Semiótica e Comunicação) sobre *Midiatização da Função Presidencial*, lançado há pelo menos seis anos, e o momento atual, o

que avançou em teus estudos e investigações sobre o tema, tendo como referência o contexto político e comunicacional colombianos?

BEATRIZ QUIÑONEZ CELY (B.Q.C.): Han pasado casi 10 años, sin embargo, considero que actualmente en Colombia sigue siendo pertinente evidenciar las continuidades entre el imaginario de la violencia colombiana y la gestión de la visibilidad del expresidente Álvaro Uribe; no solo porque el actual presidente de Colombia (Iván Duque Márquez) proviene del Partido Centro Democrático, fundado por el expresidente, sino porque se afirma que Duque funge como tal gracias a que fue designado por Uribe. En el marco del Observatorio Nacional de Medios. Laboratorio de investigación en Comunicación, bajo mi dirección, hemos reflexionado sobre la relación entre el *narcomundo* y las maneras como las ficciones sobre el narcotráfico se construyen en la televisión colombiana. La observación sistemática y la lectura detenida de materiales de origen mediático (en particular de las series de ficción televisiva sobre el narcotráfico), nos ha permitido evidenciar una particular manera de comprender el mundo de las mafias colombianas: su visión exacerbada de la realidad, el “todo vale”, el desprecio por la vida y el apego al dinero. Una visión del mundo que borra las fronteras entre la extrema derecha y la extrema izquierda. Hoy, Colombia es un país polarizado, un país dividido entre dos visiones que corresponden a aquello que los medios denominan como “los amigos y los enemigos de la paz”.

A.F.N. & A.W.: Qual o balanço que fazes da pesquisa acadêmica colombiana sobre o tema da midiatização da política, ao longo dos mandatos dos últimos, e do atual, presidentes colombianos?

B.Q.C.: Desde mi punto de vista, la investigación sobre la mediatización de la política sigue siendo muy incipiente en Colombia, pues como ocurre con la investigación sobre la esfera mediática se restringe a los estudios de caso, a las notas de prensa o a los artículos sobre la coyuntura política. Me temo que la academia continúa subestimando la investigación sobre la esfera mediática, sobre la función fijadora de los medios y sobre sus repercusiones en la configuración de imaginarios sociales. Es evidente el interés de los estudiantes sobre estos temas, pero también es evidente la ausencia de programas de posgrado dirigidos a la formación de investigadores en Comunicación.

A.F.N. & A.W.: **A que fatores atribuis o “giro conservador” da política na América Latina (Colômbia)? Fazes alguma inferência a partir de aspectos comunicacionais?**

B.Q.C.: En el caso colombiano, me parece que la *derechización* de la política responde a factores similares al resto de América Latina: **a)** desprestigio de la clase política y de las élites en el poder; **b)** multiplicación de campañas que incentivan el miedo; **c)** desconfianza en las instituciones; **d)** disminución de las clases medias con su consecuente aumento de la pobreza y el desempleo; **e)** aparición de caudillos, mesías y pseudo-revolucionarios. En este punto, considero que el vertiginoso avance de las redes sociales, la instrumentalización de los medios al servicio de discursos populistas, el uso intensivo de la información de los usuarios de Internet (*big data*) sin autorización, la multiplicación de las noticias falsas y el bajo nivel de educación de nuestras poblaciones han convertido a nuestras sociedades en blanco fácil de todo tipo de discursos de odio, racismo y discriminación.

A.F.N. & A.W.: **Retomando teus estudos, quais as relações que fazes sobre as noções de “violência imaginada” e “violência representada” tendo em conta modelos e marcos teóricos e, de modo especial, categorias comunicacionais que orientaram e orientam tuas pesquisas?**

B.Q.C.: Muchos colombianos no hemos tenido contacto con el conflicto armado, pero todos lo hemos visto por televisión. Nuestras memorias, nuestras vivencias, nuestras relaciones han sido atravesadas por la violencia. Este es un hecho innegable. John B. Thompson establece una lúcida distinción entre la *experiencia vivida* y la *experiencia mediática*; una distinción que explica la relación entre las dos nociones que propongo. Suscribo la manera como el francés Raymond Ledrut define la función fijadora de los medios y, por lo tanto, afirmo que los imaginarios de la violencia colombiana, por ejemplo, son –en parte– el resultado de la manera como los medios de comunicación representan nuestras realidades.

A.F.N. & A.W.: **Há, praticamente 10 anos, o semiólogo Umberto Eco atribuía a fatores da midiatização o desaparecimento da “democracia repre-**

sentativa”. Como vê esta afirmação no desenrolar dos anos, de uma década a outra, especialmente com a evolução da internet e das redes sociais? Qual o impacto desta complexificação sobre o enfraquecimento das estruturas e práticas de mediação, especialmente no contexto das experiências vivida e midiática, por parte das instituições e dos atores sociais?

B.Q.C.: Es una pregunta compleja. Creo que la democracia representativa no ha desaparecido, más bien considero que se ha complejizado sobremanera la noción de representación. Hoy, el ciudadano tiene acceso a la información y tiene la capacidad de producir su propio contenido. Henry Jenkys afirma, en su libro *Convergencia y Cultura*, que un ciudadano con acceso a un televisor y a un computador hace parte de una comunidad. Y este poder, que lo define como *prosumidor*, lo hace más exigente en el momento de reconocer al otro como su representante. Ahora bien, si viéramos este escenario desde un punto de vista pesimista, tendríamos que reconocer que estamos cada vez más aislados y que, como diría Peter Sloterdijk, “carecemos de ángeles”; los mensajeros desaparecieron.

A.F.N. & A.W.: **Examinando as experiências de midiatização da política, no contexto dos mandatos dos dois últimos –e do atual– presidentes colombianos, vê continuidades de modelos, ou singularidades, que permitiriam a formulação de hipóteses significativas a serem consideradas? Especialmente, no que diz respeito as suas respectivas estratégias comunicacionais?**

B.Q.C.: Como lo expresé en mi respuesta a la primera pregunta, son evidentes las continuidades entre las estrategias comunicacionales de los gobiernos de Uribe y Duque, pues corresponden a una similar forma de comprender el mundo. No obstante, es necesario reconocer que el lazo común que une a los tres últimos gobiernos (Uribe-Santos-Duque) es el discurso de la urgencia de alcanzar “una paz estable y duradera”. El problema reside en que los colombianos queremos alcanzar la paz, pero las élites insisten en dividirnos entre los que estamos del lado de las víctimas y los que estamos del lado de los victimarios.

A.F.N. & A.W.: **Como aspectos comunicacionais estariam redirecionando –no sentido de construção e/ou de semantização– o acontecimento político? Em que medida aspectos da mediatização estariam deslocando inflexões sobre o acontecimento político, cujo engendramento se desloca das fronteiras do campo político para interfaces que são tecidas na esfera complexa da midiatização e de suas processualidades?**

B.Q.C.: Reitero que la aparición de la figura del prosumidor y el nuevo acceso a los medios a través de las redes sociales están redefiniendo o reconfigurando la noción de *ciudadanía*, por ende la noción de *representación*. La representación mediática del hecho político (el *acontecimiento político*) permitía opacar ciertas dimensiones de la realidad consideradas inconve-

nientes e incluso peligrosas; la intervención de las nuevas ciudadanía, que se expresan usando las redes sociales, visibilizan ese filtrado, ese sesgo, esa intencionalidad.

A.F.N. & A.W.: Que temáticas sobre estudios comunicacionais afloram na pesquisa universitária colombiana, especialmente nas últimas décadas?

B.Q.C.: Los estudiantes están muy interesados en la repercusión y en los desafíos que los nuevos medios significan para nuestras sociedades. Temas como la *transmedia*, el Internet y la virtualidad. También la mediatización, la innovación tecnológica y las industrias creativas empiezan a ocupar el espacio que hace unos años llenaban los medios tradicionales, comunitarios o las relaciones sur-sur.

A.F.N. & A.W.: Como vê o protagonismo do governo colombiano na crise venezuelana? Trata-se de uma estratégia que aponta para a inserção da Colombia em uma nova geopolítica norte-sul ou, apenas, uma ação comunicacional de caráter “marketológico” por parte do atual governo?

B.Q.C.: Bueno, lo veo inconveniente, desproporcionado e irresponsable. Una manifestación del “giro conservador” que mencioné antes en la entrevista. Los colombianos apenas empezamos a comprender la verdadera dimensión de la tragedia del país vecino y sus consecuencias en la vida social y económica que eso conlleva.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DE LA ENTREVISTADA

Beatriz Quiñonez Cely. Doctora en Ciencias de la Información y de la Comunicación (2008) y Master en Medios (2001) por la Universidad de Paris 8, Francia. Realizó una Especialización en Televisión en la Universidad Javeriana, Colombia (1996). Diploma del Instituto de Altos Estudios para América Latina, IHEAL-Paris III (1984-1986), Francia. Comunicadora Social-Periodista por la Universidad Externado de Colombia (1984). Profesora asociada de la Universidad Nacional de Colombia (UNAL), adscrita al Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura (IECO) de la UNAL. Fundadora y docente de la Maestría en Medios IECO/Facultad de Ciencias Humanas, UNAL. En la actualidad es responsable de la formulación del Doctorado interdisciplinario en Comunicación e Imagen que reúne a las Facultades de Artes, Ciencias, Ingeniería, Economía, Ciencias Humanas y Medicina de la UNAL, sede Bogotá, Colombia.