Imprimir

Los Observatorios y analistas de medios podrán registrar en sus estudios que la llegada al poder del primer presidente de izquierda y la concentración privada de la propiedad de las empresas mediáticas terminaron llevando a los medios de comunicación y a varios de sus periodistas más reconocidos a una inocultable crisis de legitimidad social y credibilidad, jamás vista en la historia del periodismo colombiano.
Esa incontrastable realidad del periodismo en Colombia la quieren ocultar hábilmente usando la confrontación diaria en la red X del presidente de la República, con varios de los periodistas-estafetas que cumplen la tarea asignada de mentir, tergiversar y ocultar elementos contextuales claves para que los oyentes, lectores y televidentes comprendan el contexto en el que se deben inscribir los hechos noticiosos.

Aunque el jefe del Estado desnuda a diario las maliciosas pretensiones (des) informativas de medios como Semana, Blu radio, El Colombiano y El Tiempo, sus periodistas, columnistas y otros medios hegemónicos se victimizan señalando que se trata de ataques contra la libertad de prensa y de prácticas de estigmatización de parte del mandatario de los colombianos.

La señalada crisis se empezó a cocinar cuando los más poderosos conglomerados económicos decidieron comprar varios prestigiosos medios masivos para convertirlos en sus voceros oficiales y en instrumentos ideológicos y políticos para defender al viejo establecimiento. El negocio para los Sarmiento Angulo y los Gilinski, dueños de El Tiempo y Semana, respectivamente, no está en la venta o consumo digital de sus ediciones, sino en la generación de una opinión pública adversa al gobierno, cuando haya la necesidad política y económica de hacerlo de acuerdo con sus mezquinos intereses.

Haber convertido al prestigioso diario bogotano y a la entonces investigativa revista en laboratorios especializados en el marketing político y en la construcción de narrativas basadas en especulaciones, mentiras y todo tipo de manipulaciones de los hechos noticiables, sirve para constatar una verdad inobjetable: el desprecio que ambas familias sienten por el oficio del periodismo como un bien sagrado de la democracia. Los mecenas de Semana, El Tiempo, El Colombiano, Caracol y RCN jamás podrán ser los “perros guardianes

de la democracia" y mucho menos sus periodistas obligados a seguir la única línea editorial que les conviene en esta coyuntura, si desean recuperar el poder político en el 2026: deslegitimar al gobierno progresista de Gustavo Petro. Para hacerlo, les urge mentir, generar desazón, miedo e incertidumbres en sectores societales y económicos (inversionistas) para que en las próximas elecciones voten a favor de los candidatos que la derecha está impulsando desde ya, algunos salidos de las entrañas de sus propias empresas informativas. Es el caso de la directora de la revista Semana, Victoria Eugenia Dávila, a quien las familias Gilinski y el clan Gnecco desean ponerla en el Solio de Bolívar para que actúe como en su momento lo hizo Iván Duque Márquez, el títere del expresidente y expresidiario, Álvaro Uribe Vélez.

El propósito de la señora Dávila, Néstor Morales y Ricardo Ospina, entre otros periodistas, es contrarrestar a como dé lugar la narrativa del cambio que agita Petro y las que de todas maneras se generarán con la reforma agraria, el mejoramiento de vías terciarias y secundarias, el correcto manejo macroeconómico y la lucha frontal contra los empresarios del narcotráfico que específicos agentes económicos y políticos "protegieron" hasta el 7 de agosto de 2022.

Eso sí, en las agitadas controversias entre Petro y algunos agentes de la prensa hegemónica quien más pierde es el propio presidente de la República y su gobierno y no porque en ocasiones no tenga la razón: simplemente porque él mismo no sabe comunicar sus logros. A pesar del buen trabajo de RTVC y de los defensores de la red X, los escándalos, la victimización de los periodistas y el no registro noticioso de los logros del gobierno terminarán por afectar las decisiones de esa parte de la opinión pública que aún le cree a la prensa tradicional.

Petro debió haberle entregado, desde el 7 de agosto de 2022, la responsabilidad de confrontar a la prensa mentirosa, a un vocero oficial de la Casa de Nariño. La "mala leche" de las empresas mediáticas se explica porque dejaron hace rato de hacer periodismo y se convirtieron en actores políticos obligados a contrarrestar todo lo que haga bien el primer gobierno progresista y magnificar, por supuesto, sus errores y los actos de corrupción

cometidos por quienes el propio presidente puso a gerenciar entidades estatales.

Petro desgasta su imagen presidencial con esos rifirrafes. Esos medios y periodistas lo llevaron a donde quisieron llevarlo: al indigno rincón de un presidente que, en ejercicio, no tolera la “crítica de la prensa objetiva”. Esa será parte de la narrativa que usará la derecha en el 2026 para recuperar lo único que les interesa: la Casa de Nari.

Germán Ayala Osorio

Foto tomada de: Infobae