Imprimir

La comunicación presidencial y gubernamental es un asunto clave para garantizar el éxito de las políticas gubernamentales, pero también de la gobernanza. Si bien ella no es todopoderosa y para ser eficaz tiene que articularse a logros socialmente perceptibles de la política pública, ella puede ser fundamental para garantizar lo que Antonio Gramsci llamaba la "hegemonía", como capacidad de conducción intelectual y moral por parte de un grupo dirigente y de su líder principal, en este caso, el presidente de la República.
La palabra presidencial o la palabra de altos funcionarios del Estado tiene lo que los lingüistas denominan un gran poder *performativo*, una gran capacidad de dar forma a las relaciones sociales y a las percepciones de los ciudadanos. Como lo explican y ejemplifican algunos estudiosos de la lingüística, cuando el sacerdote afirma "yo los declaro marido y mujer"o cuando el juez sentencia "Absuelto!" o "Condenado!", en tales casos el lenguaje tiene consecuencias sobre las relaciones sociales, no se trata de meras palabras al viento. De manera similar, la palabra pública del presidente tiene una gran influencia sobre las relaciones sociales, por provenir de la mayor autoridad política de la nación. Y por ello debe ser ejercida con conciencia de sus riesgos, pero también de sus posibilidades. Más adelante, volveremos a esta última idea, evaluando algunos problemas de la comunicación presidencial de Gustavo Petro.

Nos detendremos inicialmente en algunos antecedentes importantes de la comunicación presidencial relacionados con los gobiernos de Belisario Betancur y Uribe Vélez. En segundo lugar, abordaremos las dificultades y retos que le plantea a la comunicación gubernamental y presidencial, la nueva esfera pública híbrida y fragmentada configurada con el auge de las redes sociales en lo que va corrido del siglo XXI. En una tercera parte mostraremos algunos de los problemas de la comunicación presidencial de Gustavo Petro y, finalmente, a título de conclusiones, presentaremos algunos desafíos y algunas propuestas que puedan contribuir a una mejor comunicación de las políticas y reformas propuestas por el gobierno progresista del Pacto Histórico.

El gobierno de Gustavo Petro ha presentado un programa de reformas y un plan de desarrollo que constituyen la única posibilidad en muchas décadas, de un cambio social que favorezca a

las grandes mayorías excluidas del bienestar. El desarrollo exitoso de ese proyecto no es un proceso fácil, tanto por la gravedad de los problemas y los retos que enfrenta cualquier presidente en Colombia, también por los obstáculos, intereses opuestos y enemigos externos, pero además por las fragilidades, debilidades técnicas, inexperiencia política e incapacidad de gestión de una izquierda que ha estado siempre excluida del poder y muchas veces refugiada en discursos y lógicas contestatarias, de denuncia y de oposición.

Belisario Betancur y su conciencia del valor y la centralidad de la televisión

En un pasado ya no tan reciente de Colombia, vimos a un Belisario Betancur (1982-1986), que asesorado por un buen conocedor de los medios, Bernardo Ramírez, tuvo conciencia de esa palabra pública presidencial y de su manejo a través de la televisión, para incursionar en los hogares desde sus alocuciones presidenciales como una voz amigable y familiar, en un momento en que ese medio de comunicación era todavía central en el ecosistema comunicativo y cultural. Centralidad que se mantendría durante los años 90, los años de máximo esplendor de la televisión en América Latina.

De esos años nos quedó también grabado en la memoria el noticiero de Juan Guillermo Ríos con su interpelación gestual y corporal al televidente y con las voces e imágenes de los guerrilleros del M-19 que por primera vez aparecían en la TV, en medio del proceso de paz de Betancur y del Diálogo Nacional propuesto por esa organización. También la memoria de las oposiciones de los militares a las negociaciones con el M-19 y de los “enemigos agazapados de la paz” (Otto Morales Benítez), del desenlace trágico del Palacio de Justicia mientras la ministra Nohemí Sanín nos ponía a ver fútbol europeo y de la tragedia de Armero con el recuerdo triste de la agonía de la niña Omaira atrapada por la avalancha de lodo y piedras. Roto el proceso de paz con el M-19 con la cruenta toma y retoma militar del Palacio de Justicia, en varias paredes de Bogotá permanecerían durante algunos años, diluidos por el tiempo y la lluvia, los grafitis de los opositores de derecha a la paz de Betancur: “Belisario entregó el país al comunismo”.

La comunicación de Uribe Vélez: los “tres huevitos” y la estigmatización de los opositores

Más recientemente, Uribe Vélez (2002-2006 y 2006-2010), llevó a cabo un manejo muy hábil de la comunicación gubernamental y del discurso presidencial, con una reiteración sistemática en sus discursos y consejos comunitarios, de tres ideas-fuerza: “seguridad democrática”, “confianza inversionista” y “balance social”, devenidos luego en la metáfora hacendaria de “los tres huevitos”. Sobre la base de su popularidad que llegó en ocasiones al 80 por ciento, lograda no solo con buen manejo de medios sino también con resultados en la contención militar de las Farc y en las desmovilizaciones individuales de guerrilleros, construyó la idea del “Estado de Opinión”, anclada en presupuestos de democracia plebiscitaria: “me puedo reelegir por primera y por segunda vez porque soy popular, porque el pueblo lo quiere”.

Parte importante de su estrategia de comunicación presidencial radicó en la polarización deliberada de la opinión y en la estigmatización de sus opositores, como lo hizo con Gustavo Petro y León Valencia, tildándolos de “guerrilleros vestidos de civil”. Líderes y defensores de derechos humanos, periodistas opositores como Hollman Morris y Jorge Enrique Botero y juristas como Iván Velásquez, investigador estrella de la “parapolítica” (indagación y persecución judicial de las relaciones entre políticos y paramilitares), fueron sistemáticamente estigmatizados por el discurso presidencial y tildados de “guerrilleros” y “aliados del terrorismo”. Organizaciones internacionales y organismos nacionales como la Fundación para la Libertad de Prensa FLIP, le solicitaron al presidente en varias ocasiones, tener una mayor responsabilidad y cuidado con su discurso estigmatizante de la oposición y los defensores de derechos humanos[1]. Pero la polarización asimétrica de aquellos días (70-30% e incluso 80-20%) y la popularidad arrolladora del presidente, construida en gran medida sobre el discurso presidencial y la eficaz acción militar contra las Farc, convertidas en “enemigo público # 1 de los colombianos”, sumado esto a la terquedad ideológica de Uribe Vélez, hacía muy difícil un cambio de actitud del presidente. La buena situación económica durante los dos gobiernos de Uribe Vélez, ligada en buena parte a la prebendas y gabelas otorgadas al capital extranjero, con el otorgamiento de alrededor de 9.000 títulos mineros, significó un buen flujo de dineros para publicidad hacia los grandes medios, lo que favoreció una “buena prensa” sobre el gobierno Uribe. No obstante, medios como las revistas “Semana” y “Cambio”, así como el diario “El Espectador”, y sobre todo el columnismo de

opinión de los periódicos, jugaron un papel clave en la fiscalización del desempeño del gobierno Uribe y en la denuncia de sus abusos y delitos (López de la Roche, Fabio, 2014, Capítulo IV).

Una nueva esfera pública híbrida y fragmentada haciendo más compleja, con la digitalización y virtualización creciente del siglo XXI, la comunicación gubernamental

Con el crecimiento y expansión social de plataformas como Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, por nombrar solamente algunas, la crisis de los periódicos impresos y de la lectura de prensa, y el desplazamiento progresivo de la televisión del lugar central que tuvo en las décadas de los 80 y 90 del siglo pasado, se configura en lo que va corrido del siglo XXI, una nueva esfera pública híbrida y fragmentada. Con la multiplicación de pantallas ligadas al crecimiento vertiginoso de la telefonía celular en su integración con la microelectrónica y los soportes de imagen, la difusión de los teléfonos inteligentes y las tablets, se configura la inscripción progresiva de los jóvenes y adolescentes en las nuevas modalidades digitales y virtuales de la comunicación. Aparece, producto de estos procesos, la figura del *prosumer* o "prosumidor", consumidor y al mismo tiempo productor de mensajes y todo tipo de textos y discursos, orales, escritos y audiovisuales ligados al diseño gráfico, la fotografía y el video. Esto va a tener unas implicaciones políticas insospechadas en la medida en que muchos ciudadanos que antes no se expresaban públicamente ni sabíamos de sus inquietudes políticas, sociales o estéticas, ahora van a poder expresarse a través de las redes sociales digitales y van a poner a circular masivamente sus conocimientos, talentos y virtudes, como también sus prejuicios, ignorancias y animadversiones.

Un efecto resultante de todos estos procesos es la pérdida o fuerte erosión en el nuevo ecosistema informativo y comunicativo que se ha venido configurando, de la función de intermediación que ejercían los medios de comunicación tradicionales y el periodismo. La situación que se configura es compleja, porque además de la segmentación y personalización de la información inducidas por los algoritmos bajo el nuevo orden político-comunicativo del "capitalismo de plataformas" (Srnicek, Nick, 2018) y la lógica de "el filtro burbuja" (Pariser, Eli, 2017) con todos sus efectos de fragmentación, asistimos a la conformación de un sistema

comunicativo segmentado además por la crisis de audiencias de los medios de emisión abierta (*broadcasting)*, de la televisión y la radio y del consumo de periódicos y revistas. El consumo de estos medios convencionales provenientes de los años de hegemonía de la comunicación del *broadcasting*, se mantiene principalmente en las generaciones mayores, en el mundo de los adultos, mayores de 50 y 60 años.

Frente a la situación de los años 90 cuando la televisión estaba en su pico más alto de popularidad en América Latina y cuando los analistas de medios afirmábamos con total seguridad que "lo que no pasa por la televisión no existe", hoy día la centralidad de ese medio en la vida social es un fenómeno del pasado. Pero el tema crucial es no sólo que la televisión abierta ya no tiene esas funciones de integración que se le atribuían y que efectivamente ella tenía años atrás, sino que, en el actual ecosistema comunicativo dominado tendencialmente por las redes sociales, no está para nada clara la necesaria función de intermediación de los medios entre clases sociales, regiones, generaciones, etnias, géneros y diversidades sexuales, experiencias barriales y veredales urbanas y campesinas, entre otras. Expresándolo coloquialmente, el asunto está en que no hay hoy ningún medio de comunicación en que se puedan encontrar la inmensa mayoría de los colombianos.

La coyuntura del Paro Nacional del 28 de abril de 2021 evidenció también la aparición y consolidación de nuevos medios ciudadanos digitales ligados a lógicas alternativas a la información dominante y a dinámicas de periodismo de investigación. A medios digitales ya consolidados como "Razón Pública", "La Silla Vacía" o "Las Dos Orillas", se sumaron otros de más reciente aparición como "Cuestión Pública", "Vorágine", "070", y "Canal 2" de Raúl Tejada, este último más activista y más anclado a la historia y las realidades comunitarias de la ciudad de Cali. La información sobre el Paro evidenció la brecha entre medios tradicionales y nuevos medios digitales activistas y de investigación. Los nuevos medios virtuales y los propios ciudadanos armados de un celular o a través de transmisiones en directo por Facebook Live mostraron los excesos de la represión policial en Siloé y en otros puntos de la protesta juvenil en la ciudad de Cali, como también los abusos de la Policía en Popayán contra la joven Alison Lizeth Salazar que terminó suicidándose afectada por la agresión

policial recibida que miles de personas vimos en directo o en un rápido diferido. Varios de estos medios alternativos hicieron alianzas sobre el terreno con personeros y defensores de derechos humanos, así como con personal de las brigadas médicas, para seguirle la pista a las denuncias de desaparición forzada y precisar las cifras de muertos y desaparecidos que a hoy podrían estar entre 50 y 70 personas. Mientras tanto, los medios tradicionales construyeron una información conservadora, funcional al status quo represivo y negador del derecho a la protesta del gobierno de Iván Duque, y terminaron plegados a las cifras oficiales de la Fiscalía de Francisco Barbosa, de 19 muertos.

Traigo a cuento el desempeño de los medios frente al Paro Nacional del 28 de febrero de 2021 para llamar la atención no solo sobre la fragmentación del sistema de medios en sus dinámicas de producción y emisión, sino también acerca de la fragmentación desde los consumos: mientras la población joven y adolescente está más conectada al mundo digital y un sector importante pero minoritario de ella, a la información digital alternativa de calidad, una amplia franja ciudadana de población adulta y de la tercera edad, que podríamos llamar genéricamente “los viejos” o “los mayores” (dentro de los cuales me incluyo), sigue mirando televisión y escuchando las emisoras radiales de la mañana por las cuales circulan importantes temas de discusión nacional.

No sobra decir, como conclusión de este apartado, que una política de comunicación gubernamental y más específicamente de comunicación presidencial, tiene que tener en cuenta esta fragmentación del ecosistema comunicativo contemporáneo, para proponer una estrategia multimedial, transmedial o multiplataforma, para comunicar a la opinión pública sus diversos programas y las ideas-fuerza gubernamentales y presidenciales. Y para esto se requiere construir una política integral de comunicación gubernamental y presidencial apoyada en un equipo de expertos con conocimiento teórico del tema, pero también con una serie de destrezas productivas y creativas propias del oficio periodístico y comunicativo.

## La comunicación presidencial de Gustavo Petro

El presidente Gustavo Petro decidió privilegiar como instrumento de comunicación a Twitter,

un medio que en Colombia tiene un poco más de cuatro millones de usuarios, menos del diez por ciento de la población, pero que logra ampliar de manera importante su influencia, por la resonancia de los tweets en la radio, la prensa digital y las redes sociales.

No se ve mayor claridad en la apuesta de comunicación gubernamental y presidencial en cuanto a su disposición y capacidad de construir comunicaciones diferenciadas para los distintos medios y públicos que configuran esa esfera pública híbrida y fragmentada que hemos descrito arriba. Ese tipo de comunicación presidencial diferencial exigiría la incursión de la figura, la palabra y la imagen del presidente en diferentes formatos y narrativas: alocuciones presidenciales, entrevistas para radio, televisión y prensa escrita, ruedas de prensa, intervenciones en medios digitales alternativos, participación en pequeñas emisoras regionales y locales (como lo hizo Uribe durante todo un mes en enero y febrero de 2008 para buscar apoyo al plebiscito para su segunda reelección). Si bien el presidente organizó en una oportunidad en estos diez primeros meses de gobierno, una especie de rueda de prensa con medios de comunicación populares y alternativos, mezclados con algunos pocos medios comerciales invitados, podría organizar encuentros regulares con estos medios para fortalecer la visibilidad de lo comunitario campesino, indígena y afro así como de muchas realidades locales de nuestras regiones que no logran acceder al juego político comunicativo y a los circuitos de visibilidad nacional.

Un imperdonable descuido ha sido el de los medios público-estatales, que si bien en una democracia no pueden convertirse en caja de resonancia de las políticas gubernamentales y de las declaraciones del presidente, tienen un deber de pluralismo político y cultural como también de dar espacio a las voces de oposición, no es menos cierto que ellos pueden al mismo tiempo ser un espacio clave de comunicación de las políticas gubernamentales y sus logros. El gobierno se demoró 10 meses, hasta finales de mayo de 2023, para nombrar a la actriz y productora audiovisual Nórida Rodríguez como nueva directora de Radio Televisión de Colombia RTVC y al periodista Hollman Morris como subdirector para televisión.

El manejo emocional del Twitter y las declaraciones apresuradas del presidente Petro

El manejo de la comunicación a través de Twitter por parte del presidente se ha caracterizado por su improvisación, apresuramiento y emocionalidad. Vamos a reconstruir solamente algunos de estos episodios problemáticos de la comunicación presidencial vía Twitter, sin pretender ser exhaustivos, pues son numerosos los casos en que distintos analistas políticos y de medios de comunicación han abordado críticamente desde artículos de prensa las deficiencias y errores del uso presidencial del Twitter por el presidente Petro (Santaeulalia, Inés, 2023; Cuervo, Jorge Iván, 2023; Gómez, Liliana, 2022 y 2023; Duarte, Laura, 2023;  Orozco, Cecilia, 2023a y 2023b).

Hacia la medianoche del 31 de diciembre de 2022, el presidente anunció a través de Twitter haber acordado un cese al fuego bilateral con los principales grupos armados del país, incluido el Ejército de Liberación Nacional (ELN). Tres días después el ELN desmintió las declaraciones del presidente Petro y precisó que tal decisión no había sido adoptada en la mesa. Adicionalmente, "luego del desmentido público al presidente, el comandante del ELN, Antonio García, acusó a Petro de actuar como "los gobiernos tradicionales" con los que no logró firmar la paz ("Anuncio de tregua…", 2023). Las reacciones críticas de la prensa nacional e internacional luego de la respuesta del ELN a estas declaraciones apresuradas del presidente fueron inmediatas y por supuesto los críticos de la derecha aprovecharon la oportunidad para denunciar la falta de seriedad y la improvisación del presidente ("El "error" de Gustavo Petro…", 2023).

Mayo de 2023 ha sido uno de los meses en que más desaciertos comunicacionales ha mostrado el presidente en su manejo del Twitter.

A comienzos del mes, en medio de las tensiones políticas que se han venido produciendo en las relaciones entre el presidente y el fiscal Francisco Barbosa[2], Petro declara ante un grupo de periodistas que "El fiscal olvida una cosa que la Constitución le ordena, yo soy el jefe de estado, por tanto el jefe de él". ("Petro dice que es el jefe del fiscal …", 2023). El presidente  estaba expresando su molestia por el hecho de que ha venido solicitándole al Fiscal Barbosa la investigación de crímenes de cabecillas del Clan del Golfo contra líderes sociales, ante la cual al parecer el fiscal ha sido negligente, pero la forma confusa e

improcedente como expresó verbalmente su crítica afirmando que “yo soy el jefe de él”, llevó no solo a la réplica del fiscal Barbosa acusándolo de dictador, sino también al pronunciamiento de la Corte Suprema de Justicia y del conjunto del poder judicial, recordándole al presidente la independencia entre las ramas del poder y el respeto debido a la rama judicial. Como resultado de estas respuestas críticas y de su amplificación en medios claramente opositores como el periódico “El Tiempo” y la revista “Semana” pero también en los informativos radiales de la mañana, el presidente debió reunirse con los órganos del poder judicial para reafirmar su respeto a la autonomía de las Cortes y de las instituciones judiciales (Torres, Fernanda, 2023).

Varios de los desaciertos comunicativos del presidente Petro están relacionados, paradójicamente, con las mejores intenciones del mandatario y su deseo de ofrecer buenas noticias a los colombianos: así fue con el anuncio de la supuesta tregua con el ELN en las horas finales del 2022 que arriba analizamos, como también con el tweet del 18 de mayo de 2023 anunciando que los cuatro niños indígenas sobrevivientes del accidente aéreo de una avioneta en las selvas del Guaviare ya habían sido encontrados con vida, anuncio hecho sobre la base de una información deficiente y no confirmada. Esta noticia que no tiene que ver con temas políticos sino con asuntos de un profundo interés humano hacia la suerte de los niños sobrevivientes fue rectificada posteriormente por el presidente, quien se disculpó públicamente, reconociendo haber recibido una información imprecisa de parte del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar[3].

Las tensiones con los medios y el periodismo por las recurrentes críticas generalizantes del presidente

El 11 de mayo el presidente Petro cuestiona innecesariamente a “Noticias Caracol” por emitir una nota informativa de medio minuto sobre la movilización de los reservistas de las Fuerzas Militares en la Plaza de Bolívar el día anterior, en contra de su gobierno, manifestación que fue significativa en la medida en que llenó la Plaza de Bolívar y que como hecho político cualquier medio de comunicación que cubra las realidades de la vida nacional y capitalina tenía que reportarlo. El trino puesto por el primer mandatario anotaba lo siguiente:

“Miren este medio de comunicación tratando de dividir a fuerza pública del gobierno. Soy el comandante constitucional de las fuerzas armadas. No hay conflicto entre los uniformados activos y el gobierno nacional” (“FLIP rechaza trino …)”.

Hay que precisar que el informativo de televisión está cubriendo un hecho real que ocurrió efectivamente, la movilización de los reservistas de las Fuerzas Armadas con críticas al gobierno Petro y una serie de reivindicaciones sociales y prestacionales, el cual representa un evento de interés público e incluso de interés para el propio gobierno, que debe tener en cuenta desde el manejo de sus políticas y su discurso, como un tema clave para la gobernanza, estas expresiones de descontento social y político. Es un hecho noticioso que ningún informativo podría ocultar. Es muy problemática también y no tiene ningún sustento fáctico, la atribución al informativo televisivo por parte del presidente, de la intencionalidad de crear una división entre la fuerza pública y el gobierno.

Con razón, el director de la Fundación para la Libertad de Prensa Jonathan Bock, anotó lo siguiente sobre esa atribución de supuestos efectos divisivos a la nota informativa de Noticias Caracol sobre la movilización de los reservistas, en una entrevista concedida el 23 de mayo al periódico El Tiempo:

“Uno de los mensajes más equivocados que ha enviado el Presidente es ese. No solo porque le traslada al medio una posible responsabilidad de esa fractura en el interior de las Fuerzas Armadas, según sus palabras, sino porque está cuestionando que un medio registre un hecho público. Se trató de una nota de no más de 30 segundos que no es un espacio de opinión, sino un registro con voces de lo que está ocurriendo en un lugar público. Es como si se hubiera cuestionado darles voz a quienes participaron en las manifestaciones públicas. En este caso, el mensaje del Presidente puede interpretarse como si hubiera ciertos eventos que no pueden cubrir los medios de comunicación. No existen vetos para el cubrimiento periodístico de un tema. En este contexto de constantes mensajes cuestionando al periodismo llama la atención la forma como se está dirigiendo el Presidente a los medios y a los periodistas (“Flip recomienda al Presidente …”, 2023)”.

Atribuirle esa intencionalidad a una nota informativa que no está editorializando ni "tirando línea" acerca de cómo comprender esa protesta de la reserva militar, que básicamente está describiendo desde propósitos informativos unos hechos, demuestra también la incomprensión por parte del presidente de cómo funciona el sistema comunicativo y la propia comunicación social. Las declaraciones de uno de los promotores de la movilización, el coronel retirado John Marulanda, ex presidente de la Asociación Colombiana de Militares en Retiro ACORE, sugiriendo la necesidad de "defenestrar" al presidente Petro tal como se había hecho con el presidente Castillo en Perú, merecieron en los días siguientes fuertes editoriales y voces públicas de condena y desaprobación de su llamado a la sedición frente al gobierno legítimamente constituido del presidente Gustavo Petro (Osorio, C., 2023).

El presidente olvida o seguramente no sabe, pues no tiene por qué ser un experto en temas de comunicación, que una noticia o un mensaje informativo emitido no se gana a la opinión automáticamente, por más *directivo* que sea, sino que tiene que contar con lógicas de mediación desde la recepción que pueden transformar en muchas direcciones la interpretación del mensaje. Situación que describe muy bien un artículo de "El País" de España comentando la movilización de la reserva y las reacciones frente a las declaraciones del coronel Marulanda:

"El editor de la cadena, Juan Pablo Calvás, lo buscó para conocer su opinión sobre la manifestación de cientos de militares retirados en la Plaza de Bolívar, el día anterior, y Marulanda empezó diciendo que el objetivo final era "tratar de hacer lo mejor por defenestrar a un tipo que fue guerrillero". Luego se arrepintió de lo dicho, pero su frase ya le había llegado a miles, incluido el presidente.

Gustavo Petro puso inmediatamente la alarma de un posible golpe de Estado y varios de sus aliados, que temen un ruido de sables desde que él ganó la Presidencia, salieron a defenderlo. Pero no solo sus aliados, sino también varios de sus críticos más activos como Bruce Mac Master, presidente del principal gremio empresarial, la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI); políticos de oposición, como su exrival en la campaña presidencial Federico Gutiérrez; o miembros retirados de la fuerza pública que convocaron a

la protesta, como el coronel Julio César Prieto Rivera. “No compartimos las declaraciones emitidas el día de hoy por el señor coronel John Marulanda”, dijo este último en un video. Incluso la Fiscalía, a cargo de un fiscal general que ha chocado con Petro recientemente hasta tildarlo de “dictador”, aseguró que investigaría si Marulanda está detrás de alguna conspiración (Osorio, C., 2023)”.

Sintetizando, los militares de la reserva de las Fuerzas Armadas no salieron muy bien parados en términos de comunicación política democrática, de esa puesta en escena en la Plaza de Bolívar.

Hay una crítica recurrente, en la información de prensa y en las columnas de opinión revisadas para escribir este artículo, de que el presidente se desgasta y pierde autoridad casando todo tipo de peleas menores y respondiendo a cubrimientos periodísticos de sus políticas o actos de gobierno que impliquen críticas o distanciamientos o simplemente a reporterías u opiniones que a él no le gustan. Parte del *deber ser* o de la *deontología* del manejo de la comunicación presidencial en ordenamientos democráticos tiene que ver con el deber de tolerancia a críticas y opiniones contrarias a las del propio presidente.

Otro tema que agitó la polémica sobre la comunicación presidencial de Gustavo Petro fue la carta enviada al mandatario por la periodista Camila Zuluaga y leída en su programa “Mañanas Blu con Camila Zuluaga”, a propósito de un tweet publicado por un influenciador petrista que se identifica en la red social de Twitter como JulyElProgreOriginal o @JulianProgre.

Utilizando una grabación de un paseo de la periodista, su esposo, su niño de un año y de una señora que les colabora en las labores del hogar, cerca de la vivienda de la periodista, imágenes al parecer tomadas de un sitio de paparazzis denominado @mrperlatinoamerica, según la marca inscrita en el video, el influenciador ataca a Camila Zuluaga, supuestamente por aparecer en esas imágenes entrevistando a la ex niñera de la Jefa de Gabinete del presidente Petro Laura Sarabia, urdiendo de esa manera una conspiración contra el presidente[4]. El tuitero @JulianProgre introduce así su tweet con unas palabras colocadas

sobre el video y leídas por una voz femenina que dicen:

“La periodista y presentadora colombiana, Camila Zuluaga, fue grabada por uno de nuestros paparazzis en plena conversación con la ex niñera del hijo de Laura Sarabia, la Jefe de Despacho del gobierno de Gustavo Petro”

Como precisó la periodista Zuluaga en carta pública al presidente Petro, la señora acompañante que aparece en el video es su empleada y no tiene nada que ver con la niñera Marelbys Meza, protagonista del escándalo por un supuesto robo de dinero en la casa de la señora Sarabia y por el sometimiento supuestamente abusivo de la niñera por parte de la alta funcionaria, a la prueba de polígrafo para confirmar o descartar la autoría del robo.

El influenciador escribe a continuación el cuerpo completo de su tweet:

“@ZuluagaCamila fue captada acosando. PERDÓN entrevistando a la ex niñera de Laura Sarabia en plena calle.

Lo que no entiendo cual es el delito o acto terrorista que cometió Laura si ella fue la víctima a la que robaron

¿A qué se debe esa inquina y persecución contra funcionarios del gobierno por parte de cierto sector de la prensa amarillista?

Llevan 4 días tratando de vender una noticia como un hecho criminal de supuesta “tortura” y solo porque la exniñera se le propuso y ella acepto acudir a un polígrafo

¿La ex niñera tiene signos de tortura?  FALSO!

No es la primera vez que esos polígrafo son usados en la casa de nariño. Duque los usaba con el personal de servicio y no había escándalo.

Lo que hay detrás de esto es un asqueroso montaje en contra del  gobierno Petro por la

inescrupulosa prensa… Miren el trino de la entranpadora Vicky davila. Cerebro de este vil montaje y véan a Camila en la calle entrevistando a la ex niñera cuando ya se han dado todas las explicaciones ellos persisten en la infamia…Nada de esto es casualidad.

La Srs Camila tuvo en su programa al narco fiscal Barbosa y no fue capaz de preguntarle sobre las acusaciones graves de un ex infiltrado de la DEA que lo vinculan con el narcotráfico. ….

Nos están poniendo una cortina de humo para que no hablemos de lo que si es sumamente delicado…

Quieren tumbar al gobierno a punta de infamias y montajes y que no hablemos del tema que vincula a fiscal general de la nación con el narcotráfico (julyElProgreOriginal @JulianProgre, 2023)[5].

Por las razones que sean, por estar preso de visiones ideológicas y conspirativas de los medios y de los periodistas, o por mala fe, el influenciador está emitiendo una noticia falsa, calumniosa, y en un país violento y en unas redes sociales pobladas de comportamientos intolerantes, está atentando con este tipo de tweets abusivos, contra la seguridad física y emocional de la periodista, como puede verse en la lectura de la parte final de su carta al presidente Petro, donde a Zuluaga se le quiebra la voz y deja expresar su miedo por lo que pueda acontecerle a ella y a su familia debido al comportamiento de este twittero difamador y agresor.

La visión del influenciador sobre los medios de comunicación como un sistema monolítico apelando a un "ellos" homogéneo ("la inescrupulosa prensa…"; "*ellos* persisten en la infamia…"; "*Nos* están poniendo una cortina de humo…", "*Quieren* tumbar al gobierno a punta de infamias…"), expresa una visión generalizante sobre un sistema de medios que pese a sus claras tendencias oligopólicas tiene a su interior medios y periodistas con orientaciones políticas diversas[6].

El tweet de @JulianProgre iguala a Vicky Dávila con Camila Zuluaga, las mete en el mismo

saco desde el punto de vista de su intención política, dejando en evidencia la precaria formación política, periodística y comunicativa del twitero[7].

En su comunicación abierta al presidente de la República Camila Zuluaga lo interpela fuertemente expresándole que:

“Considero que esto es un hecho intimidatorio que considero de la mayor gravedad y es consecuencia directa de la actitud que usted mismo ha asumido con los medios de comunicación, con nosotros los periodistas a través de su cuenta de Twitter. […]

El *modus operandi*, presidente, que usted ha adoptado en relación con los periodistas, utilizando su twitter para señalarnos directamente, es muy peligroso, puesto que empodera a personajes como el mencionado para que pasen de la persecución, insultos y ataques digitales a realizar acciones reales contra la integridad de las personas (Zuluaga, C., 2023)”.

Hay que advertir que resulta difícil probar la aseveración de la periodista acerca de que el tweet mentiroso y abusivo de @JulianProgre, “es consecuencia directa de la actitud que usted mismo [el presidente- FL] ha asumido con los medios de comunicación, con nosotros los periodistas a través de su cuenta de Twitter”, dado que muchas de estas intolerancias presentes en la cultura política colombiana, son producto de una sociedad altamente polarizada, donde por generación propia brotan todo tipo de visiones conspirativas e intransigentes frente a quienes piensan distinto, tanto en las extremas derechas como en las extremas izquierdas.

No obstante, Camila Zuluaga en su argumento del segundo párrafo arriba presentado, tiene toda la razón al afirmar el potencial efecto de las recurrentes acusaciones y generalizaciones del discurso presidencial con respecto a los periodistas, de crear climas de opinión que favorecen actitudes y discursos estigmatizantes de los comunicadores y periodistas al interior de las que podríamos llamar “barras bravas del petrismo” en las redes sociales y por fuera de ellas[8].

El presidente Gustavo Petro reaccionó públicamente a la comunicación de la periodista

Zuluaga con el siguiente tweet:

“Ahora tratan de vincular este video con la presidencia. Es un portal también periodístico de paparazzis, ¿qué tiene que ver conmigo? Le solicito a la ciudadanía no grabar periodistas en ejercicio de su trabajo ni de ninguna manera”, agregó Petro, quien hizo énfasis en que no tiene responsabilidad alguna en comportamientos de perfiles dedicados a publicar este tipo de contenidos audiovisuales (“Gustavo Petro se pronunció …”, 2023)

Agregó también el presidente en respuesta a las críticas de la Fundación para la Libertad de Prensa FLIP, lo siguiente:

“Señores de la Flip, yo no ataco periodistas, pero si dicen falsedades contra mí, tengo todo el derecho como ser humano de aclarar los infundios”, publicó Petro en su perfil, luego de que la Flip emitiera un comunicado en el que salió en apoyo a Zuluaga y en el que le pidió mesura al jefe de Estado” (“Gustavo Petro se pronunció …”, 2023)

En el primer tweet que acabamos de citar, el presidente se refiere equivocadamente a “un portal periodístico de paparazzis”, no sabemos si por falta de un seguimiento atento al video y al hilo de la denuncia de Camila Zuluaga en su clara relación con la cuenta @JulianProgre o si desde el propósito de eludir la referencia al twitero petrista. El uso de la tercera persona del plural en la frase “Ahora *tratan* de vincular este video con la presidencia”, está indicando muy probablemente una visión conspirativa, en la medida en que no está respondiéndole directamente a la carta pública enviada a él por la periodista, sino que está imaginando un “ellos” conspirador y atentatorio contra la figura del presidente.

En cuanto a la afirmación del presidente Petro en términos de que “yo no ataco periodistas, pero si dicen falsedades contra mí, tengo todo el derecho como ser humano de aclarar los infundios”, el presidente Petro tiene razón sobre su derecho a la defensa de publicaciones inexactas o falsas. Pero tal vez tendría que pensar antes que en responder desde su cuenta personal de twitter a todo tipo de críticas en las redes sociales, en la posibilidad de tener una figura institucional, una especie de vocero presidencial o *speaker*, que exprese la posición

gubernamental o presidencial, no solamente frente a algunas interpretaciones periodísticas de las políticas gubernamentales, sino también frente a otros temas de interés ciudadano.

El *deber ser* de la comunicación presidencial en democracia y la pregunta de si el sistema de medios y el periodismo colombiano son monolíticos y unanimistas

Dos temas finales claves antes de presentar algunas conclusiones y proyecciones.

El uno tiene que ver con la deontología o el *deber ser* ético y político del manejo de la comunicación presidencial en los ordenamientos democráticos[9]. Este *deber ser* prescribe, dado el fuerte poder simbólico de la figura y la fuerza performativa de la palabra presidencial, a la cual nos referimos al inicio de este artículo, ciertas limitaciones a la comunicación presidencial en términos de evitar la estigmatización de grupos sociales y profesionales (defensores de derechos humanos, mujeres, grupos étnicos, miembros de otras vertientes de la cultura política nacional, etc.). También deberes como los de la tolerancia con la crítica mediática y periodística, así como con los discursos de la oposición, en virtud del principio de fiscalización ciudadana del Ejecutivo propio de la vida democrática en sociedades pluralistas y sistemas políticos competitivos. Sobre esto se ha expresado así el director de la Fundación para la Libertad de Prensa FLIP, Jonathan Bock en entrevista con la periodista Cecilia Orozco, directora del informativo de televisión “Noticias Uno” y columnista del diario El Espectador:

Especialmente a los presidentes pero, también a todos los demás funcionarios públicos se les exige que toleren los cuestionamientos que hace la prensa. Es una regla del juego democrático como lo han dicho, en reiteradas ocasiones, tanto la Corte Constitucional como la jurisprudencia internacional. Es claro que las críticas de los medios no les gustan a los mandatarios y que, tanto al presidente Petro como a sus antecesores, les incomodan. Todos han rivalizado con la prensa, unos, con métodos más sofisticados, otros, más agresivos, como el expresidente Uribe. No creo que exista un medio al que no se le haya etiquetado con intención de deslegitimarlo. Los han llamado medios “subversivos”, “al servicio de la guerrilla”, del “narcotráfico”, del “establecimiento”, etc. (Orozco, Cecilia, 2023a).

El segundo tema tiene que ver con la valoración del sistema mediático colombiano como un sistema monopólico excluyente, centralista, endogámico, unanimista y preservador del *status quo* neoliberal o como un sistema con un pluralismo limitado en medio de un régimen oligopólico dominante. La situación colombiana tal vez esté a medio camino entre esas dos posibilidades.

Con respecto a la primera interpretación, es claro que tenemos en Colombia un sistema de medios altamente concentrado, oligopólico, donde la inmensa mayoría de los medios hegemónicos está en manos de los grandes empresarios y dueños de la economía. La situación en cuanto a la concentración oligopólica no es muy distinta de Brasil con la hegemonía del Grupo Globo, de México con la dominación del Grupo Televisa y TV Azteca, o de Estados Unidos, Inglaterra y Australia con el Grupo Fox del empresario de medios Rupert Murdoch.

En el caso colombiano, tenemos que reconocer la posición tradicional de “El Tiempo”, un periódico al servicio del establecimiento y de los grupos económicos y políticos dominantes, propiedad del empresario Luis Carlos Sarmiento Angulo, con una orientación actual cada vez más antipetrista, como también la clara posición prouribista, antizquierdista y antipetrista de la revista “Semana”.

Al comienzo de este artículo nos referimos también al peso creciente de las redes sociales disputándole la hegemonía, hasta cierto punto, a los medios tradicionales, como también a las nuevas expresiones de periodismo militante y de periodismo de investigación que se han venido consolidando con las redes y plataformas digitales y que se expresaron claramente en la coyuntura del Paro Nacional de febrero de 2021.

No podemos dejar de mencionar el nacimiento hace ya más de un año de la revista “Cambio” en su versión digital, que liderada por la escritora y periodista Patricia Lara y por el reconocido periodista de investigación Daniel Coronel, con la participación de figuras consagradas del periodismo colombiano como Daniel Samper Pizano y Enrique Santos Calderón  y de la joven columnista Ana Bejarano, entre otros miembros de la planta

periodística, conforman hoy un vigoroso proyecto periodístico independiente y democrático.

Desde visiones conspirativas o desde percepciones ideológicas generalizantes al estilo de "la prensa burguesa" o "los medios burgueses", se construyen interpretaciones que meten a todos los medios o a todos los periodistas en un solo saco, en una supuesta actitud de funcionalidad al mantenimiento del sistema capitalista neoliberal. Presas de la mirada ideológica, tales interpretaciones prestan poca atención a las diferencias de intereses políticos, ideológicos, económicos y culturales existentes entre los distintos medios, incluso entre los hegemónicos. Con frecuencia tales visiones generalizantes no se sustentan sobre un seguimiento investigativo empírico del desempeño de los distintos medios.

Como observador sistemático de los medios debo decir que desde los tiempos del inicio del Proceso de Paz con las Farc en 2012, pasando por el Plebiscito de octubre de 2016, por los años del posacuerdo con las Farc hasta nuestros días, mientras Noticias RCN favorecía las perspectivas del uribismo y la crítica muchas veces ideológica al proceso de paz de Juan Manuel Santos con las Farc (producción de *fake news* y discursos de entrevistados y a veces de los propios periodistas sobre "entrega del país a las Farc", "conversión de Colombia en una Venezuela", "deslizamiento hacia el castrochavismo") (López de la Roche, Fabio, 2018), Noticias Caracol, desde una posición mucho más liberal y periodísticamente más rigurosa, apoyaba las negociaciones de paz, el voto por el Sí en el Plebiscito y la justicia transicional con su sistema de instituciones como la Comisión de la Verdad, CV, la Jurisdicción Especial de Paz JEP y la Unidad de Búsqueda de Personas Dadas por Desaparecidas. Un diario como "El Espectador", comprado por el Grupo Santodomingo, propietario también de Noticias Caracol, a la familia Cano, no solo ha apoyado la paz con las Farc y las instituciones de la Justicia Transicional, sino que desde un proyecto como "Colombia 20/20", ahora "Colombia +20", ha adelantado el seguimiento periodístico más atento y sistemático en el periodismo colombiano, a las instituciones nombradas, pero también a los procesos de construcción de memoria de las víctimas del conflicto armado interno en diferentes territorios del país.

Ni de "El Espectador" como diario impreso ni de "Noticias Caracol" ni mucho menos de "Noticias Uno", el informativo de televisión más reconocido y premiado en la última década,

podríamos decir que son medios antipetristas. Incluso un informativo de televisión muy popular en las elites económicas y políticas como lo es CM&, ha tenido como invitados a su entrevista diaria "Pregunta Yamid" desde la posesión del presidente Petro el 7 de agosto de 2022 hasta nuestros días, a la gran mayoría de ministros y altos funcionarios del gobierno, donde han sido entrevistados con interés y respeto por Yamid Amat.  Por allí han pasado el anterior ministro de Hacienda José Antonio Ocampo, el actual Ministro Ricardo Bonilla, el Director de Planeación Nacional Jorge Iván González, la ministra de Cultura Patricia Ariza, la embajadora ante Naciones Unidas Leonor Zalabata, la ponente en la Comisión 7ª. de la Cámara de Representantes de la reforma a la salud Martha Alfonso, el ministro de Comercio, Industria y Turismo Germán Umaña, la anterior Ministra de Agricultura y Desarrollo Rural Cecilia López, y la actual Ministra Jhenifer Mojica, por citar solo algunos de los altos funcionarios de Petro o ligados a sus propuestas de reforma, que han sido invitados a ese informativo de televisión y cuyas propuestas he podido escuchar como ciudadano y analista de medios.

No creo que esa apertura de CM& a las voces y planteamientos de los funcionarios del Pacto Histórico obedezca a una vocación deliberada de apertura a interpretaciones de izquierda de su director. Obedece más bien al histórico gobiernismo y al pragmatismo de Yamid Amat como conductor de ese informativo de televisión. No obstante, el propio director expresa como entrevistador una importante apertura a los argumentos y propuestas de los funcionarios del gobierno del Pacto Histórico invitados a su programa.

Conclusiones

Hay un amplio consenso en los analistas de los medios y la comunicación que el improvisado y descuidado manejo de Twitter por el presidente Gustavo Petro está afectando su credibilidad, la imagen del gobierno y la propia gobernanza. En un mes como mayo de 2023, cuando en el Congreso de la República avanzaban con dificultad en medio de fuertes oposiciones, los procesos de discusión y aprobación de las reformas a la salud, la laboral y la pensional, fundamentales para sacar avante el proyecto de cambio social del gobierno, el presidente, sin política clara de comunicación y de medios públicos, casando peleas al detal

con ex presidentes y funcionarios opositores, manejando Twitter de manera improvisada y emocional, haciendo generalizaciones indebidas y echándose en su contra a grupos importantes del periodismo y del sistema de medios, no solo termina produciendo una imagen caótica del presidente y su gobierno (Orozco, Cecilia, 2023b), sino que, lo que es más grave para el propio gobierno y el presidente, pierde el foco principal de la comunicación sistemática, pedagógica y estratégica de sus reformas (Viveros, Pedro, 2023).

Especial cuidado debe tener el presidente con las críticas recurrentes y no fundamentadas a medios y periodistas o con la proliferación de respuestas a críticas y asuntos menores en las redes sociales que terminan no solo afectando la majestad de la figura presidencial sino distrayendo su propio tiempo de los asuntos importantes.

No conviene estar casando peleas sistemáticas e innecesarias con medios y periodistas. Hay que evitar a toda costa el riesgo de construir desde la retórica presidencial una visión del sistema de medios como un aparato monolítico y de favorecer la conversión de los periodistas y sus medios en enemigos del gobierno del cambio. Un manejo cuidadoso, tolerante y respetuoso de las relaciones con los medios y los periodistas podría favorecer cubrimientos más favorables y abiertos a las políticas del gobierno del Pacto Histórico.

No conviene una política y una retórica de estigmatización del conjunto del sistema mediático, no solo porque este no es homogéneo en sus visiones, posiciones e intereses, sino también porque tal política puede exacerbar las posiciones sectarias, ideológicas e intransigentes en las redes sociales y también fuera de ellas, favoreciendo actitudes de exclusión, de intolerancia y violencia.

Sería deseable que la comunicación del presidente pudiera ir ganando en una mayor conciencia de la responsabilidad y de las posibilidades en el uso de la palabra pública presidencial: usar ese poder performativo de la palabra presidencial para causas más inspiradoras, para construir empatía, para concitar apoyo a sus políticas, para construir legitimidad, para revalorizar la vida humana, para generar confianza entre antiguos enemigos u opositores irreconciliables. El propio presidente Petro lo hizo al comienzo de su

gobierno, entrevistándose con el ex presidente Uribe o vinculando a su contradictor político José Félix Lafaurie al equipo gubernamental de negociación con el ELN.

Una comunicación gubernamental y presidencial eficaz, debe ser recurrente en la presentación a la sociedad de unos núcleos claves de sentido que evidencien la disposición y capacidad de conducir al país a un norte claro de equidad, democracia y reconciliación. Pero además de su dimensión propiamente discursiva, esa comunicación eficaz, para poder serlo, debe marchar en paralelo con una gestión igualmente eficaz de los programas gubernamentales que muestre logros socialmente perceptibles en las políticas públicas. Una de las críticas recurrentes al presidente Petro es justamente la de embarcarse en ideas y proyectos demasiado ambiciosos y abarcadores y la de mostrar poca capacidad de gestión. Por eso tal vez tenga que revisar su programa de reformas y establecer unas prioridades claramente cotejadas con los tiempos y las capacidades institucionales y humanas de sus funcionarios ejecutores.

El gobierno de Gustavo Petro aparece ante muchos analistas –y yo me incluyo entre ellos- como una inédita oportunidad de cambio en muchas décadas, de acceso de los más desfavorecidos a una mejora de sus condiciones de vida y a oportunidades que favorezcan una movilidad social ascendente de los sectores más desprotegidos y marginados de la sociedad.

Como el cambio social entraña también riesgos de que las transformaciones y las nuevas instituciones que se creen no cumplan con las expectativas, la comunicación gubernamental debe tener en cuenta esos legítimos temores e incertidumbres de los ciudadanos, escuchar a las distintas partes, saber diferenciar las oposiciones mezquinas a las reformas para defender estrechos intereses, de las preocupaciones legítimas de ciudadanos y ciudadanas orientadas a retomar lo mejor de las experiencias institucionales previas, y a conocer los detalles de la implementación administrativa y financiera de las reformas. Es muy importante construir consensos y adelantar una acción persuasiva, pues reformas que no sean producto de amplios consensos pueden fácilmente ser reversadas por futuros gobiernos.

Sin una adecuada comunicación gubernamental y presidencial buena parte de estas reformas y hasta el propio gobierno pueden fracasar. La izquierda política y social tiene mucho que aprender sobre los temas de comunicación, de medios y de periodismo, pues como nos lo recordó recientemente el líder español Pablo Iglesias, en una entrevista radial con la W Radio, “sin poder mediático no hay futuro para la izquierda en ningún lugar” (“Sin poder mediático…(2023)”.

Un buen gobierno de la izquierda del Pacto Histórico de Gustavo Petro puede ser muy importante para fortalecer el pluralismo en Colombia, favorecer el reconocimiento de las viejas y nuevas contribuciones de la izquierda a la democratización política, social y cultural del país, como también a la defensa de los derechos humanos, de la vida y de la reconciliación nacional. Muy seguramente puede generar nuevas condiciones y climas de respeto por una renovada tradición de izquierda, pacífica, tolerante, pluralista, y comprometida con la vida y la reducción de la violencia. En ese sentido contribuiría también a erosionar muchas actitudes y discursos antizquierdistas dogmáticos presentes en la historia y la cultura política colombiana.

. . . . .

En la mitad de la escritura de este análisis se produjo la crisis de gobierno vinculada al escándalo relacionado con la niñera de la Jefa de Gabinete Laura Sarabia y de las revelaciones del embajador en Venezuela Armando Benedetti sobre la financiación de la campaña presidencial de Gustavo Petro. En este momento es difícil anticipar los impactos y desarrollos a mediano plazo de esta crisis de gobierno. El día de ayer, 6 de junio de 2023, el presidente de la Cámara de Representantes David Racero, anunció el aplazamiento de la discusión de las reformas a la salud, laboral y pensional, como consecuencia del clima adverso generado por el escándalo mediático.

De la manifestación de los trabajadores de hoy 7 de mayo en Bogotá, en apoyo a las reformas y del fuerte discurso del presidente Gustavo Petro en la Plaza de Bolívar contra los jefes de los partidos, empresarios y medios de comunicación opuestos a las nombradas

reformas, puede preverse una muy posible radicalización del gobierno acompañada de recurrentes movilizaciones sociales en apoyo a sus reformas.

Tal vez esa pueda ser una vía muy riesgosa, de polarización y fractura del país, de la cultura política, de los medios y las redes sociales. Personalmente, preferiría la recomposición de la coalición con los partidos o con sectores de los partidos, una mayor apertura a la construcción de consensos desde el gobierno y las demás fuerzas políticas y sociales y una política cuidadosa de manejo de medios de comunicación y de comunicación presidencial, como la que aquí he sugerido.

_____

[1] Ver el Comunicado de la Fundación para la Libertad de Prensa FLIP de febrero 4 de 2009 a propósito de las declaraciones del presidente Álvaro Uribe el día anterior, contra los periodistas Jorge Enrique Botero y Hollman Morris, en las cuales los tildó de “cómplices del terrorismo”. A Botero lo llamó adicionalmente “publicista del terrorismo”. En su pronunciamiento, la FLIP llamó al presidente al respeto por la integridad física y a la protección política de los periodistas prescindiendo del tratamiento discursivo estigmatizante hacia ellos. En: López de la Roche, Fabio, 2014, p. 224

[2] Convertido en virtud de su cercanía con el ex presidente Iván Duque (su mejor amigo de la universidad) y el ex presidente Álvaro Uribe, en una poderosa voz opositora al presidente Gustavo Petro, Barbosa ha adelantado un manejo parcializado de la Fiscalía General de la Nación, una institución muy poderosa desde el punto de vista político y burocrático, para garantizarle impunidad al expresidente Uribe en la investigación por soborno y fraude procesal que le ha venido adelantando inicialmente la Corte Suprema de Justicia y posteriormente dos juezas de la República que en sus providencias judiciales no han aceptado las solicitudes de preclusión del proceso judicial al ex presidente, hechas por la Fiscalía de Barbosa. El Fiscal General ha asumido una actitud de oposición política, seguramente para promover aspiraciones electorales personales desde la derecha política. Sobre el papel de opositor y crítico del presidente Petro del fiscal Barbosa, así como de la

Procuradora General de la Nación Margarita Cabello, ver Editorial del diario El Espectador "Procuradora y fiscal, ¿actores políticos?", marzo 26 de 2023, p. 38

[3] Hasta el día de hoy 7 de junio de 2023, pese a todos los esfuerzos de las Fuerzas Militares y de grupos indígenas de búsqueda de los niños, estos no han podido ser encontrados pese a los rastros de su presencia hallados en la selva.

[4] A finales de mayo de 2023 la revista "Semana", con claros propósitos de desprestigio del gobierno Petro, ha acusado con portada dedicada al tema, a la señora Sarabia de maltrato a la niñera de su hijo y de haberla sometido a una prueba de polígrafo en condiciones denigrantes, acusada de haber hurtado 7.000 dólares en la casa de la Jefa de Gabinete Presidencial. El escándalo menor producido por esta denuncia va a derivar los días siguientes de manera inesperada en un escándalo de proporciones mayores y todavía inciertas, relacionado con la financiación de la campaña del presidente Petro, escándalo que involucra al embajador en Venezuela Armando Benedetti.

[5] Mantenemos en esta cita todos los errores de ortografía del Tweet original – FL.

[6] Más adelante profundizaremos en esta cuestión.

[7] Vicky Dávila es la directora de una revista como "Semana", comprada por el grupo empresarial Gilinski para ponerla al servicio del uribismo y los intereses y perspectivas de la derecha y extrema derecha colombianas. El periodismo que ejerce es un periodismo militante de derechas, con tintes y portadas amarillistas y claramente ideológicas (en el sentido de sesgo político-ideológico de la información). Camila Zuluaga es una periodista más joven, con una buena formación académica, mucho más liberal desde el punto de vista filosófico y más ponderada en sus análisis políticos.

[8] De la misma manera, al interior de la derecha y la extrema derecha también tenemos otras "barras bravas" del expresidente Uribe, de las senadoras María Fernanda Cabal, Paloma Valencia y Paola Holguín o del parlamentario de la Cámara de Representantes Miguel Polo Polo, que alimentan también desde sus discursos altamente ideologizados una militancia y

unos influenciadores similarmente cerrados y doctrinarios.

[9] Para profundizar en ese deber ser del manejo democrático de los medios de comunicación, no solamente a propósito del manejo de la comunicación presidencial, ver Waisbord, Silvio, *Vox Populista. Medios, Periodismo, Democracia,* Gedisa, 2013

Referencias bibliográficas y fuentes audiovisuales:

"Anuncio de tregua con el ELN siembra dudas en el proceso de paz" (2023). En: https://www.diarioadn.co/noticias/anuncio-de-tregua-con-el-eln-siembra-dudas-en-el-proceso-de-paz+articulo+57259.

Cuervo, Jorge Iván (2023). "¡Vamo a calmarno!", El Espectador, junio 3, p. 18

Duarte, Laura (2023). "Las innecesarias peleas que casa el presidente", El Espectador, junio 2, p. 5

Editorial del diario El Espectador (2023). "Procuradora y fiscal, ¿actores políticos?", marzo 26, p. 38

"El "error" de Gustavo Petro que dañó el proceso de paz con el ELN en Colombia: Anunció una tregua que nunca existió" (2023). 5 de enero, Santiago de Chile En: https://www.emol.com/noticias/Internacional/2023/01/05/1083059/petro-colombia-error-tregua-eln.html

"FLIP rechaza trino del presidente Petro sobre informe emitido por Noticias Caracol", en:

https://co.video.search.yahoo.com/yhs/search;_ylt=AwrFZhgEu3pkMpE4PVD8S4pQ;_ylu=c2VjA3NlYXJjaAR2dGlkAw–;_ylc=X1MDMTM1MTI0MDcwMARfcgMyBGZyA3locy1hdmFzdC1zZWN1cmVicm93c2VyBGZyMgNwOnMsdjp2LG06c2IscmduOnRvcARncHJpZAN5cVNFT0VlTFRNeThGYUhtMmxzODBBBG5fcnNsdAMwBG5fc3VnZwMwBG9yaWdpbgNjby52aWRlby5zZWFyY2gueWFob28uY29tBHBvcwMwBHBxc3RyAwRwcXN0cmwDMARxc3RybAM3MQRxdWVyeQNDYXJhY29sJTI

wTm90aWNpYXMlMjB5JTIwbW92aWxpemFjaSVDMyVCM24lMjByZXNlcnZpc3RhcyUyMEZ1ZXJ6YXMlMjBNaWxpdGFyZXMlMjBtYXlvJTIwMjAyMwR0X3N0bXADMTY4NTc2NDkyNg–?p=Caracol+Noticias+y+movilizaci%C3%B3n+reservistas+Fuerzas+Militares+mayo+2023&ei=UTF-8&fr2=p%3As%2Cv%3Av%2Cm%3Asb%2Crgn%3Atop&fr=yhs-avast-securebrowser&hsimp=yhs-securebrowser&hspart=avast&type=3225&param1=n&param2=20210303&param3=Avast+Secure+Browser%7C113.0.21244.127&param4=17CO%7C%7C#id=14&vid=328bd8b8fdd1cc6100cff77d516b537c&action=view

“Flip recomienda al Presidente no graduar al periodismo como adversario” (2023). Entrevista de María Isabel Rueda a Jonathan Bock, ElTiempo.com, 23 de mayo

Gómez, Liliana (2023). “Petro, más comunicación y menos Twitter”, Razón Pública, junio 4

Gómez, Liliana (2022). ”Gustavo Petro en Twitter, ¿la inmediatez o la reflexión?”, Razón Pública, noviembre 6

“Gustavo Petro se pronunció tras denuncias de Camila Zuluaga y el reclamo de la Flip: “Yo no ataco periodistas” (2023). En https://www.infobae.com/colombia/2023/06/01/gustavo-petro-se-pronuncio-tras-denuncias-de-camila-zuluaga-y-el-reclamo-de-la-flip-yo-no-ataco-periodistas/)

julyElProgreOriginal @JulianProgre. (2023). Tweet 30 de Mayo, 4:35 PM (consultado 5 de junio de 2023 en la propia cuenta de Twitter).

López de la Roche, Fabio (2018). “Noticias RCN de Claudia Gurisatti, y la indisposición sistemática de su audiencia televisiva contra el proceso de paz entre el gobierno Santos y las Farc”, en López de la Roche, Fabio y Edwin Gerardo Guzmán (Editores) (2018). *Retos a la comunicación en el posacuerdo: políticas públicas, legislación y renovación de las culturas políticas*, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá

López de la Roche, Fabio (2014). *Las ficciones del poder. Patriotismo, medios de comunicación y reorientación afectiva de los colombianos bajo Uribe Vélez*, IEPRI Universidad

Nacional de Colombia – Penguin Random House

Orozco, Cecilia (2023b). “Trinos para siete millones y caos”, El Espectador, mayo 31, p. 22

Orozco, Cecilia (2023a). “Las críticas de los medios no les gustan a los presidentes”. Entrevista de la periodista Cecilia Orozco al director de la Fundación para la Libertad de Prensa FLIP, Jonathan Bock, El Espectador, febrero 12, pp.18-19

Osorio, Camila. (2023). “John Marulanda, el coronel retirado que habló de “defenestrar” a Petro”, en https://elpais.com/america-colombia/2023-05-12/john-marulanda-el-coronel-retirado-que-habl o-de-defenestrar-a-petro.html

Pariser, Eli (2017). *El Filtro Burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*, Taurus Penguin Random House, Barcelona

Penagos Ramírez, Juan Pablo (2023). “Atención: tras escándalo, se congelan debates de las reformas, confirma David Racero”, en: eltiempo.com, junio 5, 11.15 PM

“Petro dice que es el jefe del fiscal y Barbosa lo acusa de “dictador” ”| El Espectador, en: https://co.video.search.yahoo.com/yhs/search?fr=yhs-avast-securebrowser&ei=UTF-8&hsi mp=yhs-securebrowser&hspart=avast&param1=n&param2=20210303&param3=Avast+Secure+Bro wser%7C113.0.21244.127&param4=17CO%7C%7C&p=Tweet+de+Petro+planteando+que+ %C3%A9l+es+el+jefe+del+fiscal+Barbosa&type=3225#id=1&vid=92ad2b7cc36bcfa08017 0a30941a1a2d&action=click

Santaeulalia, Inés (2023). “Los desaciertos de Petro en Twitter: ´Que alguien le quite el teléfono al presidente’”, ElPais.com, 15 de enero, en: https://elpais.com/america-colombia/2023-01-15/los-desaciertos-de-petro-en-twitter-que-algui en-le-quite-el-telefono-al-presidente.html

“Sin poder mediático no hay futuro para la izquierda: Pablo Iglesias” (2023). Entrevista en la emisora W Radio, 31 de mayo, en: https://www.wradio.com.co/2023/05/31/sin-poder-mediatico-no-hay-futuro-para-la-izquierda-pablo-iglesias/?rel=buscador_noticias

Srnicek, Nick (2018) *Capitalismo de plataformas*, traducción de Aldo Giacometti, Caja Negra, Buenos Aires

Torres, Fernanda (2023). “La conclusión de la reunión entre Petro y las altas cortes”, mayo 10, pp. 2-3

Viveros, Pedro (2023). “No es el Twitter, es el centro de gravedad”, El Espectador, mayo 23, p. 18

Waisbord, Silvio (2013). Vox Populista. Medios, Periodismo, Democracia, Gedisa, 2013

Zuluaga, Camila (2023). Carta abierta al Presidente Petro. Video dentro del programa “Mañanas Blu con Camila Zuluaga”, 31 de mayo, 12:28 PM, en: https://twitter.com/ZuluagaCamila/status/1663960693060534279?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1664006372915126278%7Ctwgr%5E1b3d3eeb5bdb76c4f522451a80eacd0902304999%7Ctwcon%5Es3_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.eltiempo.com%2Fjusticia%2Finvestigacion%2Facoso-a-camila-zuluaga-flip-se-pronuncia-y-envia-mensaje-a-petro-773589

Fabio López de la Roche, Historiador y analista cultural. Experto en comunicación y cultura política. Ph.D en Lenguas y Literaturas Hispanoamericanas Universidad de Pittsburgh. Profesor Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales IEPRI Universidad Nacional de Colombia. Coordinador del Centro de Pensamiento en Comunicación y Ciudadanía de la misma universidad. Miembro de la Red Quynza para la articulación del trabajo y la reflexión intelectual con sectores sociales y comunitarios, coordinada por el profesor Carlos Mario Perea.