

PUNTOS DE VISTA



La comunicación del presidente Gustavo Petro: más ideología que estrategia¹

Gonzalo Medina Pérez

Periodista, magíster en Ciencia Política y doctor en Literatura, profesor pensionado de la Universidad de Antioquia, docente de los cursos de Opinión Pública, Comunicación Política y Periodismo Político.

gonzalom32@gmail.com

Palabras claves: comunicación política, presidente Gustavo Petro, medios de comunicación, periodismo

Keywords: political communication, President Gustavo Petro, media, journalism

Resumen: Este texto se propone caracterizar y evaluar las estrategias de comunicación política asociadas a la gestión político-administrativa del presidente Gustavo Petro Urrego, tanto por parte del mandatario mismo como en el ejercicio informativo de las grandes empresas periodísticas. Aquí se propone ahondar en el cuestionamiento hacia los grandes medios –extensión de los conglomerados económicos–, como la versión más eficaz de la oposición política al nuevo jefe de Estado. Este ensayo hace parte del libro que el autor se encuentra escribiendo sobre el papel de los medios masivos en distintos procesos de paz en Colombia.

Abstract: This text aims to characterize and evaluate the political communication strategies associated with the political-administrative management of President Gustavo Petro Urrego, both by the president himself and through the news coverage of major journalistic corporations. We propose to examine the role of large media outlets –extensions of economic conglomerates– as the most effective form of political opposition to the new head of state. This essay is part of a book the author is currently writing on the role of mass media in various peace processes in Colombia.

^{1/} Este ensayo hace parte del libro *Opinión pública: comunicación política, democracia y medios* (Editorial Universidad de Antioquia, 2020) sobre el papel que han jugado los medios tradicionales de comunicación en distintos procesos de paz.

Comunicación política: una precisión teórica

El tiempo de la posmodernidad corresponde a una suerte de mundo de la información y de los símbolos, a una sociedad de personas en relación con la sociedad de los medios. También a una sociedad de imágenes que desconoce la tradicional separación entre el ámbito público y el ámbito privado. Vale la pena aclarar, sin embargo, que las concepciones sobre la posmodernidad no son unitarias. Por el contrario, surgen enfoques como el de Jean François Lyotard (citado por Del Rey, 1996), que llama *posmoderna* a la condición del saber en nuestras sociedades, término que pretende designar el estado de la cultura después de las transformaciones que han afectado a las reglas de juego de la ciencia, la literatura y las artes a partir del siglo XIX.

Lyotard afirma que la política y el periodismo han reflejado las transformaciones que originaron la ciencia, la filosofía y el pensamiento político. Y añade que la no creencia en los grandes metarrelatos solo es el efecto del progreso de las ciencias. Cuando este autor francés habla de *metarrelatos* se refiere, por ejemplo, a la dialéctica del espíritu, la emancipación de los trabajadores, la acumulación de la riqueza, la sociedad sin clases.

Agrega que esos metarrelatos han perdido toda credibilidad, entre otras razones porque el lenguaje denotativo –propio del conocimiento científico– no logra asumirlos. Lyotard define como *moderno* el discurso que apela a uno u otro de esos grandes metarrelatos para tratar de legitimarse. De allí que concluya afirmando que “el advenimiento de la posmodernidad señala una crisis en la función legitimadora de la narrativa, su habilidad para obtener consenso” (citado por Del Rey, 1996, p. 280).

Lyotard formula que el saber cambia de estatuto al mismo tiempo que las sociedades entran en la edad posindustrial y las culturas en la edad posmoderna. Comprende que, dentro de la transformación general que ha experimentado la sociedad, la naturaleza del saber no ha quedado indemne. El saber científico siempre ha tenido que competir con otra clase de saber –que incluso le aventajaba en antigüedad y en legitimidad, aunque no necesariamente en eficacia–, al que Lyotard denomina narrativo (citado por Del Rey, 1996).

Pero el amplio campo de relaciones propias de la posmodernidad no termina con el mundo de los metarrelatos. De igual manera abarca la categoría del *poder*, tal como la asume el también francés Jean Baudrillard (citado por Del Rey, 1996), que comienza afirmando que los políticos están convencidos de que en la base del ejercicio del poder está el dominio de los espacios simulados. Al respecto, sostiene que “la política no es una función, un territorio o un espacio real, sino un modelo de simulación cuyos actos manifiestos no son más que el efecto realizado” (p. 285).

La reflexión de Baudrillard considera que pasó a ser más importante la escenificación del poder –o la *mise en scène*–, que la misma ideología. Y añade que el mundo social que pasamos a vivir es un mundo en el que todo es comunicación, todo es signo. Y detrás de la comunicación y del signo está en su plenitud el ejercicio de la simulación. En concepto de Baudrillard, la *ideología* “no corresponde a otra cosa más que a una malversación de la realidad mediante los signos, la simulación corresponde a un cortocircuito de la realidad y a su reduplicación a través de los signos” (citado por Del Rey, p. 285).

El poder –ya despojado de su carácter político– pasa a depender, como cualquier otro artículo o mercancía, de la producción y el consumo masivo. Es decir, de los *mass media*, en lo que se refiere a las elecciones y, en especial, a las encuestas. Baudrillard concluye señalando que “todo destello político ha desaparecido y solo queda la ficción de un universo político” (citado por Del Rey, p. 51).

Una conceptualización sobre esta categoría en la sociedad red es la que formula el español Manuel Castells (2009). En sentido amplio, este autor define el poder como

la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder. El poder se ejerce mediante la coacción (o la posibilidad de ejercerla) y/o mediante la construcción de significado partiendo de los discursos mediante los cuales los actores sociales guían sus acciones. (p. 33)

Al abordar la relación entre el Estado y el poder, Castells (2009) precisa que esta depende de las particularidades de la estructura social en la que actúa el primero de aquellos. Y agrega que el actual contexto histórico está determinado por los procesos de la globalización y del nacimiento de la sociedad red, mismos que a su vez dependen de las redes de comunicación que procesan el conocimiento y las ideas que “crean y destruyen la confianza, la fuente decisiva del poder” (p. 41).

Castells (2009) se apoya en David Held para advertir que la teoría clásica moderna del poder, cuyo énfasis ha sido el Estado-nación, perdió su marco

de referencia desde cuando los elementos clave de la estructura social son al mismo tiempo de tipo local y global, ya no local y nacional. También se remite a Nancy Fraser para concluir que en esas nuevas circunstancias lo local y lo global cambian los límites de la sociedad y el marco de referencia de las relaciones de poder que trascienden lo nacional.

Desde estos postulados de la política, la comunicación, la opinión pública y el poder nos proponemos describir de qué manera algunas empresas informativas colombianas influyentes –siguiendo la tradición de distintos procesos de paz en los últimos cuarenta años– se han dedicado a hacer oposición al Gobierno del Pacto Histórico, así como la estrategia comunicacional que, desde redes sociales y medios audiovisuales, ha hecho el presidente Gustavo Petro. Mediante el manejo de la noticia, una de cuyas varias características se refiere al tratamiento periodístico del hecho, destacan las fuentes consultadas y las opiniones implícitas o abiertas en los titulares o los contenidos. Por su parte, la oposición política también se manifestó novedosamente en su primera etapa desde la información con el acompañamiento directo o indirecto de la Procuraduría General de la Nación –para entonces a cargo de Margarita Cabello Blanco– y de la Fiscalía General –en ese momento con Francisco Barbosa Delgado a la cabeza–. Entidades que relegaron sus funciones constitucionales y se dedicaron más a hacer control político al nuevo jefe de Estado, mirando hacia la campaña electoral de 2026, sobre todo por parte del hoy exfiscal general.

Primer presidente de izquierda en Colombia

Por vez primera en los doscientos cinco años de historia republicana de Colombia asumió la presidencia un candidato ajeno a los partidos tradicionales que habían monopolizado el poder: el liberal y el conservador.² Gustavo Petro, militante guerrillero desmovilizado del M-19 en 1990, exsenador, exalcalde de Bogotá y candidato de la coalición denominada Pacto Histórico –suma de grupos políticos de izquierda y liberales, de movimientos sociales urbanos, campesinos, indígenas, afrodescendientes y de personalidades académicas y democráticas– se posesiona el 7 de agosto de 2022 en medio de un entorno plagado de prejuicios sobre lo que iría a pasar con el Estado de derecho, la propiedad privada y las libertades religiosas y políticas.

Gustavo Petro reemplazó a Iván Duque Márquez –del Centro Democrático–, cuya administración tuvo como norte “hacer trizas los acuerdos de paz”. Aunque en público su discurso hablaba de “revisar” los mismos, una de sus primeras

.....

² Exceptuamos al general Gustavo Rojas Pinilla, que mediante un golpe de Estado asumió el gobierno de Colombia el 13 de junio de 1953 y depuso al entonces presidente encargado Roberto Urdaneta Arbeláez, que reemplazó al conservador Laureano Gómez Castro, mismo que renunció en 1951 alegando problemas de salud. En ese momento, el país se desangraba como producto de la violencia política partidista que se agudizó con motivo del asesinato del caudillo liberal Jorge Eliécer Gaitán el 9 de abril de 1948. Los mismos partidos tradicionales promovieron en 1957 un paro nacional –definido en adelante como “golpe de opinión” – contra Rojas Pinilla, que renunció el 10 de mayo de ese año.

acciones fue rechazar la ley que reglamentaba la Jurisdicción Especial para la Paz (JEP) y objetar seis de sus ciento cincuenta y nueve artículos, pretensión que luego fue rechazada por la Corte Constitucional.

El comportamiento hostil de varias empresas informativas importantes hacia los procesos y los acuerdos de paz adelantados y el plebiscito del 2 de octubre de 2016 invitaba a preguntarse si esas mismas organizaciones no solo respetarían el Gobierno entrante, sino que también ejercerían su autonomía periodística con la consiguiente responsabilidad social y el equilibrio a la hora de dar cuenta de las actuaciones del nuevo gobernante. Dicho de otra manera, la información habría de ser de nuevo uno de los frentes de tensión entre el régimen socialdemócrata de Gustavo Petro y los sectores políticos y económicos opuestos a su mandato.

Conocedor de tal antecedente y de su necesidad de sintonizarse con los ciudadanos, era de esperarse que el nuevo Gobierno diseñara una política pública de comunicación y una estrategia para dar cuenta de sus pronunciamientos y acciones. También para tramitar su relación con los sectores políticos y económicos afines y de oposición, así como con los medios alternativos y las empresas informativas más influyentes, teniendo en cuenta que estas últimas hacen parte de grandes organizaciones económicas con poder de decisión no solo en esa materia, sino también en lo político.

A modo de ilustración, citemos el caso del diario bogotano *El Tiempo*, cuyo mayor accionista es Luis Carlos Sarmiento Angulo, empresario con incidencia, entre otros, en los sectores financiero, editorial y de infraestructura. Sarmiento Angulo tiene también presencia en el Grupo Planeta, organización con presencia en España, Francia, Portugal y América Latina. En España es accionista de periódicos, cadenas radiales y de televisión.

Caracol Radio, una de las cadenas más influyentes en Colombia (González, 2020), es propiedad del Grupo Prisa, organización española con presencia en veintitrés países, incluidos Brasil, Portugal y Estados Unidos, y con evidente liderazgo en el mercado de habla hispana. Los diarios españoles *El País* y *Marca* y la cadena española *SER* hacen parte de Prisa. En el ámbito editorial este grupo es dueño de Santillana, sello con más cincuenta años de actividad en publicaciones educativas y con influencia en veintidós países.

Caracol Televisión, por su parte, pertenece a la familia Santo Domingo, al igual que los canales filiales Novelas Caracol, Caracol Internacional, entre otros. Su líder, Julio Mario Santo Domingo –fallecido en 2012–, adquirió en 1969 la empresa Bavaria y luego se hizo accionista mayoritario de Avianca, Celumóvil, TV Cable, fue propietario único de la revista *Cromos* y en 1997 le compró a la familia Cano el diario *El Espectador*. Según *Bloomberg*, el Grupo Santo Domingo es propietario de veintitrés medios de comunicación y posee una fortuna de doce mil millones de dólares (Las2Orillas, 2023).

Muy pronto aparecieron los cuestionamientos al manejo comunicacional asumido por el presidente Gustavo Petro –como la falta de una estrategia clara y coherente–, los mismos que auguraban la aparición de un factor problemático en lo que habría de ser la relación Gobierno, empresas informativas y sociedad civil. El comunicólogo Omar Rincón (2023), docente de la Universidad Javeriana, publicó en el portal *Razón Pública* su columna “A Petro se le olvidó que la televisión pública importa”. Afirma Rincón que

Petro es bipolar en comunicación y cultura. Por un lado, está obsesionado con usar su Twitter para pelear y disputar la labor periodística, algunas veces con salidas de escándalo, por el otro, no le importa el sistema de medios públicos (RTVC) como estrategia de comunicación y la cultura como último lugar político para reconstituir la nación desde las gentes y los territorios. (p. 1)

Como antecedente, Rincón (2023) plantea que

los Gobiernos y los medios de comunicación siempre han sido un matrimonio feliz y han adoptado un mismo relato para sostener la hegemonía política: todo lo que se oponga al *establishment* y el *statu quo* debe ser reprimido. Los medios, entonces, poco han representado o expresado una versión contracultural o más de parte de la gente y las calles. Hasta ahora, el gobernante siempre les caía bien a los medios, era uno más de ellos y, por eso se adoptaba fácilmente “su versión” como verdad. El último caso fue el estallido social del 2021, cuando los medios ofrecían como verdad lo que decían los militares y el Gobierno, mientras la calle, las redes y los medios digitales proveían otra realidad. (pp. 1-2)

En concepto de Rincón (2023), el proyecto político de Gustavo Petro ha consistido en disputarse el papel de los medios y el periodismo para convertirse él mismo en medio-periodista. A esto se le agrega que, por ejemplo, en la entrega de los premios Simón Bolívar del 2022, Gustavo Petro dijera que “el periodista y el político están en un mismo escenario” y que “esa capacidad de comunicar (crea) una tensión entre el oficio del periodista y del político profesional” (p. 2). De ello se colige, apunta Rincón (2023), que los medios se vuelven enemigos y escenario de una lucha cultural por ver quién impone su verdad, su relato, para de esta manera negar el relato de medios y periodistas. Se produce, por tanto, una coincidencia problemática entre el Gobierno nacional y algunas de las grandes empresas informativas, producto del prejuicio mutuo. Esto crea un clima de tensión que afecta la gobernabilidad, la imprescindible independencia de los medios y también su responsabilidad social y ética.

Hay quienes se atreven a calificar de “provocadora” la acción sistemática de trinar del presidente Gustavo Petro, así como su reiterada costumbre de

llegar tarde –o no llegar– a diversos eventos nacionales e internacionales. La columnista Catalina Uribe Rincón (2023) señala que tal comportamiento es provocador porque con él está diciendo: “llego tarde porque puedo, porque mando, porque se me antoja irrespetarlos” (p. 1). Uribe (2023) advierte que Gustavo Petro no solo provoca en redes, sino también en actuaciones y contra los medios. “Una de sus provocaciones más comunes es ahora contra los medios. Hay que decirlo: provocar es desgastante para la audiencia, pero no es una mala estrategia comunicativa. De hecho, en ocasiones resulta provechoso” (p. 1).

La columnista Uribe (2023) precisa al respecto que el comportamiento clásico de la ultraderecha en comunicación política es provocar:

Pensemos en lo que logró Trump llevando a su máxima expresión la provocación como acto comunicativo. Hacía algún comentario xenófobo, racista o misógino. La oposición y los medios reaccionábamos, le dábamos visibilidad y, sobre todo, perdíamos la capacidad de sentar agenda. Es muy fácil dejarse llevar por el micrófono de la indignación. De aquí que uno de los consejos de comunicación más comunes para un político cuando lo provocan es que no pierda la línea de su agenda política por seguir la del provocador. Petro está siguiendo una estrategia de comunicación clásica, pero históricamente más utilizada por la derecha. La provocación, además de ser exitosa en términos comunicativos, surte un doble efecto: consolida la polarización. [...] El problema de habituarnos a esta manera de provocar, de ser y de hablar es que normaliza comportamientos odiosos y violentos. (pp. 1-2)

Muy cercano al pensamiento de Uribe (2023) sobre la estrategia comunicacional de Gustavo Petro es el del también columnista Andrés Forero Tascón (2024), quien destaca los réditos que le produce la confrontación al jefe del Estado:

A diferencia de muchos políticos tradicionales, acostumbrados al manejo sutil y cómodo del ejercicio político, Petro necesita la confrontación para avanzar. Petro tiene un arma letal en la confrontación política: enseguece de rabia y odio a sus opositores y con eso los petrifica, quedando reducidos a confrontarlo. Así no solo los uniforma y despersonaliza, invisibilizándolos, sino que los despoja de banderas e ideas políticas distintas al antipetrismo, terminan autodefinidos por Petro. De esa manera, logra algo poderosísimo: los reduce a enemigos del cambio y se adueña de la bandera más poderosa de la política que es precisamente esa, el cambio. Mientras los otros repiten en coro críticas psicológicas, morales y administrativas, él habla de los temas que afectan a la gente. La estrategia de buscar frenarlo con escándalos es ingenua y solo logra dejarles la política a los periodistas. En la era de la polarización, los escándalos no deterioran electoralmente.

Pero con todo y esos puntos a favor del presidente en su estrategia de comunicación política, calificamos de riesgoso y excesivo su uso de la red X –incluido su lenguaje provocador frecuente–. Esto le ha ocasionado polémicas y rechazos que hubiera podido ahorrarse si tuviera presente que él gobierna para todos y por ello debe procurar con su palabra –en lo posible– un espíritu de unidad nacional. Se ha vuelto recurrente en el jefe del Estado acudir al lenguaje de choque y a la generalización a partir de casos particulares, por lo cual califica de “explotadores” a los empresarios (Molina, 2023) y de “corruptos” a los policías (Cortés, 2024). Esta última afirmación la hizo durante el acto de presentación del nuevo modelo policial que regirá en el país.

El presidente es consciente de que estos discursos tienden a ser acogidos acríticamente por el común de los ciudadanos que han sufrido las arbitrariedades y la exclusión del poder político y económico, pero vale la pena preguntarse si no es mayor el costo de su legitimidad, sobre todo con sectores que él ha buscado vincular a su propuesta de Gobierno de Unidad Nacional.

A propósito del presidente Gustavo Petro y su actuación comunicacional –¿o provocar es su estrategia de comunicación?–, señalemos que tuvieron que pasar diez meses para que su Gobierno nombrara a la actriz Nórdida Rodríguez como directora de RTVC (Ruiz, 2023). El Sistema de Medios Públicos de Radio y Televisión Nacional de Colombia tiene dos canales de televisión abiertos, Señal Colombia y su hermano institucional Señal Memoria, la Radio Nacional en dos frecuencias, además de otras señales como Radiónica y las emisoras de paz y la web RTVC Play. Rodríguez aseguró que hubo “intereses poderosos” detrás de su renuncia que presentó el 5 de abril de 2024.³ En su trino del 9 de abril de ese año, la saliente funcionaria se dirigió a su sucesor, y entonces subgerente de RTVC, Hollman Morris Rincón

Toleré desde el día uno todos los intentos que hiciste por entorpecer mi gestión, las omisiones para descalificar mis actuaciones, las campañas de desprestigio en mi contra y los ataques de tus alfiles; todo por respeto a la voluntad del Señor Presidente que siempre fue que trabajáramos en equipo, instrucción que respeté y que nunca cumpliste. Pero ya no voy a guardar más silencio.

Por otra parte, el 14 de diciembre de 2023 apareció la primera edición del periódico gubernamental impreso *Vida*, publicación mensual de veinticuatro páginas con tiraje cercano a ciento sesenta mil ejemplares y el que durante seis meses se distribuyó en treinta y dos ciudades del país. La segunda edición fue de noventa y cinco mil ejemplares, la tercera de noventa mil, la cuarta de

³ El 5 de abril de 2024, y por solicitud del presidente Gustavo Petro, Rodríguez renunció a su cargo. Presuntos manejos irregulares, contratos amañados y algunas contradicciones con el subgerente Hollman Morris –que asumió el cargo–, fueron las posibles causas de su dimisión.

setenta mil, la quinta de sesenta y dos mil, la sexta con veintitrés mil unidades (*El Espectador*, 14 de diciembre de 2023), hasta alcanzar en mayo de 2025 la edición cuarenta y nueve. Aunque el medio contempló abrir espacios a grupos opositores, su razón de ser ha sido esencialmente propagandística porque se ha ocupado de dar cuenta de la gestión del Gobierno nacional. Tratándose de un medio impreso con una cobertura más bien limitada y una vigencia aún inicial, nos preguntamos no solo por la eficacia comunicacional y política real que ha tenido el periódico citado, sino por la existencia de una estrategia clara e integral de comunicación, de la cual hace parte *Vida*, trazada por el jefe del Estado y su equipo asesor.

Advierte el comunicólogo Omar Rincón (2023) que

con este sistema de medios públicos se crea soberanía cultural y autonomía comunicacional... la demora en los nombramientos es muy grave porque indica que a este Gobierno poco le importan los medios públicos, ya que demuestra que no tiene un proyecto y que qué más da nombrar o no, que eso de hacer contenidos que fomenten la creación mediática cultural en perspectivas ciudadanas no lo trasnocha. (p. 3)

A propósito de soberanía y comunicación política, cabe destacar la crisis diplomática que surgió entre los estados de Israel y Colombia a raíz del pronunciamiento en la red X del presidente Gustavo Petro. En dicho pronunciamiento el presidente de Colombia condenó duramente las actuaciones políticas y militares del Gobierno de Benjamín Netanyahu contra los civiles de Gaza, pero sin rechazar el ataque terrorista de Hamas que el 8 de octubre de 2023 asesinó a cerca de mil quinientos civiles y secuestró a otros doscientos cincuenta –muchos de ellos extranjeros– en territorio israelí. Este puede ser un referente preciso para tratar de explicarnos si se trató de una acción comunicacional “provocadora” de Gustavo Petro o si, por el contrario, fue una postura ligera del jefe de Estado de Colombia en un contexto diplomático de relaciones internacionales, que no solo ratifica la tradicional y frágil política exterior de Colombia, sino la ausencia de una política de comunicación por parte del ejecutivo nacional.

En uno de sus primeros trinos del mismo día en que Hamas irrumpió en Israel, el gobernante llamó a negociar la paz y reconocer al Estado palestino, pero no condenó expresamente el ataque terrorista del grupo palestino. Ante la respuesta adversa de Israel –cuyo canciller citó a “conversación de repri-menda” (Saavedra, 2023) a la embajadora de Colombia, Margarita Manjarrés Herrera, y anunció que suspendería las exportaciones de material de seguridad a nuestro país–, Gustavo Petro respondió que “si hay que suspender relaciones exteriores con Israel, las suspendemos. No apoyamos genocidios. Al presidente

de Colombia no se le insulta”.⁴ El presidente se olvidó de que él es el jefe del Estado, lo cual significa que representa a todos los colombianos y en todos los órdenes –incluida la política exterior–. Por lo cual sus pronunciamientos deben ser sopesados –sin renunciar a sus propios principios políticos– a la luz de los diversos intereses económicos y políticos del país y también, en este caso, de las normas que rigen el Derecho Internacional Humanitario.

Mejor oposición que información

En lo correspondiente al papel de los medios de comunicación masiva es necesario ratificar y reivindicar su misión de ser fiscalizadores del poder político y económico. Tarea que requiere tener una agenda informativa que dé sentido al registro del acontecer, a la investigación y a la interpretación de los hechos noticiosos de interés público, contribución decisiva a la democracia y a la formación de una opinión pública ilustrada y deliberante.

Sin embargo, al igual que en otras coyunturas relacionadas con la búsqueda de la solución política negociada de nuestro conflicto armado –diálogos de paz, plebiscito, elecciones presidenciales–, la mayoría de los grandes medios de comunicación refleja su oposición al Gobierno socialdemócrata de Gustavo Petro. Sobre todo mediante el tratamiento de las noticias cotidianas, y aquellas que directa o indirectamente se relacionan con el jefe del Estado y con sus ministros y colaboradores más cercanos. Se evidencia el enfoque “negativo” del hecho noticioso, en detrimento de la imagen pública del presidente, en las fuentes informativas consultadas, incluidas las voces de los expertos en el tema. El tratamiento periodístico de muchas de las noticias que se relacionan con Gustavo Petro también se expresa, por ejemplo, en radio y prensa, mediante la opinión con el uso de adjetivos, preguntas con tono burlesco o agresivo y titulares que en ocasiones se van a lo personal.

En este manejo juegan un papel protagónico los directores de noticieros de radio y los editores de informativos de televisión y periódicos. Esto lo planteamos siendo conscientes de que la objetividad en el periodismo no existe, porque es la mirada del profesional de la información –más allá de la misión que desempeñe– la que le da su impronta de pertinencia, rigor, explicación, sesgo, superficialidad, ilustración, favoritismo y proyección al producto comunicacional.

Tales posturas las determina el grado de responsabilidad, autonomía, formación académica, ética y moralidad sobre el significado que tiene la información en una sociedad en conflicto permanente como es la colombiana. Somos conscientes de la presión evidente o velada que ejercen los grandes poderes económicos y políticos que están detrás del diario acontecer informativo, pero

.....

⁴ Trino del presidente Gustavo Petro publicado el 15 de octubre de 2023.

también debemos contar con la seriedad, la independencia, el compromiso y la habilidad del profesional para dar cuenta de su deber social sin convertirse en un vocero incondicional de los intereses de sus patrones.

Como dichas posiciones no son frecuentes en las poderosas empresas mediáticas, el ciudadano común y corriente se resigna a esta alternativa y hace su propia digestión de estos contenidos. O también toma la decisión de buscar propuestas diferentes, por ejemplo, en los portales independientes de noticias y análisis que cada vez más cobran protagonismo en la formación de la opinión pública en el país –como es el caso de *Cuestión Pública*, *Vorágine*, *Revista Raya*, *Las2orillas*, entre otros–, además de los centros de investigación social y política en distintas fundaciones y universidades del país.

Para avanzar en esta reflexión, y como marco de referencia jurídico-político sobre el quehacer de las empresas informativas, es necesario consignar, por una parte, el artículo 20 de la Constitución Política de Colombia y la Sentencia T-066 de 1998 de la Corte Constitucional de Colombia. El primero señala:

Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

Por su parte, la sentencia de la Corte Constitucional consagra que

La libertad de informar está atada constitucionalmente a dos condiciones, a saber: la veracidad y la imparcialidad. Una prensa libre contribuye a informar y formar a los ciudadanos; sirve de vehículo para la realización de los debates sobre los temas que inquietan a la sociedad; ayuda de manera decisiva a la formación de la opinión pública; actúa como instancia de control sobre los poderes públicos y privados. La importancia de la libertad de prensa para el buen funcionamiento del sistema político y para el desarrollo libre de cada una de las personas explica la amplia protección que se le dispensa a esta garantía en el constitucionalismo moderno.

Señalaremos a continuación algunos casos –a modo de ejemplo– que ilustran sobre lo que ha sido el desarrollo de la relación problemática entre algunos medios de comunicación influyentes en el país y el Gobierno de Gustavo Petro. Uno de ellos fue protagonizado en televisión por Caracol Noticias el 13 de agosto de 2023, cuando informó que su unidad investigativa había descubierto que el narcotraficante y extraditado Juan Carlos López Macías –alias Sobrino– y su esposa Sandra Navarro, apoyaron con dinero la campaña presidencial del hoy presidente de Colombia. El informe tiene como título “El capo Juan Carlos

López y la campaña de Petro en Yopal”. La publicación de Caracol Noticias fue acogida por múltiples medios de comunicación y difundida en todas sus redes.

El jefe del Estado respondió el 14 de agosto mediante mensaje en la red X:

Es increíble cómo @caracoltv nos ha calumniado [...] públicamente y a tiempo ordené que no había que recolectar fondos regionales y todo se centralizaba en la gerencia nacional. Hasta los mismos implicados desmienten a @caracoltv que cae en la mentira de su fuente que respetando su identidad que conozco, está en una actitud sediciosa.

El presidente Gustavo Petro anexa el trino de la Agencia de Periodismo Investigativo (API), del mismo 14 de agosto: “Esposa de alias Sobrino niega aportes a campaña presidencial de Petro”. “No dimos ni un solo peso para la campaña”, “dijo en una conversación revelada por el director del servicio informativo de Blu Radio, Ricardo Ospina...”.

Caracol Noticias negó ese mismo día la rectificación que exigió Gustavo Petro, porque nada de lo dicho por el canal había sido desmentido con pruebas claras por el gobernante. Sonia Bernal, coordinadora de la campaña en Casanare, emitió un comunicado en el que asegura que “... los recursos económicos en la región fueron gestionados centralmente por la gerencia nacional conforme a lo anunciado públicamente por dicho órgano” (*El Espectador*, 2023, 14 de agosto).

Eduardo Noriega, directivo de Colombia Humana en Barranquilla, en entrevista con la W Radio –propiedad de Caracol– denunció que Caracol Noticias

...omitió llamar a los directivos de Colombia Humana a pesar de que habla que hizo una investigación periodística. [...]. Hubiéramos podido aclarar que el caso del Casanare es justamente un ejemplo del celo que hubo durante la campaña para evitar que dineros del narcotráfico ingresaran a la campaña. (Lara, 2023, 14 de agosto)

Noriega aclara que el acta que citan en el informe periodístico es pasada muy rápidamente.

Es del 22 de febrero y se dice que no es que sean miembros, lo que se dice es que se encargarán de conseguir una sede para el evento de asamblea, no se dice que sean directivos. Justamente esa es la asamblea que se suspende por la participación de esas personas. [...] tan pronto se tuvo conocimiento de la pretensión de estas personas de interferir, fueron apartadas de la campaña. (Lara, 2023, 14 de agosto)

Más allá del desenlace de tales versiones noticiosas y de las reacciones que suscitan en instancias gubernamentales, son evidentes el desgaste en

quien se siente afectado por el contenido –el presidente Gustavo Petro en este caso– y la sombra de duda o desprestigio de la imagen y la credibilidad del protagonista de la noticia. Mucho más cuando ello hace parte de una tendencia dentro de la agenda informativa del medio de comunicación. Pero además de la televisión, esa misma práctica ocurre en algunas cadenas radiales y en la prensa. Un ejemplo entre varios casos ocurrió en la emisión matinal de la FM Radio el 6 de septiembre de 2023 entre el periodista Luis Carlos Vélez –director de noticias de ese medio– y la ministra de Agricultura Jhenifer Mojica, a raíz del borrador de decreto gubernamental que promovía la movilización campesina para impulsar la reforma agraria.

Desde un principio era evidente la mutua prevención, sobre todo cuando Vélez le preguntó a la ministra si las autoridades iban a permitir bloqueos en las vías como los que habían ocurrido meses antes. Cuando la funcionaria comenzó a responder, él la interrumpió para exigirle mayor precisión y preguntarle si con ese nuevo decreto el Gobierno permitiría nuevas retenciones de miembros de las fuerzas armadas por parte de campesinos.

De la conversación se pasó a la discusión tensa –con interrupciones mutuas de por medio– hasta cuando Luis Carlos Vélez la acusó de poner en riesgo su integridad física por atribuirle afirmaciones que no había hecho, mientras la ministra Mojica le preguntaba si ya se había desahogado y lo invitaba a calmarse y le recordaba que él era un periodista que tenía mucho poder. Lo que comenzó como una entrevista tranquila, terminó con ambiente de pelea y con la decisión de Vélez de colgarle el teléfono a la funcionaria, mientras reiteraba que la denunciaría por injuria y calumnia y la responsabilizaba de lo que pudiera pasarle a él.

Insólito que una entrevista habitual entre un director de medios y una funcionaria gubernamental tenga ese tono y ese desenlace apenas comenzando. Esto es reflejo –creemos– de un prejuicio evidente en el periodista –enfrentando a una vocera del presidente Gustavo Petro– y de una ministra insegura que no supo manejar el episodio y dejó que su interlocutor le diera el tratamiento que su talante impositivo le exigía. El titular que al respecto publicó el portal de la FM Radio ratifica el ánimo prejuiciado del medio –no solo del director– hacia la ministra y, por extensión, hacia el régimen de Gustavo Petro: “Minagricultura Jhenifer Mojica no responde a preguntas de la FM y hace graves señalamientos” (Rojas, 2023, 6 de septiembre).

Más con ánimo de ilustración, señalamos que el espíritu prejuiciado evidente en el periodista Luis Carlos Vélez hacia personalidades que tienen un pensamiento contrario, volvió a manifestarse durante la entrevista que le hizo al expresidente de Ecuador, Rafael Correa, el 11 de enero de 2024. Como era de esperarse, la conversación comenzó en un ambiente tenso.

Y se agudizó mucho más cuando el periodista le hizo una pregunta con tono de provocación, entre otras cosas porque la noticia en ese momento era

la crisis institucional que se vivía en Ecuador, y no las aspiraciones políticas del exgobernante. Y también era provocadora la pregunta, porque si Vélez estaba medianamente informado, sabía que Correa no puede postularse a la presidencia de su país, porque él tiene allí una investigación judicial en contra y una orden internacional de captura, dado que él reside en Bélgica. La pregunta que provocó la pelea y los insultos mutuos fue: “¿Usted piensa lanzarse de nuevo a la presidencia de Ecuador?”, en adelante la conversación siguió así

–¿Cuál sería el problema si yo quiero volver a ser candidato? ¿Cuál es el terror de eso?, [respondió Correa].

–¿Por qué está tan agresivo? ¿Qué es lo que le molesta?, [pregunta de nuevo Vélez].

–Porque yo sí tengo *feeling* cuando hay malinterpretación de una pregunta. A mí nunca me preguntarían algo similar como a otro político. No tapemos el sol con un dedo. Hay una crisis tremenda en Ecuador, pero usted pregunta si quiero regresar al poder [contesta Correa].

El expresidente terminó abruptamente la entrevista diciéndole a Vélez “Yo no hablo con mediocres. Que le vaya bonito” (García, 2024, 11 de enero). Cuando un periodista está documentado sobre el tema de su entrevista, y su mayor preocupación es propiciar un diálogo que contribuya al conocimiento del asunto mediante una conversación abierta con su contraparte, no tienen por qué aflorar en él la rabia o el insulto: esa opción solo será del entrevistado.

Con motivo de la COP16 sobre biodiversidad y cambio climático, que tuvo como sede la ciudad de Cali en octubre de 2024, el mismo Luis Carlos Vélez escribió varios trinos en septiembre de ese año, cuestionando la eficacia del evento y preguntándose qué tanto ayudará a resolver la pobreza de los caleños: “¿Es lo que necesitan los caleños o las familias y trabajadores de la ciudad y la región? ¿Arreglará sus problemas diarios o significará un beneficio en sus vidas?”.⁵ Aparte de sus preguntas forzadas, que tratan de ocultar el prejuicio ideológico del periodista hacia el presidente Gustavo Petro, el entonces director de La FM no tuvo en cuenta que la empresa vallecaucana Incauca –propiedad de la organización Ardila Lulle– apoyaba activamente la COP16. El 3 de octubre del mismo año, el propio Luis Carlos Vélez anunció su salida del cargo por decisión de la empresa. El ejercicio informativo es para analizar la noticia, no para expresar lo que le gusta o le disgusta al periodista, incluido el propio director.

Pero el caso de Luis Carlos Vélez no es el único de los directores y periodistas que desde la información hacen oposición al Gobierno nacional. Damos cuenta también de otras dos empresas informativas que, en el registro de

.....

⁵ Trino publicado por Luis Carlos Vélez el 26 de septiembre de 2024.

noticias relacionadas con el presidente Gustavo Petro, evidencian fácilmente su rechazo a dicho régimen: son la revista *Semana* y el periódico antioqueño *El Colombiano*. La revista *Semana* –cuyo origen remite a su fundador en 1946, el periodista y expresidente Alberto Lleras Camargo– fue adquirida en 2019 por el grupo económico Gilinski, luego de que en 1982 Felipe López Caballero decidiera revivir el medio de inspiración liberal que apareció para hacerle oposición al entonces presidente Mariano Ospina Pérez.

Mientras Lleras Camargo se inspiró en la revista estadounidense *Time* –y copió al pie de la letra su diseño–, la *Semana* del poderoso consorcio empresarial se propuso parecerse a *Fox News*, canal de televisión de orientación ultraconservadora, y apoyar las ideas del expresidente Álvaro Uribe Vélez. Editores, reporteros, director y columnistas que trabajaban hasta ese momento con *Semana* –como Daniel Coronell, Alejandro Santos, María Jimena Duzán, entre otros– renunciaron. Y como nueva directora los Gilinski nombraron a la periodista Vicky Dávila para poner en marcha la nueva línea editorial de la revista.

Con la llegada de Gustavo Petro a la presidencia los contenidos de *Semana* y el tratamiento de estos –comenzando por la titulación de la portada y de sus páginas interiores– dieron un vuelco radical caracterizado por la oposición abierta al nuevo gobernante, sin distinguir entre noticia y opinión y sin diferenciar entre dato y adjetivo. Todo ello con el consiguiente deterioro del criterio de responsabilidad y autonomía que la ley consagra para garantizar el derecho constitucional de y a la información. Veamos algunos ejemplos de titulares de portadas y de páginas interiores:

“Yo capturé a Gustavo Petro”: el revelador testimonio del coronel (r) César de la Cruz sobre el día en que detuvo al hoy presidente en sus épocas del M-19”. Edición del 23 de septiembre de 2023. ¿Responde este artículo a un presunto interés público, cuando es de dominio público que Gustavo Petro fue detenido por el ejército meses antes de los hechos del Palacio de Justicia?

“LA CORTE SE RESPETA. El violento asedio contra el Palacio de Justicia, para presionar la elección de fiscal general, es un golpe contra la institucionalidad y la democracia. Vicky Dávila”. Título de la portada de la edición impresa del 11 de febrero de 2024. La revista privilegia en portada su postura editorial sobre el hecho noticioso y desplaza el cubrimiento informativo de este.

“Petro tiene ahora en ‘la mira’ a la procuradora Margarita Cabello. La provoca, la irrespete y desconoce su autoridad”. ¿Titular de noticia o de columna de opinión –a pesar de su extensión–? Publicación del 10 de febrero de 2024.

“Grave: cambios en la contratación del ICBF tienen aguantando hambre a los niños de La Guajira por demoras en la entrega de la comida”. Edición del 10 de febrero de 2024.

“Peligroso: “Gustavo Petro ataca violentamente la libertad de prensa: “SEMANA ordena y el CTI obedece”. Edición del 7 de junio de 2023. ¿Pierde sentido el título si se elimina el adjetivo “peligroso”?

“Nicolás Petro: las jugaditas de su defensa que podrían bloquear el juicio en su contra y evitar coletazos contra el presidente Petro”. Edición del 10 de febrero de 2024. ¿Es este el lenguaje periodístico apropiado para titular un informe especial? Edición del 10 de febrero de 2024. El paso siguiente de esta nueva orientación editorial de *Semana* por parte de Vicky Dávila no podía ser otro: la directora renunció a la dirección y anunció su candidatura presidencial el 26 de noviembre de 2024. De inmediato, los sondeos de opinión situaron a Dávila en los primeros lugares de favoritismo electoral.

Al ilustrar a continuación sobre el espíritu informativo del diario *El Colombiano* frente a la figura y la gestión del presidente Gustavo Petro recordemos cómo en los años noventa del siglo pasado prevaleció su postura plural y la responsabilidad periodística con la que cubrió la coyuntura conflictiva de Antioquia y de Colombia. Con esto dio cuenta no solo del conflicto armado sino también de iniciativas de paz, incluida la creación periodística de la Unidad de Paz y Derechos Humanos, a cargo de la entonces directora Ana Mercedes Gómez Martínez.

No obstante, con la posesión de Gustavo Petro como presidente de la república este medio recuperó la política editorial que lo caracterizó durante los dos gobiernos de Álvaro Uribe Vélez y comenzó a ejercer su oposición al nuevo mandatario. Esta se refleja en el enfoque y el lenguaje con los que registra los hechos noticiosos que protagoniza el mandatario.

“¿Dónde está Petro? Lleva 120 horas sin decir una palabra. No se le ve en público desde el viernes y plantó el martes a 917 alcaldes...”. El tono del titular es despectivo y prejuiciado hacia quien en ese momento se disponía a posesionarse como presidente. Edición del 4 de agosto de 2022.

“Petro aceptó almorzar con Maduro, el dictador que persigue Estados Unidos”. Evidente la intención dañada que denota el titular. Edición del primero de noviembre de 2022.

“Petro juega a dos bandas con el Gobierno de los Estados Unidos. Frente a EE. UU. se ha mostrado cordial, pero de espaldas le lanza ataques. Le pidieron mesura”. Edición del 30 de octubre de 2022.

“Los nexos entre el presidente Petro y el colectivo que incitó asedio a la Corte Suprema”. Publicación del 10 de febrero de 2024. El texto señala a Xavier Vendrell, catalán nacionalizado en Colombia, como el líder de las movilizaciones contra la corporación, además de indicar su actividad política independentista en Cataluña. Sin embargo, Vendrell no aparece entrevistado y tampoco se deja constancia de que el diario buscó recoger su versión de los hechos.

“De incendiario a bombero: el paso a paso de cómo Petro azuzó las masas y luego intentó calmarlas”. Por Javier González Penagos, redactor de *El Colombiano*. Publicación del 9 de febrero de 2024. El mero titular habla por sí solo.

“Presión, asedio y violencia: los entresijos de cómo el petrismo puso en jaque a la rama judicial”. Por Javier González Penagos, redactor de *El Colombiano*. Publicación del 8 de febrero de 2024. El titular, más que informativo, es acusador.

Gustavo Petro: ¿jefe de Estado o “agitador profesional”?

La última fase del gobierno de Gustavo Petro ha estado caracterizada por la agudización de múltiples violencias, los precarios avances de la política de Paz Total, los roces entre funcionarios de los poderes públicos –Ejecutivo y Contencioso Administrativo–, los procesos judiciales por corrupción contra miembros del Gobierno nacional y expresidentes de Senado y Cámara, entre otros. El perfil del gobernante y el ejercicio comunicacional del presidente lo caracterizan más como un líder de la oposición política cuyos mensajes y pronunciamientos sobresalen por el énfasis ideológico de sus intervenciones y la búsqueda de confrontación y polémicas en redes sociales con quien se atreve a criticar su gobierno, su presentación personal o su implante capilar.

Si hay algo que no parece interesar mucho a Gustavo Petro es convencerse de que él es el jefe del Estado colombiano cuyo discurso debe buscar el liderazgo y la integración nacionales. Razón por la cual sus declaraciones y anuncios públicos deben ser selectivos y cuidadosos, procurando, además, mantener siempre entre los ciudadanos –léase seguidores en redes– el interés y la expectativa por sus mensajes. En los trinos del presidente Gustavo Petro, por el contrario, predominan los adjetivos o las generalidades que denotan el afán del dirigente opositor de chocar con “los enemigos declarados del pueblo”, porque son “unos explotadores que como sanguijuelas buscan chupar la sangre de la clase trabajadora”. Por ejemplo, “Lo que no dice la prensa del violador del jardín infantil de Bogotá”, de mayo 10 de 2025; “Servirle a los traquetos es traicionar la patria, el corazón y el pueblo” de mayo 9 de 2025; “Este discurso del presidente de Colombia fue censurado por la oligarquía colombiana y sus instituciones; usan la televisión para sojuzgar al pueblo” de mayo 5 de 2025.

Otra de sus recientes ligerezas en la red X –animado siempre por su afán de crear polémica y ganar protagonismo como líder de opinión–, se produjo el 5 de junio de 2025. En esta respondió a un trino del senador y precandidato presidencial Miguel Uribe Turbay, que lo había acusado de “quebrar el orden institucional” al querer nombrar como ministro de Justicia al exfiscal general Luis Eduardo Montealegre. El jefe de Estado colombiano escribió: “El nieto de

un presidente que ordenó la tortura de diez mil colombianos hablando de ruptura institucional” (destacado nuestro). ¿Son endilgables a sus descendientes las actuaciones arbitrarias de un gobernante? Dos días después –el 7 de junio, Uribe Turbay fue baleado por un adolescente de catorce años cuando presidía una manifestación política en el municipio de Fontibón. La derecha en sus diversos matices –con el uribismo a la cabeza– acusó a Petro como responsable del atentado. Una vez más, el jefe de Estado se dejó llevar por su talante de “agitador profesional”, tal como la élite colombiana ha llamado a quien se ganó la vocería como líder alternativo.

Pero volviendo con el tema de la censura, el presidente Gustavo Petro, que al comienzo de su período recurrió poco a la televisión para comunicarse con los ciudadanos, ordenó –en nombre de la transparencia con los colombianos y como alternativa a las versiones noticiosas de los grandes medios sobre su gobierno–, transmitir en directo el consejo de ministros realizado el 4 de febrero de 2025. En términos prácticos –y a los ojos de un televidente del común en horas de la noche–, fueron dos horas de intervenciones en los canales privados y estatales sobre distintos temas y con el obvio protagonismo verbal del jefe del Estado. Todo lo cual se torna poco atractivo, mucho más si no se toman decisiones concretas y, por el contrario, lo que sobresale son las peleas entre ministros y la posterior salida de varios de ellos, como ocurrió luego. El gobernante sagaz no olvida que el ejercicio de la política debe tener un importante componente de pragmatismo, el cual, en este caso, se expresa en la transmisión televisada, exclusiva y concisa del presidente para anunciar decisiones o para fijar posición frente a un hecho relevante de carácter nacional o internacional.

El 3 de marzo del mismo año se transmitió por televisión un nuevo consejo de ministros que duró tres horas y media y que tuvo como característica que no hubo comunicación entre el presidente y sus ministros. El tema único fue el decreto que expediría el Gobierno nacional para enfrentar la crisis humanitaria en el Catatumbo.

Y el 11 de abril de 2025, con base en una tutela de una ciudadana que reclamó su derecho a elegir el medio para informarse en el horario *prime time* de los noticieros de Caracol y RCN, el Consejo de Estado ordenó al Gobierno nacional suspender la transmisión por los canales privados, al considerar que se violaba el derecho fundamental a la información plural: se viola la libertad de elección informativa en nombre de un contenido uniforme, en este caso la visión gubernamental. La decisión del organismo contencioso llamó la atención sobre la diferencia entre la transmisión de un consejo de ministros y la alocución presidencial, esta última consagrada en sendos fallos de la Corte Constitucional y del propio Consejo de Estado (*El Espectador*, 2025, 11 de abril).

La respuesta del presidente Gustavo Petro se produjo durante su alocución televisada del 5 de mayo de 2025:

Este tipo de intervenciones está bajo censura en Colombia y no hay otra palabra que expresar que censura... se han censurado los consejos de ministros. Al parecer por “temor” [...]. Se le tiene temor a que el presidente hable a la ciudadanía verdades, no soy infalible, pero es indecible que durante décadas ha existido en Colombia un manto no solo de impunidad judicial, sino de impunidad informativa. Un manto predeterminado para que la sociedad colombiana no sepa lo que pasa en Colombia en sus materias más graves. (Rentería, 2025, 5 de mayo)

Y en respuesta al recurso de nulidad que presentaron el presidente Gustavo Petro y la Comisión de Regulación de Comunicaciones, el mismo Consejo de Estado reafirmó su prohibición de transmitir los consejos de ministros en canales privados, pero autorizó su difusión en los medios televisivos del Estado. El hecho de que el jefe del Estado no haya insistido con divulgar por televisión tales consejos de ministros, lleva a preguntarse si acaso el gobernante reconoció no solo la falta de interés público que despiertan estas puestas en escena, sino también que ello puede restarle popularidad entre los consumidores de medios audiovisuales, que son la mayoría.

Pero el desenfoque sobre el sentido de su quehacer en la presente y compleja coyuntura nacional no recae solo sobre el presidente Gustavo Petro sino que también toca con varias de las grandes e influyentes empresas periodísticas, cuya tarea central es identificar los hechos de interés público y dilucidar sus orígenes y alertar sobre sus consecuencias. Estos no son ya su razón de ser, sino el medio ideal para reforzar la oposición política al Gobierno nacional y enrarecer el tratamiento del conflicto. Ello lo reflejan, por ejemplo, el tratamiento de los contenidos que aluden al ejecutivo, sus anuncios y decisiones, las fuentes que los directores y/o editores consultan para referirse a aquellos –por lo general críticos acérrimos del gobernante–, bien sea desde el sector privado o desde la oposición política.

En resumen: sin ignorar las excepciones, los medios influyentes hoy –de por sí extensiones de poderosas organizaciones económicas con tentáculos en distintos sectores– no se autocensuran frente a los hechos de interés público que protagoniza el poder ejecutivo. Más bien mediante el enfoque político-informativo de aquellos realizan con mayor eficacia la tarea opositora que están llamados a cumplir los grupos partidistas tradicionales, de por sí sumidos en crisis de credibilidad por la falta de propuestas serias, por las disputas internas mezquinas, por sus intereses clientelares, cuando no por sus prácticas corruptas.

El nivel del ejercicio informativo hoy en nuestro país –cuando está en el Gobierno un presidente de izquierda–, ha perdido calidad y seriedad a la luz de los postulados clásicos del periodismo moderno. Si miramos retrospectivamente la historia reciente de las empresas informativas de Colombia, observamos,

por ejemplo, que con todo y ser propiedad de familias,⁶ los periódicos gozaban de una mayor autonomía relativa en su labor informativa respecto del ejercicio de la opinión del medio, cuya expresión se daba en las columnas y el editorial. Lo propio con los noticieros de televisión y con las cadenas radiales, cuyos propietarios eran socios que aportaban capitales para hacer periodismo, pero sin renunciar al ánimo de lucro propio de la empresa capitalista.

El panorama de hoy lo marcan conglomerados trasnacionales poderosos que tienen diarios, canales de televisión o cadenas radiales pensando más en las necesidades, las estrategias empresariales y las políticas de su organización, que en el servicio público que, por tradición, están llamados a prestar. Y como consecuencia de ello, los postulados periodísticos clásicos como la objetividad, la independencia informativa, la ética profesional al contar los hechos y la responsabilidad noticiosa que otorga la autonomía, cada vez más son relegados en nombre de la eficacia de los negocios. Frente a ese contexto global contundente en una realidad atravesada por violencias múltiples, crisis de gobernabilidad y de liderazgos capaces de convocar a los distintos sectores, nos preguntamos qué tanta importancia real tiene hoy *lo nacional* para estas organizaciones cuyos intereses y capitales no tienen fronteras, como lo afirmó Karl Marx en el siglo XIX. ¿No será que lo nacional es –para tan gigantescos consorcios– un escenario más de negocios con las necesarias diferencias para saber operar allí y ponerlo al servicio de sus propósitos irrenunciables?

Y por el lado político-gubernamental, la izquierda y los sectores democráticos que llevaron a Gustavo Petro a la presidencia de Colombia se enfrentan –producto de múltiples errores individuales y colectivos–, a la consecuencia de perder su continuidad en el poder, a diferencia de lo que ocurre desde hace veinte años, por ejemplo, con el Frente Amplio en Uruguay, convertido en alternativa permanente, superando en legitimidad a los partidos tradicionales Blanco y Colorado. Gustavo Petro ha preferido gobernar con un discurso ideologizante y nostálgico de su militancia en el M-19, y renunció al reto que debe asumir todo movimiento o partido serio con vocación de poder: convertirse en clase dirigente y renunciar a ser solo clase gobernante. Tal es el aporte innovador que desde un marxismo alejado de ortodoxias hizo el italiano Antonio Gramsci (citado por Gutiérrez, 2009):

La hegemonía social se construye como consentimiento de las grandes masas de la población a la dirección impresa a la vida social por el grupo dominante, consentimiento que se logra a través del prestigio obtenido por su posición y función en el mundo de la producción.

⁶ La historia de Colombia es rica en los casos de periodistas y directores de periódicos, o de otros medios, que luego llegaron a ser presidentes de la república: Rufino José Cuervo, Manuel Murillo Toro, Salvador Camacho Roldán, Santiago Pérez Manosalvas, Carlos Holguín Mallarino, Laureano Gómez Castro, Eduardo Santos Montejó, Alberto Lleras Camargo, Carlos Lleras Restrepo, Andrés Pastrana Arango, Juan Manuel Santos Calderón.

Los desarrollos de las redes sociales, y con ellas la emergencia del periodismo alternativo, además de los avances teóricos y propositivos de una comunicación política, están en Colombia a la espera de liderazgos capaces de convocar y movilizar hacia la reconstrucción de la nación y, con ella, a la urgente reconciliación. 🌐

Referencias

- Caracol Noticias (2023, 13 de agosto). *El capo Juan Carlos López y la campaña de Petro en Yopal*. <https://www.noticiascaracol.com/informes-especiales/el-capo-juan-carlos-lopez-y-la-campana-de-petro-en-yopal-ex40>
- Castells, Manuel. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cortés, William. (2024, 4 de abril). Chiflan al presidente Petro por tildar de corruptos a policías. ¿Qué dijo? Noticentro 1 CM&. <https://canal1.com.co/noticias/bogota/chiflan-a-petro-policias-corruptos/>
- Del Rey Moratón, Javier. (1996). *Democracia y postmodernidad: teoría general de la información y comunicación política*. Madrid: Editorial Complutense.
- El Espectador*. (2023, 14 de agosto). Directora de campaña Petro en Casanare rechaza presunto respaldo de narco en la región. <https://www.elespectador.com/politica/directora-campana-petro-casanare-rechaza-informe-noticias-caracol-de-presunto-respaldo-de-narco-en-la-region/>
- El Espectador*. (2023, 14 de diciembre). *Vida*, el periódico del Gobierno del presidente Petro, se distribuirá en 32 ciudades. <https://www.elespectador.com/politica/petro-gobierno-lanza-periodico-vida-para-resaltar-gestion-del-presidente-y-llega-a-32-ciudades-noticias-colombia/>
- El Espectador*. (2025, 11 de abril). Alto tribunal prohíbe seguir televisando consejo de ministros en canales privados. <https://www.elespectador.com/judicial/consejo-de-estado-prohíbe-seguir-televisando-consejo-de-ministros-en-canales-privados/>
- Forero, Tascón Álvaro. (2024, abril 29). Hora de cambiar estrategia contra Petro. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/opinion/columnistas/alvaro-fore-ro-tascon/hora-de-cambiar-estrategia-contra-petro/>
- García, María Angélica. (2024, 11 de enero). "Tenga los cojones" y "mediocre": Luis Carlos Vélez y Rafael Correa protagonizaron acalorada discusión en vivo. *Publímtero*. <https://www.publímtero.co/bogota/2024/01/11/tenga-los-cojones-y-medio-cre-luis-carlos-velez-y-rafael-co-rra-protagonizaron-acalorad-a-discusion-en-vivo/>
- González Pasos, Jesús. (2019). *Medios de comunicación ¿al servicio de quién?* Barcelona: Icaria Editorial.
- Gutiérrez, Donoso Patricio. (2009). Antonio Gramsci y las clases subalternas. *Estudios Contemporáneos*. Viña del Mar. Chile.
- Lara, Felipe. (2023, 14 de agosto). *Eduardo Noriega, de Colombia Humana, habla de la polémica por campaña de Petro en Casanare*. W Radio. <https://www.wradio.com.co/2023/08/14/eduardo-noriega-de-colombia-humana-habla-de-la-polemica-por-campa-na-de-petro-en-casanare/>
- Las2Orillas*. (2023, 8 de agosto). Los 19 medios de comunicación de la poderosa familia Santo Domingo. <https://www.las2orillas.co/los-19-fortuna-de-la-familia-san-to-domingo-medios-de-comu-nicacion-de-la-poderosa-familia/>
- Lyotard, Jean François. (1984) *La condición posmoderna*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Molina, Sergio. (2023, 26 de junio). Bruce Mac Master le contestó a Petro por calificar a los empresarios como "explotadores y esclavistas". *El País*. <https://www.elpais.com.co/economia/bruce-mac-master-ataco-a-pe-tro-por-clasificar-a-los-empres-arios-como-explotadores-y-escla-vistas-2619.html>
- Rentería, María Camila. (2025, 5 de mayo). Presidente Petro arremetió contra el Consejo de Estado y contra los medios durante alocución. *El País*. <https://www.elpais.com.co/politica/presiden-te-petro-arremetio-contra-el-con-sejo-de-estado-y-los-medios-du-rante-alocucion-0524.html>
- Rincón, Omar. (2023, 7 de mayo). A Petro se le olvidó que la televisión pública importa. *Razón Pública*. <https://razonpublica.com/petro-se-le-olvido-la-televis-ion-publica-importa/>
- Rojas, Laura. (2023, 6 de septiembre). *MinAgricultura, Jhenifer Mojica, no responde a preguntas de La FM y hace graves señalamientos*. La FM. <https://www.lafm.com.co/politica/minagri-cultura-jhenifer-mojica-no-res-ponde-a-preguntas-de-la-fm-y-ha-ce-graves>
- Ruiz, Linda. (2023, 30 de mayo). Se posesionó Nórdida Rodríguez: ¿quién es la nueva gerente de RTVC? *El País*. <https://www.elpais.com.co/colombia/se-posesiono-norrida-rodri-guez-quien-es-la-nueva-geren-te-de-rtvc-3054.html>
- Saavedra, Aura María. (2023, octubre 15). Atención: Israel condenó declaraciones de Petro y aseguró que avivan el antisemitismo. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/politica/gobierno/israel-condeno-declaracio-nes-del-presidente-petro-y-se-reu-nio-con-la-embajadora-816341>
- Uribe, Rincón Catalina. (2023, 17 de mayo). Provocar: la estrategia oficial. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/opinion/columnistas/catalina-uribe-rincon/provocar-la-estrategia-oficial/>