

IDENTIFICADOR	https://pacifista.tv/notas/los-fantasmas-tras-la-pauta-en-manizales/
FECHA ORIGINAL	9 de July de 2018 (publicación original en el archivo)
AUTORÍA / FIRMA	¡PACIFISTA! (firma institucional)
CLASIFICACIÓN	/notas/ · Nota · Leer
HUELLA SHA-1	0797cc91ed3b5fa0 – huella del cuerpo archivado, calculada el 17 de September de 2026. No acredita el estado de la página en su publicación original.
DESCRIPTORES	Autocensura · Caldas · Libertad de Prensa · Lupa la Contratacion · Manizales · Pauta · Periodismo
ILUSTRACIÓN	7 figuras incrustadas

NOTA

Los fantasmas tras la pauta en Manizales

Por **¡PACIFISTA!** · Publicado originalmente el **9 de July de 2018** en *¡PACIFISTA!*

El presupuesto que la Alcaldía y la Gobernación tienen para propaganda en los medios ha creado una enorme sospecha sobre qué tan 'independiente' está siendo la prensa en Caldas.

Por: La Liga contra el Silencio



Todas las fotos por: La Liga Contra el Silencio.

Para financiarse, quienes hacen periodismo en Manizales acuden cada tres o seis meses a firmar contratos con la Alcaldía de la ciudad, la gobernación de Caldas y sus entidades descentralizadas, para pautar cuñas radiales, avisos de prensa, banners en sitios web o menciones. Todo es legal. Otros contratos contemplan asistencia a ruedas de prensa, publicación de boletines oficiales, espacios para entrevistas, publrreportajes y otros asuntos que mezclan, sin más, la propaganda con la información.

Algunos periodistas alquilan espacios de 15 minutos o media hora en una radio AM. Otros subsisten gracias a su pequeña empresa periodística. Unos pocos, con más suerte y prestigio, viven más cómodos haciendo el oficio, pero todos ellos dependen de la pauta de publicidad oficial, ese mecanismo que puede contribuir a la pluralidad o ser condicionante y mordaza de la libertad de expresión.

Está lejos de ser una amenaza como la que terminó en 2002 con la vida de Orlando Sierra, periodista crítico de Manizales, asesinado a la salida del diario La Patria, donde trabajaba, pero es una amenaza real a la independencia de medios y periodistas de la que pocos hablan y que funciona con reglas difusas y muy poca transparencia.

“El problema no es que reciban pauta, no es que busquen financiación. El problema tampoco es que los obliguen a hablar bien de una administración, de un funcionario público, porque no hay pruebas de eso, pero sí implícitamente existe ese condicionamiento para los periodistas (...) Cuando tú preguntas directamente, dicen: ‘no, no, no, no, yo puedo decir lo que quiera, yo critico’ Es muy difícil aceptar eso, es muy difícil morder la mano que le da la comida”, afirma Richard Millán, periodista y profesor investigador de la Universidad de Manizales.

Como director del Observatorio de Medios y Opinión y junto a la Corporación Cívica de Caldas, Millán investigó el manejo de la pauta oficial y la autocensura en periodistas. Al aplicar entrevistas anónimas a comunicadores de Manizales encontró que la mitad de ellos dice que sí se autocensura y que el 80 % considera que las entidades del Estado usan los contratos de pauta para ejercer control en los medios.

La Liga contra el Silencio conversó con periodistas y autoridades y todos negaron tajantemente cualquier tipo de presión o condicionamiento, pero el asunto es más complejo.

‘La trampa del micrófono y el sombrero’

En un reciente episodio en el Concejo de Manizales, el concejal Carlos Mario Marín, del Partido Alianza Verde, cuestionó el crecimiento de la pauta oficial de la Alcaldía y el hecho de que los medios –según su visión– no critiquen la gestión cuando amerita.

“A todos los tienen cooptados. Aquí no hay medios independientes. Afortunadamente existen las redes sociales”, lanzó, generando de inmediato la ira de los comunicadores y de la Alcaldía que le exigieron nombres y le instauraron sendos derechos de petición.

Su respuesta fue una lista con nombre, apellido, contrato y monto de los periodistas que tienen contratos de pauta publicitaria con la Alcaldía, lo cual es legal. Si bien estar en esa lista con contratos que son públicos (están en el Servicio Electrónico de Contratación Pública de Colombia, Secop), no prueba que los periodistas estén “cooptados” o “comprados”, sí puso el dedo en la llaga.

En la lista constan varios nombres de reconocidos periodistas de la ciudad que en su mayoría tienen espacios suyos alquilados en radios o son dueños de su propio medio. Muchos de ellos creen que fueron el chivo expiatorio en la pelea entre el alcalde José Octavio Cardona, del Partido Liberal,

y el concejal Marín. Otros tildan a este último de “irresponsable” y de querer ganar protagonismo.

Lo cierto es que para el concejal ya antes de que ocurriera este episodio, muchas de sus denuncias sobre temas de la ciudad fueron invisibilizadas por los medios por ir en contra de la Alcaldía y él ha sido prácticamente vetado.

“Ni siquiera me han preguntado por qué yo dije que los medios están cooptados, que sería lo básico (...) No estoy pidiendo que me saquen en un medio de acá, pero sí que sean imparciales”, aseguró. Incluso muchos medios entrevistaron al alcalde Cardona sobre lo dicho por el concejal, pero nunca hablaron con la contraparte.



Camilo Vallejo, gerente de la Corporación Cívica de Caldas, también tiene la impresión de que “hay una autocensura marcada de los periodistas”. Y cuenta: “cuando hablo de la Alcaldía de Manizales a mí me entrevistan dos, tres medios, y hemos sacado alertas sobre cómo se están administrando los contratos de la ciudad, y a mí nadie me busca, pero resulta que cuando saco una nota (en contra) del partido contrario al alcalde, ahí me llaman un montón (...) No me imagino a nadie diciéndoles: ‘cuidado, no haga eso’, la autocensura es mucho más compleja”.

La autocensura “es el silencio que el periodista se impone a sí mismo en defensa de su vida o de sus intereses”. Así define el término Javier Darío Restrepo, reconocido periodista y experto en ética periodística.

La Liga contra el Silencio habló con varios periodistas en Manizales que mantienen contratos de pauta con la Alcaldía, la Gobernación y entidades descentralizadas. Pocos dijeron haber experimentado autocensura o condicionamientos, pero admitieron que en el medio es un riesgo que existe.

A diferencia de los grandes medios, donde existe un departamento editorial y otro comercial –aunque eso no siempre garantice estar lejos de intereses políticos o económicos– los periodistas que trabajan como independientes, alquilan espacios o tienen sus propios medios en ciudades pequeñas sí deben cumplir ambas funciones.

“Es lo que en región se conoce como ‘la trampa del micrófono y el sombrero’, entonces al mismo tiempo que tiene que pasarle el sombrero al alcalde o al gobernador para decirle: ‘paute conmigo’, por el otro lado, va con el micrófono a decirle: ‘oiga señor alcalde: ¿y el puente este en qué va y la plata que se perdió...?’”, explica Jonathan Bock, coordinador del Centro de Estudios de Libertad de Expresión de la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP).

Rafael Zuluaga es periodista hace casi 30 años y también abogado. Trabajó en varios medios y por al menos ocho años tuvo un espacio radial alquilado hasta que se aburrió de “ese ejercicio de estar combinando dos labores en las cuales uno pierde mucha independencia periodística, porque a veces uno se autocensura”.

Pero también cree que otros periodistas “son más vulnerables y un poco más tolerantes con la administración pública. A veces se convierten en personas muy aduladoras y que buscan al funcionario para que les otorgue publicidad. En el caso mío yo no lo hacía, por eso me aburrí, porque yo era muy mal vendedor de publicidad y solamente conseguía la publicidad necesaria, sin necesidad de presionar y sin necesidad de adular como hacen muchos, infortunadamente, para conseguir pauta”, relata.

Otro es el caso de Fabián Giraldo, periodista de la cadena RCN en Manizales que también trabaja como voz comercial en transmisiones deportivas. En 2016 firmó un contrato de pauta con la Alcaldía para cubrir “un cupo publicitario”, pero RCN le advirtió que no podía hacerlo por ser periodista de planta de la radio. El contrato no se ejecutó.

“Nada tiene que ver esa pauta que yo, en determinado momento le ofrecí a la Alcaldía, con el otro trabajo que ejerzo aquí todos los días (...) Sé que sí hay periodistas independientes que reciben y de eso deriva su sustento, ya que ellos –digamos– hipotequen su concepto por la pauta es algo muy diferente y a mí no me consta”, dice.

Muchos periodistas optaron por ser independientes para tener un ingreso extra tras su jubilación, o para conseguir mejores salarios ante los insuficientes sueldos que reciben de los medios.

Este último es el caso de José Fernando Garcés, quien con más de tres décadas de trayectoria fundó primero un espacio radial llamado Noticiero Económico Caldense que hoy es una revista.

“Nunca, nunca, nunca, he vendido una entrevista, he vendido una noticia, nunca he cobrado por mi misión de periodista, nunca. Tengo muy claramente definido dónde va el rol como informador y dónde va mi rol de publicista”, señala.

La mayor parte de la pauta de su revista viene del sector público, pero también tiene pauta privada. Ante el señalamiento del concejal Marín, él y otros 12 colegas le pidieron en un derecho de petición mencionar los nombres de los “cooptados”. Garcés diferencia a un grupo de periodistas que actúa con vocación y a otra gente “que no tiene convicción y han llegado más en un plan de mercantilizar el asunto” de la pauta.

Su amigo y colega Iván Darío Góez, con cerca de 40 años de experiencia, tiene el espacio Caldas al Mediodía por el que paga un ‘arriendo’ a *La Voz de los Andes*, una emisora que tiene casi todos sus espacios concesionados. Góez considera que lo dicho por Marín “es absolutamente infundado” y que si existen casos de periodistas “comprados” “serían muy aislados.



Buscar los contratos de pauta oficial en el Secop es una tarea ardua. No existe un rubro específico con ese nombre, pero contratos relacionados con el tema se pueden encontrar en el rubro “servicios editoriales de diseño, artes gráficas y bellas artes”.

Otro de los periodistas que aparece en la lista y que está entre quienes más reciben es Héctor Arango Muñoz, quien ha trabajado para medios nacionales e internacionales desde hace cinco décadas. Describe a su espacio La Opinión Pública en La Voz de los Andes como un ‘talk show’, líder en sintonía.

“Ya he ejercido la crítica y no me han quitado la pauta y no tengo miedo a que me la quiten. Ya en otras oportunidades, en otras alcaldías me la han quitado por mi estilo directo y franco, pero con la actual alcaldía no ha existido eso”, afirma y advierte que él no vive de la pauta.

Pero otros periodistas sí. Nadie quiere dar nombres, pero hay quienes tienen medios en los que solo hay pauta oficial. Incluso las mismas autoridades reconocen que pautan con ellos porque saben que es su único sustento.

Fernando-Alonso Ramírez, editor de noticias de La Patria, el principal periódico de Manizales, admite que la pauta oficial también financia al diario, pero al ser un medio grande no depende de

ella porque tiene otros anunciantes y por su influencia, ser críticos no los expone.

La Patria lleva adelante junto a la Corporación Cívica de Caldas la iniciativa Lupa a la Contratación para hacer seguimiento de la contratación pública y cuenta su experiencia: “Tú llamas a los señores secretarios de la Alcaldía y te salen con cosas como que ellos no responden porque no es nada inteligente publicar ese tipo de informes o que cuál es la persecución que nosotros tenemos contra ellos. Yo en La Patria lo puedo hacer, pero si él llama así a regañar a un periodista que depende del aviso que él le manda, así no se lo está diciendo, se siente a regaño”.

Y añade: “Conozco casos de periodistas que simplemente no se meten con temas para evitar ser incómodos, sin que nadie les haya dicho que no lo hagan. Que hay un tema de autocensura, eso claramente sucede aquí como sucede en otras partes del país”.

El problema –dice Ramírez– es que “no se entrega de una manera objetiva la pauta oficial, sino por amiguismos, porque hay que darles a todos y por 30 razones más”. No está claro tampoco por qué unos reciben unos montos más altos que otros por las mismas cuñas, los mismos avisos.



Millonarios recursos

No solo en Manizales, en otras zonas de Colombia e incluso en otros países de la región, el Estado es uno de los principales anunciantes y muchas veces, el único. Eso “otorga un peso desmedido y aumenta enormemente el potencial condicionante de la pauta estatal”, reconoce la [Comisión Interamericana de Derechos Humanos](#) en uno de sus informes. Incluso existen medios que sin pauta oficial simplemente cerrarían.

Es de público conocimiento que alcaldías, gobernaciones y entidades relacionadas como empresas de agua, energía, licoreras, institutos descentralizados, cuentan con millonarios recursos para pautar información oficial, campañas ciudadanas, proyectos y otros asuntos en medios grandes como Olímpica, Caracol y RCN, pero también en programas de “periodistas independientes”, esos que como persona natural firman contratos y deben hacer al mismo tiempo de periodistas y publicistas.

El manejo de esos dineros y las contrataciones de pauta oficial están en la mira de proyectos como [Pauta Visible](#), [Lupa a la Contratación](#), [Corporación Cívica de Caldas](#), [Transparencia Colombia](#), entre otras, porque son recursos públicos cuyo manejo no siempre es claro y puede dar paso a corrupción y otras irregularidades, como lo evidenció el caso de [seis periodistas detenidos en agosto del año pasado en Pereira](#) por irregularidades en la contratación con la oficina de prensa de la alcaldía de esa ciudad.

En Manizales, con el cambio de administración municipal en 2016, llamó la atención el incremento de 122 % en la inversión en pauta publicitaria, que pasó de 368 millones de pesos en el último año de la Alcaldía de Jorge Eduardo Rojas, del Partido de la U, a casi 818 millones con el nuevo alcalde, José Octavio Cardona, según el rastreo que hizo en su estudio Millán, buscando en el Secop.

A nivel departamental es la Industria Licorera de Caldas la que encabeza la inversión en los medios con presupuestos muy superiores si se compara con otras empresas públicas y la misma gobernación. En 2015 esos recursos sumaron 563 millones de pesos y para 2016 crecieron a 1.026 millones, siendo el principal financiador de la pauta en medios de comunicación.

El jefe de la unidad de prensa de la Alcaldía de Manizales, John Fredy Franco, justifica el incremento del presupuesto en el cambio de administración y de modelo de gestión, que requería posicionar la imagen del nuevo gobierno, el nuevo eslogan o marca ‘Más Oportunidades’, una

estrategia de calle llamada ‘Diálogos para Más Oportunidades’ y la necesidad de que la gente “se es también funcionan



Además, se contrató a

un operador logístico, la agencia Masmedios Producciones, la mayor empresa contratista en temas relacionados a pauta publicitaria y se creó un sistema informativo de la alcaldía, que incluye una [página web](#), redes sociales, un periódico y van por un espacio en televisión.

La representante legal de esta agencia es Lina María Hernández, amiga de Franco. Juntos idearon hace 15 años Masmedios Producciones, aunque el jefe de prensa de la Alcaldía asegura que nunca hizo parte de la constitución de esa empresa, ni ha ocupado cargos en ella.

En 2016 Masmedios Producciones, contratada de manera directa, recibió 573 millones de pesos, según información de la Corporación Cívica de Caldas, y se encarga de temas de “apoyo a la logística” a la unidad de prensa de la Alcaldía y de subcontratar servicios, incluidos los de pauta con periodistas.

“Lo que motivó la contratación fue, obvio, la confianza, el conocimiento, la trayectoria, el músculo financiero (porque) no existen anticipos”, explica Franco, descartando que exista algún tipo de

conflicto de intereses o favorecimiento a la empresa.

También justifica que gran parte del presupuesto de pauta se maneje por “contratación directa porque todo es apoyo a la gestión”, temas logísticos y de creación publicitaria, y eso está permitido por la ley.

¿Cómo se asigna?

Jonathan Bock y Camilo Vallejo coinciden en que en Colombia hay un marco normativo muy escueto en relación al manejo de la publicidad oficial y que tiene vacíos que no garantizan que se cumpla con los criterios de efectividad, transparencia y objetividad, como establece el [artículo 10 del Estatuto Anticorrupción](#).

“¿Cuál es la mejor forma en la que se deberían entregar esos contratos de publicidad? Lo que a la Corporación le interesa es que no se entreguen sin transparencia. Uno no sabe muy bien por qué los entregan, por qué el que gana ese recurso se lo gana, por qué en esta emisora y en esta no, por qué se hacen contratos de dos meses y no por seis o por un año (...) El problema no es entregar pauta a los medios de comunicación, ni es que nadie les está diciendo a los medios que no pueden recibir pauta del Estado, lo que se está diciendo es que el gobernante no puede hacerlo de manera arbitraria” porque se atenta contra la libertad de expresión y se “limitan los niveles de veracidad e imparcialidad”, señala Vallejo.

Esa preocupación tiene que ver con la lucha contra la corrupción, pero hay otra que tiene que ver con la libertad de expresión: “Sí nos preocupa que el Gobierno, tanto Gobernación como Alcaldía, puedan usar esos recursos para generar premios y castigos a los periodistas”.

Bock, por su parte, añade que “hay una falta de transparencia muy grande por parte de las entidades públicas” porque no reportan todos los contratos de publicidad “y una falta de transparencia muy grande por parte de los medios de comunicación que no solamente no le dicen a sus audiencias quiénes los están financiando, sino que están minimizando el volumen de lo importante que es esa financiación”.

Además, con la práctica de contratar intermediarios “se pierde cualquier posibilidad de transparencia”, opina Bock. Dice que del total de contratos registrados en Pauta Visible, un 40 %

pasa a través de agencias de publicidad que “no entregan los contratos que ellos firman con medios” y cobran comisiones de entre el 5 % y el 20 %. “Estoy hablando de recursos públicos que deberían ser mucho más austeros”.



‘Plan serio y plan ‘recocha’

John Fredy Franco deja muy claro que la administración asigna pauta sin ningún tipo de condicionamiento y lo hace con “criterios objetivos contruidos por nosotros” porque no existen estándares en la administración pública. Usan estudios de audiencias para conocer los medios con mayor rating y los segmentos poblacionales (esos estudios en general incluyen a medios grandes, es decir a menos del 10 % del total existente), se fijan en que sean medios o periodistas que puedan demostrar su existencia formal, llevar certificados, demostrar su trayectoria, etc.

“Infortunadamente con los periodistas concesionarios (independientes) pesa más la cercanía, bien sea con el mandatario de turno, con el jefe de prensa de turno (...) que un criterio objetivo” para establecer el valor a pagar, reconoce Franco.

También buscan “ser lo más ecuanímenes posibles” en la distribución de la pauta, es decir, tratar de repartirla entre todos los periodistas porque los que se quedan fuera “se terminan volviendo

hostiles del gobierno” y si se prescinde de otros implicaría quitarles su medio de “supervivencia”.

De la lectura de los contratos se puede colegir que son contratos tipo que se replican cambiando los nombres, el número de avisos, de cuñas, de valores, pero no se menciona por qué este medio o periodista y no otro, o algún otro tipo de justificación.

Para el gobernador de Caldas, Guido Echeverri, del movimiento ‘Caldas territorio de oportunidades’ y elegido con el respaldo del Partido de la U y Cambio Radical, la pauta oficial debe tener un “gran sentido democrático” para mantener informada a la ciudadanía de las acciones del gobierno y para financiar a diversidad de medios y periodistas sin condicionamientos.

“Sobre todo nos interesa mucho que esta contratación se haga con medios independientes porque consideramos que esos medios no están permeados por los grandes grupos empresariales o grandes corporaciones (...) Nos interesa que estos medios subsistan. Normalmente esos medios independientes están manejados por periodistas que no tienen mucha capacidad económica, ni mucha capacidad tecnológica, pero que consideramos son básicos en el proceso de materialización de la democracia”, explica.

Por eso, además de pautar campañas o mensajes ciudadanos, la Gobernación se preocupa por ofrecer capacitaciones gratuitas y en hace unos meses inauguró un centro de medios donde los periodistas cuentan con herramientas y espacio para hacer su trabajo.

“Aquí no se compra ni un solo periodista, ni se deja de pautar porque sea un periodista que está permanentemente en posiciones encontradas con el gobierno”, señala John Jairo Villegas, jefe de prensa de la Gobernación. Detalla que el año pasado la gobernación, sin entidades descentralizadas como la licorera, invirtió “60 millones de pesos” en pauta con periodistas independientes, un monto bajo si se toma en cuenta el número, unos 130, según sus cálculos.

Entre los criterios para asignar pauta menciona el rating de los medios, el nivel de penetración por sectores para ciertos mensajes aunque no tengan rating alto, la formalidad del medio y continuidad. Villegas explica que el contrato con los periodistas los compromete a lectura de boletines oficiales, campañas institucionales y un curioso punto: asistencia a ruedas de prensa convocadas por la institución, “un factor que uno tiene en cuenta. Nosotros tenemos un registro de asistencia, ese

registro suma puntos frente a la decisión de publicidad”.



Una fuente que no quiso ser identificada y que ha trabajado tanto en medios como en unidades de prensa de la Alcaldía, la Gobernación y otras entidades afines, explica que ella empezó siempre diseñando un “plan serio” de pauta en medios, basados en criterios técnicos y que dejaban a muchos periodistas por fuera. Pero ante las protestas y críticas tenía que quitarle dinero al “plan serio” y hacer “el plan recocha” para “tener a la gente contenta” porque –explica– si no se entrega pauta “empezaban a tirar duro. Entonces ya la gestión de este gerente no sirve o un boletín de prensa no se lee, o se convoca a un evento de interés para la ciudadanía y no van”.

No se trata de eliminar los gastos en publicidad oficial para medios privados, como es la pretensión de una legislación que impulsan en Perú, ni recortar arbitrariamente los presupuestos de pauta sin tomar en cuenta que es necesaria para fines específicos de información pública, sino de establecer reglas del juego claras y transparentes. Existen varias opciones desde generar protocolos objetivos para asignar los recursos hasta crear un fondo, como el Fondo del Cine, al que puedan aplicar, según el caso, los medios comunitarios, pequeños, grandes y los periodistas. Es decir, queda mucho por hacer aunque exista cierta comodidad con el estado actual de las cosas, consideran Bock, Vallejo y Millán.

CÓMO CITAR ESTE DOCUMENTO

FORMATO APA 7ª EDICIÓN

¡PACIFISTA! (2018, 9 de July). Los fantasmas tras la pauta en Manizales. ¡PACIFISTA!. <https://pacifista.tv/notas/los-fantasmas-tras-la-pauta-en-manizales/>

FORMATO CHICAGO (NOTAS Y BIBLIOGRAFÍA)

¡PACIFISTA!. «Los fantasmas tras la pauta en Manizales». ¡PACIFISTA!, 9 de July de 2018. <https://pacifista.tv/notas/los-fantasmas-tras-la-pauta-en-manizales/>

FORMATO MLA 9ª EDICIÓN

¡PACIFISTA!. "Los fantasmas tras la pauta en Manizales". ¡PACIFISTA!, 9 de July de 2018, <https://pacifista.tv/notas/los-fantasmas-tras-la-pauta-en-manizales/>.

ACCESO ABIERTO

Derechos de ¡PACIFISTA! y de sus autores. Archivo histórico de consulta pública. Documento generado por el Centro de Memoria de ¡PACIFISTA! a partir de la pieza conservada en su archivo histórico. Se distribuye para consulta, citación, estudio e investigación. Verifique siempre la versión en línea, que es la fuente autorizada.