Imprimir

Existe una fuerte conexión y dependencia entre el ejercicio periodístico y la democracia. Entre más concentrada esté la propiedad de los medios masivos en oligopolios privados o en el Estado, el régimen democrático se debilita pues los controles de la prensa sobre el ejercicio del poder y en particular sobre la corrupción, se tornan selectivos.
El caso colombiano resulta paradigmático por cuanto la operación de los medios masivos está atada a los intereses de las corporaciones de las que hacen parte como activos económicos e instrumentos para la manipulación de la opinión pública. Infortunadamente el tema de la concentración privada de las empresas mediáticas no se puso en la mesa de diálogo entre el Estado y las Farc-Ep durante el gobierno de Juan Manuel Santos. Allí se perdió la oportunidad de darle el lugar político que se merece esa negativa circunstancia que afecta la generación de opinión pública y que consolidó a los medios masivos como actores políticos que usan la información para el beneficio de sus poderosos propietarios.

El no haber considerado la inclusión de ese asunto estratégico en la agenda de negociación terminó por afectar la credibilidad del proceso de paz de La Habana, la legitimidad de lo acordado, incluida la operación de la JEP y el trabajo de la Comisión de la Verdad.

Por cuenta de los intereses políticos de los poderosos agentes económicos que operan medios como EL TIEMPO (en manos del banquero Sarmiento Angulo, involucrado en el caso de Odebrecht), revista Semana (en manos de la familia Gilinski), y la irrupción de los canales privados RCN y Caracol en 1998, se consolidó una opinión pública acrítica, situación muy bien aprovechada por la élite dominante para imponer narrativas que hoy sufren un proceso fuerte de erosión por cuenta del nacimiento de medios alternativos, el poder de penetración de las redes sociales, la presencia de medios alternativos y de activistas políticos que cumplen la función de informar. Esas mismas narrativas se vienen desmontando con la llegada del primer presidente de izquierda, en un país manejado por la sempiterna derecha. Durante una década, esos medios masivos le cubrieron la espalda a Álvaro Uribe Vélez cubriendo su discutido pasado con un fino teflón.

La operación de los medios masivos tradicionales en manos de poderosos agentes

económicos no solo instrumentalizó el ejercicio del periodismo, sino que hizo explotar su propia deontología. El resultado es profundamente negativo para el oficio y para la democracia: los periodistas de varios de esos medios se convirtieron en activistas políticos y las propias estructuras informativas en generadoras de noticias falsas.

Le corresponderá a la academia y a los investigadores certificar que el periodismo emanado de esos medios masivos atraviesa por una fuerte crisis de legitimidad y credibilidad. Sus editores y periodistas están más interesados en salvaguardar los intereses de sus patrones, que en entregar información veraz e imparcial. El caso del exfiscal Néstor Humberto Martínez Neira (NHMN), para hablar del más reciente, resulta clave para explicar dicha crisis. EL TIEMPO hizo todo para ocultar, por ejemplo, la responsabilidad de empresas filiales que hacen parte del conglomerado económico que construyó el banquero Sarmiento Angulo, en la caída del puente de Chirijara; recientemente, el mismo medio publica una carta que el controvertido Martínez Neira envía a la embajada estadounidense en Bogotá y a otras dependencias del gobierno americano, en la que denuncia que es víctima de una conspiración de sus enemigos para enlodarlo por sus silencios frente a la investigación que debió adelantar en el caso de corrupción de Odebrecht.

Para probar que EL TIEMPO se cuida de enlodar los intereses del propietario, a continuación se presentan dos titulares. Uno del propio diario del banquero y el otro, del diario EL ESPECTADOR. Mientras que el diario de los Cano (manejan periodísticamente el medio) usa el titular de cita para responsabilizar a Coviandes, filial del grupo Aval, EL TIEMPO evita cualquier señalamiento institucional. El titular del diario de Sarmiento Angulo es: Desplome de puente deja 9 muertos en vía al Llano; y el de EL ESPECTADOR, Coviandes debe responder por la caída de puente: Mintransporte.

Es posible que periodísticamente los dos titulares sean correctos, pero política y éticamente, el titular de EL TIEMPO oculta la responsabilidad corporativa del conglomerado empresarial de Sarmiento Angulo, al tiempo que confirma que su acción informativa está decididamente al servicio de su propietario.

El “oficio más bello del mundo” deviene afeado por cuenta de quienes compraron marcas periodísticas con una gloriosa historia, como Semana y EL TIEMPO, con el firme propósito de convertirlas en meros apéndices de sus mezquinos intereses. Ya vendrán los análisis de los tratamientos periodísticos dados por estos medios a hechos que no solo comprometen la ética y la moral de sus propietarios, sino la de miembros de la élite que opera el “viejo” régimen de poder, hoy expuestos por un gobierno interesado en probar que el mayor problema del país es la corrupción público-privada. público-privada.



Imagen tomada de: El Tiempo



Imagen tomada de: El Espectador

Germán Ayala Osorio

Foto tomada de: Las 2 Orillas