J. J. Rendón y la guerra sucia mediática

Por: Fernando Buen Abad Domínguez
Globalizacion, 16 de enero 2018
La Jornada 16 enero, 2018

Región: América Latina, Caribe
Tema: Prensa, Terrorismo

El rumor es algo para lo que casi no hay remedio, dijo J. J. Rendón. No hay muchos personajes del empresariado mediático que se vanaglorien, en público, por su historial con los peores episodios antidemocráticos. J. J. Rendón está asociado, directa o indirectamente con canalladas contra Venezuela, Cuba, Bolivia, Honduras, Paraguay, Argentina y los fraudes en México... No hay muchos personajes cuyo mayor mérito consista en ser cara visible de un negocio que opera cobijado por la libre empresa que trabaja en secreto la munición manipuladora que se hará pública. Les encanta el terrorismo económico.

Acaso una de las obras de propaganda más *acabadas* de J. J. Rendón sea él mismo. Con el truco de victimarse, se exhibe sufriendo ataques del *autoritarismo de izquierda*. No sin toques de misticismo, se hace llamar *hombre exitoso*, odiado y envidiado por su inteligencia y talento. Por eso, también, el 18 de mayo de 2016 recibió asilo político del gobierno de Estados Unidos. Así, desde Miami, se envuelve en su propio glamur de publicista *todopoderoso* para encandilar a la mediocridad de sus clientes en el mercado de la estulticia.

Quizá lo más peligroso es la *naturalización* de la propaganda *sucia*, su aceptación como parte de un *juego político* donde, siendo todo *sucio*, gana el peor de los peores y se convierte en modelo para todos y para todo. En el escenario del absurdo mediático se exhiben y multiplican, como figuras del *jet set*, las peores calamidades para los pueblos y, poco a poco, han ganado luz propia los personajes que operan en las zonas más oscuras de la manipulación masiva. Es decir el capitalismo.

Esto es un problema ético de importancia mayor y, a menos de que por omisión nos hagamos cómplices de cualquier canallada, es imperativo histórico mantener bien fresca la memoria sobre el hecho de que vivimos bajo la metralla cotidiana de una guerra mediática que tiene, hasta la fecha, por paladín a Joseph Goebbels y sucedáneos y donde aparecen (por mencionar algunas) evidencias como la *niña Frida-Sofía*, las *armas de destrucción masiva*, los *falsos positivos* y todo tipo de *cortina de humo* para esconder crímenes o desviar la atención. ¿Quién contrata a estos *genios*?

J. J. Rendón pertenece al grupo de operadores de *medios* que se hacen llamar *asesores* o *estrategas* para vender sus *obras maestras* en el reino del rumor y el ataque a líderes sociales. Tienen siempre la salida fácil de negar toda denuncia bajo el eslogan de que actúan *legalmente*. Su blindaje viene con el contrato de confidencialidad que firman y los alcances de sus *trabajos* que desencadenan consecuencias muy diversas en el corto y el mediano plazo. Pero, salvo excepciones, los jefes suelen rechazar sus vínculos con tales *servicios*.

El 8 de junio de 2013 el presidente Nicolás Maduro advirtió al pueblo venezolano que tiene

un enemigo público y se llama J. J. Rendón, al cual catalogó como escoria humana. Está acusado de violencia de género y de conspirar contra su gobierno. Es un *empresario* consentido del aparato de propaganda de Álvaro Uribe, desde donde ha producido truculencias a mansalva y montaje de *rumores*dictados por la moral mercenaria donde *todo vale* si beneficia a la clase dominante. Ha trabajado con Juan Manuel Santos desde que éste fue ministro de Defensa. Luego ha sido asesor de cabecera de su campaña presidencial. Fue *estratega* de Lobo en Honduras. La burguesía reconoce eso como *logros* o éxitos empresariales. *Eso de la ética es para los filósofos*, dice con desparpajo.

No hay transparencia en su vida empresarial. Eso hace difícil rastrear los trabajos concretos que ha producido en contextos donde se acepta como *valor entendido* el juego sucio en la propaganda de derecha. El *paramilitarismo*mediático mercenario se encarga de borrar sus rastros y se encarga de hacerse *fama* como parte de su doble ventaja en el escenario actual: todo lo que le pagan incluye el pago oculto de hacerse famosos. Ganar-ganar, le llaman.

Esto no es *Game of Thrones*, donde la *ficción* del espectáculo disculpa todo. Esto es la realidad cruda en la que el mercado de los asesores tiene costos políticos terribles para los pueblos. Y aunque apelen a la *libertad de expresión* empresarial, no hay argumento que valga donde se silencia la voluntad democrática de los pueblos y se la ensucia con canalladas *talentosas* de *genios*manipuladores. De eso tenemos plagado el planeta y de eso estamos hartos. Esto no es un rumor.

Fernando Buen Abad Domínguez

La fuente original de este artículo es La Jornada
Derechos de autor © Fernando Buen Abad Domínguez, La Jornada, 2018

Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook
Conviértase en miembro de Globalización

Artículos de: **Fernando Buen Abad Domínguez**

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Center of Research on Globalization grants permission to cross-post original Global Research articles on community internet sites as long as the text & title are not modified. The source and the author's copyright must be displayed. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca