Imprimir

Se ha dicho con plena certeza que la oposición verdadera se ejerce hoy desde los grandes medios de comunicación. Y en Colombia esta realidad tiene plena vigencia y en esta coyuntura los medios vienen ejerciendo esta función desinformando o malinterpretando las propuestas de reforma que el gobierno ha presentado o se apresta a presentar. Estos medios están fuertemente concentrados en Colombia y los medios principales son propiedad de los grandes conglomerados económicos. El diario El Tiempo pertenece al grupo de Luis Carlos Sarmiento Ángulo, la familia Santodomingo es dueña de Caracol Televisión, Blu Radio y El Espectador, mientras que el grupo Ardila Lulle es dueño de RCN Televisión, RCN Radio y varias emisoras en la banda FM, la Revista Semana es del grupo Gilinski y Prisa de España es la dueña de Caracol y la W radio. Medios independientes son escasos, en televisión están alrededor del Canal 1 y noticieros como Noticias 1 han tenido que migrar para sobrevivir después de ser sacados del Canal 1.
El gobierno del presidente Gustavo Petro tiene en materia de información y de pedagogía de sus propuestas, enormes retos. Hasta ahora no hay claridad sobre la estrategia de comunicaciones y esta falencia le viene haciendo enorme daño al gobierno. Es urgente que el gobierno se dote de una verdadera estrategia de comunicación pues los grandes medios monopólicos distorsionan o desinforman sobre las reformas y sus alcances. Es lo que viene ocurriendo por ejemplo con relación a la reforma tributaria. El colombiano de a pie no entiende que es lo que se esta proponiendo y porque la reforma es progresiva. En los grandes medios la oposición a que se graven los dividendos que se retiran de las empresas o el impuesto al patrimonio son objeto de largas entrevistas a los gremios empresariales en estos medios sin que el gobierno tenga una estrategia que explique de forma sencilla la reforma y combata las falacias como aquella que señala que los nuevos impuestos afectarán la generación de empleo que es lo que a diario se escucha o se trasmite en los grandes medios de comunicación.

Por fortuna en Colombia la privatización de los grandes medios no fue total. El Estado conservó una estación de radio nacional que justamente se llama Radio Nacional que tiene una gran cobertura, pero muy baja audiencia y en sus manos esta el canal de televisión llamado Señal Colombia. Dentro de la estrategia comunicativa del gobierno estos dos medios

de comunicación tienen que ser usados y puestos a disposición de la estrategia comunicativa del gobierno. Estos medios tienen que ser relanzados y sus parrillas de programación deben incluir bloques de información que de forma veraz informen sobre las reformas que están en curso como por ejemplo la mencionada reforma tributaria, el marco jurídico para la paz, el proyecto de lucha contra el hambre o la reforma política para mencionar algunos de los proyectos que ha presentado el gobierno.

La lucha por la información Veraz y objetiva es un nuevo campo de batalla que el gobierno tiene que asumir con profesionalismo para equilibrar la información. No se trata de montar un aparato propagandístico, el gobierno debe poner al frente de estos medios de comunicación a profesionales comprometidos con la verdad, con la pedagogía, de tal forma que los ciudadanos tengan una oferta de comunicación y de información desde estos medios públicos. La franja de los noticieros es clave para que se informe a la opinión sobre lo que esta sucediendo en el país y por supuesto con las ejecutorias que se están realizando. Es absolutamente necesario que el gobierno asuma la tarea de contribuir a formar una opinión pública ilustrada. Por ello debe innovar en los formatos para que se pueda realizar una amplia pedagogía de las reformas presentadas y las que se van a presentar. Hay dos reformas claves que se anuncian para el próximo año y que por afectar al poderoso sector financiero vienen siendo ferozmente combatidas, me refiero a las reformas al sistema de salud y la reforma pensional. Estas reformas deben ser ampliamente divulgadas, explicadas y para ello es absolutamente necesario que el gobierno entienda que ellas pueden naufragar en el mar de mentiras y desinformación que se esta llevando a cabo desde la mayoría de los llamados grandes medios de comunicación.

Como hemos dicho por fortuna el Estado tiene en sus manos estos dos poderosos medios de comunicación que deben ser puestos a tono para que cumplan la tarea de equilibrar la información y generar contenidos de calidad. El gobierno debe entender que sus propuestas de reforma podrán ahogarse en el mar de desinformación que pulula en los grandes medios. Ellos se han alinderado con la oposición. Y el gobierno debe entender esa realidad.

Otro instrumento poderoso al alcance del gobierno es el de las emisoras comunitarias. En la

pasada campaña electoral estas radios comunitarias se enlazaron y transmitieron en directo un especial con el entonces candidato Gustavo Petro. Son más de 500 emisoras que enlazadas son un poderoso instrumento comunicativo. El gobierno debería plantearles una gran alianza y fortalecerlas también con pauta publicitaria. Muchas de ellas tienen dificultades para producir sus programas. Esto podría remediarse si hay un equipo profesional que produzca piezas comunicativas que se distribuyan en estas radios para la labor de pedagogía de las propuestas y de la agenda gubernamental.

La batalla por la opinión pública requiere como ya indiqué de una estrategia de comunicación y de pedagogía que el gobierno del presidente Gustavo Petro debe construir de forma urgente. Los medios están al alcance y de lo que se trata es de construir la estrategia de comunicación pública que responda a la agenda reformista que esta en marcha.

Pedro Santana Rodríguez, Director Revista Sur

Foto tomada de: https://ceeep.mil.pe/