



REVISTA BOLETÍN REDIFE: 14 (2) FEBRERO 2025 ISSN 2256-1536

RECIBIDO EL 25 DE ENERO DE 2025 - ACEPTADO EL 27 DE ENERO DE 2025

La Comunicación fallida: La lucha por la hegemonía política y la hegemonía mediática, durante "el gobierno del cambio"

Primera Parte

Alejandro Ulloa Sanmiguel¹

Universidad del Valle

*"Con el tiempo, una prensa cínica, mercenaria,
demagógica y corrupta,*

formará un público tan vil como ella misma..."

Joseph Pulitzer (Periodista-Editor 1847-1911)

*"Hoy, un país pertenece a quien controla los
medios de comunicación"*

Umberto Eco – *La Estrategia de la ilusión* –
(1986)

Resumen

En este ensayo se propone un modelo de análisis de la producción noticiosa y de la producción de opinión por parte de los medios de comunicación hegemónica contra el gobierno del cambio. Inicialmente, se define la comunicación fallida en un doble sentido: el primero, alude a la comunicación fallida del gobierno del cambio, se identifican sus errores por acción y por omisión, como una falla estructural que ha jugado en contra del presidente Gustavo Petro y su proyecto político alternativo. Y el segundo,

¹ *Lingüista – Antropólogo.*

Profesor Titular Universidad del Valle – Escuela de Comunicación Social

alejandro.ulloa@correounivalle.edu.co <https://orcid.org/0000-0001-8671-5346>

la comunicación fallida de la oposición y el establecimiento, que no ha podido concebir una comunicación responsable comprometida con la verdad al servicio de la sociedad colombiana, más allá de sus intereses corporativos.

A partir del concepto de Hegemonía se plantea una diferencia entre la hegemonía política y la hegemonía mediática, como parte de la lucha por el poder; se analiza la articulación de esas dos hegemonías en las dinámicas entre comunicación, política y poder en Colombia. Asimismo, se postulan tres categorías, fuera del sentido común, que configuran el modelo de análisis. Ellas son: la matriz mediática, el triángulo PFN y la agenda informativa, diferenciadas, teórica y metodológicamente. Basado en la indagación empírica que sustenta

dicho modelo, se especifican unas reglas de producción de información y de opinión. Dichas reglas conforman una gramática que se ilustra con casos concretos, tomados de los mismos medios y de los mensajes del presidente, para ver cómo los primeros construyen una hegemonía mediática al servicio de la hegemonía política del establecimiento. Por su parte, desde el gobierno del cambio y sus seguidores, se intenta crear una contrahegemonía o una nueva hegemonía, que implica a su vez una gramática distinta.

Palabras clave: hegemonía, matriz mediática, agenda informativa, triángulo PFN

Abstract

This essay proposes a model of analysis of news production and the production of opinion by the hegemonic media against the government of change. Initially, failed communication is defined in a double sense: the first, it refers to the failed communication of the government of change, its errors by action and by omission are identified, as a structural failure that has played against President Gustavo Petro and his alternative political project. And the second, the failed communication of the opposition and the establishment, which has not been able to conceive of responsible communication committed to the truth at the service of Colombian society, beyond its corporate interests.

Based on the concept of Hegemony, a difference between political hegemony and media hegemony is raised, as part of the struggle for power; The articulation of these two hegemonies in the dynamics between communication, politics and power in Colombia is analyzed. Likewise, three categories are postulated, outside of common sense, that make up the analysis model. They are: the media matrix, the PFN triangle and the information agenda, differentiated, theoretically and methodologically. Based on the empirical research that supports said model, rules for the production of information and opinion are

specified. These rules make up a grammar that is illustrated with specific cases, taken from the media themselves and from the president's messages, to see how the former build a media hegemony at the service of the political hegemony of the establishment. For its part, the government of change and its followers attempt to create a counterhegemony or a new hegemony, which in turn implies a different grammar.

Keywords: hegemony, media matrix, information agenda, PFN triangle

Introducción

Con el fin de contribuir al debate público sobre los grandes medios hegemónicos de comunicación (MHDC) y su relación con el primer gobierno considerado de izquierda en la historia de Colombia (2022 -2026) presentaré una hipótesis de trabajo y un modelo de análisis sobre ellos y sobre lo que llamo la comunicación fallida. Así como el gobierno, sus agentes y sus proyectos deben ser expuestos a la mirada pública y al escrutinio ciudadano y mediático, también los MHDC deben ser objeto de análisis crítico para que la ciudadanía pueda ejercer formas de control sobre ellos y sus abusos. Si bien, los grandes medios se abrogan el derecho de vigilar y cuestionar el gobierno, no pueden ser los únicos en cumplir ese papel. No es una función exclusiva de ellos, ni pueden sustituir a la ciudadanía, por más que sean los privilegiados del cuarto poder y se presenten como "voceros" o mediadores de ella. La ciudadanía también puede cuestionar a los gobiernos y a la vez confrontar ese cuarto poder, todas las veces que sea necesario. En ambos casos se requiere estar bien informado y suficientemente documentado con elementos de juicio para asumir esa tarea.

De esa manera, una ciudadanía educada y empoderada puede intervenir en la vida social de modo más activo y creativo para el bien común, realizando formas de control sobre el gobierno de turno y sobre los grandes medios corporativos, sin necesidad de ultrajar a nadie, sin apelar a falacias, ni noticias falsas, sino



con argumentos, con información calificada, responsable y rigurosamente sustentada. Ejercer ese control social es una manera de profundizar la democracia, pues la información es un capital indispensable, así como lo es la democracia informativa para la sociedad de hoy. Los grandes medios no sólo han ejercido su poder y han abusado de él, sino que se creen intocables, oráculos sagrados blindados contra cualquier crítica. Pero hay que bajarlos de ese pedestal donde ellos mismos se han puesto, y convertirlos en objeto de debate público, darles a entender que hay una ciudadanía consciente, capaz de interrogarlos, y pedirles cuentas por lo que dicen y lo que hacen, así sean empresas privadas, pero que, por su alto impacto en sectores de la opinión, juegan un papel preponderante en la construcción de lo público. Con su narrativa diaria crean una percepción sesgada del acontecer nacional e internacional y de ese modo retroalimentan la polarización entre los ciudadanos. Cabe preguntarse si su rol es defender los intereses del gran capital y el establecimiento, como suelen hacerlo, o más bien mantener la independencia y la autonomía frente a esos poderes para ser más ecuanimes e informar con "objetividad" e "imparcialidad" como pregonan. ¿Pueden esos medios contribuir a desarrollar una cultura de reconciliación y no de odio? ¿De perdón y no de venganza? ¿De paz y no de violencia? Recordemos que los periodistas de los medios hegemónicos, empezando por sus directores, hablan desde el lugar social de un poder político y económico que los respalda, mientras las audiencias no tienen acceso a ese poder en las mismas condiciones. Esta situación configura una forma de desigualdad que hay que confrontar. Espero con este ensayo, contribuir a ese propósito.

Sobre la comunicación fallida

Esta expresión tiene aquí dos significados: el primero se refiere a que, durante el gobierno del cambio, los grandes medios corporativos y

hegemónicos, además de expresar la crítica que les corresponde hacer, han recurrido a la mentira, el negacionismo y las noticias falsas para justificar o sustentar la mayoría de sus puntos de vista. En ese sentido, hay una comunicación fallida, en la medida en que, si bien todo gobierno debe ser objeto de vigilancia crítica y cuestionamiento público, más aún cuando se cometen errores flagrantes, los grandes medios de comunicación en Colombia han sido incapaces de cumplir con su papel fiscalizador, basándose en criterios de equilibrio informativo y verificación plena de la información antes de difundirla, para diferenciar los hechos de las opiniones editoriales y de las conjeturas de sus periodistas. Estos son principios de una ética universal del periodismo responsable, de un periodismo comprometido – no con un gobierno en particular – sino con la verdad y con la sociedad a la que se debe y a la que pertenece. Con honrosas excepciones, entre ellas la de NOTICIAS UNO, los medios corporativos han irrespetado esos principios. Y a pesar de que han denunciado casos concretos de corrupción (como lo sucedido con el hijo del presidente o con el exsenador Benedetti,) y han auscultado situaciones sospechosas dignas de investigar a fondo, (como la asesora de las regiones, Sandra Ortiz) también es cierto que han apelado a toda clase de artificios para ocultar o minimizar los logros del gobierno del cambio, como se demostrará más adelante. Han usado la mentira para deslegitimarlo, así como han difundido bulos y rumores reproducidos como eventos comprobados, cuando no son más que especulaciones o suposiciones basadas en prejuicios. Y la mentira no se refiere solo decir lo contrario a la verdad, sino a impedir que la verdad sea conocida, o revelar solo la parte que le conviene al establecimiento y a los medios. Han magnificado hasta el escándalo, episodios menores (el cambio de las cortinas en el palacio de Nariño, por ejemplo), al igual que han privilegiado la algarabía y el sensacionalismo mediático como una forma de exhibir la información, antes que contextualizarla y analizarla desde diferentes perspectivas,



para contribuir a la comprensión de problemas complejos. En eso, los medios corporativos han sido eficaces frente a las audiencias que los siguen, en algunos casos con devoción. Por eso aceptan ser persuadidas sin importar finalmente si la información es falsa o verdadera. Es una operación ya probada por la propaganda nazi en sus mejores momentos para controlar la mente de sus fieles; operación reafirmada en el resto del siglo XX hasta la actualidad. Y eso, los medios y el establecimiento lo saben. Pero también desde la academia y el mundo intelectual se ha denunciado como lo hizo Hannah Arendt, en una de sus obras al decir: "Mentir constantemente no tiene como objetivo hacer que la gente crea una mentira, sino garantizar que ya nadie crea en anda. Un pueblo que ya no puede distinguir entre la verdad y la mentira no puede distinguir entre el bien y el mal. Y un pueblo así, privado del poder de pensar y juzgar, está, sin saberlo ni quererlo, completamente sometido al imperio de la mentira. Con gente así, puedes hacer lo que quieras"

El segundo significado de comunicación fallida se refiere a que el gobierno del cambio no supo cómo contrarrestar desde el principio, el ataque mediático que comenzó incluso antes de las elecciones. Ni el presidente ni sus asesores- si los hubo - supieron cómo enfrentar el monopolio de los grandes medios hegemónicos, porque no tuvieron una estrategia de comunicación clara y adecuada, que estuviera a la altura de los desafíos que implicaban las transformaciones del proyecto alternativo. En este sentido, la comunicación fallida alude a la dificultad del presidente Petro y su equipo de gobierno para darle a la comunicación el protagonismo que debió tener desde el comienzo de su mandato. No se dieron cuenta de que la comunicación debía estar adelante y no atrás, es decir al frente de su proyecto, en una posición proactiva y no reactiva. Y para enmendar la falla, se creyó ingenuamente que, a través de Twitter /X, podría neutralizar la arremetida mediática, mal intencionada, y dispuesta a no dejarlo gobernar. Ante la urgencia

de responder, y el impulso descontrolado por apagar el fuego, ha faltado la pausa necesaria para pensar con calma lo que debe aclararse, o para corregirse autocriticamente cuando se ha equivocado.

La tormenta política desatada por la expulsión de los inmigrantes colombianos decidida por Trump ha podido evitarse si en vez de reaccionar impulsivamente por X, se hubiera actuado por las vías diplomáticas con los protocolos propios de la cancillería y la embajada en Washington. Es lo que dijeron algunos comentaristas. Además del conflicto ocasionado por la guerra entre los actores armados en el Catatumbo, el trino de Petro a las tres de la mañana generó una crisis internacional de mayor magnitud con todas las repercusiones que ha tenido en términos económicos, políticos y mediáticos. Destaco en esta coyuntura una de las consecuencias más significativas: toda la derecha colombiana se unió en una sola voz para condenar al presidente; los medios hegemónicos estuvieron atentos no para reivindicar "la dignidad de los colombianos" deportados, sino para sumarse al coro de los indignados contra Petro. Al mismo tiempo, tanto el ministro Murillo, como Laura Sarabia y Gustavo Bolívar, actuaron con diligencia para disipar la hoguera. Su actuación inmediata, en un momento de intensa crispación, sirvió para que se reconsideraran las cinco sanciones económicas y diplomáticas contra Colombia, impuestas arbitrariamente por las decisiones imperiales de Trump, que fueron aplazadas temporalmente. Pero una vez más, la comunicación fallida del presidente Petro le jugó una mala pasada. Tal vez la peor durante sus dos largos años de gobierno. Ojalá sea la última. Si bien, actuó con entereza y determinación, ¿no se apresuró, improvisando un trino con el que se produjo una turbulencia que pudo ser peor? ¿subestimó la prudencia que se necesita para responder a las agresiones de un Goliath desafiante y soberbio pisoteando a los más débiles? ¿midió las consecuencias de su mensaje, conociendo la correlación de fuerzas? ¿ha podido defender los derechos de los



deportados procediendo de otra forma, menos instintiva y más sensata, manteniendo la cabeza erguida?

Cuando David se enfrentó a Goliat primero organizó una estrategia. Lo observó detenidamente, escuchó sus provocaciones, y luego, en silencio, fue al riachuelo y seleccionó las piedras apropiadas para su cauchera, mientras diseñaba el resto de su plan. Después se dirigió al campo de batalla, se paró frente al gigante, a la distancia justa, y disparó su honda con la puntería precisa para derribarlo de una pedrada en la frente. Una vez en el suelo, David le quitó la espada a Goliat y le cortó la cabeza. El presidente Petro tiró la piedra, pero ¿tenía una estrategia para prever el contragolpe? ¿O simplemente la lanzó para provocar el movimiento ondulatorio que suscitó su declaración...? El futuro cercano nos dirá que rumbo tomaron los acontecimientos. Hasta ahora, los deportados llegaron sanos, salvos y libres en los aviones que dispuso Petro, tal como él lo dijo; y las sanciones anunciadas no se han hecho efectivas. Pero hay que aprender las lecciones de la historia para descubrir que la soberbia y la prepotencia se pueden enfrentar con más sabiduría, astucia y humildad, que con la misma fuerza bruta. Afortunadamente, la acción de sus colaboradores más inmediatos frente a la venganza de Trump enaltece la responsabilidad del presidente y todos los funcionarios que procedieron con prontitud para superar la crisis. Como escuderos se la jugaron en el momento que más lo necesitaba. Sin su actitud decidida, crítica y propositiva, la historia sería otra. Esta fue mi primera apreciación en caliente sobre la coyuntura. A continuación, expondré un punto de vista distinto al anterior, con otros matices, sobre la misma situación, apoyado en distintos análisis que aparecieron en diferentes medios.

El presidente colombiano no se opuso a la repatriación de los inmigrantes, se opuso al trato indigno y violatorio de los derechos humanos porque los traían esposados y encadenados en aviones militares de los Estados Unidos.

Por eso rechazó el aterrizaje de las aeronaves y exigió respeto a los deportados considerados delincuentes por el gobierno de Trump. Por eso autorizó después a la Fuerza Aérea y al avión presidencial para que los trajeran libres, sin cadenas. Y Trump aceptó. Fue una posición digna, valerosa, la de Petro, que debe reconocerse dentro y fuera de Colombia como ha sucedido. Las élites y sus medios corporativos lo han calificado de irresponsable. La mayoría de los mandatarios tienden a agachar la cabeza y acatar las órdenes de quien se cree el emperador del mundo. Mientras Trump pasó por alto los protocolos acordados entre los gobiernos de Colombia y Estados Unidos para las deportaciones, Petro salió en defensa no solo de sus compatriotas, sino de los demás inmigrantes latinos humillados cual si fueran esclavos. Como dijo una comentarista, Petro "le puso el cascabel al gato" ... Sentó un precedente con la voz en alto y de frente al mundo, como líder de una actitud insubordinada que no se amilana ni se arrodilla ante la amenaza. En vez de resaltar su gesto humanitario, los grandes medios siguieron especulando sobre porqué el presidente había escrito a las tres de la mañana, como si la dignidad no fuera un valor permanente para ser reivindicado a toda hora y en todas partes.

Las imágenes de los inmigrantes en fila india y encadenados, como se vieron los deportados llegados al Brasil, envían un mensaje al mundo, un mensaje atroz: la deshumanización de las personas, el desprecio por ellas y el abuso del poder imperial. Un mensaje de odio, discriminación, racismo y xenofobia, para normalizar el fascismo y el autoritarismo del actual presidente de Estados Unidos y de su política institucional, con respecto a los inmigrantes. Política fundada además en el supremacismo blanco y en el nacionalismo a ultranza de Trump y sus seguidores.

La decisión de Petro de plantarle cara al mayor déspota del planeta provocó la ira de la derecha colombiana, que salió a atacarlo como el



responsable del conflicto, en vez de analizar los abusos del gobierno estadounidense que provocó la crisis. Blindado por la impunidad que le otorgó la justicia de su país, el verdugo se ampara en esa misma impunidad para seguir inmune a toda ley. Una vez más, para esa derecha y sus grandes medios, el malo fue el presidente Petro. De ese modo, avalaron la humillación de los deportados mientras el verdugo salió incólume. Presentarlo como lo hicieron, es defender sus atropellos. Al reducir el problema a una confrontación personal, los medios hegemónicos ignoraron el fondo del asunto: Trump legitima y normaliza el fascismo y el autoritarismo radical con sus decisiones para intimidar al mundo. Es "la banalización del mal" (H. Arendt). El problema no es quién ganó o quién perdió en esa controversia, porque más allá de los dos protagonistas, es la humanidad la que está en juego. Ya Trump agredió a México, a Canadá, a Panamá, a Colombia, a Dinamarca, a China...-Se retiró del Acuerdo de París y de la Organización Mundial de la Salud, para evadir sus responsabilidades con el planeta y el mundo que lo habita.

Es el liderazgo que la derecha está victoreando y aplaudiendo fanáticamente en diferentes países, arrojando flores desde el balcón. Entre todos venden la idea de que el peligro son los inmigrantes, y no el fascismo de Trump y sus servidores, la verdadera amenaza. Pero su siniestro plan de querer someter a todos y arrodillarlos a sus pies se volverá contra ellos, empezando por el merecido repudio que están despertando en todas partes. La bomba que lanzó regresará encendida hasta sus puertas.

Hasta aquí mi segunda apreciación.

Como se trata de cuestionar a fondo los dos sentidos y las dos orientaciones de la comunicación fallida, nos preguntamos aquí, frente al gobierno del cambio, si los 11 millones 300.000 votantes que lo eligieron ¿Están prestos en el gobierno y sus seguidores, a admitir los errores no solo de comunicación, sino algunas decisiones políticas como haber

nombrado personajes con antecedentes de dudosa reputación que lesionaron la confianza de los electores y la buena marcha del proyecto? ¿Tienen la sensatez, la honestidad y la autocrítica necesarias para admitir que también ha habido corrupción, improvisación, falta de gestión oportuna, en determinados momentos? ¿O para reconocer públicamente – y disculparse – por haber dicho ingenuamente a los cuatro vientos que en tres meses se firmaría la paz con el ELN? ¿Están dispuestos a escuchar las críticas razonables de la oposición y los medios, que, aunque pocas, también las ha habido frente a errores flagrantes del gobierno y del presidente? Equívocos como ese, o afirmar – el 31 de diciembre del 2022 - que se había hecho un acuerdo con esa misma guerrilla para iniciar la negociación, sin ser cierto, justifican todos los cuestionamientos, no solo por faltar a la verdad, sino por la desconfianza que genera la palabra de quien se espera responsabilidad en sus declaraciones públicas. Las últimas decisiones tomadas para atacar al ELN después de que esta organización produjo una tragedia humanitaria en el Catatumbo, muestran un cambio radical en la política del presidente con respecto a dicha guerrilla lo que sugiere un reconocimiento del error. A pesar de ese cambio, han vuelto a aparecer los fantasmas de esas declaraciones que en su momento lo dejaron mal parado, aunque ahora la postura sea otra.

Y pasando al otro lado, ¿están los medios corporativos y sus periodistas dispuestos a cuestionar sus propias prácticas? A interrogarse por sus procedimientos, sus opiniones prefabricadas, ¿sus conjeturas falaces? ¿Serán capaces de pensar más allá de los intereses que defienden, y asumir este país como un proyecto colectivo de nación cuya mayor necesidad es la paz, y en el que puedan ser un aliado de ella y no uno más entre los francotiradores que la hostigan? ¿Están en condiciones de aportar a la comprensión de la complejidad de los conflictos sociales de Colombia? ¿A entender sus causas estructurales, su historia, sus consecuencias en

la vida cotidiana de los ciudadanos? ¿Seguirán rehusándose obstinadamente a reconocer los avances del proyecto alternativo y los logros alcanzados a favor de los excluidos? O ¿están fatalmente destinados a perpetuar la creación de narrativas que mezclan indiscriminadamente argumentos, datos y hechos reales, con noticias falsas, negacionismo, suposiciones, opiniones infundadas, prejuicios y toda clase de falacias, ¿solo por estar a favor de los privilegios de los que se benefician como parte de un orden injusto? ¿Hasta dónde están dispuestos los 10 millones 600.000 opositores a Petro a aceptar que sí hay cambios reales en muchos sectores de la sociedad colombiana? ¿O son impermeables a reconocer los hechos fehacientes que evidencian esos cambios?

Todas estas preguntas subyacen a la reflexión aquí expuesta, como una provocación a debatir un problema que no puede ser de unos pocos interesados. Damos un paso adelante en esa arena movidiza que es la discusión pública de la que participan millones de colombianos, a los que también interpelamos en este ensayo. Porque la introspección y el cuestionamiento ha de ser de parte de todos. No es suficiente la crítica al gobierno y a los medios si no nos preguntamos por nuestro papel. Interroguemos a los que gobiernan, denunciemos a los medios y cuestionémonos nosotros también para que el ejercicio sea pleno y aspiremos a una mayor conciencia comprensiva de lo que nos convoca.

Por tal motivación pregunto: ¿Qué condiciones subjetivas determinan los comportamientos de uno y otro lado, más allá de los datos, las cifras, las evidencias y los argumentos razonables que se puedan esgrimir de parte y parte? ¿De qué están hechas las diversas subjetividades que estructuran hoy la sociedad colombiana? ¿Cuál es el grado de intoxicación espiritual al que ha llegado y le impide aceptar, acordar y actuar, así sea parcialmente, en pro de una causa tan importante como la construcción de la paz? ¿No hay acaso una mezcla aciaga de egoísmo, odio, soberbia,

frustración, resentimiento, insensibilidad, deseo de venganza, además de racismo, indiferencia, clasismo, intolerancia, discriminación, machismo, falta de empatía y de respeto por el otro? ¿Hasta dónde estamos dispuestos para que al mismo tiempo que anhelamos la paz hecha por otros, hagamos la paz con nosotros mismos? ¿Estamos preparados para una auto evaluación íntima, explorando interiormente de qué estamos hechos y poder liberarnos del sectarismo y el dogmatismo para luego reconciliarnos con los demás y con nosotros? ¿Cuáles antídotos éticos, estéticos, educativos, culturales e intelectuales necesitamos para desparasitar la mente y el espíritu envenenado que consume buena parte de nuestras energías? En el pasado nos curábamos el estómago con paico, una yerbita poderosa que nos limpiaba de lombrices, gusanos y toda clase de bichos alojados donde no debían estar. El paico era tan fuerte que nos obligaba a vomitar y a algo más incómodo en el baño. Pero nos curaba. Todavía las comunidades indígenas lo utilizan para purgarse y sigue siendo tan eficaz como siempre. Necesitamos ahora algo más potente para expulsar el veneno acumulado en el corazón y purgarnos el alma colectiva.

Modelo conceptual e indagación empírica: las bases de un método para el análisis de los medios y de la comunicación hegemónica

La investigación realizada para la creación de este ensayo abarcó por un lado una sistematización teórica, basada en las ciencias del lenguaje y de la comunicación, pero también en algunas teorías de las ciencias sociales sobre el poder y la política. Con ellas se fundamenta un modelo de análisis que se correlaciona con los datos obtenidos en el trabajo de campo. Por otro lado, se implementó una metodología de indagación empírica para buscar, seleccionar, comparar y contextualizar información tomada de los mensajes emitidos por el presidente en Twitter /X, de las noticias difundidas por RTVC, y de las divulgadas por los medios hegemónicos. En cada ejemplo se especifica el medio, la identidad de



los periodistas, la fecha de emisión y otros datos pertinentes que, puestos en contexto, evidencian la comunicación fallida desde los dos bandos en contienda. Los ejemplos citados ilustran el modelo de análisis aquí propuesto, sustentan los argumentos desplegados y hacen posible las conclusiones y los hallazgos de este trabajo académico.

Luego de esta introducción aludiré a cinco tópicos específicos que se discutirán en adelante:

1-Poder y Hegemonía. Hegemonía mediática y hegemonía política. ¿Qué es la hegemonía?

2-Periodismo y Comunicación: ¿son lo mismo, o diferentes?

3-*La matriz mediática, la agenda informativa y el triángulo PFN* en los medios hegemónicos de comunicación. Tres categorías fuera del sentido común

4- La audiencia del presidente Petro y la audiencia de los medios hegemónicos. Los términos de una ecuación

5- Hegemonía mediática y contrahegemonía: entre medios alternativos / independientes / comunitarios / populares / y redes sociales

El gobierno es del "Cambio" ... Y el poder, del establecimiento

Al inscribir el análisis en la coyuntura del Gobierno del Cambio, debe aclararse que la coalición que triunfó en las elecciones del 2022 ganó el gobierno, pero no el poder. Este sigue en manos del establecimiento, es decir de los actores económico sociales y políticos representados en los bancos, las grandes compañías de seguros y el sistema financiero, ligado al capital transnacional y sus corporaciones; en manos de grandes terratenientes que ostentan la propiedad de la tierra, sobre todo la más fértil; en manos de los gremios de la gran industria y el comercio en su relación con los mercados nacionales e internacionales; en manos de los grandes medios de comunicación corporativos que dejaron de ser empresas "independientes" - o familiares - con

relativa autonomía para informar, y hoy hacen parte de poderosos conglomerados económicos a los que defienden; en manos de las instituciones políticas del estado (la procuraduría, la antigua fiscalía, la contraloría, el CNE); en manos de los partidos tradicionales y sus coaliciones con otra maquinarias electorales, o con sectores radicales de las FFAA, comprometidos con ellos. El establecimiento no es solo la integración de todos estos actores a la hora de defender sus intereses, sino las mentalidades arraigadas en ellos, las lógicas de funcionamiento burocrático, los modus operandi, los vínculos con las múltiples formas de corrupción, y con el clientelismo, como parte de un sistema que maneja el país en esa doble vía entre el centralismo gubernamental y la administración política y económica de los territorios. El establecimiento tiene sus tentáculos y sus representantes en el gobierno actual, unos camuflados, otros torpedeando abiertamente desde adentro las propuestas progresistas, interfiriendo en el desarrollo de las iniciativas de cambio, defendiendo el poder establecido desde hace más de un siglo en Colombia. Finalmente, puede afirmarse con certeza, que el establecimiento y sus agentes, incluidos los grandes medios hegemónicos, son la verdadera oposición a las reformas que impulsan los cambios.

Apropósito del poder...

"Las sociedades no son comunidades que comparten valores e intereses, son estructuras sociales contradictorias surgidas de conflictos y negociaciones entre diversos actores sociales, a menudo opuestos. Los conflictos nunca acaban, simplemente se detienen gracias a acuerdos temporales y contratos inestables que son transformados en instituciones de dominación por los actores sociales que logran una posición ventajosa en la lucha por el poder, si bien cediendo un cierto grado de representación institucional para la pluralidad de intereses y valores que permanecen subordinados". Manuel Castells, (2009:38)

Según el sociólogo Manuel Castells, "El poder es 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 a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones" (2009:33). Lo anterior significa que el poder se ejerce por la coerción, /la fuerza/ o por el consenso, que consiste en la aceptación plausible de los significados que orientan la dominación. Más adelante, el mismo autor afirma: "Cuanto mayor es el papel de la construcción de significado en nombre de intereses y valores específicos a la hora de afirmar el poder de una relación, menos necesidad hay de recurrir a la violencia (legítima o no). (Castells 2009:35). En otras palabras, quiere decir que el poder se constituye y se ejerce por dos mecanismos complementarios: uno, el discurso; y otro, la violencia, aunque uno de los dos puede prevalecer sobre el otro bajo determinadas condiciones.²

De lo anterior se infiere que el poder no es una esencia o un atributo en sí mismo, sino una relación social entre fuerzas en tensión, una de las cuales llega a ejercer mayor influencia que otras a las que somete o subordina de diferentes maneras. En ese juego de tensiones y conflictos hay lugar para la resistencia al poder dominante. El rechazo permanente, organizado y agenciado por quienes se oponen a ese poder, tiende a cambiar las relaciones de fuerza. El dominador pierde el poder, o se debilita, con lo cual pueden llegar a producirse cambios institucionales, coyunturales, o cambios estructurales según sea el alcance de la transformación en la correlación de fuerzas. En todo caso, como argumenta Castells, (basado en T. Parsons), "El poder para hacer algo es siempre el poder de hacer algo contra alguien o contra los valores e intereses de

alguien que están consagrados en los aparatos que dirigen y organizan la vida social". (2009:37)

Ahora bien, apoyados en Foucault y otros filósofos sabemos que el poder está irrigado por todo el tejido social, articulado en micropoderes, ya sea en la familia, la escuela, las instituciones del estado, los medios de comunicación o las corporaciones privadas. Para Castells, "el poder (...) está repartido en todo el ámbito de la acción humana. Sin embargo, hay manifestaciones concentradas de relaciones de poder en ciertas formas sociales que condicionan y enmarcan la práctica del poder en las sociedades en general, imponiendo la dominación..." (2009:38)

Poder, comunicación y hegemonía

Al referirnos a los vínculos entre Comunicación y Política se plantea una relación entre dos planos: política y poder / comunicación y poder. El poder es el concepto que articula la comunicación y la política como eje transversal de este ensayo.

Como ya se dijo, el poder trasciende las instituciones, no se reduce a los aparatos del estado, ni a los partidos políticos y sus formas de representación. En otras palabras, es un entramado de relaciones de fuerza entre subjetividades, cuerpos y espacios, situados en diferentes escalas y niveles (E. Restrepo, 2012:129). Podríamos agregar en esa trama las relaciones de fuerza entre los discursos, en tanto que las subjetividades y los conflictos sociales se expresan discursivamente, aunque también pueden manifestarse militarmente y representarse artísticamente. Y los medios de comunicación son un escenario privilegiado – aunque no el único – en la producción de la discursividad y la significación. Un escenario atravesado de principio a fin por el poder y la política, ocultos bajo la función de comunicar. De ahí que sea necesario develar esa relación oculta, examinar cómo se enmascaran y cómo se expresan el poder y la dominación de manera explícita o implícita en los productos comunicativos, específicamente en los géneros

² Ver, Castells, M. (2009) *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial, Madrid

periodísticos e informativos. Por eso los medios se asumen en este ensayo como espacios de confrontación cotidiana, en pugna con el Gobierno del Cambio, por la construcción de la hegemonía; es decir, por la creación de consensos a favor o en contra de las transformaciones propuestas por el nuevo proyecto político en marcha del Pacto Histórico. Lo anterior significa que los medios no solo transmiten información, sino que producen significación a través del relato fáctico que noticia hechos y acontecimientos; y a través de los juicios de valor, de la conjetura y la suposición, con los que construyen una matriz, de alto impacto, en la formación de la opinión pública nacional en determinados sectores de la población colombiana, dentro y fuera del país. Pero así mismo, hay otros sectores que se resisten a ellos, bien sea dándole la espalda a sus noticieros radiales o televisivos, ignorando la información que proviene de ellos y circula por las redes, o admitiendo solo la información generada por los canales adeptos al cambio.

Esas relaciones de fuerza y de lucha, expresadas mediáticamente, por el poder y la construcción de la hegemonía deben contextualizarse, deben ser situadas en tiempos y espacios específicos, al igual que los sujetos, los significados que agencian y participan de esa pugna, lo mismo que las disputas por la construcción de los acuerdos sociales, visibles en las formas de dominación y resistencia, entre diferentes actores.

¿Y la Hegemonía?

El concepto de hegemonía se debe al filósofo italiano Antonio Gramsci, (periodista y líder político), preso por el fascismo de Mussolini.³

³ La obra intelectual de Gramsci fue desarrollada al calor de las luchas del movimiento obrero en Turín donde se destacó además por crear y escribir en periódicos y revistas, medios en los que se discutía la confrontación con el fascismo y la promoción del socialismo, recién triunfada la revolución bolchevique de 1917 en Rusia. En 1926 Gramsci fue arrestado por la policía y condenado a 20 años de cárcel que finalmente se redujeron a 10. Murió enfermo en una clínica en Roma (1937) una semana después de haber cumplido la condena. Estando preso escribió *Los Cuadernos de la cárcel* una obra de filosofía política en la que se incluye un capítulo sobre *La formación de los intelectuales*, del cual hemos tomado algunas de sus ideas sobre la hegemonía.

Este concepto ha sido un referente para el pensamiento progresista y para las ciencias sociales sobre todo en América Latina. Lo cito aquí para contribuir a desarrollar el concepto y a entender la articulación entre la hegemonía mediática y la hegemonía política en la sociedad colombiana durante las últimas décadas. Mi argumento es que en la sociedad contemporánea no puede haber una hegemonía política sin una hegemonía mediática que le acompañe al mismo tiempo, y que en cierto modo le preceda. Eso no significa que la hegemonía mediática determine la hegemonía política, porque se trata de una relación dialéctica. Es decir, la hegemonía política tiene como cimiento la infraestructura económica basada en la propiedad privada de los medios de producción por unas clases sociales que, al mismo tiempo, son propietarias de los grandes medios de comunicación, a los que han subsumido en sus conglomerados industriales y financieros. Hay pues un circuito de interdependencias en el que la hegemonía mediática está al servicio de la hegemonía política y la retroalimenta, a la vez que, esta última, condiciona de algún modo a la primera, fijándole necesidades para la producción de información y de opinión. Es lo que discutiré en este capítulo.

Gramsci diferencia hegemonía de dominación como dos formas de relación con el poder. Si la dominación se ejerce mediante la fuerza, la hegemonía se efectúa a través del consenso. En otras palabras, la hegemonía consiste en el ejercicio del poder por la vía del consenso y no de la violencia. Al menos no de la violencia física. Por otro lado, la dominación es la imposición del poder mediante la coerción o la fuerza física que ejerce una o varias clases sociales sobre el conjunto de la sociedad, a través de las instituciones armadas del estado. Esto significa que el consenso se construye mediante un universo de significados dirigidos por esa(s) clase(s), compartidos y aceptados por los demás. Ese compartir se da a través de la educación, la familia, la religión, los discursos jurídico-políticos y, en el siglo XX-XXI, sobre todo por los grandes



medios de comunicación. Para que la hegemonía del poder establecido se consolide, debe contar con alguna forma de aceptación plausible de ese poder, incluida la aceptación de la "violencia legítima del estado". Es decir, que se acepten esos significados y esa visión del mundo como algo natural que no se cuestiona y de ese modo preservar el statu quo. Sin embargo, siempre habrá fisuras en la hegemonía, tensiones y conflictos que dan lugar a resistencias, luchas y formas de contrahegemonía, mediante la resignificación de prácticas y significados establecidos como hegemónicos. Como veremos, esa lucha por la construcción de una nueva hegemonía (una contrahegemonía) se ha intensificado durante el gobierno del cambio. La construcción de la hegemonía hace parte de un proceso histórico que puede diferenciarse, y ubicarse, a nivel local, regional, nacional o incluso transnacional.

De ahí la importancia de retomar la noción de poder, entendido como una relación entre fuerzas sociales en disputa por el cambio social. En esa disputa Gramsci le da suma importancia a la participación de la sociedad civil, pues a diferencia de otras concepciones, el poder no radica solo en el estado o en los partidos políticos, sino también en lo que se llama la sociedad civil constituida por diferentes actores. Aunque la noción de sociedad civil ha cambiado, y ha sido cooptada de diversas maneras por el neoliberalismo, su papel en la contemporaneidad amplía el campo político y el escenario de lucha por el poder que, en la ortodoxia marxista, se supeditaba al poder ejercido por el estado y las instituciones sobre los ciudadanos. En ese horizonte es fundamental el consentimiento activo de tales actores (entre ellos, sectores progresistas de la iglesia católica, por ejemplo) para crear una voluntad colectiva como parte de las condiciones necesarias en la construcción de una nueva hegemonía que haga posible los cambios.

Para Gramsci, la construcción de esa nueva hegemonía (una contrahegemonía) implica una transformación moral y una transformación

intelectual de la sociedad. La transformación moral supone un cambio de valores y la transformación intelectual requiere alguna forma de conceptualización racional y sensible (es decir estética), sobre las dinámicas y los procesos, que incluyen la producción y la apropiación social del conocimiento. Ambas transformaciones están dirigidas al cambio, pero a la vez hacen parte de él y corren paralelas, aunque no haya una correlación mecánica entre ellas. Por lo tanto, la hegemonía es un proceso de construcción del sujeto y de otras subjetividades que emergen sobre la marcha, como resultado de las contradicciones sentidas y pensadas, tal cual lo vivió y lo teorizó Gramsci hace cien años. De acuerdo con E. Dagnino, "en el concepto gramsciano de transformación social, la revolución ya no se entiende como el acto de insurrección que consiste en apoderarse del estado, sino como un proceso del cual la reforma intelectual y moral es parte integral y no consecuencia posible..." (2001:56).

Esa transformación moral e intelectual de la sociedad implica cambios en la significación, cambios en la visión del mundo (por ejemplo, cambiar una visión religiosa del mundo por una visión laica, lo que Max Weber llamó la secularización de la sociedad). Cuando la constitución de 1886 declaraba al estado y la sociedad colombiana como un estado confesional que profesaba la religión católica, estaba subordinada a una cosmovisión religiosa, a diferencia de la constitución de 1991 que parte de una concepción laica del mundo y separa al estado de toda religión, aunque reconoce la libertad de los colombianos para creer en la religión que deseen. Sin ese cambio de una concepción religiosa por una concepción laica en amplios sectores de la sociedad colombiana, no hubiera cuajado la Constitución del 91 y los derechos consagrados en ella. Hay en ese proceso que conduce a la constitución del 91, un cambio moral y un cambio intelectual, que integran a su vez un cambio cultural del que participamos millones de personas en el país.



Hegemonía colectiva y Agencia individual

Por otro lado, hay que relacionar la hegemonía con el concepto de agencia en tanto que los sujetos, si bien están determinados por estructuras sociales objetivas, también tienen capacidad de agencia con la cual desarrollar actividades tendientes a transformar lo establecido. El siguiente ejemplo ilustra dicha relación: la familia (el sistema de parentesco) es una estructura social objetiva considerada como la primera de las instituciones sociales. Un niño / a / integrante de una familia católica y conservadora, educado con todas las convicciones, los rituales y las prácticas propias de dicha religión, crece con los valores inculcados, a veces impuestos, de modo que su comportamiento social y sus interacciones están altamente influenciadas por la visión religiosa del mundo y por los discursos y las creencias que aprendió en la familia y en otros espacios. Pero ese niño llega a la juventud y a partir de su relación con el contexto social en otro momento de su vida, y de sus interacciones con otras personas, puede empezar a dudar de las certezas que le infundieron, puede empezar a cuestionar la veracidad o el valor profundo de esas normas y esas pautas que le dieron. Incluso, en casos puntuales puede llegar a terminar negando esa religiosidad que aprendió, a medida que él va ganando conciencia, va conquistando autonomía como sujeto, va ganando libertad para pensar de otra manera, ver las cosas de otro modo, sentir de otro modo y ya no actuará de acuerdo con las pautas de antes. En ese momento está ejerciendo su capacidad de agencia, de ser agente de cambio, de una acción transformadora producto del devenir de su conciencia y el ejercicio de su libertad relativa. En casos como este, la agencia termina por trascender los límites de la estructura social, a medida que la organización familiar y el pensamiento religioso que lo formó, empiezan a ser superados (con respecto al autoritarismo patriarcal, por ejemplo, del que el joven se distancia para no reproducir ese patrón de comportamiento en sus relaciones sociales; o, en su determinación para elegir su

identidad sexual no binaria con todo lo que eso significa...). Al salir de ese campo de certezas, el sujeto se libera – en un proceso a veces doloroso - para buscar otras formas de pensar, de sentir y de actuar. Este ejemplo de lo que significa la agencia, a aparentemente a nivel individual, debemos considerarlo también como producto de una relación social, en tanto que, como individuo, adhiere a una corriente, a una estructura de sentimiento que le precede, o es paralela con su existencia. Podemos así entender la participación de la sociedad civil en el cambio intelectual y en el cambio moral como cambios colectivos de significados, de discursos y de prácticas que configuran la esfera de la cultura. Y estos cambios culturales con los cuales se resiste a la dominación y al abuso del poder (sea en la familia o en otras instituciones...) promueven justamente las transformaciones sociales. De ahí que la cultura y con ella la comunicación, sean fundamentales en todo proceso de lucha, de transformación y ruptura gradual con el establecimiento.

Ahora bien; para la ortodoxia marxista, la cultura es parte de la ideología, reflejo de la infraestructura económica, que la determina y de la que depende. Pero desde el concepto de hegemonía la cultura dejó de ser una dimensión secundaria y, en su relativa autonomía, pasó a cumplir un papel fundamental en la perspectiva del cambio social. En otras palabras, no puede haber cambio social si al mismo tiempo – o desde antes y aun después – no hay un cambio cultural, es decir transformación de los significados, de los valores, los discursos y las prácticas. De modo que la lucha por la construcción de una nueva hegemonía es a la vez una confrontación política, cultural y comunicativa. Por lo tanto, hay que pensar la comunicación, no de manera aislada sino como un elemento en esa triangulación.

De ahí que el aporte de Gramsci haya sido tan importante para el pensamiento político de la izquierda latinoamericana a partir de los años 80 cuando empiezan a debatirse sus tesis en

las diferentes universidades y por diversos intelectuales en Argentina, México, Brasil y Colombia.⁴ Gracias a esos debates, las ideas de Gramsci no solo renovaron el discurso político, sino que le dieron un mayor peso a la cultura. Como ya se dijo, la cultura dentro del marxismo ortodoxo estaba subsumida en la ideología, definida como falsa conciencia de la realidad, subordinada a la infraestructura económica y condensada en la frase "La ideología dominante es la ideología de la clase dominante". Esto significa que, al equipararla a la ideología, mediante una visión simplista de la cultura, esta ocupaba un papel accesorio, o quedaba reducida a las artes, como lo es convencionalmente; o circunscrita al campo de la antropología, en una época en que los antropólogos estudiaban la cultura, pero sin considerar las relaciones con el poder. Ni el poder colonial del que hacían parte, ni el poder de la sociedad capitalista donde las comunidades estudiadas eran discriminadas y estigmatizadas como primitivas y salvajes. Con los conceptos de hegemonía y sociedad civil, por un lado, y con el desarrollo de los estudios culturales, por el otro, en América Latina la cultura – y en especial la cultura popular - trasciende a un primer plano no solo en el ámbito académico universitario sino también en los movimientos sociales. Entonces se empieza a reconocer poco a poco que además de las diferencias de clase, hay también diferencias culturales, regionales, identitarias, de género, que deben ser consideradas políticamente. Es el advenimiento de la diversidad en el campo de las ciencias sociales. Su reconocimiento como objeto de análisis legítimo, es un indicio del cambio epistemológico, a su vez, indicador del cambio cultural. Ese es el panorama desde los años 80 en adelante.⁵ Con la cultura en

4 En 1980 se realizó en Morelia, México, el seminario "Hegemonía y alternativas políticas en América Latina..." Fue un acontecimiento académico pionero en socializar las ideas de Antonio Gramsci, evento cuya resonancia intelectual fue expandiéndose en este continente.

5 Al respecto ver el artículo de Evelina Dagnino: "Cultura, ciudadanía y democracia. Los discursos y prácticas cambiantes de la izquierda Latinoamericana". En el libro "Política cultural y cultura política, una nueva mirada sobre los movimientos sociales latinoamericanos". Editado por Arturo Escobar, Sonia Álvarez y Evelina Dagnino. Publicado por Taurus y el Instituto Colombiano de Antropología e

primer plano es posible pensar de otra manera los medios masivos, la comunicación, y sus relaciones con la política y el poder, teniendo en cuenta los cambios culturales, para ver de otro modo la participación de la sociedad civil como una voluntad colectiva indispensable en la transformación social.⁶ Transformación inscrita en la disputa por el poder, para lo cual se requiere la construcción de una nueva hegemonía. Por eso, la hegemonía es al mismo tiempo un dispositivo teórico y un instrumento político con el cual avanzar en la conquista de los derechos históricamente negados y en el esfuerzo por las transformaciones más importantes, entre ellas la profundización de la democracia, al pasar, lentamente, de la democracia representativa a la democracia participativa.⁷ En ese marco, es clave

Historia, Bogotá 2001.

6 En la confrontación contra el autoritarismo en América Latina fue muy importante el papel de las Madres de la Plaza de Mayo en Buenos Aires, iniciado en 1977 como un movimiento social gestado cuando las madres de los desaparecidos por la dictadura militar Argentina empiezan a marchar semanalmente, a reclamar por sus hijos y otras víctimas del golpe de estado. La solidaridad que despertaron y el apoyo internacional a su causa fue un admirable ejemplo de resiliencia en la lucha contra la impunidad. Las madres, hoy abuelas, buscan ahora a los hijos de sus hijos también desaparecidos por la dictadura.

En otro contexto, desde hace más de 10 años asistimos a algo parecido en Colombia con las madres de Soacha que reclaman por sus hijos a los militares que los asesinaron o los desaparecieron. Ellas han luchado por la verdad sobre los "falsos positivos" (ejecuciones extrajudiciales) de las que fueron víctimas sus descendientes durante el gobierno de Álvaro Uribe Vélez. También han exigido verdad y justicia las madres de los desaparecidos, ejecutados por militares y paramilitares en la escombrera de Medellín, durante el mismo régimen de la "seguridad democrática". Son "las madres / mujeres / buscadoras". Como a las madres de la plaza de mayo en Argentina a las de Colombia también les han dicho que están locas, para negar los hechos y desacreditar su búsqueda. Y cuando no lo han dicho directamente lo han sugerido como hizo el periodista Néstor Morales en Blue Radio al preguntar tendenciosamente si no sería que las familias habían enterrado los cadáveres en medio de los escombros en Medellín. (¿"Usted podría jurar, asegurar, ¿que esas personas encontradas en la escombrera no fueron enterradas ahí por sus familiares"? Enero 15 / 2025) Tanto en Colombia como en Argentina se trata de un sector de la sociedad civil – con perspectiva de género – luchando contra la impunidad y los abusos del poder y en favor de la justicia, la verdad y la memoria.

7 Con respecto a la democracia participativa, a través de los Convenios Solidarios, el gobierno del cambio le otorgó poder a las juntas de acción comunal para que realicen las obras de infraestructura que necesitan y ejecuten los presupuestos asignados, sin tener que pasar



el papel del intelectual orgánico, otro concepto de Gramsci, en el que resalta la función específica de un agente profesional comprometido con la lucha, con el pensamiento y con la acción, que hoy podría ser también el comunicador y el periodista, como efectivamente lo fue el mismo Gramsci en la Italia de su época.

Ese proceso de cambios paulatinos implica una transformación intelectual – sentipensante – racional y sensible, en América Latina, mediante la investigación – no solo – de las ciencias sociales, y el desarrollo de las artes, constitutivas ambas del cambio cultural que atraviesa el fin del siglo XX. Basta ver la evolución densa del muralismo y el grafitismo callejero en Colombia que, en tanto expresiones artísticas, han resignificado la política, han contribuido a la construcción de la memoria y le han dado vida a través de la imagen, el diseño y el color, a las resistencias de diversos movimientos sociales. Su emergencia en calles y avenidas de las ciudades colombianas ha mostrado la nueva sensibilidad de las generaciones actuales para intervenir creativamente en la piel de las ciudades. Ese inmenso tatuaje que es el muralismo urbano corresponde a un fenómeno nuevo, surgido en la transición de un siglo a otro. Una potente forma de comunicación, indicio de una conciencia activa y de una voluntad colectiva, capaz de movilizar

por los contratistas ligados a alcaldes y gobernadores o a congresistas, que deciden qué hacer y cómo, a la vez que cobran una comisión por ello, con lo cual se fomenta la corrupción. Así lo manifestó Adolfo Pérez, miembro de la Federación Comunal del Meta, en entrevista con la Alianza de medios comunitarios de Bogotá. Al referirse a los Convenios Solidarios dijo: "Estos convenios nos dan la oportunidad de unir esfuerzos para desarrollar de manera colaborativa las obras que necesitamos en los territorios, con las juntas de acción comunal (...). Como juntas de acción comunal no tenemos que pagar sobornos, invertimos lo que es y tenemos la vigilancia de la comunidad, la más importante, además de la vigilancia normal de los entes de control (...). Los vecinos también aportan con su trabajo, por eso los recursos rinden (...). Los contratistas son los más opuestos a este modelo porque ya no perciben esos dineros. Los alcaldes y gobernadores también se oponen, igual que los congresistas porque se quedaban con parte de los dineros de la contratación del estado, pero ahora no. (...) Tenemos un modelo de contratación en el que ni pagamos sobornos, ni encarecemos los precios; nos preocupamos por la calidad, por la cantidad y por el tiempo en la realización de las obras. Y a nosotros nos vigila la comunidad..." (Enero 17 / 2024)

otros significados y promover los cambios. Así también se configura la contrahegemonía para dar a luz una nueva hegemonía, con la participación directa de otros *Artivismos*.⁸

Las diversas formas de apropiación del conocimiento junto al reconocimiento de otros sistemas de pensamiento, de saberes ancestrales y cosmovisiones distintas a la occidental, hacen parte de ese cambio cultural con que recibimos el siglo XXI, al lado de otros cada vez más acelerados, derivados del desarrollo tecnológico. La conciencia ambiental, el aporte de las cosmovisiones indígenas y afros a la consolidación de esa conciencia, el avance en el reconocimiento de los derechos de los seres vivos no humanos, los derechos de la naturaleza, los ríos como sujetos de derechos, por ejemplo, y el avance en la reivindicación de los derechos basados en género, fluyen por el mundo dentro de esa corriente imparable de transformaciones por las que transitamos actualmente en conflicto con las tendencias regresivas, y agresivas, del neoliberalismo, incluidas la oposición a esos avances, el negacionismo, la legitimación de la posverdad, la precariedad laboral, el cambio climático, las guerras y demás consecuencias

⁸ Ver: A(R)TIVISMOS URBANOS (SOBRE) VIVENDO EM TEMPOS DE URGENCIAS. ORGS. Cintia Sanmartín Fernandes, Micael Herschmann, Rose de Melo Rocha, Simone Luci Pereira. Editora Sulina, Porto Alegre 2022. El término *Artivismo* designa una tendencia a expresarse políticamente -sobre todo- a través de las artes visuales en pro del cambio social. En esa intersección entre estética y política las obras no se reducen ni exclusivamente al arte, ni exclusivamente a la política. En tanto prácticas y modos de acción directa, agenciadas principalmente por las nuevas generaciones, trascienden ambos campos, en la disputa social y simbólica por la justicia y la memoria. Esta característica dificulta encasillarlos en uno o en otro, como hizo Fico Gutiérrez, el alcalde de Medellín, al considerar que, si el mural *Las cucas* tienen razón, era una obra de arte, no debería ser usado políticamente. Fico pretende ignorar que el acto mismo de crear el mural y pintarlo en la calle es un hecho público tan político, como su declaración mediática. El negacionismo del alcalde y su reacción contra la obra produjo un efecto contrario: el mural se reprodujo de inmediato en otras ciudades colombianas, empezando por Bogotá, donde al igual que en Medellín, estuvo acompañada de música, baile y fanfarria callejera. La creciente ola de solidaridad continuó en Cali, Popayán, Ibagué y otros municipios, generando simultáneamente una discusión pública a través de los medios y de las redes sociales. Esa es una clara manifestación de la lucha por la hegemonía a través de la cultura y las artes.



del capitalismo en una nueva fase de sus crisis cíclicas.

El papel determinante de la sociedad civil y los movimientos sociales (indígenas, afrodescendientes, campesinos, mujeres, estudiantes, artistas...) en la construcción de una contrahegemonía transformó la idea de sujeto político, definido sólo a partir de su ubicación con respecto a la clase social, dentro de la estructura socioeconómica. Con ellos se amplía la noción de sujeto político, pues ya no será solo el proletariado catalogado como "la vanguardia de la revolución", porque las demandas de otros actores sociales y las necesidades irresueltas trascienden las reivindicaciones de los trabajadores como parte de un espectro más amplio del que ellos hacen parte. Aunque cada uno de tales actores tiene sus propias dinámicas y sus contradicciones particulares, son las alianzas tácticas y estratégicas entre todos, con base en principios consensuados, las que posibilitan el cambio en la correlación de fuerzas. Como dice Evelina Dagnino, el concepto de hegemonía (implica) "un proceso de articulación de diferentes intereses en torno a una implementación gradual y siempre renovada de un proyecto para la transformación de la sociedad. La dimensión de la cultura es crucial para el proceso hegemónico..." (2001:56).

Para concluir este acápite sobre el valor del concepto de hegemonía y del pensamiento gramsciano, como dispositivo teórico y como instrumento político para la acción, la misma autora afirma que, "la contribución de Antonio Gramsci y su influencia en América Latina representó una ruptura fundamental en la comprensión de estas relaciones por parte de la izquierda (...) sus ideas llegaron a integrar un nuevo y diverso conjunto de referencias teórico – políticas en desarrollo (...) su obra sirvió como vehículo, catalizador y pretexto para una discusión renovadora en el seno de la izquierda, la cual incorporó otras influencias y contribuyó a consolidar un conjunto de conceptos como alternativa al marxismo tradicional". (Dagnino 2001:55). Fue tal la

trascendencia de Gramsci que hasta los militares del continente lo estudiaban. De acuerdo con Dagnino, "un informe de inteligencia presentado a la decimoséptima conferencia de los Ejércitos Americanos en Mar del Plata en 1987 (...) lo consideraba 'el ideólogo de una nueva estrategia del movimiento comunista internacional'." "En el informe se añadía: 'para Gramsci, el método no era la toma revolucionaria del poder sino la subversión cultural de la sociedad como paso inmediato para alcanzar el poder de manera progresiva, pacífica y permanente'." (2001:57)

Hegemonía política, periodismo y comunicación

Desde los años 70 del siglo pasado, la crítica más importante contra los grandes medios de comunicación se ha limitado a confirmar que manipulan, desinforman y tergiversan la realidad porque son voceros de los grupos económicamente más poderosos, gracias a que estos los financian -y de paso los cooptan - a través de la pauta publicitaria para que defiendan sus intereses. El hecho de que los más importantes conglomerados económicos sean los dueños de los medios hegemónicos de comunicación social - MHCS - fortalece esa hegemonía mediática, así como, a través de estos, se reafirma la hegemonía del poder establecido. Esta crítica se ha repetido a lo largo de 50 años y se sigue reiterando ante la necesidad de la denuncia, sobre todo para aquellas audiencias que no tienen fuentes alternativas de información y se limitan a escuchar "los medios tradicionales". Aunque es necesaria la denuncia, también es necesario ir más allá, para acceder a otras fuentes de información, hoy disponibles, y de ese modo contrastar/deconstruir los mensajes mediáticos y sus significaciones. Es preciso comprender cómo es que los medios manipulan, tergiversan y mienten, aunque posan de objetivos, neutrales o imparciales. Es imprescindible cualificar la crítica, desarrollarla en otros niveles para no quedarse en la sola denuncia e intentar trascenderla. ¿Cómo hacer para especificar los dispositivos

con los que se tergiversa y se manipula? ¿Por qué son tan eficaces en el cumplimiento de sus objetivos, con las audiencias que asimilan y repiten sus mensajes? Es necesario desentrañar los mecanismos de su estrategia comunicativa, sabiendo que lo hacen deliberadamente, es decir a propósito, con una intención determinada. Descubrir esos mecanismos de producción discursiva – no solo informativa - será útil para comprender mejor cómo es que los MHCS informan solo lo que les conviene a ellos y sus aliados; entender cómo, además de informar a su manera, mienten, desinforman y persuaden a favor de sus beneficios. Y una vez comprendido esos mecanismos, pensar en cómo contrarrestarlos, no haciendo lo mismo, sino combatiéndolos desde la comunicación y desde el periodismo, sin renunciar a la denuncia, para actuar de una manera distinta, que sea al mismo tiempo ética, crítica y propositiva.

Para lograr esa comprensión debemos deconstruir analíticamente las lógicas de producción de información y de producción de opinión, propias del sistema mediático hegemónico, para saber cuáles son sus engranajes, cómo se articulan. Y una vez conocidos, actuar aprovechando los medios independientes/alternativos/comunitarios/populares, que existen, a través de las redes sociales junto a otros espacios disponibles, entre ellos los canales públicos, RTVC Señal Colombia y la Radio Nacional.⁹ ¿Cómo salir de la trampa del Twitter / X del presidente Petro que - según dicen - escribe más de 100 tweets diarios para responder a los agravios, y a las críticas, justificadas o no, de los medios hegemónicos? ¹⁰ Reaccionar

⁹ *El presidente Petro declaró ser uno de los políticos pioneros en usar las redes sociales para comunicarse, afirmando que si no hubiera "hablado" por ellas, lo hubieran silenciado hace tiempo. En su alocución para presentar un proyecto de medios alternativos afirmó: "Logré construir un poder comunicacional como líder político (...) y eso es lo que me ha permitido resistir a la calumnia y al silenciamiento... Soy un político comunicador alternativo". Si bien, las redes le han permitido expresarse públicamente desde cualquier lugar y en cualquier momento, de manera autónoma frente a los medios tradicionales, estos han aprovechado sus mensajes, no sólo para confrontarlo, sino para difamarlo, por los mismos canales y por los grandes medios.*

¹⁰ *Como cualquier ciudadano, el presidente también*

compulsivamente, obsesivamente, a cualquier comentario u opinión, así sea malintencionada o provocadora, es caer en otra trampa de la que no siempre se sale bien librado. Caer en ella, ¿sirve para contrarrestar la información hegemónica? ¿O produce como efecto el contra ataque mediático para fortalecer su (o)posición, sea como sea al proyecto alternativo del cambio? No se trata de acatar sumisamente ese proyecto, pero sí de cuestionarlo con argumentos e información veraz; debatirlo con evidencias factuales y no con falsas noticias, o con negacionismo como suelen hacerlos los MHCS. Si se actúa con responsabilidad y guiados por una ética, se debe informar objetivamente sobre los logros alcanzados y el beneficio de las propuestas en marcha, sobre todo para las poblaciones históricamente excluidas y marginalizadas. Simultáneamente, y bajo los mismos principios, se debe cuestionar /denunciar/ lo que merezca ser denunciado y cuestionado, empezando por la corrupción, venga de donde venga, la improvisación en la gestión pública, las decisiones incongruentes con el programa de gobierno y con el plan de desarrollo aprobado. Pero ¿cuál es la tendencia dominante en los MHCS? ¿Reconocen los avances de las propuestas de cambio? O, en vez de reconocerlos expanden su radio de acción a otros medios, a las redes, y hasta la misma Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP), que aprovechan la coyuntura para acusar al presidente de estar censurándolos, cuando justamente les ha garantizado la libertad de expresión y la libertad de oposición a todos sus contradictores.¹¹

tiene derecho a defenderse y a replicar, pero debería hacerlo además por los medios hegemónicos. Como lo ha hecho hasta ahora en las redes, ha alimentado la dinámica de los grandes medios que, en nombre de la libertad de prensa, se declaran "víctimas" de lo que llaman, "los ataques del presidente"; como si los medios no pudieran ser objeto de crítica y cuestionamiento, no sólo por parte del jefe de estado sino por toda la sociedad.

¹¹ *A ningún medio de comunicación, ni a sus periodistas, "el gobierno del cambio" ha ordenado chuzar el teléfono, ni ha mandado a perseguirlos y mucho menos a detenerlos, a través de organismos de inteligencia o de terceros, como sí se hizo en gobiernos anteriores. Al contrario, les ha brindado todas las garantías, así como ha respetado el derecho de la oposición para manifestarse en las calles, a pesar de que – no solo - le deseen la muerte. Ha garantizado y protegido sus movilizaciones, apelando a la policía para que no actúen con violencia, como sí se*

Será que responder obsesivamente por las redes cumple con el propósito comunicativo del primer mandatario? ¿Y si lo cumple, será para quién? ¿Para todos los colombianos? o para sus fieles seguidores? Hemos visto que muchos de sus mensajes producen un efecto bumerang porque los grandes medios saben bien cómo aprovechar la situación para desacreditarlo, darle la vuelta a las declaraciones, convertirlas en motivo de escándalo y resignificarlas a su favor. Se trata de una pelea desigual en la lucha por la construcción de la hegemonía política a partir de unas estrategias de comunicación hegemónica.

Por otro lado, el advenimiento de las redes sociales ha ampliado los espacios de información, de producción de sentido y de construcción de una agenda opuesta a la agenda mediática hegemónica, de modo que ya "los medios tradicionales" no tienen el monopolio exclusivo de la información y la opinión que producen, aunque sigan siendo dominantes gracias al poderoso respaldo económico que les permite mantener su presencia en la televisión, en la radio, en los medios escritos y en las mismas redes. Esto significa que la lucha por la hegemonía se ha trasladado también a las redes sociales donde el "periodismo independiente" / alternativo / comunitario/, un actor "menor" en tiempos pasados, ahora goza de cierto protagonismo y visibilidad, aunque de manera distinta a las voces de la oposición, en un marco de agitación y turbulencia, en el que se genera ruido, confusión y desinformación. En ese sentido, el mapa que se configura está atravesado por dos lógicas contrapuestas en el país, una vez más, con matices de por medio, asumidas explícitamente por quienes participan como creadores y emisores de uno y otro lado. Siendo así, cabe preguntarse si la emergencia de estas nuevas opciones denominadas alternativas e independientes contribuyen a la democratización de la información y la comunicación, al mismo tiempo que se profundiza la polarización entre los ciudadanos.

hizo siempre a lo largo del siglo XX y durante los primeros 21 años del siglo actual. Pero ni eso reconocen los medios hegemónicos.

Una primera hipótesis es que la comunicación y el periodismo han jugado un papel determinante en la construcción de la hegemonía política del establecimiento en la nación del siglo XX y el XXI. Y definitivamente lo han jugado durante los dos largos años del gobierno del Pacto Histórico. Propongo entonces analizar la comunicación puesta en el centro de un conflicto por la construcción de la hegemonía política entre dos grandes fuerzas antagónicas: una, en el gobierno; y otra, en el establecimiento que detenta el poder económico y mediático, el cual goza todavía de consensos a su favor.

¿Cómo se construye la hegemonía mediática?

Ahora bien, ¿cómo las élites colombianas han construido la hegemonía mediática? ¿A través de qué estrategias discursivas y comunicativas se crean y se fortalecen los vínculos con sus receptores? Observando varios programas radiales y televisivos hemos encontrado diversos procedimientos a través de los cuales se generan y/o se fortalecen conexiones de diversa índole. Así, por ejemplo, es común que en las emisoras los oyentes se han convertido en fuente de información relevante que retroalimenta la programación radial, con datos sobre el flujo del tránsito, el clima, accidentes en las vías o retenes policiales entre otras eventualidades cotidianas. Por otro lado, mediante concursos en los que se otorgan premios a los televidentes o los radioescuchas; visibilizando diferentes tipos de denuncias, sobre seguridad o el mal funcionamiento de entidades públicas y privadas; publicitando su imagen a través de donaciones o campañas de caridad para ayudarle a personas en situaciones extremas; escuchando a los oyentes, yendo a sus barrios o a áreas suburbanas y rurales para acoger sus problemas cotidianos; actuando como intermediarios ante las agencias oficiales para ayudarles a "resolver" necesidades inmediatas; convocando a las audiencias mediante invitaciones a "participar" con sus opiniones y solicitudes; persuadiéndolos

a llamar por teléfono, enviar mensajes de texto y de audio o responder encuestas después de que los receptores han sido condicionados con información sesgada. En diciembre dichas estrategias se exacerban mediante campañas en radio y televisión para regalar juguetes a los niños, donar alimentos a los más empobrecidos, llevarles regalos navideños a los barrios... De manera autónoma o en alianza con empresarios y patrocinadores, los periodistas alzan la voz y se promueven como figuras caritativas, solidarias, casi heroicas, con los más necesitados, como lo observamos por ejemplo en Caracol Radio a nivel nacional y Radio Calidad a nivel local en diciembre del 2024. Aunque la solución real y definitiva de los problemas no se produzca por la intervención de los medios hegemónicos de comunicación social (MHDCS), el hecho de que estos le den voz y rostro a ciertas demandas sociales implica que reconocen como interlocutores a esas personas y/o comunidades que las instancias oficiales no atienden cuando tocan a su puerta. Aunque el gobierno del cambio se ha acercado a resolver los problemas conjuntamente con las comunidades en sus territorios, la deuda histórica con ellas es tan descomunal que aún falta mucho por hacer. Mientras tanto, los medios tradicionales en alianzas con las élites hacen sus "banquetes del millón" y siguen legitimándose en el país, con lo cual enmascaran las desigualdades y las exclusiones que esas mismas alianzas han generado en la historia moderna de la nación.

Como puede verse, son diferentes tipos de relaciones y funciones comunicativas de doble vía. Las relaciones construidas a través de las estrategias descritas le confieren a su vez un grado de credibilidad y reconocimiento a los grandes medios por parte de muchos ciudadanos, al sentirse, por lo menos, escuchados y con posibilidades reales de intervenir en los discursos mediáticos.

De esta manera los medios se "venden" como benefactores que le "resuelven" las urgencias a la gente, al mismo tiempo que ocultan las

causas estructurales y las soluciones de fondo. Ese es uno de los mecanismos a través de los cuales los MHDCS construyen la hegemonía entre los sectores subalternizados. El asunto es que, cuando se plantean posibles reformas y alternativas de cambio reales, esos medios y sus periodistas son los primeros en oponerse, obedeciendo las órdenes del capital que los subordina.

_Recapitulando, estamos planteando el análisis complejo de la comunicación, el periodismo y los grandes medios, desde la hegemonía, entendida como la construcción del consenso para preservar el statu quo de modo que todo siga igual. Y la contra hegemonía, como la construcción del consenso, a favor de un proyecto político alternativo, diferente al establecido desde hace décadas en Colombia. Hay pues, dos fuerzas en pugna, enfrentadas en medio de una polarización que se acrecienta sobre todo en las campañas electorales, como ha sido usual en la historia de la vida republicana de nuestro país. Puede hablarse entonces de unos medios hegemónicos y de una comunicación hegemónica, ejercida por los MHDCS. Pero así mismo, debemos hablar hoy de unos medios no hegemónicos, operando desde la resistencia contra esa hegemonía mediática y política. Sobre ellos volveremos después. Aunque ninguna de esas dos fuerzas es completamente homogénea, el poder mediático, aliado con el poder económico, respaldado a su vez por otros sectores sociales dominantes, ha inclinado la balanza en contra del cambio y a favor del establecimiento. Esa es una premisa transversal en esta reflexión.

En consecuencia, cabe preguntar cómo los MHDCS además de legitimarse ante sus audiencias, han contribuido a generar el consenso a favor del poder establecido. Un ejemplo útil para comprender este fenómeno es lo que sucedió con los dos gobiernos de Álvaro Uribe, para dilucidar cómo y por qué en pleno apogeo de la Seguridad Democrática, las desapariciones forzadas y los falsos positivos en Colombia, entre el 2002 y



el 2010, el expresidente Uribe alcanzó a tener más del 70% de favorabilidad entre la opinión pública. Él se ufanaba de eso que nombraba la "cohesión social", es decir el unanimismo en torno a él y su gobierno. Más aún, según el periódico El Colombiano, Uribe alcanzó "hasta el 85 por ciento en julio del 2008, luego del éxito de la Operación Jaque" ¹². Ese es un claro ejemplo de hegemonía, que se inició desde cuando él era gobernador de Antioquia y creó las Convivir, el germen del paramilitarismo.

Con el fracaso de los diálogos de paz entre el gobierno del expresidente Pastrana y las antiguas FARC-EP emergió la figura y el liderazgo de Uribe, agenciando un discurso autoritario, que crecía como espuma contra los abusos de todas las guerrillas empezando por las FARC. Los secuestros, las extorsiones, los ataques a poblaciones inermes en los campos y muchos atropellos más legitimaron el discurso autoritario no solo reproducido por Uribe, sus aliados y seguidores en todo el país, presentando a los paramilitares como justicieros que defendían a los empresarios (ganaderos, terratenientes, industriales, narcotraficantes, multinacionales), víctimas de la guerrilla. Ese argumento, verosímil, ocultaba que en realidad el paramilitarismo emergía como parte del proyecto político regresivo de la derecha colombiana, que se oponía a buena parte de los logros de la Constitución de 1991. Y para ello, necesitaba de la violencia como una condición necesaria para eliminar los derechos conquistados y a quienes lucharan por defenderlos. Al mismo tiempo, era indispensable para la consolidación del neoliberalismo en Colombia, como modelo económico y social, al que habría que despejarle el camino para que el capital fluyera a sus anchas, sin restricciones morales, éticas, ni políticas, que lo obstaculizaran. Los casos de Chiquita Brands y la Drumond, sentenciados por la justicia colombiana y estadounidense, lo demuestran.

No obstante el aval de las élites y capas medias, incluso populares a dicho proyecto, encarnado en su jefe ¿hubiera sido posible ese amplio apoyo a la extrema derecha que él muy bien representaba, sin el papel cumplido por Caracol, RCN, el periódico El Tiempo, El País, El Colombiano y otros, para ocultar el trasfondo y mostrar solo las apariencias del fenómeno? Sin duda que no. Esa favorabilidad del 85% se conquistó gracias al trabajo permanente, sistemático, de los MHDCS puestos a su servicio, con algunas excepciones coyunturales, como la de NOTICIAS UNO, y unos cuantos periodistas que mantuvieron una postura crítica y de denuncia durante ese periodo. La hegemonía, construida, además, con el apoyo de los Estados Unidos, del paramilitarismo y del narcotráfico, prevaleció a lo largo de las primeras dos décadas del siglo XXI y le facilitó a Uribe y sus aliados perseguir a los periodistas independientes, algunos de los cuales fueron obligados a exiliarse. Se pusieron de moda las chuzadas a los teléfonos de periodistas, jueces, magistrados de la Corte Suprema, líderes sociales, políticos de la oposición, (empezando por las amenazas a Gustavo Petro y su familia), que fueron hostigados, perseguidos y algunos asesinados por la Seguridad Democrática, como lo demuestran las investigaciones de la Fiscalía, de los tribunales de Justicia y Paz y la misma JEP. El extinto Departamento Administrativo de Seguridad -DAS- en su condición de policía política al servicio del régimen, cumplió ese nefasto papel para espiar las comunicaciones en una clara violación de la libertad de prensa y de los Derechos Humanos. Mientras tanto, los MHDCS en connivencia con el gobierno de la seguridad democrática maquillaban u ocultaban información; no cuestionaban a Uribe pero sí le daban micrófonos para que hablara todo el tiempo que quisiera en los noticieros de la mañana, como lo hicieron tantas veces Darío Arizmendi director de Caracol y Juan Gossaín director de RCN. Ambos amplificaban los discursos del presidente Uribe y sus intervenciones en cualquier evento, además de los consejos de seguridad que

¹² . https://m.elcolombiano.com/historico/la_de_uribe_una_historica_popularidad-HVEC_99428_recuperado_el_17_de_octubre_de_2023



duraban todo un día semanalmente. (Uribe podía acusar a quien quisiera de "cómplice del terrorismo", solo porque habían confrontado sus decisiones políticas o sus discursos, y los medios no le preguntaban si tenía pruebas, a diferencia de lo que hacen Caracol, RCN, Blue Radio y Semana, actualmente con los altos funcionarios del gobierno del cambio, y hasta con el presidente Petro).¹³

Sabemos que aún en los momentos más macabros de la seguridad democrática hubo líderes comunitarios, defensores de derechos humanos, periodistas, medios alternativos, sectores de la sociedad civil y movimientos sociales, que resistieron a esa hegemonía, denunciaron los hechos, mostraron la verdad y confrontaron los abusos del poder.¹⁴ El político más importante en denunciar el paramilitarismo en esos años fue el senador Gustavo Petro, quien arriesgó su vida y tuvo que exiliarse a su familia, por las amenazas recibidas. Mientras tanto los MHDSCS lo silenciaban o lo caricaturizaban como hizo la Revista Cambio en primera página al titular en una de sus ediciones: "El Cañazo de Petro".

A propósito, ¿hay algún medio de comunicación hegemónica que se haya disculpado con los familiares de las víctimas después de que entre el 2002 y el 2010 presentaron noticias falsas y fotos de supuestos "guerrilleros caídos en combate" o "datos de baja" por el ejército cuando en realidad eran civiles inocentes? ¿Cómo noticiaron esas

¹³ En alguna ocasión, Darío Arizmendi director de Caracol Noticias llamó a Alvaro Uribe para que comentara una columna del periodista Daniel Coronell en la que aludía críticamente al expresidente, quien, de inmediato, montó en cólera y acusó a Coronell de "narcotraficante", sin que Arizmendi le replicara, ni le preguntara a Uribe por las pruebas que soportaban su acusación. Arizmendi ni siquiera le dio la oportunidad a su colega Daniel Coronell para que confrontara las temerarias acusaciones de Uribe.

¹⁴ Entre muchos casos conocidos cabe destacar el de la periodista Jineth Bedoya, secuestrada y torturada por los paramilitares, y perseguida por el uribismo para obligarla a callar. Sólo en el 2021 la CIDH condenó al estado colombiano por no haber hecho justicia a pesar de tantas evidencias aportadas por ella. Para más información, ver: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-58962036.amp>

mueres sin confirmar si eran ciertos los informes de las autoridades? (Tema para una investigación periodística, o académica) ¿Acaso los MHCS y sus figuras más conspicuas, hoy en la sombra del retiro, han reconocido públicamente la gravedad de sus infamias? ¿La irresponsabilidad de sus acusaciones presentadas como mera información de fuentes oficiales? O se excusarán diciendo que informaban lo que las autoridades militares y policivas le aportaban, sin poner en duda los relatos de esas fuentes, sobre las cuales recaían serias sospechas? ¿Por qué los responsables de esos medios y de las noticias difundidas no han dado la cara como sí lo han hecho oficiales y suboficiales de la fuerza pública, exparamilitares y hasta guerrilleros que han confesado sus crímenes atroces ante la JEP? ¿En síntesis, están los medios corporativos y sus periodistas dispuestos a admitir la cuota que les corresponde al titular en sus noticias "Abatidos guerrilleros en combate" encima de la foto de unos cadáveres que no eran guerrilleros, tan solo porque la noticia provenía de "una fuente oficial", ¿ya fuera el alto mando militar, un ministro, un alcalde o un gobernador? ¿O el presidente de turno? y a los que les convenía mostrar la sangre como evidencia de que se estaba ganando la guerra contra la guerrilla? ¿Así no exista un tribunal institucional establecido para los adalides de "la libertad de prensa" y el cuarto poder, no deberían hacerlo? Por respeto a las víctimas y sus familias; para contribuir a sanar tantas heridas abiertas; para contribuir a la verdad que el país necesita...¹⁵

Sobre las diferencias entre periodismo y comunicación

Aclarado el concepto de hegemonía y continuando con el papel de los MHDSCS para ver cómo producen una comunicación hegemónica,

¹⁵ La ciudadanía debería crear un "tribunal civil" para exigirles a los grandes medios y a sus periodistas responsables, esa comparecencia pública para reconocer sus errores (¿o delitos?) al mostrar como guerrilleros dados de baja, a personas del común, indefensas y vulnerables, según se ha demostrado por la Justicia Especial para la Paz y otras instituciones de la justicia colombiana. Sería un gesto simbólico, con connotaciones políticas y comunicativas.



y así fortalecer la hegemonía política, presentaré en primer lugar un concepto de comunicación que la diferencia del periodismo. Los medios hegemónicos hacen periodismo y comunicación y son eficaces en ambos oficios, de ahí su hegemonía. ¿Pero, eficaces para quién y en qué sentido? Petro no hace periodismo, hace comunicación, pero es deficiente. A pesar de que se comunica eficazmente con sus seguidores, no logra lo mismo con sus opositores, casi la otra mitad de los colombianos. En segundo lugar, continuaré la crítica al periodismo y a la comunicación hegemónica de los grandes medios. Y continuaré la crítica a la comunicación del gobierno de Petro - y a él-, aclarando que son dos formas de crítica diferente; y que la segunda tiene el propósito de contribuir a una revisión autocrítica por parte del jefe de estado, si quiere asumir / resolver / un problema de comunicación. Analizaré lo que llamo la *comunicación fallida* del gobierno actual, a partir de una ecuación, no en sentido matemático, sino la ecuación entendida como forma de representar una contradicción.

Creo que el problema de la *comunicación fallida* es de orden estructural y apenas empieza a comprenderse por parte del gobierno, pues le ha hecho mucho daño no solo a la imagen del presidente sino al proyecto político social que representa y por el que votaron 11.300.000 colombianos. Si bien ha empezado a buscarse una solución a través de RTVC Señal Colombia y del Sistema Nacional de medios públicos que han ganado presencia durante los últimos meses, un año después de que empezara el gobierno del Pacto Histórico, es muy poco, comparado con lo que debió haberse hecho y con la tarea por hacer.¹⁶

¹⁶ *El gobierno del Pacto Histórico le dio por lo menos un año de ventaja a los medios hegemónicos que han aprovechado todo ese tiempo para declararle la guerra mediática al presidente, guerra que ya venía desde la campaña electoral – o aún antes - y que se ha intensificado durante su gobierno. Es como si en una carrera de 400 metros (por analogía 4 años) un atleta le diera a sus rivales más fuertes 100 metros para que arranquen adelante. Los resultados de las elecciones territoriales en el 2023 parecen darnos parcialmente la razón, aunque la oposición mediática no sea la única causa de la derrota.*

A la lucha por la hegemonía y las relaciones de fuerza le subyace una concepción del estado y su orientación en la defensa del interés público a favor de las mayorías excluidas, o a favor del mercado y del interés privado de las élites que históricamente han gobernado el país. Se trata, en síntesis, de la confrontación de dos proyectos políticos e ideológicos, hasta cierto punto antagónicos, en una contienda en la que los grandes medios de comunicación corporativos han tomado partido desde antes, reforzando su papel en la sociedad, no como intermediarios entre la ciudadanía, las instituciones y el estado, según suelen decir, sino como voceros del establecimiento y sus intereses, fortalecidos bajo el régimen neoliberal. Los dos proyectos no pueden considerarse como dos bloques homogéneos pues en cada uno de ellos hay también diferencias, fisuras y contradicciones internas que generan matices a tener en cuenta para el análisis. En esa lucha de contrarios, multidimensional y matizada, se juega en gran medida la cultura política de los colombianos.

A continuación, expondré las diferencias entre periodismo y comunicación. Luego, definiré lo que denomino *la matriz mediática* y *la agenda informativa* como dos conceptos diferentes, que nos permiten aproximarnos de manera distinta a la comunicación y el periodismo, y concretamente a lo que llamo *la comunicación fallida*. Una vez diferenciados la comunicación y el periodismo puedo decir que tanto la matriz mediática como la agenda informativa son determinantes en la creación de la hegemonía mediática al servicio de la hegemonía política del establecimiento. Y que entre ambas configuran la comunicación hegemónica que predomina en Colombia.

Empiezo por retomar algunas ideas expuestas por el fallecido periodista J. A. Tejada (excongresista del Pacto Histórico) en un foro realizado en Cali, por Luis A. Mena en 2022. Tejada planteó una diferencia entre periodismo y comunicación, como oficios opuestos. Dijo: "Periodismo es contra poder, la comunicación no... Es una



distinción necesaria... El poder está en todas partes y de ahí el contrapoder que debe ejercer el periodista... El comunicador es un vocero en cualquier instancia, pero no un periodista..." Y agregó: "El periodismo no es agenda política ni publlirreportaje... Hay que decirle al público desde qué lugar se habla..." Con ambas frases estamos de acuerdo en este ensayo. Dijo además: "El periodista no puede ser un agitador... pero es necesario "crear una matriz contra mediática..." Finalmente, planteó un interrogante: "El periodismo puede ser militante? O no..." Frente a esta pregunta creo que el periodismo debe ser militante con la verdad, no contra ella. Entendida la verdad como una construcción a partir de relaciones dialógicas y críticas, con las fuentes, con los discursos sociales circundantes y con las preguntas que es necesario responder. Es decir, la verdad como un producto siempre en proceso de interrogación y réplica. Y en sintonía con esa construcción, el periodista y el comunicador deben reivindicar el valor de la verdad. Sólo así puede hacerse realmente un periodismo crítico, tomado como un principio ético para el ejercicio profesional. Como afirma el jurista Rodrigo Uprimny uno de los creadores de la organización DEJUSTICIA "para establecer un puente entre la discusión académica y los debates públicos, llevar al debate público lo que podría llamar una cierta ética de la discusión académica. No es que en la academia no haya problemas de egoísmos y problemas éticos; los hay, pero hay una ética de la academia que consiste en ser respetuoso con los hechos y si un hecho es mentira, no lo dice y no lo falsifica..."¹⁷

En ese sentido cualquier estrategia de comunicación que se piense en el gobierno del Cambio tiene que ser fiel a ese principio, (como deberían serlo los medios), en un horizonte donde periodismo y comunicación se complementen y no se opongan. Ahí mi primera diferencia con la propuesta de Tejada. Mi segunda diferencia

¹⁷ (Gustavo Torrijos, entrevista a Rodrigo Uprimny: "La opción por la discusión racional no es para los períodos tranquilos" *El Espectador*, Bogotá, domingo 1 de octubre de 2023. p16.)

es que el periodismo es una forma de ser la comunicación, pero la comunicación no se reduce al periodismo, no se agota en él. La comunicación abarca al periodismo, pero lo trasciende, es mucho más que el oficio, o la profesión. Esta tesis es del maestro J. Martín Barbero planteada desde los años 70 cuando fundó en 1975, el departamento de ciencias de la comunicación, en la Universidad del Valle. Y esa tesis fundacional se extendió a todo el país y a América Latina. Es parte de su legado intelectual y académico. La retomo para definir la comunicación como un proceso de intercambio de significación y producción de sentido, en relaciones no siempre entre iguales, o que generalmente son asimétricas con respecto al poder que agencian los interlocutores. Otra de las apuestas teóricas y metodológicas de Jesús Martín fue la necesidad de investigar los modos y las prácticas de comunicación de distintos sectores y movimientos sociales, locales, regionales, nacionales, transnacionales. Entender cómo esos modos y esas prácticas están atravesadas por lógicas culturales desde las cuales se habla y cómo dichas lógicas determinan una manera distinta de ser la comunicación, que exige a la vez, un concepto distinto de ella. Apoyado en el antropólogo Levis Strauss para quien la cultura es una estructura de comunicación, Jesús Martín profundizó en su teoría - junto a otros investigadores -, tan importante para comprender los procesos de massmediación y de construcción de la hegemonía, al ver que los medios atendían ciertas demandas de información de diferentes sectores sociales, otorgándoles alguna forma de reconocimiento, al mismo tiempo que estos le retribuían con su credibilidad y confianza.

El debate suscitado por los teóricos de la comunicación en Latinoamérica nos llevó a concebir la comunicación como intercambio de significaciones en contextos situados, mediados por lógicas culturales y por relaciones de poder, explícitas o no. Desde ese punto de vista, la comunicación no es transmisión de información, como se cree comúnmente, sino producción e

intercambio de significación. Y como el sentido y la significación son productos culturales e históricos, es decir, cambiantes, la comunicación como práctica social también lo es. De igual manera, el concepto de comunicación también se renueva, como sucede ahora en el siglo XXI, tal cual lo demuestran distintos investigadores, entre ellos Manuel Castells (2009).

La comunicación significa establecer relaciones intersubjetivas que oscilan entre la identidad y la diferencia de quienes participan de ella. La comunicación implica encuentros y desencuentros entre iguales y diferentes, en relaciones simétricas cuando las fuerzas y el poder están equilibrados entre los interlocutores; y relaciones asimétricas cuando quienes tienen la palabra hablan desde posiciones de poder e imponen ese poder, sean los grandes medios, a través de sus canales, o sean los actores armados a través de sus fusiles. Es claro que ambos actores chantajea, intimidan y amenazan, aunque unos tengan armas que matan y los otros no, pero usan los micrófonos, las cámaras y demás dispositivos (entre ellos la escritura) para dominar la mente y la conciencia de sus seguidores, que afortunadamente no son todos los ciudadanos.

Si entendemos la comunicación en ese sentido, podemos diferenciarla del periodismo en su concepción más convencional, establecido como procesamiento y transmisión de información bajo distintos formatos, diferentes géneros y por diferentes soportes, sean impresos o digitales. Convencionalmente, el periodismo es una forma de comunicación definida como una transmisión de mensajes bajo la forma de noticia, entrevista, crónica, reportaje, informe especial, u otro género. Es decir, el periodismo es una forma de procesar y producir información considerada "actual" que se transmite por diversos canales a públicos diferenciados según diversos criterios de clasificación. Lo anterior quiere decir que hay un tipo de información que se selecciona, se procesa y se empaqueta como un producto basado en la inmediatez para ser vendido como

noticia bien sea en radio, prensa, televisión o redes sociales

. Por lo tanto, desde la concepción hegemónica del periodismo, no toda información es noticiosa, no toda tiene el carácter de noticia según el concepto dominante de qué es la noticia. Por ejemplo, cada vez que unos cuantos encapuchados ocasionan disturbios frente a la Universidad del Valle, el noticiero 90 MINUTOS, producido por una de las universidades privadas y transmitido por el canal regional Telepacífico, abre su emisión del medio día con las imágenes del tropel, la violencia y el caos vehicular frente a la Universidad. El desorden es provocado por unos pocos protagonistas que le ofrecen en bandeja los insumos necesarios para redundar en el carácter de "revoltosos" y "tira piedras" con que se estigmatiza públicamente a todos los estudiantes de esta universidad. El mismo noticiero, el más importante del suroccidente colombiano, jamás informa sobre los grados de 1.500 estudiantes por semestre que la Universidad del Valle le aporta como talento humano y mano de obra calificada a la ciudad y la región. Tres mil profesionales al año que coronan sus carreras con el apoyo de sus familiares y allegados no son importantes para el noticiero, no tienen la misma relevancia que le conceden periódicamente al minuto dedicado al tropel. La valiosa contribución de la institución universitaria a miles de familias de la ciudad y a diversos sectores sociales de la comarca, no son noticia para el canal regional ni para los demás informativos locales que ocupan sus espacios. Tampoco son noticia los avances científicos, los desarrollos tecnológicos, ni las intervenciones a favor de distintas comunidades a las que la universidad contribuye de muchas maneras, como lo hace igualmente con diferentes entidades o empresas del sector privado, incluidas sus universidades.

Es común que, para hablar de periodismo hegemónico hay que referirse a la noticia, a un concepto hegemónico de noticia implementado por los grandes medios. Siendo así podemos



definir la noticia como un contenido de información seleccionando por su relación con la actualidad para ser procesado y transmitido por un medio de comunicación que lo considera relevante de acuerdo con sus criterios de temporalidad, instantaneidad, pertinencia e importancia, mediada por unos intereses que no son solo informativos. Una vez organizado el producto bajo la etiqueta de un género periodístico (crónica, reportaje, noticia, informe especial, publinreportaje), el producto se vende en el mercado de la información. Si una vez puesto en circulación, genera escándalo y activa las pasiones ideológicas, religiosas, políticas o sociales, resulta mejor para el medio que lo produjo bajo la premisa de que "es lo que le gusta la gente" y, por lo tanto, es lo que más se vende, para ganar audiencias y estar en mejores condiciones para competir por la pauta publicitaria. Otra forma de construir la hegemonía mediática. En el camino por conquistar estos logros, determinados contenidos informativos y el modo como son vendidos se prestan para manipular las emociones de los receptores. En conclusión, los grandes medios consagran ese concepto de información como el modelo hegemónico de la noticia, y de paso, lo aprovechan políticamente según sus conveniencias e intereses. Se trata de un concepto implícito, con el cual trabajan diariamente, pero esto no se lo dicen a sus receptores. Por el contrario, lo ocultan a como dé lugar. De ahí que sea necesario develarlo.

"La chiva" y la concepción dominante de la noticia como mercancía

Otra característica que rige la producción discursiva en los medios hegemónicos es la chiva, un tipo de información por el que compiten los medios y los periodistas para acreditarse quién es el primero en difundirla, porque una vez divulgada, los demás la repiten. La chiva se convierte en una forma de presión para el periodista, que con el fin de ganar reconocimiento debe buscar algún dato o alguna fuente para emitir lo de última hora, lo más

reciente, perdiendo de vista otros sucesos que no tienen el supremo valor de la actualidad, pero que sí son relevantes para determinados grupos sociales, o que obedecen a otras concepciones de la comunicación y a otros intereses distintos de los medios corporativos. Por lo tanto, una comunicación para el cambio debe partir de otra concepción del periodismo, de la comunicación y de otra concepción de la noticia. Ahora bien, esto no significa que esta otra concepción elimine per se el concepto hegemónico, pero sí puede alternar con él, para que la concepción hegemónica de la noticia no sea un valor absoluto como lo es para los grandes medios. La concepción alternativa de la comunicación, del periodismo y de la noticia deben ser referentes para que la producción de información le dé cabida a otras prácticas y a otros contenidos informativos, descartados por los medios hegemónicos al considerarlos desactualizados e irrelevantes, pero que pueden ser fundamentales para las comunidades, para los movimientos sociales, y para las organizaciones que luchan contra las desigualdades. Las concepciones alternativas son necesarias, viables, además de prácticas, para contrarrestar la comunicación hegemónica de los grandes medios. Así mismo, es una forma de construcción de contrahegemonía mediática y política, no sólo desde los medios sino desde las mass mediaciones sociales que posibilitan otras visiones del mundo y otros significados con los que se manifiesta el cambio cultural.

Mencionaré tres ejemplos de información difundida por el noticiero de RTVC, el canal institucional, que responden a otro concepto de lo que es la noticia y la comunicación. El primero, difundido en octubre 24 del 2023, dicho noticiero informa sobre 150 mujeres líderes Wayú capacitadas por el ICBF y otras instituciones, sobre control social para que ejerzan veedurías ciudadanas en la Guajira justo cuando se están haciendo grandes inversiones y contratos acordados con las mismas comunidades. Dichas capacitaciones son una forma de fortalecer las ciudadanías étnicas, y específicamente a las mujeres, para

empoderarlas de modo que puedan saber cómo enfrentar las situaciones derivadas del manejo de los recursos públicos. El segundo caso se refiere a 600 hectáreas de tierra entregadas a distintas familias y a mujeres cabeza de familia en el Tambo y otros municipios del departamento del Cauca. Y una información más fue, el mismo día, sobre un seminario en Cartagena cuyo tema era la igualdad de género, realizado por RTVC y Radio Nacional de Colombia. En el evento participaron "mujeres campesinas, lideresas, expertas y académicas (y) contó con cuatro temáticas centrales: propiedad de la tierra y derechos de las mujeres; masculinidades; empoderamiento y liderazgo femenino; y estereotipos de géneros en los medios de comunicación". ¿Será que estos acontecimientos tan significativos para las mujeres Wayú, para las líderes de la costa caribe, y las familias del Tambo, es una noticia relevante para los medios hegemónicos? Si acaso lo mencionan de paso, pero para ellos no son una noticia destacada, y menos una chiva por la que compiten sus periodistas, más atentos al escándalo que puedan generar por una llegada tarde del presidente. Son esos, algunos de los contextos donde debe enfocarse la mirada de la comunicación alternativa – sin ignorar acontecimientos en otra escala - para contar cómo las comunidades, en sus territorios, desde pequeños y medianos proyectos van resolviendo problemas de la supervivencia y van contribuyendo con su trabajo y su ejemplo, para convertirse en un referente que puede ser replicado en otras partes.

Una primera conclusión al respecto sobre el periodismo alternativo /independiente / comunitario / o contrahegemónico / es que debe trabajar con otra concepción de la noticia, es decir, producir comunicación basado en otro paradigma que no se limite ni al periodismo convencional, ni a la concepción instrumental de la comunicación como transmisión de información, ni a la concepción dominante de la noticia y de la chiva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Castells, M. (2009) *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial, Madrid

Dagnino, E. (2001) "*Cultura, ciudadanía y democracia. Los discursos y prácticas cambiantes de la izquierda Latinoamericana*". En el libro "Política cultural y cultura política, una nueva mirada sobre los movimientos sociales latinoamericanos". Editado por Arturo Escobar, Sonia Álvarez y Evelina Dagnino. Publicado por Taurus y el Instituto Colombiano de Antropología e Historia, Bogotá.

Cintia Sanmartin Fernandes, Micael Herschmann, Rose de Melo Rocha, Simone Luci Pereira. (2022) Orgs. A(r)tivismos urbanos (sobre) viviendo em tempos de urgencias. Editora Sulina, Porto Alegre.

Gramsci, A. La Formación de los intelectuales. s/f

Gramsci, A. Literatura e vida nacional (1986) Editora Civilizacao Brasileira – Río de Janeiro

Torrijos, G. (2023) Entrevista a Rodrigo Uprimny: "*La opción por la discusión racional no es para los períodos tranquilos*" El Espectador, Bogotá, domingo 1 de octubre, p.16

Continúa...2a. PARTE La matriz mediática, el triángulo PFN y la Agenda informativa... La matriz mediática y la agenda informativa