

# LA HOJA DE MEDELLÍN Y SU INFLUENCIA EN EL PERIODISMO LOCAL Y EL EJERCICIO DE LA CIUDADANÍA\*

---

*La Hoja* from Medellin and its influence on the local journalism and the exercise of citizenship

## Ximena Forero Arango

Comunicadora Social - Periodista de la Universidad de Antioquia, magíster en Comunicaciones de la Universidad Javeriana. Profesora de periodismo de la Universidad de Antioquia y par académico del Consejo Nacional de Acreditación, del Ministerio de Educación Nacional.

ximenaforeroarango@gmail.com

## RESUMEN

La agenda de ciudad, la inclusión de perfiles de ciudadanos ilustres dignos de imitar, y el uso del *ethos* como prueba retórica, con base en la teoría de la argumentación, hicieron que la revista *La Hoja* de Medellín se convirtiera a finales del siglo *XX* y comienzos del *XXI*, en una “escuela de valores cívicos” que aportó a la construcción de ciudadanía, en el marco de la concepción de los medios de comunicación como transformadores de la realidad social, en un momento histórico crítico para la ciudad, marcado por el efecto de la crisis del narcotráfico.

**Palabras clave:** *La Hoja*, Medellín, periodismo, ciudadanía.

## ABSTRACT

The agenda of the city, the inclusion of profiles of illustrious citizens worthy of emulation, and the use of the *ethos* as a rhetorical proof, on the basis of the Argumentation Theory, did that the magazine *La Hoja* de Medellín is becoming, at the end of the Twentieth Century and at the beginning of the Twenty-first Century, into the framework of the conception of the communication media, as transformers of the social reality, in a critical historical moment for the city, marked by the effect of the drug trafficking crisis.

**Keywords:** *La Hoja*, Medellín, journalism, citizenship.

---

\* Este texto recoge los resultados de la tesis para optar al título de Magíster en Comunicaciones de la Universidad Javeriana.



## LA HOJA DE MEDELLÍN Y SU INFLUENCIA EN EL PERIODISMO LOCAL Y EL EJERCICIO DE LA CIUDADANÍA

En 2012 se cumplieron veinte años desde que circuló por primera vez la revista *La Hoja* de Medellín, un medio que marcó el periodismo antioqueño, porque le apostó a ser una opción de periodismo de ciudad que rompiera con la agenda mediática tradicional. Tal y como lo planteaba en su primer editorial: “Esto nos proponemos en *La Hoja*: expresar este tiempo, este lugar, este momento sin altisonancias ni melancolías. Con la modestia de una empresa cuyo único capital es la fe y el trabajo. Sin papeles ni colores estridentes. Sin ninguna marca política distinta a esa que da la conciencia plena de que hacer periodismo es un acto político. Beligerante. Firmes hacia la meta de influir —mucho o poco, ya lo veremos— en la transformación social a través de lo escrito. Con independencia ante los políticos de profesión y frente a los demás poderes establecidos. Sin imparcialidad porque preferimos la honestidad: esa subjetividad honesta que nos libre de hacerles el juego a quienes se han valido de la manida objetividad periodística para a través de todo un catálogo de artimañas imponer sus versiones y perpetuar su imagen”.

Una escuela de valores cívicos no es solo un lugar en el que se enseñan materias como civismo y urbanidad. Un medio de comunicación también puede ser una escuela de valores si los propone, promueve y defiende, como lo hizo la revista *La Hoja* de Medellín. *La Hoja* nació en agosto de 1992 como una revista semanal y cambió en varias ocasiones de formato.

Desde su primer editorial se autodefinió como una opción periodística, que proponía nuevos temas y nuevas visiones de la ciudad a partir de una agenda propia sobre Medellín desde la historia, la cultura, las tradiciones, los personajes, la economía, las obras públicas, pero, sobre todo, desde la gente común, con secciones como: “El futuro lo construyen las personas”.

La percepción de *La Hoja* como una escuela de valores cívicos es una idea que surgió del seguimiento y análisis de sus artículos, el tono, el lenguaje, el enfoque y los temas en los que valores como el civismo, la rectitud, la honestidad y la solidaridad eran destacados y reconocidos.

Esta propuesta de periodismo local que surgió como una opción nueva y diferente a finales del siglo xx es muy similar a un estilo periodístico promovido por Carlos E. Restrepo a principios del mismo siglo, en varias publicaciones, entre las que se encuentran la revista *Progreso*, editada por la Sociedad de Mejoras Públicas de Medellín, y la revista *Colombia Semanal*.

Carlos E. Restrepo, el primer presidente antioqueño del país, político y periodista, nació en 1867 y su hoja de vida es brillante. En ella sobresalen cargos como el de abogado, inspector de instrucción pública, secretario de juzgado superior, juez de

circuito; secretario de gobierno, rector de la Universidad de Antioquia, profesor de la Facultad de Derecho de la Universidad de Antioquia y presidente de la Sociedad San Vicente de Paúl.

También fue el fundador de la Cruz Roja y la Sociedad de Mejoras Públicas de Medellín. Fue miembro de la Cámara de Representantes, fundó la Unión Republicana y fue Presidente de Colombia entre 1910 y 1914. Fue gerente de la Naviera Fluvial Colombiana, director de la Empresa de Energía, director de la Compañía Colombiana de Tabaco, fundador y socio propietario de C. E. Restrepo & Cía. y miembro principal de la junta directiva de Bancoquia.

En su faceta de periodista, dirigió *El Correo de Antioquia*, fundó *La República* y participó en la fundación y dirección de la revista *Colombia* (1916-1922), donde tuvo una columna durante varios años.

Dicho sea de paso, todas estas cualidades hicieron de Carlos E. Restrepo un personaje digno de destacar en los perfiles de hombres y mujeres ilustres que publicó *La Hoja*.

Carlos E. Restrepo sentó las bases de las primeras políticas de desarrollo para construir una nación moderna, y al igual que Héctor Rincón y Ana María Cano (fundadores de *La Hoja*), se preocupó por hacer un periodismo cívico que promoviera valores antioqueños como la honestidad, el amor por la ciudad, la solidaridad, el pacifismo y la necesidad de trabajar por el progreso.

La similitud entre estas publicaciones de dos épocas diferentes puede verse específicamente en tres aspectos: la agenda de ciudad, los valores cívicos que promovieron y la exaltación de ciudadanos ilustres como modelos para imitar.

Héctor Rincón y Ana María Cano, director y editora de la revista *La Hoja*, conocían bien esta similitud:

Dice Ana María Cano:

La Cámara de Comercio me encargó una investigación sobre la prensa que se hizo a comienzos del siglo pasado. Cuando yo descubrí todas esas revistas me pegué una electrizada, porque no fue solo Carlos E. Restrepo, sino *Cyrano*, que hacía María Cano; *Letras y Encajes*, que hacía doña Sofía Ospina de Navarro; Francisco Antonio Cano y Libardo López, Alejandro López. Podría citar veinte o treinta personas que fueron en esta ciudad líderes completos y que tuvieron medios de comunicación vibrantes. Entonces yo decía: no puede ser que esto ocurra a comienzos del siglo xx y finalizando el siglo xx haya esta pobreza espiritual y mental si es la misma ciudad.

Y nos afiebramos [Héctor] Rincón y yo a irnos a mirar esos medios de comunicación y eso nos ponía a decir: aquí tiene que haber algo. María Teresa Uribe hace una cosa muy linda sobre lo que fue el proyecto de los “intelectuales orgánicos”, que llama ella en Antioquia, y cómo esa mirada vital sobre la ciudad y su capacidad de influir sobre cosas fue decisoria

en la identidad que tuvo Antioquia a comienzos del siglo. Eso está ligado y María Teresa llegó a esas conclusiones a través de esos medios de comunicación, porque esos medios les dijeron a los investigadores qué estaba pasando y pudieron cogerle el pulso a la ciudad y recuperarlo.

Según Ana María Cano, *La Hoja* pretendía recuperar esa tradición del periodismo, pues ese tipo de publicaciones tenía sesgos que vitalizaban diferentes sectores de la ciudad, perdidos con el tiempo a pesar de que Medellín sigue su ritmo. Ella afirma que *La Hoja* sí podría considerarse como una escuela de valores, pero de unos nuevos frente a otros que hicieron crisis, especialmente los relacionados con la rentabilidad fácil. Dicho de otro modo, una escuela de otros valores que permiten construir un futuro no excluyente.

En palabras de Héctor Rincón:

La ciudad se expresaba muchísimo más a principios del siglo XX que a finales, porque cada señor que quería expresar su opinión publicaba su cosa, porque el periodismo era la posibilidad de expresarse. Se hacía en tipografías de tipos sueltos o de linotipos, eran periódicos artesanales, completamente distribuidos mano a mano, donde la gente se expresaba y eludía de alguna manera la controversia política armada. Cuando la gente no se puede expresar, tira piedra; cuando a la gente no la oyen, se echa al monte. Por esa razón los periódicos son importantes, porque expresan la opinión de sectores y no los excluyen.

Entonces aquí llega la revolución industrial y expresarse empieza a costar lo que cuesta una rotativa, entonces quienes logran tener un periódico son los grandes grupos económicos, las grandes familias que han tenido poder económico y desaparecen todo el resto de publicaciones económicas en beneficio de los monopolios de grandes periódicos, y la violencia a crecer.

## La agenda de ciudad

Un ensayo sobre la ciudad escrito por Carlos E. Restrepo y publicado en la revista *Colombia*, en 1917, muestra la importancia que Medellín tenía para su agenda de entonces, y podría también justificar la agenda de la revista *La Hoja*:

La ciudad actúa en nosotros en todo momento y en toda circunstancia: desde que nos levantamos, con el agua escasa o abundante, limpia o desaseada con que nos lavamos, con el reloj público que señala mal o bien la hora de comenzar el trabajo; con el pavimento arreglado o descompuesto que tenemos que pisar al salir de nuestra casa...hasta que nos acostamos, con la luz buena o mala que extinguimos y con el sereno que vigila nuestra propiedad, y vela nuestro sueño (Restrepo, febrero de 1917).

Carlos E. Restrepo entendía la ciudad como el espacio natural de sus habitantes, como su casa, un lugar donde ellos encuentran sus referentes espaciales, esos que generan sentido de pertenencia y arraigo por el territorio, acompañados de una cultura llena de costumbres y tradiciones. En el caso de Antioquia estos referentes se resumen en la identidad paisa.

Desde la colonización antioqueña y la fundación de Medellín, se identificó a los habitantes de este territorio como personas emprendedoras, trabajadoras y

pujantes, que impulsaron el “progreso” en una región del país, que por su difícil acceso geográfico, estaba casi deshabitada.

La idea de luchar por el futuro, de propiciar mejoras permanentes en aras del progreso, de educar en el civismo, también están presentes en la revista *Progreso*, editada por la Sociedad de Mejoras Públicas de Medellín, que tuvo entre sus fundadores a Carlos E. Restrepo. Según uno de sus primeros editoriales:

*Progreso*, que aspira a hacer labor de civismo y de mejoramiento en todo sentido, registrará en sus páginas todo acontecimiento que indique una mejora, todo proyecto que signifique un avance, y toda idea que beneficie. De las Sociedades de Mejoras Públicas que funcionan en el país, y de los ciudadanos de espíritu público, solicita informes en el sentido indicado. Las noticias sobre construcción de carreteras, edificios públicos, servicios sanitarios, etc. son estimulantes, edifican y es la mejor propaganda para el progreso de los pueblos (*Progreso*, agosto de 1926).

En el mismo sentido, *La Hoja* quiso recuperar la visión tradicional de Medellín como ejemplo de progreso, que se había perdido tras la época en que Pablo Escobar convirtió a la ciudad en el apellidado de su cartel de narcotráfico. Esa coyuntura histórica influyó para que uno de los objetivos de la revista *La Hoja* fuera recuperar la identidad de la ciudad y sus habitantes, más allá de las noticias de violencia que se tomaron a todos los medios de comunicación a principios de los años noventa.

Ana María Cano y Héctor Rincón dejan clara esta intención, cuando explican el momento previo al nacimiento de la revista, una época de auge del narcotráfico que ellos vivieron en Medellín mientras trabajaban con la revista *Semana*:

La coyuntura histórica es que esta ciudad en los años 85, 86 y hasta 90, se desidentifica más. Vivimos a través de *Semana* lo patético que fue para esta ciudad que Pablo Escobar se convirtiera en su espejo: recibíamos los insultos por teléfono, la gente llamaba y decía: no quiero ver a Pablo Escobar en la portada de *Semana* ni una vez más, no más, es decir, Medellín es otra cosa además de eso. Entonces uno veía que eso era un grito y cuando fuimos a hacer *La Hoja* llegamos a definir qué temas tocábamos y qué temas no tocábamos. Por eso dice en la primera edición: no están dadas las condiciones para tocar el tema del narcotráfico. Esa es la razón por la cual decidimos: vamos a hacer un periodismo reconstructivo, y reconstructivo era reconstruir una autoestima, pero también reconstructivo de decir: ¿cuál es el Medellín que no se ha nombrado? El que el narcotráfico tiene totalmente sepultado. Entonces eso hacía toda una temática y una experiencia maravillosa.

Con ese objetivo claro de devolverle la identidad a la ciudad, publicaron textos que respiraban “amor por Medellín”, tan claramente como lo hacían las publicaciones de Carlos E. Restrepo a principios de siglo.

Estos son algunos ejemplos tomados de *La Hoja*:

Editorial número 18, marzo de 1994:

La ciudad está viviendo su cuarto de hora más feliz de los últimos lustros. De esta actualidad radiante no hay dudas, porque las amarguras recientes parecen haber sido sepultadas por

esta realidad de ahora, llena de ingredientes risueños: esos parques atiborrados en las noches; ese ambiente de fiesta en los sitios públicos; ese florecimiento de los negocios, ese rejuvenecimiento, en fin, de lo social, de lo cultural, de lo económico (*La Hoja*, marzo de 1994).

#### Editorial número 19, abril de 1994:

Por modernismo llamamos a eso que ya suena a cantaleta: que los servicios públicos eficientes, que las basuras recogidas, que los semáforos en orden. Y a eso se agrega una realidad que se ve venir y que, más allá de discusiones, sospechas y corrupciones, forma ya parte de nuestro entramado urbano: el Metro, cuyo funcionamiento colocará a la ciudad muy lejos del alcance de las otras de Colombia, encascaradas en problemas presentes y sin tiempo ni dimensión para mirar, encarar y comenzar a sortear el futuro (*La Hoja*, abril de 1994).

#### Editorial número 29, marzo de 1995:

Lo que queremos decir es que para aquellos visitantes y para nosotros sus habitantes, Medellín tienen hoy una cara de ciudad - ciudad. Ha crecido en todo. Y para acompañar ese empuje y señalar los ejes del buen vivir, creamos a partir de este mes *La Hoja Guía*. Con este nuevo producto periodístico queremos —y creemos— ponernos a tono con el instante. Y queremos —y creemos— complementarles la lectura de esta revista que, ya lo verán, hoy cambia. Y crece (*La Hoja*, marzo de 1995).

La revista *La Hoja* publicó artículos relacionados con la eficiencia de las Empresas Públicas de Medellín, las obras viales y la importancia de la conservación del medio ambiente, así como también sobre la remodelación de edificaciones históricas, o los trabajos de antioqueños destacados en investigación, literatura, trabajo social, o cualquier otro campo del desarrollo.

Como lo llamaría años atrás uno de los colaboradores de la revista *Progreso*, *La Hoja*, al igual que las publicaciones promovidas por Carlos E. Restrepo, tiene como función “predicar el evangelio del civismo”: “Crear conciencia de la ciudad, enseñar a amar la ciudad, llenar nuestros espíritus y nuestros corazones del orgullo de la ciudad, dar vida a la ciudad, eso, todo eso, es lo que ha hecho la Sociedad de Mejoras Públicas de Medellín en los años que lleva de vida... gritando sin cesar el evangelio del civismo” (*Progreso*, agosto de 1926).

Otro ejemplo de la similitud de *La Hoja* con estas publicaciones es la temática de la revista *Colombia*, que en su cabezote destacaba los temas de su agenda: “Política, industria, comercio, literatura y asuntos sociales”, además del énfasis que hacía en sus artículos sobre la importancia del amor por la ciudad que debían profesar sus habitantes, como ingrediente fundamental para la ciudadanía, en pos del progreso:

#### **¡Cómo está Medellín!**

Es sin duda, vuestro amor por Medellín es el que os conjura aquí a mi alrededor, puesto que sabés cuan intensamente amo a este encantado rincón del mundo y presumís que es este

aspecto el que me mueve a importunar vuestra atención para decir unas cuantas palabras en pro de la ciudad querida. Del poblachón primitivo alumbrado por farolas de petróleo, hemos venido haciendo una ciudad hermosa, cómoda, de aspecto moderno, y no muy tarde habremos de ver perfeccionada nuestra obra de amor, ya que integran el actual consejo de ciudadanos; comprensivos, entusiastas y resueltos que están moviendo ampliamente el crédito del municipio (*Colombia*, mayo de 1922).

*Progreso* tenía como fin constituirse en una escuela de valores cívicos, a través de los temas de su agenda y la publicación de máximas y proverbios (recurso también utilizado por *La Hoja*),

con el fin de incrementar el número de ciudadanos y disminuir el de habitantes, según aquella diferenciación que hacía la sociedad. El habitante era simplemente un residente, mientras que el ciudadano estaba comprometido con la ciudad y con la democracia... pues los habitantes son los que viven y mueren sin prestar el menor servicio a la ciudad. Los ciudadanos son los que le prestan el concurso de su inteligencia, su esfuerzo y su dinero (*Progreso*, septiembre de 1926).

Esta publicación, al igual que *La Hoja*, pretendía persuadir y convencer a sus lectores de participar en la vida de la ciudad, tanto política como socialmente, para propiciar cambios desde distintos frentes de trabajo y así formar ciudadanos con valores como la honestidad, la laboriosidad, el tesón, la constancia.

Prueba de esta sintonía son varios artículos publicados por la revista *La Hoja* sobre valores como los deberes y los derechos ciudadanos, la tolerancia, la fe y los derechos humanos, entre otros, que aunque están adaptados a una época diferente, buscan el mismo fin: educar ciudadanos en los valores antioqueños.

Editorial número 30, abril de 1995:

Se ha dicho —y se ha dicho bien— que una de las perversiones de este tiempo es el afán de lucro. No ese deseo legítimo de adquirir, sino ese insaciable propósito de adquirir ya. Aparte de muerte y de mal gusto; de prepotencia y de terror, de aparatosos vehículos y costosas mujeres, lo que los impacientes malvados han dejado sembrado en esta tierra es la idea de que es posible acostarse sin cinco, y al día siguiente levantarse, pasar por el cajero y retirar un millón.

Como valor eterno, la paciencia ha sufrido un traspies y el efímero éxito económico de los mercaderes ha hecho archivar el axioma de qué comienzo tienen las cosas. Ha ganado terreno la idea de que todo es comprable a velocidades de crucero, de que no hay que sembrar sino recoger. Y ese supuesto —que se vuelve acción— no es propiedad exclusiva de quienes están marcados y condenados por sus riquezas vertiginosas, sino, incluso, por quienes no forman parte de esa recua (*La Hoja*, abril de 1995).

Por su parte, la revista *Colombia* también prestaba especial atención a los valores de un buen ciudadano antioqueño, como, por ejemplo, la honestidad: “Negocios limpios, por Frank Crane. Son mejores los negocios limpios, que los negocios grandes, lo más satisfactorio para un hombre honrado cuando ha conseguido dinero no es que este sea mucho, sino que sea limpio” (*Colombia*, enero de 1922).

Tanto las publicaciones de principios del siglo pasado antes mencionadas, como *La Hoja*, usaron como recurso para su pedagogía de valores la exaltación de ciudadanos ejemplares, destacados e ilustres, que les sirvieran a los lectores como modelo para seguir, con el fin de propiciar cambios en el futuro de la ciudad.

Siguiendo al polaco de la escuela de Bruselas, Chaim Perelman, uno de los principales teóricos contemporáneos de la argumentación, este recurso llamado argumentación por el modelo se propone persuadir y convencer al lector para imitar a dicho modelo: “El caso particular en vez de servir de ejemplo o ilustración puede presentarse como modelo para imitar; pero no es una acción cualquiera la que es digna de imitarse: se imita solo a quienes se admira, a quienes tiene autoridad y un prestigio social, sea debido a su competencia, a sus funciones, o al rango que ocupan en la sociedad” (Perelman, 1997, p. 148).

Esto explica el interés de estas publicaciones por destacar a ciudadanos honorables, con el fin de dar argumentos para el cambio a través de ciudadanos ejemplares que personificaban todos los valores deseables en las demás personas.

Un ejemplo claro de la revista *Progreso* es el caso de don Ricardo Olano, mencionado por Carlos E. Restrepo en uno de sus escritos de la revista, a quien define como

un caballero y muy ilustre vecino de esta Villa de Medellín, pleno de cualidades morales e intelectuales, de iniciativas felices y espléndidas obras. Su posición social, su fortuna, y más que todo, su civismo robusto y perseverante, lo ponen a la cabeza de todo mejoramiento imaginado y por imaginar. Escribe poco y hace mucho. En lo poco que ha escrito ha sentado la teoría —anchamente practicada por él— de que entre la ciudad y el ciudadano existe una continua obligación de servicios recíprocos, en virtud de la cual la ciudad debe dar seguridad, protección, higiene, comodidades, estética al ciudadano, y este debe dar impulso, trabajo, obras y dinero a la ciudad. No lo entiende así el novecientos noventa y nueve por mil de los vecinos: todos quieren servirse del tesoro común, pero nadie quiere servir al tesoro común (*Colombia*, febrero de 1917).

Este mismo recurso es utilizado por la revista *La Hoja* en muchos de sus artículos que, aunque escritos en diferentes géneros como la entrevista, el reportaje, el perfil o la crónica, entre otros, tienen como protagonista a un ciudadano destacado en algún campo, ya sea cultural, económico o religioso.

Según Perelman (1997), este recurso de contar la historia de cómo un hombre construye su vida a través de su trabajo, puede que no deje una moraleja explícita, pero sí es una lección de optimismo y de fe en la sociedad.

Este tipo de artículos de la revista *La Hoja* en muchas ocasiones estuvieron incluidos en especiales realizados bajo diversos nombres como: “El futuro lo construyen las personas”, “Valores”, “Generación siglo XXI”, “Serie de mujeres”, o en los editoriales, como se ve en el siguiente ejemplo:

## Editorial número 4, noviembre de 1992:

Ahí estaba Ricardo Bustamante homenajeado por su fe. Un reconocimiento a un utopista esencial que soñó con ser bailarín del mundo desde sus imposibilidades provincianas y lo logró. De aquí, en un salto de osadía y de ganas, fue a San Francisco y con el único equipaje de su confianza y de su voluntad, le abrió a su vida un camino recto como manera de llegar al éxito por la vía del trabajo honrado y persistente.

Estaba Nohemí Sanín Posada, íntegra, desde su silla de Canciller de Colombia. Doblegadas las reticencias internas ante semejante estatura de mujer, son su inteligencia y encanto, se ha dado a la tarea de ir al mundo para contar la verdad de lo que somos. Cada salida de esta antioqueña confesa y orgullosa, constituye para Colombia un alivio de su imagen maltrecha. Japón fue, por esos mismos días, la escala para los elogios que llovieron y donde se abrieron puertas atascadas.

Y estaba Fernando Botero, de aquí mismo, feliz de la felicidad que nos toca por su coronación parisina, un triunfo, también, del trabajo de todos los días, del talento, de la creación para el bien, del respeto por el otro, por todos los otros. Esta lista coyuntural de antioqueños universales no busca pasar facturas chauvinistas, que no. Esa prepotencia hinchada a punta de micrófonos al servicio de locutores y periodistas vacíos tras una clientela fácil, no nos han hecho mejores ni nos han abierto caminos colectivos con todos nuestros compatriotas. Al contrario: eso nos ha estigmatizado a nosotros mismos con nosotros mismos. Los delirios de persecución, de pronto, no nos han permitido vernos del todo. Y, quizá, en una intrincada telaraña mental digna de estudio, nos hemos creído el cuento del cual tratamos de defendernos a las patadas: que le producimos al país más indignación por cuenta de los coterráneos que delinquen, que satisfacciones por estos orgullos que perfuman las montañas de mi tierra.

Por eso hablamos de Bustamante, de Nohemí, de Botero. Para que la bondad y el buen ejemplo tengan el espacio que nunca deben perder. Ese espacio en el que sucede el espejo y el cual, en estos tiempos, en la mentalidad colectiva, lo ha ocupado todo el espectro oscuro de los antisociales de oficio (*La Hoja*, noviembre de 1992).

Cuando se les preguntó a Héctor Rincón y a Ana María Cano por este recurso presente en la revista, ellos respondieron que lo hacían para ponerles cara a las cosas y ponerles sensibilidad a los hechos que narraban, así como también para crear nuevos paradigmas y competir contra los héroes en que se habían convertido los violentos (contando a Pablo Escobar, Tirofijo y Castaño), pues a ellos les parecía válido oponer paradigmas de personas vitales para el futuro. Según Ana María Cano, los únicos paradigmas que en los medios de comunicación se le oponen a los malos, son los de las niñas que cruzan las piernas en los noticieros y los futbolistas, porque en Colombia para ser reconocido como importante se debe ser modelo, deportista, multimillonario, o malo, malo; pues no hay otra manera de destacarse en la sociedad.

De la misma forma en que hay personas a las que se les cree con más facilidad que a otras, existen medios de comunicación que gozan de más credibilidad gracias a la buena impresión o al carácter moralmente bueno que se refleja en lo que dicen a sus audiencias.

Ese carácter, la impresión buena o mala que deja un medio en su auditorio, a través de su discurso, es lo que algunos estudiosos de la comunicación como el español Fernando López Pan (1996), retomando a Aristóteles, llaman el *ethos* o “carácter” de una publicación.

En el caso de *La Hoja*, ese carácter podría compararse con el de un “buen ciudadano antioqueño” que es honrado, trabajador, pujante, sencillo, cívico y que se preocupa por el futuro de su tierra y su gente. Un ciudadano que le pone el pecho a una situación difícil y con su trabajo diario contribuye a generar cambios para mejorar la realidad, sin dejarse tentar por opciones retorcidas.

Este carácter antioqueño representado por el trabajo, la honestidad y la pujanza, digno de confianza entre los lectores de la revista, no solo está presente de manera explícita en este primer texto, sino también en los artículos interiores de la revista, en los que se construye dicho carácter a través de procedimientos retóricos como el uso de máximas, la selección de palabras, la benevolencia con la audiencia, lo que el medio elogia o critica, sus reacciones ante lo que sucede a su alrededor y la finalidad de su discurso.

Todos estos elementos reflejan los valores éticos de la revista y hacen que los lectores elaboren automáticamente una concepción moral sobre *La Hoja*, se identifiquen con lo que propone y le crean (López, 1996). Si la visión del mundo que tiene la revista es compartida por los lectores, ya se ha dado un primer paso para conseguir la credibilidad de lo que su discurso plantea, pues esa identificación produce empatía con la audiencia, y una disposición especial a aceptar su discurso.

En el caso de *La Hoja*, la imagen de la revista que se lee en su discurso es, como se dijo, la de un medio de comunicación preocupado por la realidad de Medellín, que pretende generar un cambio a través de la promoción de valores como la honestidad y la rectitud, entre otros. A propósito se encuentra un editorial dedicado a promover la necesidad de la esperanza frente a la difícil situación de orden público de la ciudad:

Ante esa realidad sangrante, sin embargo, quedan alternativas. La primera de ellas es seguir ejerciendo una oposición civil ante todo este cataclismo. Civil (de civilizada) y personal: mantener erguida ante la familia y ante todos los núcleos de nuestra influencia pequeña o grande, la bandera de los valores ineludibles. Seguir sin tregua proclamando la bondad de pacifismo, la rentabilidad de la honradez. Tener conciencia del daño que hace la difusión morbosa de rumores inconstables. Mostrar con el ejemplo de comportamiento que no nos dejamos contar en las huestes de los atropelladores, de esos pobres compatriotas enfermos por el poder satánico de sus ambiciones y por la ceguera de sus metralhas inapelables (*La Hoja*, diciembre de 1992).

Otro uso que hace la revista de su carácter retórico está relacionado con la identificación de su audiencia, en este caso el grupo de “buenos ciudadanos

antioqueños” que han seguido trabajando a pesar de la violencia, que son profesionales o empresarios inteligentes, que cuestionan la realidad y están dedicados a generar cambios en su entorno a partir de su vida diaria. “Una oposición activa y sistemática como se propone no nos hará vencedores inmediatos en esta confrontación indiscriminada, claro que no. Pero nos hará mejores a nosotros mismos, hará crecer el ejército de la resistencia civil, respetuosa de los derechos de los otros, y nos hará distinguir la bondad, de la maldad” (*La Hoja*, diciembre de 1992).

Esta identificación de la audiencia sirve para adaptar el discurso de la revista a sus lectores, e imaginarse sus respuestas o reacciones frente a las ideas que se les proponen.

El tercer uso del *ethos* retórico que hace *La Hoja* es el reconocimiento de los adversarios comunes a ella y a la audiencia. Esos que promueven y son ejemplo contrario de los valores que propone la revista:

Aunque del olvido —es cierto— hayamos sacado muy poco al cabo del balance, porque reincidimos tercios en errores y en horrores. De nuestro sistemático olvido colectivo además, se han lucrado todas esas lacras que no poseen hojas de vida, sino prontuarios, mientras nos empobrece y debilitamos el resto de los ciudadanos.

Y a pesar de la evidencia del inservible olvido, quedan todavía quienes piensan que él nos pone a salvo o nos alivia algún dolor. Ellos, ante cualquier tragedia, proponen limpiar las huellas y decorar el lugar, para que rápidamente parezca que nada pasó (*La Hoja*, julio de 1995).

Los creadores de la revista tenían una idea abierta del perfil de sus lectores, pues los pensaban como ciudadanos de Medellín, sin diferencias de clase, preocupados por su ciudad e interesados por ella.

Héctor Rincón y Ana María Cano se dieron cuenta a través de una encuesta, de que los lectores de *La Hoja* eran hombres y mujeres que participaban e influían en la ciudad, muchos de ellos dirigentes políticos o empresariales, pero otros anónimos. Eso sí, con una característica común: la de excelentes lectores y escritores.

En palabras de Héctor Rincón: “En términos políticos, *La Hoja* expresa la ciudad de la franja, de la franja sin partido, de la franja pensante. Naturalmente no al volumen de la franja pensante, pero no solamente se convierte en una lectura de la franja, sino que *La Hoja* extrae de la franja su información y no es franja social o económica, sino de ciudadanía”.

### **Agenda de ciudadanía**

¿Cuáles son las características de un buen ciudadano? Según lo que se puede leer en *La Hoja*, serían la participación en los temas de la ciudad, la preocupación y

el cuestionamiento constantes por el bien común, el trabajo diario dedicado al progreso del territorio que se comparte, la vocación de servicio y la sensibilidad suficiente para percibir el entorno y tratar de mejorarlo.

¿Pero cómo conseguir que en un momento de libertad individual reinante existan personas dispuestas a ceder sus espacios por el bien común? Según Adela Cortina (1997), existen teóricos que proponen fomentar una religión civil para formar ciudadanos y fortalecer así el “hogar público”, entendiendo esta religión civil como una fuerza motivadora que utiliza símbolos específicos como la bandera, el himno o acontecimientos históricos de importancia para ese grupo, que permitan lograr su identificación como ciudadanos.

Esta “religión civil” coincide con gran parte del discurso de *La Hoja*, “religión” que rescata los valores, analiza las tradiciones o revive personajes históricos con el fin de lograr una identificación “paisa”, antioqueña, hacia Medellín, para “apostarle al futuro” de la ciudad y la región, como lo propone abiertamente en sus artículos.

Este es un ejemplo que aparece en el editorial número 3 de la revista, publicado en octubre de 1992, cuando se conmemoraron los quinientos años del descubrimiento de América. En ese momento *La Hoja* centró sus ojos en la conquista de los indígenas de Medellín, y aprovechó la coyuntura para comparar sus batallas y sus problemas, con los que vivían quienes habitaban en 1992 ese mismo territorio:

Hay que decir —¿habrá que decirlo?— que somos mejores que en ese principio de tiempo. Pero también hay que decir que perdida la inocencia por completo y entrados en estas podridas grandezas metropolitanas, mucho hay por reinventar. Y muchísimo por reeducar. Una cruzada utópica, puede que sí. O con toda seguridad que sí porque a todos nosotros, como a los que había como a los que llegaron y como a los que siguieron después, nos tocaron tiempos difíciles (*La Hoja*, octubre de 1992).

No es gratuito que el “periodismo reconstructivo” de *La Hoja*, como lo llama su editora, surgiera en Medellín en una época tan difícil como la guerra de los carteles del narcotráfico, cuando la ciudad se convirtió en referente nacional y mundial para la violencia, lo que contribuyó a desdibujar el arraigo y la autoestima de sus habitantes.

Cuanta Ana María Cano que cuando fundaron la empresa Vía Comunicaciones, meses antes de crear *La Hoja*, eran distribuidores de la revista *Semana* en Medellín y recibían llamadas de lectores que protestaban porque estaban cansados de ver a Pablo Escobar en la portada. Estaban saturados de ver que los medios solo tenían un referente de su ciudad y de ellos mismos: el mayor capo del narcotráfico.

Así como Ana María Cano y Héctor Rincón vieron en los medios el reflejo de una ciudad gris y decidieron cambiar eso con una agenda distinta propuesta a través de *La Hoja*, muchos lectores se sintonizaron con esa mirada diferente, con

esa “religión civil” que compartían y se dedicaron a revitalizar su concepto de la ciudad, alimentándose de una agenda de referentes que se habían perdido, o nunca se habían visto, como la gente, las tradiciones, o las nuevas tendencias que estaban apareciendo en la ciudad.

Según la editora y creadora de la revista, la decisión fue clara: “Vamos a mirar esta ciudad con otros ojos y así viéndola: cómo actúa, cómo habla, y el lenguaje que vamos a usar es el que se habla, el lenguaje coloquial que de la sensación de que cuando lees estás oyendo la vida. Entonces ese lenguaje es parte de la vitalidad.”

Hoy, más de veinte años después, Medellín le apuesta al periodismo local desde la iniciativa del Presupuesto Participativo, que no es otra cosa que el apoyo económico con dineros públicos, a medios de comunicación comunitarios, que aporten a la visibilización de otras realidades locales, desde su trabajo cotidiano y la participación como ejercicio de su ciudadanía. Hoy existen decenas de experiencias en radio, prensa, televisión e internet, en las diferentes comunas de la ciudad.

*La Hoja* fue un referente de que los medios de comunicación locales pueden ser una pieza clave en materia de identidad, sobre todo en un momento histórico de grandes industrias mediáticas internacionales y políticas de globalización. Se vio la posibilidad de crear un espacio de participación, promoviendo, como en este caso, la experiencia de sentirse ciudadano de una colectividad que, aunque desacreditada, seguía viva, como Medellín.

La definición que le dio Aristóteles a la ciudadanía en su tercer libro de la *Política* fue el estatus privilegiado del grupo dirigente de la ciudad-Estado, y desde entonces, la ciudadanía ha girado en torno a la participación en la vida pública de la ciudad y a los deberes y derechos que sus habitantes tienen con ella.

Pero, ¿quiénes participan en la vida pública de la ciudad y ejercen sus deberes y derechos? En Medellín, estos personajes son en su mayoría los dirigentes políticos, sociales, económicos y culturales, que tienen una conciencia política estructurada, son líderes de opinión y de alguna manera están representados en la definición de Aristóteles.

Ya que el auditorio de *La Hoja* estaba formado por este tipo de personas, y gran parte de los protagonistas de sus artículos también, podría decirse que *La Hoja* hizo un llamado a estos ciudadanos a ejercer su ciudadanía, primero reforzando sus valores, y luego invitándolos a la acción a través de argumentos convincentes.

Para la teórica española Adela Cortina (1997), aprender leyes y valores a través del proceso de socialización es una condición humana básica, pero considerar buenas esas leyes aprendidas es tarea de cada persona, pues no las considerará

como tales, si no convencen a su razón y a sus sentimientos. Para eso se necesita que vengan de un orador con credibilidad, que les presente argumentos válidos dirigidos a su razón, que partan de ideas con las que se identifiquen, subrayen su sentido de pertenencia y despierten su sensibilidad. Y esa fue una de las estrategias discursivas de *La Hoja*.

En los medios comunitarios financiados con Presupuesto Participativo en Medellín, la legitimidad está dada por la priorización de inversión que hacen las mismas comunidades y al ser ellas quienes deciden invertir en medios de comunicación comunitarios, están demostrando la importancia de ese ejercicio de ciudadanía a partir de la comunicación.

El ciudadano ideal de Medellín para la revista *La Hoja*, según Ana María Cano es

un ciudadano que haga parte, que no coma cuento, un ciudadano que tenga un alto nivel crítico, que le guste recorrer la ciudad, que no se trague el cuento del miedo como la exclusión de la ciudad, como un alambre de púas que le circunscribe la ciudad a su unidad residencial, que experimente la ciudad que la recorra, que se encuentre con la gente y que sea un ciudadano de menos carro y más a pie.

En pocas palabras es un ciudadano que vaya más allá de lo que publican los medios masivos de comunicación para redescubrir su ciudad y reaprender a vivirla reconociendo sus ventajas, pero también sus problemas.

Adela Cortina en el citado libro *Ciudadanos del mundo* aclara que “las adhesiones o el proceso de identificación que lleva al ejercicio de la ciudadanía, rara vez nace de teorías racionales, sino que necesita de la apelación a lazos de pertenencia, a raíces históricas y tradiciones que hacen parte de la otra cara del alma” (1997, p. 34). Define también la ciudadanía como el punto de unión entre la razón “sintiente” y los valores y normas humanizadores, porque según ella pretende sintonizar a dos de los sentimientos racionales más profundos de los seres humanos: el de pertenencia a una comunidad (emocional) y el de justicia de esa misma comunidad (racional).

“El vivir y pensar una ciudad como Medellín ha sido obligación histórica de pobladores, académicos, empresarios, políticos y en general todos los actores sociales enfrentados a los grandes cambios de esta metrópoli en el último tercio del siglo xx”. Eso escribió Hernán Henao (1996), director del Instituto de Estudios Regionales de la Universidad de Antioquia, y eso pensaban también quienes decidieron utilizar un medio de comunicación para contar historias sobre el clima, las costumbres, las leyendas, o los personajes antioqueños para darle un aire a la agenda informativa a principios de los noventa.

La agenda de ciudad y de región propuesta por la revista *La Hoja* de Medellín llegó a la ciudad en un momento en que el menú informativo estaba saturado de narcotráfico; y apareció con la intención específica de cambiar la mirada sesgada

que se tenía sobre Medellín, aprovechando el efecto de los medios de poner temas sobre la mesa para pensar. De esta forma los lectores de la revista, en vez de ver a su ciudad como escenario de la violencia, volvieron sus ojos hacia otra Medellín que habían dejado de ver y de vivir.

Pensando en la mediación simbólica que se produce a partir de la mezcla de la información dada por los medios, y la “manipulada”, “digerida” y “enriquecida” por las personas en la calle (Tuchman, 1983), la agenda de esta revista es determinante para construir nuevos imaginarios sociales y culturales, en torno a la realidad concreta de Medellín. Eso pretendía *La Hoja*, pues según Ana María Cano es una revista “que buscaba mirar una ciudad tan desacreditada y devastada con ojos a la vez críticos y de descubrimiento de los matices creativos y sorprendentes de la supervivencia de sus habitantes en medio del asedio y los desafíos de la violencia” (Cano, 1996).

### **Los medios como transformadores de la realidad social**

“Los mensajes aparecidos en los medios contribuyen a la formación de identidad e imágenes colectivas” (Alsina, 1989, p. 155). Esta afirmación de Rodrigo Alsina en su libro *La construcción de la noticia* lleva a pensar en los efectos sociales de los medios, más allá de su influencia en la cotidianidad, los temas de discusión pública, y las ideas que suscitan en las mentes de los receptores.

Esto, unido al planteamiento de que los medios son “legitimadores y mediadores de la realidad social, capaces de hacer circular mensajes específicos, propiciar la formación de opinión, y legitimarla” (Alsina, 1989, p. 155), hace pensar en un paso posterior que implica que los medios llegan a convertirse en potenciadores de la acción social y de las formas de interrelación entre las personas.

Según Alsina, la comunicación de masas es un sistema de circulación de informaciones a través de vastas redes de distribución de la noticia que se mezclan con las formas de cultura local, de creencias y de elección original e interior de cada uno de los seres humanos; que termina formando amplias regiones homogéneas de conocimiento común (Alsina, 1989).

La sociedad paisa, conservadora y tradicional, pero a la vez con una actitud abierta frente al progreso, se ve reflejada en la agenda de *La Hoja*, y ahora en las agendas de los medios comunitarios por sector, como un grupo social aferrado a sus espacios cotidianos, que necesita pensar y repensar lo que le sucede, para planear estratégicamente su futuro. Si estos temas circularon en las conversaciones de los lectores de las revistas, y sirvieron como plataformas de debate, es posible que su socialización haya derivado en algún cambio de pensamiento, o mínimamente en una nueva corriente de opinión. Así respondió Ana María Cano en 2001 cuando se le preguntó por la influencia de la revista:

Yo creo que como cualquier periodista que se respete, yo quiero ser capaz de reproducir lo que expresa la ciudad y que eso a la ciudad la retroalimente, y para ser bien prepotentes, si uno mira al Medellín de hoy, comparado con el Medellín de hace nueve años, podría decir que puede haber 30 medios alternativos. Yo no sé si eso tenga que ver, pero que se está expresando esta ciudad mucho más que hace nueve años, claro que sí. Y que los periodistas hoy por hoy cuando salen de la universidad están pensando en otra cosa distinta que en ir a pedir puesto a *El Colombiano*, con toda seguridad. Eso quiere decir que esta es una ciudad que se está tomando más en serio la expresión de sus medios de comunicación.

Estas ideas muestran a los medios masivos de comunicación como mediadores sociales capaces de propiciar transformaciones simbólicas a partir de sus contenidos. De esto se desprende un concepto claro aunque desgastado, que le compete a los medios de comunicación: la responsabilidad social que tienen en la cultura, que es la que justifica todos los estudios que pretenden analizarla, y proyectar su influencia en la esfera social.

La información emitida a través de los medios no sólo fomenta la participación social, sino que también tiene efectos a largo plazo, que repercuten en la construcción de sentido de la realidad de cada persona, al punto de llegar a modificar normas y valores sociales. Teniendo en cuenta lo anterior, las temáticas propuestas por la revista *La Hoja*, marcaron un enfoque novedoso del periodismo local que intentó hacer repensar a los lectores sobre muchos de los cambios sociales que había sufrido la ciudad, los valores que estaban en juego y las transformaciones posibles para el futuro.

Según la teoría de la Agenda, los efectos acumulativos y los cambios de sentido empiezan a funcionar desde el momento en que los lectores reciben la información y la guardan en la memoria, para usarla cuando el tema aparezca en algún intercambio comunicativo (Thompson, 1998). De esta forma construyen el contexto de una situación específica, y opinan sobre ella con base en los datos recibidos de otras conversaciones, y por supuesto, en los que tenían desde antes y siguen recibiendo a través de los medios.

De esta manera, cada individuo construye a su modo un tejido complejo y muy personal sobre cada uno de los temas de los que recibe información en diferentes momentos de su vida y puede llegar a propiciar un cambio social partiendo de las ideas propuestas por una corriente de opinión (Thompson, 1998).

### **Importancia de lo local**

Uno de los aportes más considerables hecho por *La Hoja* fue su agenda local, que surgió frente a la abundancia de medios de cubrimiento nacional e internacional. Al preguntarle a Ana María Cano la razón por la que ella y Héctor Rincón decidieron hacer periodismo local, ella respondió que a su modo de ver este periodismo ha tenido vigencia mediana, siempre en el sentido de ser el más inmediato y más

fácil de hacer; pero según ella eso era antes de que se produjera esa especie de “inmensa comunicación” que hace que la gente esté abierta al mundo de una manera instantánea e intensa.

Para ella ese es el momento en que las personas descubren que el manejo que tienen de su mundo es el que les permitan medios de comunicación, entendiendo como tales todas aquellas cosas de la ciudad que les revelen dónde viven, para qué viven y eso cómo se usa. Basada en esta idea, hace más de trece años la editora de la revista *La Hoja* consideraba que

un medio de comunicación local hoy es aún más necesario y primordial de lo que era antes, porque es el medio en el que la gente se puede montar para hacer el uso óptimo de su localidad. Pues las personas ya tienen una noción más clara de lo que pasa en otras corrientes, si se quiere están más abiertas y más necesitadas de saber qué está pasando en su esquina, qué está pasando en su ciudad.

Retomando nuevamente las palabras de Ana María Cano miradas en perspectiva: “Creemos que el periodismo local es el periodismo del futuro, el periodismo de referencia. El medio local debe entenderse como lo definió García Márquez: que lo más universal era contar lo más local. Es decir, que para ser verdaderamente universal, hay que comprender la localidad”.

Para el teórico Rodrigo Alsina, la proximidad geográfica de un hecho supone una mayor implicación de las personas, pero también puede darse esa identificación a partir de efectos psicológicos que conduzcan a una implicación afectiva, y cuanto más gente se sienta parte de ese acontecimiento, mayor será su importancia (Alsina, 1989).

Otro académico que se ocupa del tema de la proximidad de la agenda es John B. Thompson (1998), quien plantea que para muchas personas el sentido del pasado, y de lugares distantes, así como la sensación de los límites espaciales y la continuidad histórica de las comunidades a que pertenecen, se configuraba a través de tradiciones orales producidas y transmitidas en los contextos de la vida cotidiana, pero estos sentidos y configuraciones se trasladaron a los medios de comunicación y ahora son ellos los que propician estas generaciones de sentido, más aún cuando se ocupan de símbolos comunes, como lo hizo *La Hoja* y hoy lo hacen decenas de medios comunitarios en todo Medellín, que han llegado a constituirse en la Red de Medios Alternativos y Comunitarios Redecom, que tal como se proponen en su visión, para 2016 “serán factores de desarrollo sostenible de la ciudadanía”.

## NOTAS

- 1 Entrevista realizada por la autora a Ana María Cano en Medellín, el 12 de octubre de 2001.

- 2 Entrevista realizada por la autora a Héctor Rincón en Medellín, el 12 de octubre de 2001.
- 3 Entrevista realizada en Medellín a Ana María Cano y a Héctor Rincón, el 12 de octubre de 2001.
- 4 Entrevista realizada en Medellín el 12 de octubre de 2001.
- 5 Entrevista realizada en Medellín a Ana María Cano, el 12 de octubre de 2001.
- 6 Entrevista realizada a Ana María Cano en Medellín, el 12 de octubre de 2001.
- 7 Hernán Henao fue asesinado en Medellín el 4 de mayo de 1999.
- 8 Entrevista realizada a Ana María Cano en Medellín, el 12 de octubre de 2001.
- 9 Entrevista realizada a Ana María Cano en Medellín, el 12 de octubre de 2001.
- 10 Entrevista realizada a Ana María Cano en Medellín, el 12 de octubre de 2001.
- 11 Informe de la Jornada de Planeación Estratégica de Redecom, julio de 2006.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alsina, Rodrigo (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Cano, Ana María (1996). *La prensa en Medellín. Historia de Medellín*. Tomo II. Medellín: Suramericana de Seguros.
- Cortina, Adela (1997). *Ciudadanos del mundo: Hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid: Alianza.
- Henao, Hernán (1996). *Una lectura de ciudad: Medellín en la mira*. Medellín: Proyecto Pensar la Ciudad.
- López Pan, Fernando (1996). *La columna periodística. Teoría y práctica. El caso de Hilo directo*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Perelman, Chaim (1997). *El imperio retórico. Retórica y Argumentación*. Bogotá: Norma.
- Restrepo, Carlos E. (1917, febrero). *Revista Colombia* (40). Medellín: Sociedad de Mejoras Públicas.
- Thompson, John (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- Tuchman, Gaye (1983). *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.

*La Hoja*. Edición número 3, Medellín, octubre de 1992; editorial número 4, noviembre de 1992; editorial número 5, diciembre de 1992; editorial número 18, marzo de 1994; editorial número 19, abril de 1994; editorial número 29, marzo de 1995; editorial número 30, abril de 1995; editorial número 33, julio de 1995.

*Colombia*. Número 40, Medellín, febrero de 1917; número 278, enero de 1922; número 292, mayo de 1922.

*Progreso*. Número 1, Medellín, agosto de 1926; número 2, agosto de 1926; número 4, septiembre de 1926.