



**La disputa por el poder económico: las agendas mediáticas de *El Colombiano* y la revista *Semana*
sobre la compra de las acciones del GEA por los Gilinski**

**The Struggle for Economic Power: The Media Agendas of *El Colombiano* and *Semana* Magazine
Regarding the Gilinskis' Purchase of GEA Shares**

Santiago Noreña Duque y Juana Machado Roldán

Tesis de grado

Asesor

Jorge Iván Bonilla, doctor en Ciencias Humanas y Sociales de Universidad Nacional de Colombia

UNIVERSIDAD EAFIT

ESCUELA DE ARTES Y HUMANIDADES
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

MEDELLÍN

2025

CONTENIDO

RESUMEN	3
ABSTRACT	4
INTRODUCCIÓN	5
Contexto	6
Marco Teórico	11
Metodología	13
Tabla 1.	17
Tabla 2.	17
Voces expertas y fuentes	19
Marco de interpretación	22
Estrategia discursiva	24
Agenda mediática	27
Conclusiones	31
Bibliografía	35
Anexos	38

RESUMEN

Este artículo analiza el cubrimiento periodístico realizado por la revista *Semana* y *El Colombiano* sobre la disputa empresarial que el Grupo Gilinski llevó a cabo contra las compañías más representativas del Grupo Empresarial Antioqueño (GEA), entre noviembre de 2021 y diciembre de 2023. El estudio se enmarca en el campo de la comunicación política y se apoya en el modelo de agenda setting como eje teórico, para identificar cómo los medios priorizaron temas, actores y narrativas en el tratamiento de esta disputa empresarial.

Mediante un análisis de contenido a 50 artículos periodísticos, se examinan los enfoques narrativos, las fuentes expertas citadas y la construcción simbólica que hacen los medios. Entre los hallazgos más relevantes se encuentra una cobertura dominada por la participación en la configuración de realidades sociales y políticas, así como en la determinación de atributos para el público. Esta investigación aporta a la comprensión del papel de los medios en el posicionamiento de actores económicos en la agenda pública y propone una mirada crítica sobre los límites del periodismo y su neutralidad.

PALABRAS CLAVE: comunicación política, agenda setting, medios de comunicación, agenda pública, Grupo Empresarial Antioqueño, Gilinski.

ABSTRACT

This paper analyzes the journalistic coverage by *Semana* and *El Colombiano* newspaper regarding the business dispute led by the Gilinski Group against the most representative companies of the Grupo Empresarial Antioqueño (GEA), between November 2021 and December 2023. The study is framed within the field of political communication and is based on the agenda-setting model as a theoretical axis to identify how the media prioritized topics, actors, and narratives in covering this business conflict.

Through a content analysis of fifty journalistic articles, the study examines narrative approaches, cited expert sources, and symbolic constructions shaped by the media. Among the most relevant findings is coverage marked by the media's participation in shaping social and political realities, as well as in determining attributes for the public. This research contributes to the understanding of the media's role in positioning economic actors in the public agenda and offers a critical perspective on the limits of journalism and its neutrality.

KEYWORDS: Political communication, agenda setting, media, public agenda, Grupo Empresarial Antioqueño, Gilinski.

INTRODUCCIÓN

En el escenario económico contemporáneo la lucha por el poder trasciende los espacios tradicionales de la política y se manifiesta con intensidad en el ámbito empresarial y las narrativas comunicacionales. La disputa por el control del denominado Grupo Empresarial Antioqueño (GEA), tras las Ofertas Públicas de Adquisición (OPA) realizadas por el Grupo Gilinski entre noviembre de 2021 y enero de 2025, representa un caso emblemático en el que los medios de comunicación desempeñaron un papel crucial en la construcción de narrativas y percepciones.

Este artículo analiza cómo dos medios de comunicación proyectaron la contienda empresarial, influenciados por sus respectivas afiliaciones y líneas editoriales.

Desde la perspectiva de la teoría de la Agenda Setting, el estudio examina la manera en que la revista *Semana* y el diario *El Colombiano* abordaron la disputa empresarial, identificando sesgos, encuadres narrativos y estrategias discursivas.

Desarrollada por Maxwell McCombs y Donald Shaw (1986), la teoría de la Agenda Setting postula que los medios de comunicación no solo reflejan la realidad, sino que también determinan sobre qué temas se debe pensar o reorientar la mirada por parte de la opinión pública. En esta misma línea, Natalia Aruguete, (2009), amplía este concepto al analizar cómo los medios establecen jerarquías temáticas y configuran el interés público.

Investigaciones más recientes, como las de Rodríguez-Díaz, Chavero y Aruguete (2023), han explorado la relación entre la agenda mediática y la agenda pública en distintos contextos políticos y sociales, evidenciando el poder de los medios en la construcción de narrativas influyentes.

Para el desarrollo de esta investigación, se lleva a cabo un análisis de contenido de 50 artículos periodísticos (25 por cada medio) publicados en el periodo comprendido entre noviembre de 2021 y enero de 2025, con el propósito de establecer patrones en la construcción del discurso mediático sobre la pugna entre estos conglomerados económicos.

La relevancia del estudio radica en la capacidad de los medios de comunicación para influir en la percepción pública y en la configuración de realidades dentro de disputas empresariales que trascienden el ámbito corporativo e impactan en la esfera política y social. Al examinar las agendas informativas y posiciones editoriales de estos medios, se busca evidenciar los intereses, fuentes privilegiadas y estrategias discursivas utilizadas para legitimar determinadas posiciones.

El artículo se estructura en cuatro apartados. Primero, se contextualiza la disputa económica entre el Grupo Gilinski y el GEA, detallando sus implicaciones financieras, políticas y sociales. Luego, se presentan los fundamentos teóricos de la investigación, con especial énfasis en la teoría de la Agenda Setting y el papel de los medios en la configuración de la opinión pública.

A continuación, se expone la metodología utilizada para la selección y análisis de los artículos, seguida de la presentación y discusión de los hallazgos obtenidos. Finalmente, se incluyen las conclusiones y reflexiones sobre el impacto de la comunicación mediática en conflictos empresariales de gran magnitud.

En síntesis, esta investigación busca contribuir al estudio del rol de los medios en disputas económicas de alto impacto, demostrando cómo las agendas mediáticas no solo reflejan, sino que también configuran la percepción de los actores involucrados. Así, se ofrece un análisis crítico sobre el papel del periodismo en la construcción de narrativas de poder dentro del ecosistema económico y político colombiano.

Contexto: los antecedentes de una disputa

El desarrollo empresarial en Antioquia tiene raíces que se remontan a finales del siglo XIX con la actividad manufacturera y minera, así como en la diversificación en negocios de alimentos, asuntos que permearon los escenarios de cerveceras y gaseosas, propiciando así el forjamiento de la industria paisa.

Fue en este contexto en que surgieron las primeras grandes empresas antioqueñas, muchas de ellas con un fuerte componente familiar y una visión de largo plazo. Entre las principales asociaciones figuran la Compañía Nacional de Chocolates (más adelante Nutresa) que nace en 1924; Cementos del Caribe que es fundada en 1934 en Barranquilla y más adelante llegaría a la región para convertirse en Cementos Argos; así como Suramericana, que tiene sus orígenes en 1944.

A criterio de Carlos Londoño (2003, p. 15), "antes de la formación del GEA existían nexos patrimoniales comunes entre varias de las empresas y una cultura de asociación en el desarrollo empresarial de la región. Sin embargo, el proceso de formación del GEA logró afianzar y fortalecer los lazos existentes".

Por varias décadas se consolidó y estructuró el empresariado antioqueño a través de estrategias propias de la industria para hacerle frente a quienes buscaban inmiscuirse o apoderarse del mercado.

Por eso, en 1978 nace la figura simbólica denominada Sindicato Antioqueño. Empresarios de la época se reúnen para readquirir acciones que habían perdido por parte de grupos económicos externos (de Bogotá – Grupo Santo Domingo y Michelsen).

Si bien el nombre de Sindicato Antioqueño no existe legalmente, fue una expresión que se popularizó en la jerga periodística y empresarial de la época para referirse a la estrategia que los antioqueños aplicaron para blindarse ante tomas hostiles de acciones (Álvarez, 2002).

En palabras de Aurelio Suárez (2020), “a lo largo del siglo XX, las élites industriales antioqueñas sumaron esfuerzos para proteger su participación en el mercado interno y mantener su relevancia en la economía nacional. De esos forcejeos con las industrias de otras regiones viene el distintivo de sindicato” (Suárez, 2020, párr. 32).

Sin embargo, a través del tiempo, y con la estructura de participación cruzada, se dejó de usar esa figura y se sustituyó por Grupo Empresarial Antioqueño (GEA) para relacionar a este conglomerado.

Es solo hasta la década de 1980 que el GEA decide configurar la estructura accionaria conocida como enroque o participación cruzada de acciones. La idea surge como estrategia preventiva para que otras organizaciones externas se inmiscuyan en las participaciones accionarias y Juntas Directivas de las empresas paisas (Sura, Argos, Nacional de Chocolates). Este proceso lleva a tomar decisiones como desmarcarse de negocios que ya no eran de preponderancia para Antioquia, tales como el negocio textil y el comercio minorista, (Valencia, 2024).

Paralelo a esto, en la década de los 80's surge otra dinastía empresarial: el Grupo Gilinski. Su origen es judío sefardí, procedentes de Lituania, pero radicado en la ciudad de Cali, en el Valle del Cauca. Su fortaleza radica en el mercado financiero, con la adquisición de bancos. A lo largo de los años su expansión le ha permitido tener presencia en otras áreas como la banca, salud, medios de comunicación, inmobiliario e industrial.

Es en la década de 1990 – 2000 en la que surge el primer conflicto entre el Grupo Empresarial Antioqueño y el Grupo Gilinski. El entonces Banco de Colombia (de propiedad de los Gilinski), fue

vendido al Banco Industrial Colombiano (del GEA). Esta transacción terminaría en una intensa batalla legal entre ambas empresas que llegaron, incluso, a estrados judiciales de Colombia y Estados Unidos. Gilinski exigía garantías en un negocio en el que sintió que hubo maniobras no propias del mercado con una compañía que posteriormente tendría una valoración superior. Finalmente, el GEA gana el litigio, y más adelante nacería una de las joyas de la corona: Bancolombia (Valencia, 2024).

Para 2005 ya existía todo un enroque en las empresas paisas. Sura tenía el 32% de las acciones de Argos, y el 40% de Nutresa. Argos, por su parte, era la dueña del 38% de Sura y el 10% de la Nacional de Chocolates, quien a su vez poseía el 12% de Sura y 12% de Argos. Bancolombia ya tenía entre sus accionistas principales a Argos con el 15%, y a Suramericana de Inversiones con el 40%.

En palabras de Londoño: “existe un conjunto de políticas comunes a las empresas del GEA, así no estén escritas ni haya una clara conciencia del hecho, y han sido relativamente estables en el tiempo. Estas se comunican por medio de los miembros comunes de junta a las demás empresas.”, (Londoño, 2003, p. 15).

Como parte de sus proyecciones expansionistas, en 2011 la Compañía Nacional de Chocolates cambia su nombre a Nutresa, que fue adoptado tras la compra de la marca Nutresa originaria de México. Esta etapa de compras de organizaciones en el exterior la llevó a convertirse en la primera multilatina del Grupo Empresarial Antioqueño. Pasos que fueron seguidos por Argos que, en 2012, hizo la transición de Inversiones Argos a Grupo Argos, ampliando así su espectro en el mercado del cemento y la energía como un referente internacional.

Esta visión y proyección global fue posible gracias a las políticas de apertura por los gobiernos colombianos y que, a criterio de Suárez: “sin duda y pese a los quebrantos en diversos órdenes, el

GEA fue un ganador de la apertura económica. Para lograrlo, cambió su estructura, estableció vínculos con el capital internacional y se transformó en un grupo financiero” (Suárez, 2020, párr. 29).

El 10 de noviembre de 2021 el Grupo Gilinski emitió la primera Oferta Pública de Adquisición (OPA) por Nutresa con el propósito de comprar entre el 50,1% y 62,62% de las acciones de la empresa de alimentos a través de la firma Nugil, de la familia Gilinski, en alianza con el Royal Group de Abu Dabi. Por esta operación solo obtuvieron el 27,7%.

Veinte días después, el 30 noviembre 2021, Gilinski emite la primera OPA por Sura; en esta oportunidad se buscaba comprar entre el 25,34% y 31,68%, logrando obtener solo el 25,32%.

Por la empresa Argos también se hizo una propuesta de Oferta Pública el 10 de mayo de 2022, donde pretendían entre el 26% y 32,5%, pero solo lograron hacerse con el 11,08%, por lo que la oferta fue retirada. Tras los varios intentos de OPA entre Gilinski y sus socios árabes, las cabezas del GEA deciden visitar a los inversionistas principales en Emiratos Árabes en septiembre de 2022.

Para abril de 2023, el Grupo Gilinski ya había emitido cuatro OPAs por Nutresa; tres por Sura; y una OPA por Argos.

Finalmente, en mayo de 2023, el Grupo Empresarial Antioqueño y el Grupo Gilinski llegan a un acuerdo. En Madrid, España, accionistas y propietarios de Sura, Argos, Nutresa, Gilinski (y sus socios árabes) pactan destrabar el enroque que había en las empresas paisas para que Nutresa saliera de allí y pasara a ser administrado por Gilinski, quien a cambio entregaría las acciones que ya poseía de Sura y Argos, (Valencia, 2024).

Esto se materializó a través de un Memorando de Entendimiento, en el que se estableció que Gilinski y su socio árabe adquirieron una participación accionaria controlante no inferior al 87% de Nutresa. Para hacer este traspaso accionario se acordó la elaboración de un Decreto presidencial que blindara la operación.

Con la mediación del presidente Gustavo Petro, el 12 de enero de 2024, en la Casa de Nariño se formalizó el decreto que consolidaba la operación accionaria.

Para abril de 2024 se concreta el intercambio accionario. A través de una OPA, el grupo árabe logra conseguir las acciones restantes que le faltaban para controlar el 99,38% de las acciones de Nutresa, luego de haber obtenido una participación de 76,9% con las acciones que cedieron Sura y Argos, tal como se suscribió en el acuerdo.

En definitiva, el 27 enero de 2025, Jaime Gilinski asume la presidencia del Grupo Nutresa, terminando así con el enroque del Grupo Empresarial Antioqueño.

Marco teórico para el análisis de las agendas informativas

La teoría de la Agenda Setting proporciona un marco clave para analizar cómo los medios de comunicación influyen en la percepción pública de los conflictos empresariales y financieros. En el caso de la toma del GEA por parte del grupo Gilinski, el rol de los medios ha sido fundamental en la construcción de narrativas que han moldeado la opinión pública y la posición de los actores involucrados. Esta influencia mediática se enmarca en la capacidad de los medios para jerarquizar temas y establecer qué aspectos del conflicto son más visibles y relevantes para la audiencia.

McCombs y Shaw (1986) señalan que los medios no solo informan, sino que también modelan la percepción pública sobre personas y acontecimientos. En el caso del GEA y Gilinski, los periódicos

más influyentes han seleccionado qué aspectos resaltar, otorgando énfasis a determinadas acciones y omitiendo otras. Como advierte Aruguete (2009), la tematización mediática no solo implica visibilizar ciertos temas, sino también omitir o minimizar información que podría alterar la narrativa dominante. Esta dinámica es clave para entender cómo se han construido las representaciones de los grupos empresariales en disputa.

Rodríguez-Díaz, Chavero y Aruguete (2023) refuerzan esta idea al señalar que la orientación informativa de los ciudadanos está condicionada por los medios, quienes delimitan lo que se considera relevante. En el caso particular del litigio entre el GEA y el Grupo Gilinski, la cobertura mediática ha enfatizado ciertos valores empresariales, la estabilidad del sistema financiero y los antecedentes de los protagonistas, generando así una percepción específica del caso. La influencia de los medios no solo se da por lo que informan, sino por la manera en que lo hacen.

Desde esta perspectiva, Infante y Núñez (2020) destacan que los medios no son meros intermediarios de información, sino actores políticos con intereses propios. En el conflicto entre el GEA y Gilinski, los medios han desempeñado un rol activo al estructurar la narrativa del conflicto de manera que favorezca o perjudique a una de las partes.

Aquí es donde cobra importancia la idea de Leal Corral (2016) sobre la diferencia entre la agenda mediática y la agenda pública: mientras la primera es diseñada por los medios en función de intereses estratégicos, la segunda se forma a partir de las preocupaciones de la ciudadanía. En este sentido, el tratamiento del conflicto en los medios ha condicionado la forma en que la opinión pública percibe los hechos, alineando las preocupaciones del público con las jerarquías temáticas de los medios.

Además, Zunino, Kessler y Vommaro (2022) señalan que el encuadre mediático es crucial para dar un matiz emocional a las noticias. En este caso, los medios han recurrido a encuadres de interés humano y de impacto económico, personalizando la disputa entre los empresarios y resaltando las consecuencias económicas del conflicto. Esto influye en la percepción del público y en la construcción de una narrativa de ganadores y perdedores dentro de la disputa financiera.

Por su parte, Ardèvol-Abreu, Gil de Zúñiga y McCombs (2020) subrayan que los efectos de la agenda mediática dependen de la accesibilidad de ciertos temas en la memoria colectiva. En este sentido, el constante cubrimiento de la toma del GEA ha permitido que el público acceda fácilmente a ciertas interpretaciones de los hechos, dejando en segundo plano otras perspectivas. La reiteración de ciertos enfoques y la omisión de otros han contribuido a que se instale una visión específica del conflicto en la opinión pública.

Así, la teoría de la Agenda Setting permite comprender cómo los medios han influido en la construcción de narrativas sobre el conflicto entre el GEA y Gilinski. A través de la tematización, la jerarquización de la información y el uso de encuadres emocionales y económicos, los medios han determinado qué elementos del conflicto adquieren mayor relevancia y cuáles quedan sin mencionar. Esta construcción mediática ha sido clave para orientar la percepción pública del caso, consolidando así el poder de los medios en la configuración del debate económico y financiero en Colombia.

Metodología

Para esta investigación, se ha optado por un estudio de caso basado en la teoría de la Agenda Setting, analizando el tratamiento mediático de la disputa empresarial entre el Grupo Gilinski y el

Grupo Empresarial Antioqueño (GEA) en dos medios de comunicación con líneas editoriales marcadas: la revista *Semana* y el periódico *El Colombiano*.

Estos medios fueron seleccionados debido a sus vínculos con los grupos en conflicto, lo que los convierte en piezas clave para observar cómo se configuró la agenda mediática en torno a este proceso.

La revista *Semana*, de alcance nacional y con un fuerte posicionamiento en el debate público colombiano, fue adquirida en 2019 por el Grupo Gilinski, lo que la convierte en un actor clave en la defensa de sus intereses empresariales y en un reflejo de su estrategia comunicativa.

Por otro lado, *El Colombiano*, el principal periódico de Antioquia, si bien no tiene una relación directa en su estructura con el GEA, históricamente ha actuado como vocero de los intereses económicos y políticos del empresariado paisa. Esta dualidad permite comparar las narrativas construidas en cada medio y su impacto en la configuración de la agenda pública y política.

Para realizar este estudio, se llevó a cabo un rastreo preliminar de las publicaciones sobre el conflicto entre ambos grupos empresariales, identificando un universo de más de 770 notas periodísticas publicadas entre el 11 de noviembre de 2021 (fecha en la que iniciaron las Ofertas Públicas de Adquisición –OPAs–) y el 27 de enero de 2025 (cuando se consolidó el desenlace de la disputa con la reestructuración del GEA). A partir de este universo informativo, se realizó una selección de 25 artículos por cada medio de comunicación, para un total de 50 artículos analizados.

El criterio de selección se basó en varios factores: el impacto del artículo en la narrativa general del conflicto, la relevancia de los hechos abordados, la presencia de elementos que evidenciaran la construcción de una agenda mediática con énfasis en determinados aspectos del conflicto y la alineación de los enfoques editoriales con los intereses de los grupos en pugna.

También se consideraron las publicaciones que coincidían con momentos clave de la disputa, como anuncios de nuevas OPAs, respuestas estratégicas de los empresarios involucrados, decisiones regulatorias y editoriales que evidenciaran posicionamientos marcados.

Cada uno de los artículos seleccionados fue examinado a partir de una ficha de análisis diseñada para extraer información fundamental. Esta ficha incluyó elementos como el titular, el género informativo, la fecha de publicación, el medio de comunicación, la URL y una síntesis interpretativa que permitiera identificar la forma en la que cada medio construyó su narrativa (ver Tabla 1).

A través de este proceso, se detectaron patrones en la cobertura mediática, evidenciando la manera en que cada medio priorizó ciertos temas, omisiones o enfoques particulares en su línea editorial.

Con la información recopilada, se llevó a cabo un análisis comparativo de las estrategias de Agenda Setting implementadas por cada medio, estableciendo las tendencias predominantes en la cobertura de este litigio empresarial. Esta aproximación permitió identificar cómo *Semana* y *El Colombiano* posicionaron ciertos elementos dentro del debate público, priorizando discursos, actores y eventos según sus intereses, y configurando así la percepción del conflicto empresarial en la opinión pública.

Como punto de partida para el análisis de los hallazgos, se consideró fundamental establecer una ruta metodológica que permitiera delimitar las categorías de observación aplicadas a las informaciones publicadas por *El Colombiano* y la revista *Semana* sobre la operación accionaria del Grupo Gilinski frente al Grupo Empresarial Antioqueño. En este estudio de caso, enmarcado dentro del enfoque teórico de la Agenda Setting, se buscó entender cómo ambos medios seleccionaron, jerarquizaron y dieron forma a los contenidos informativos, estableciendo así prioridades temáticas en sus coberturas.

A partir de una lectura de las piezas informativas (noticias, análisis, entrevistas y opinión/editoriales), se construyó una matriz de análisis que permitió categorizar la información en cuatro variables centrales: fuentes expertas utilizadas, marcos de interpretación, estrategias discursivas y temas abordados. De estas variables se desprendieron subtemas que orientaron la observación, con el objetivo de revelar patrones recurrentes en el tratamiento informativo de cada medio.

Cada categoría fue contrastada permitiendo identificar la perspectiva del tipo de fuentes convocadas, los modos de narración que predominaron, los recursos retóricos empleados y los asuntos priorizados por los medios. El proceso implicó un análisis cualitativo (valor de interpretación de los encuadres y estrategias lingüísticas), orientado a identificar los elementos comunes y diferenciales entre los dos casos. Este diseño metodológico aplicado al corpus seleccionado ofrece una visión estructurada del enfoque utilizado para el análisis, previo a la exposición detallada de los hallazgos que se desarrollan a continuación.

La siguiente tabla (Tabla 1) es una muestra de referencia del modelo o diseño en el que se llevó a cabo el trabajo de extracción de información para este estudio, y que permitió obtener información de los elementos descriptivos de las notas analizadas tales como: el titular, la fecha de publicación, el medio de comunicación, la URL, una síntesis interpretativa de las notas analizadas, y el género periodístico sobre el que fue abordado el texto.

Sobre este último elemento, se identificaron por parte de *El Colombiano*: 17 análisis, 6 noticias, 1 entrevista, y 1 texto correspondiente a opinión/editorial. Respecto a *Semana* se registraron: 14 análisis, 9 noticias, 2 entrevistas y ninguna publicación alusiva a la opinión/editorial. Entre ambos

medios se reseñaron un total de: 31 análisis, 15 noticias, 3 entrevistas y 1 contenido correspondiente a opinión/editorial.

Tabla 1.

Título: Información textual del nombre que recibió la nota periodística.
Medio: Medio analizado: El Colombiano o Semana.
Fecha: Información sobre día, mes y año de la publicación.
Género: Formato periodístico en el que fue redactado el contenido.
URL: Dirección que remite al sitio web donde fue alojada la nota periodística.
Síntesis: Visión y resumen del contenido periodístico, destacando información para el análisis con base en los criterios establecidos a través de la herramienta de Agenda Setting: fuentes utilizadas, interpretación, estrategias discursivas y temas abordados.

Por su parte, la Tabla 2 muestra el procedimiento descriptivo para dar cuenta de las variables que se tuvieron en cuenta en cada una de las informaciones estudiadas: fuentes expertas utilizadas, marcos de interpretación, estrategias discursivas y temas abordados.

Tabla 2.

Estudio de caso	Variables		Descripción
	<i>Tema</i>	<i>Subtema</i>	
	<i>Fuentes expertas</i>	Identificación y uso de voces expertas (economistas, empresarios, académicos) en los artículos analizados.	Se identificaron y clasificaron las fuentes citadas por ambos medios para analizar el tipo de experticia utilizada y su papel en la construcción de credibilidad informativa.
	<i>Marcos de interpretación</i>	Enfoques predominantes en la narrativa de los medios sobre la operación: conflicto	Se analizaron los encuadres narrativos y el direccionamiento editorial de cada medio, con base en la forma en que introdujeron y

<i>Agenda Setting</i>		empresarial, político o económico.	contextualizaron la operación accionaria.
	<i>Estrategias discursivas</i>	Recursos lingüísticos para enfatizar, adjetivar o descalificar hechos y actores en la cobertura.	Se examinaron los recursos retóricos y lingüísticos utilizados en las notas, como adjetivación, énfasis y descalificaciones, para establecer el posicionamiento discursivo de cada medio.
	<i>Temas abordados</i>	Asuntos priorizados por los medios: personajes, actores económicos, impacto regional y papel del Estado.	Se realizó una categorización temática de los contenidos publicados por ambos medios para establecer jerarquías informativas y el lugar otorgado a ciertos asuntos en la agenda mediática.

El análisis de los cincuenta artículos, entre informativos y de opinión seleccionados —veinticinco de la revista *Semana* y veinticinco del diario *El Colombiano*— permite establecer un panorama interesante sobre la forma en que los medios de comunicación construyen agenda y narrativa en torno a disputas empresariales de alto nivel, como lo fue el enfrentamiento entre el Grupo Gilinski y el GEA, dos de los grupos económicos más importantes de Colombia no solo por su influencia económica, sino de desarrollo y de industria en el territorio. El abordaje desde la teoría de la Agenda Setting ofrece un marco idóneo para comprender cómo los medios priorizan ciertos temas, actores y narrativas, orientando la atención pública e incidiendo en la manera en que los ciudadanos interpretan los acontecimientos económicos y políticos de relevancia nacional.

Ambos medios reflejan una intencionalidad editorial evidente, aunque con estrategias diferentes. *Semana* adopta una postura abiertamente favorable a los intereses de los Gilinski, no solo a través del enfoque de sus titulares y el contenido de sus artículos, sino también mediante una declaración explícita al final de cada nota en la que se advierte que el medio pertenece al Grupo Gilinski. Esta transparencia, aunque ética desde una perspectiva informativa, refuerza el carácter instrumental

del medio como actor en la disputa. En contraste, *El Colombiano* no explica su cercanía con el GEA, aunque sus contenidos revelan una línea editorial orientada a proteger los intereses del empresariado antioqueño, con una narrativa que exalta los valores regionales y apela a la defensa del statu quo empresarial local.

Los resultados que se detallarán a continuación permiten evidenciar cómo la producción periodística funciona como una herramienta de comunicación política en contextos de tensión económica. En este sentido, el caso resulta pertinente para el campo de estudio de la comunicación política, ya que no se limita a observar la relación entre medios y partidos, sino que amplía su alcance hacia las conexiones entre medios, poder económico y construcción de opinión pública. La forma en que se jerarquizan los temas, se seleccionan las fuentes y se interpretan los hechos, da cuenta de un ejercicio de mediación discursiva que trasciende el relato noticioso y se inscribe en una lucha simbólica por moldear el sentido común.

Voces expertas y fuentes informativas en la cobertura

El lugar que ocupan las fuentes expertas dentro de las narrativas informativas es clave para comprender cómo se construyen los sentidos en disputa. En el contexto de las OPA de los Gilinski sobre las empresas del Grupo Empresarial Antioqueño (GEA), tanto *El Colombiano* como *Semana* se apoyan en voces aparentemente legitimadas por el conocimiento técnico, pero al contrastar sus estrategias, más que una coincidencia en la búsqueda de claridad aumenta una tensión por la postura o filiación de ese saber presentado como experto.

El Colombiano, por ejemplo, recurre a figuras representativas del GEA como el presidente de Sura, y en entidades asociadas a ese ecosistema empresarial, como Bancolombia. A ello se suman

académicos internacionales y estudiosos de mercados bursátiles, quienes aportan un tono técnico, intentando visibilizar o mostrar una postura o posición casi neutra.

La neutralidad aparente puede entenderse como parte de la estrategia legitimadora que señala Aruguete (2009) al explicar cómo los medios jerarquizan los hechos a partir de su repetición y del tipo de fuentes que convocan. En ese sentido, *El Colombiano* parece sostener una agenda que, sin ser explícitamente militante, se configura el conflicto como una defensa del modelo empresarial antioqueño, cuya autoridad moral es dada por su misma historia y sus voceros recurrentes.

En cambio, *Semana* actúa con una lógica distinta pero complementaria en su intencionalidad. Sus artículos no solo informan, sino que polemizan. Construyen un relato en el que el GEA aparece como una élite cerrada, resistente al cambio y con prácticas que, según el medio, no siempre resisten la transparencia. En esa línea, las fuentes expertas que cita son, en su mayoría, analistas de mercado que apoyan la estrategia de los Gilinski. Algunos incluso son entrevistados de manera exclusiva o protagonizan columnas de opinión que hacen parte del cuerpo informativo del reportaje.

Semana convierte la voz del experto en una herramienta de contraargumentación frente a la postura tradicional del empresariado paisa. Cita a exdirectivos del GEA, que ofrecen amplias entrevistas a otros medios, pero solo extraen información y visiones que respaldan o elevan la postura de los Gilinski.

En este punto, la tensión entre los dos medios no está solo en lo que informan, sino en cómo utilizan las fuentes o experticia para direccionar la lectura pública del conflicto. Y es allí donde aparece el aporte del modelo de Agenda Setting de segundo nivel —retomado por Ardèvol-Abreu, Gil de Zúñiga y McCombs (2020)—: los medios no se limitan a señalar qué temas deben importar, sino que también moldean la forma en que esos temas deben ser interpretados. Las fuentes expertas

funcionan, entonces, como marcadores semánticos. Su aparición no es necesariamente neutra, cuando *Semana* convoca a sus analistas promercado, está proyectando una lectura del conflicto como una oportunidad de renovación. Cuando *El Colombiano* cita a los líderes tradicionales del GEA, el relato se carga de una defensa de lo “nuestro”, de lo que hay que preservar o conservar.

Incluso cuando se incluyen fuentes aparentemente externas o neutrales, como economistas internacionales o pequeños accionistas, cada medio les otorga un lugar funcional dentro de su narrativa. En *El Colombiano*, los pequeños accionistas aparecen preocupados por la irrupción del grupo Gilinski en el conglomerado; mientras que, en *Semana*, los accionistas minoritarios son símbolo de un poder tradicional que pide mayores oportunidades alrededor de los dividendos. En otras palabras, los mismos tipos de actores son instrumentalizados en sentidos distintos, reafirmando una construcción editorial.

Frente a lo que plantea Leal Corral (2016), la reiteración de ciertos actores y la forma en que se presentan genera un efecto de verdad; los medios no solo informan sobre un conflicto empresarial, sino que construyen sentidos de enfoque donde la versión de las fuentes deja de ser una voz complementaria para convertirse en un bastión del discurso. Y allí hay una decisión política, mediada por los intereses corporativos, las relaciones económicas y las dinámicas simbólicas que cada medio adopta como propias.

Entre lo dicho por *El Colombiano*, lo sostenido por *Semana*, y lo planteado por la perspectiva de la Agenda Setting, se va tejiendo una trama y se configura discursivamente el relato donde el experto ya no es solo un intermediario del conocimiento, sino una figura que refuerza el posicionamiento ideológico del medio. Un actor que sirve tanto para informar como para persuadir.

Marcos de interpretación: el relato mediático de las OPA

Los modos de interpretación que *El Colombiano* y *Semana* introdujeron en sus coberturas sobre la toma accionaria del GEA evidencian cómo los medios no solo reportan hechos, sino que ejercen una función activa en la construcción de sentidos, tal como plantea Aruguete (2009), quien advierte que los procesos de tematización no se limitan a dotar de visibilidad los asuntos, sino que también suponen configurar un contexto simbólico que les otorgue significado público.

En este sentido, *El Colombiano* orientó sus informaciones reafirmando reiteradamente una teoría central: que el verdadero propósito de las OPAs de Gilinski era la toma de control de Bancolombia, el banco más grande del país. Esta línea narrativa, reforzada a través de hipótesis sobre ofertas “por debajo del valor” y supuestas estrategias de descrédito hacia los líderes empresariales del GEA, da cuenta de un direccionamiento temático que no sólo destaca los hechos, sino que los interpreta dentro de una lógica de amenaza al tejido empresarial antioqueño. Así, *El Colombiano* se alinea con la idea expuesta por Rodríguez-Díaz, Chavero y Aruguete (2023), según la cual los medios delimitan lo que es importante mostrar y jerarquizar ante su audiencia.

En contraste, *Semana* adoptó marcos de interpretación favorables hacia los Gilinski, presentando las propuestas económicas de este grupo como “grandes ofertas” que beneficiarían principalmente a los pequeños accionistas. Esta narrativa, sustentada por expertos que favorecen los intereses de los Gilinski, contribuyó a configurar una representación donde los antagonistas eran los dirigentes del GEA, a quienes se señalaba de una supuesta ineficiencia en el manejo de las empresas y de la pérdida de valor patrimonial. En línea con lo planteado por Infante y Núñez (2020), *Semana* actuó como actor político al incidir directamente en la representación de los protagonistas, marcando atributos negativos en unos y positivos en otros.

Ambos medios, aunque en sentidos opuestos, direccionaron la atención pública no solo hacia las operaciones económicas en sí, sino también hacia las luchas de poder y las estrategias de comunicación que giraron alrededor de ellas. Mientras *El Colombiano* enfatizaba la injusticia de las OPAs y luego reconocía, al cierre del proceso, un balance entre las partes tras la intervención normativa del gobierno nacional, *Semana* visibilizaba los negocios cerrados como hitos de desarrollo regional y nacional, reforzando la imagen de los Gilinski como empresarios eficientes y renovadores.

Este proceso, donde se privilegian ciertos marcos interpretativos por encima de otros, encaja con la noción de Ardèvol-Abreu, Gil de Zúñiga y McCombs (2020), quienes señalan que los efectos de la agenda mediática derivan de la accesibilidad: aquello que los medios resaltan y contextualizan con atributos específicos será más fácilmente recordado y utilizado por el público en la formación de sus opiniones y decisiones.

La lucha por el sentido no fue solamente en el terreno económico, sino también en el simbólico y comunicativo. En este campo, *Semana* incluso cuestionó las estrategias comunicativas del GEA, acusando a sus directivos de manipular narrativas a través de otros medios, lo que refuerza la perspectiva de Aruguete (2009) sobre cómo la omisión, la cobertura parcial o la penalización mediática también son mecanismos activos en la tematización.

Así, la cobertura de *El Colombiano* y *Semana* sobre la operación accionaria no puede entenderse únicamente como la exposición de hechos, sino como un ejercicio de construcción de marcos interpretativos que configuraron la percepción pública de la disputa, su legitimidad y sus actores principales.

Estrategias discursivas: calificativos, énfasis y descalificaciones

En la cobertura mediática sobre la operación accionaria en el GEA, tanto *El Colombiano* como *Semana* se valieron de estrategias discursivas que moldearon las percepciones del público. El uso de adjetivos, calificativos y términos cargados de valor emocional revela una intencionalidad de ambos medios por direccionar la interpretación de los hechos.

El Colombiano aborda las OPAs del grupo Gilinski mediante calificativos que evidencian una postura de resistencia y alerta. El uso del término “golpe” para referirse a las ofertas públicas de adquisición no solo dramatiza el hecho, sino que inscribe la operación dentro de una narrativa de agresión o ruptura del orden. En línea con lo que plantea Zunino, Kessler y Vommaro (2022) sobre el encuadre de interés humano y dramatización de noticias, *El Colombiano* personaliza el conflicto, encuadrándolo como un enfrentamiento que pone en riesgo valores profundamente arraigados en el imaginario antioqueño, como la “pujanza” y el “desarrollo”.

En los titulares del diario paisa se reiteran expresiones como “enfrentamiento”, “desafío” o “rivalidad”, configurando una atmósfera de conflicto que va más allá de una mera transacción económica. El uso del concepto "caballo de Troya" refuerza la idea de una amenaza encubierta, donde el adversario, en este caso, el grupo Gilinski, no actúa abiertamente sino mediante artimañas. Esta estrategia discursiva conecta con la teoría de Maxwell y McCombs (1986) sobre la estereotipación: *El Colombiano* selecciona rasgos específicos, como la "trampa" o la "agresión", y los magnifica para caracterizar a los protagonistas de la operación.

Por su parte, *Semana* implementa un abordaje discursivo que favorece la figura de los Gilinski y deslegitima a los directivos del GEA. Adjetivos como “jugosas ofertas” y “grandes y expertos banqueros” atribuyen a Gilinski un perfil de solvencia, habilidad y generosidad económica. Se

construye así una representación positiva que invita al lector a ver en ellos no una amenaza, sino una oportunidad.

Semana también se vale de la descalificación para afectar la imagen del GEA. Las valoraciones de las administraciones de Sura y Argos como "malas" o "exageradas" evidencian un uso del lenguaje para cuestionar la competencia de sus directivos. La revista no se limita a informar sobre cifras o desempeños, sino que emplea calificativos despectivos que guían al lector hacia una lectura crítica, coincidiendo con la tesis de Infante y Núñez (2020) de que los medios actúan como actores políticos al construir representaciones públicas.

Además, en su cobertura, *Semana* desacredita abiertamente las interpretaciones emitidas por los líderes del GEA, calificándolas como "sacadas del bolsillo", sugiriendo improvisación y falta de seriedad. Esta elección lingüística no es neutra: configura una narrativa en la que el GEA aparece como una estructura que tambalea o es poco firme, en contraste con la solidez atribuida a los Gilinski.

Al analizar los encuadres empleados, resulta claro que ambos medios priorizaron atributos específicos para dotar de sentido a los hechos, siguiendo el planteamiento de Ardèvol-Abreu, Gil de Zúñiga y McCombs (2020) sobre cómo la agenda mediática privilegia ciertas consideraciones sobre otras. *El Colombiano* hace énfasis en la defensa de un capitalismo "consciente", exaltando la labor social e histórica del GEA, mientras que *Semana* resalta las oportunidades económicas y la necesidad de "renovar" las estructuras corporativas antioqueñas.

La carga de valor también se manifiesta en la referencia a los personajes. *El Colombiano* destaca el "orgullo" y la "pujanza" de los empresarios paisas, invocando valores locales y emocionales. Asimismo, califica de "polémicos" a los aliados árabes de los Gilinski, generando sospecha y

desconfianza sobre sus intenciones y actuaciones. Estos recursos discursivos crean un marco simbólico, tal como lo define Aruguete (2009), donde la situación adquiere un significado público relevante que excede los datos objetivos.

Por otro lado, *Semana* aplica una estrategia de doble movimiento: primero desacredita a los empresarios paisas, tildándolos de "poco éticos" o de practicar "acciones solapadas"; luego, tras la consolidación de los negocios, los reivindica como "buenos actores del mercado". Esta dualidad revela un enfoque sistemático, adaptando la narrativa al desenlace de los acontecimientos para mantener su línea editorial acorde con los intereses que respalda.

El uso de fuentes anónimas también forma parte de las estrategias discursivas. *El Colombiano* cita a fuentes internas del GEA que, bajo reserva de identidad, califican a los Gilinski como "tramposos". El recurso de apelar a los anónimos refuerza el dramatismo y el tono de denuncia, apelando a la credibilidad en las voces cercanas al conflicto.

En cuanto al manejo de los logros económicos, *Semana* enfatiza los "negocios del año", resaltando el éxito financiero como un valor personal, minimizando u opacando los cuestionamientos éticos o sociales que podrían derivarse de la operación. Este enfoque se alinea con el encuadre de consecuencias económicas señalado por Zunino, Kessler y Vommaro (2022), donde los eventos se presentan primordialmente en función de su impacto financiero.

En suma, las estrategias discursivas desplegadas por *El Colombiano* y *Semana* permiten observar cómo el lenguaje y la selección de calificativos no son neutros, sino herramientas clave en la configuración de sentidos y tendencias. El diario se afianza en la defensa del modelo empresarial local, mientras la revista construye una narrativa de modernización y éxito económico personificado en los Gilinski. Ambas posturas, lejos de limitarse a informar, actúan como potentes mecanismos de

direccionamiento simbólico, dejando planteadas las bases para una discusión posterior más amplia sobre los efectos de estas construcciones mediáticas.

De qué hablaron: la agenda temática de los medios

En la cobertura sobre las OPA (Ofertas Públicas de Adquisición) y la disputa empresarial entre el Grupo Empresarial Antioqueño (GEA) y los Gilinski, los medios *El Colombiano* y *Semana* organizaron sus agendas temáticas de manera muy distinta, reflejando, además, la intencionalidad editorial de cada uno.

El Colombiano construyó su cobertura a partir de un seguimiento juicioso y continuo a cada OPA, reporte de resultados de transacciones y, en general, al avance de las negociaciones. El medio no pierde la pista del proceso en ningún momento, dedicando publicaciones constantes a narrar, paso a paso, el estado de la contienda empresarial. Este enfoque refuerza lo señalado por Maxwell y McCombs (1986) sobre el relieve que los periódicos otorgan a determinados temas a partir del tamaño de los titulares y su ubicación: en *El Colombiano*, el seguimiento permanente y visible de la información buscó instalar en la opinión pública la importancia de estos hechos, jerarquizándolos en su agenda.

Adicionalmente, *El Colombiano* no se limita a la simple narración de los acontecimientos, sino que plantea hipótesis interpretativas sobre los intereses ocultos detrás de los movimientos de los Gilinski. Particularmente, sugiere en varios artículos que el objetivo real sería ganar espacio de control en Bancolombia, una de las joyas empresariales del GEA. Así, el medio no solo informa, sino que también introduce líneas de interpretación que pretenden orientar la percepción de sus lectores sobre las intenciones de los actores involucrados.

Esta estrategia se complementa con un ejercicio de diagnóstico sobre los protagonistas: *El Colombiano* dedica varios artículos a reconstruir las trayectorias del GEA y del Grupo Gilinski, mostrando antecedentes empresariales, estrategias pasadas y fracasos o éxitos anteriores. En este sentido, el medio adopta lo que Rodríguez-Díaz, Chavero y Aruguete (2023) identifican como un mecanismo clásico del primer nivel de la Agenda Setting: a partir de la constante mención y jerarquización de ciertos temas, se condiciona la percepción de qué asuntos son relevantes para el público.

El Colombiano también relaciona los movimientos empresariales con el contexto político nacional, en especial durante épocas electorales. La negociación de acciones no se presenta como un hecho aislado del mercado, sino que se conecta con dinámicas políticas más amplias, sugiriendo que lo que ocurre en el frente empresarial tiene efectos o implicaciones en la política del país. Esta conexión entre las agendas mediática y política puede leerse en clave de paralelismo político, como lo describen Rodríguez-Díaz, Chavero y Aruguete (2023), quienes advierten que, a mayor paralelismo político, los medios tienden a reflejar más cercanía entre sus contenidos y las coyunturas políticas.

Semana, por su parte, organiza su agenda temática de modo distinto. Mientras *El Colombiano* pone el acento en el proceso y sus consecuencias amplias, *Semana* enfoca su cobertura en la construcción de narrativas alrededor de los actores. El medio dedica un número considerable de artículos a cuestionar directamente a las cabezas del GEA, especialmente a las directivas de Sura y Argos, figuras claves en el entramado empresarial que los Gilinski pretendían intervenir.

El relato que construye *Semana* en sus publicaciones posiciona a los Gilinski como grandes empresarios, expertos conocedores del mercado, hábiles en las negociaciones, mientras que presenta a las cabezas del GEA bajo una luz crítica y cuestionadora. Este tratamiento temático

muestra una intención clara de resignificar la imagen de los protagonistas, encuadrándolos en roles de héroes y villanos, estrategia que responde a lo que Zunino, Kessler y Vommaro (2022) definen como el encuadre de interés humano: personalizar los acontecimientos para generar emoción y dramatismo en el relato noticioso.

La publicación también concentra esfuerzos en señalar, de manera sistemática, supuestas malas administraciones, errores en la gestión del patrimonio y deficiencias en las relaciones con los accionistas por parte del GEA. Para esto, recurre a documentos oficiales de las propias empresas paisas, los cuales interpreta para fundamentar sus acusaciones. Este uso de fuentes documentales para estructurar narrativas de fiscalización sugiere una estrategia de "veeduría mediática" que, si bien responde a una función de vigilancia social del periodismo, en este caso parece orientarse hacia una construcción temática que favorece a uno de los actores de la contienda.

Semana tampoco pierde de vista uno de los temas cruciales: el interés de los Gilinski en Bancolombia. La revista enfatiza las críticas hacia directivos de Sura, quienes poseen una influencia significativa en este banco, alimentando la idea de que la toma de control financiero pasaría necesariamente por cambiar las estructuras de poder empresarial existentes. De este modo, articula un relato donde las críticas a Sura y sus directivos no son hechos aislados, sino parte de una estrategia coherente para legitimar los movimientos de los Gilinski.

Estas estrategias de tematización muestran cómo los medios no solo seleccionaron qué aspectos de la disputa cubrir, sino también cómo jerarquizaron los temas. Tal como indica Leal Corral (2016), una agenda es un conjunto de temas jerarquizados que se consideran problemáticos y que requieren solución. En este sentido, mientras *El Colombiano* organiza su agenda en torno a la protección del GEA y sus valores históricos para Antioquia, *Semana* lo hace alrededor de la crítica al

statu quo empresarial paisa y la exaltación de la modernización empresarial representada por los Gilinski.

Los temas no solo fueron escogidos para informar, sino también para construir marcos de interpretación sobre el conflicto. La historia de los protagonistas, el contexto político, los intereses ocultos, las supuestas deficiencias administrativas, las intenciones de control sobre Bancolombia: todos estos temas, lejos de ser neutrales, fueron herramientas a través de las cuales ambos medios buscaron posicionar una visión determinada de la disputa. En esa medida, los temas seleccionados y la forma como fueron desarrollados ofrecen una ventana directa para entender las alineaciones editoriales, las prioridades temáticas y los intereses estratégicos de *El Colombiano* y *Semana* frente a uno de los conflictos empresariales más importantes de los últimos años en Colombia.

La cobertura de *El Colombiano* y *Semana* sobre las OPA de los Gilinski al GEA evidencia dos formas distintas de construir agenda mediática y direccionar la interpretación pública de un hecho económico de alta relevancia. A partir del análisis de fuentes, marcos de interpretación, estrategias discursivas y temas priorizados, es claro que ambos medios actuaron no solo como narradores de los acontecimientos, sino como actores que seleccionaron, jerarquizaron y encuadraron los temas para reforzar intereses editoriales específicos.

El Colombiano privilegió voces locales, de corte técnico y empresarial, alineadas con la defensa del GEA y de su legado en Antioquia. *Semana*, en contraste, seleccionó fuentes que permitieran criticar el statu quo paisa y fortalecer la imagen de los Gilinski como agentes de cambio. Los marcos de interpretación empleados, desde el asedio económico hasta la supuesta modernización empresarial, sirvieron para reforzar narrativas que se reflejaron también en la carga valorativa del

lenguaje: mientras uno enfatizaba riesgos y amenazas, el otro exaltaba capacidades y visiones renovadoras.

La selección y tratamiento de los temas, el seguimiento de cada OPA, el análisis de trayectorias empresariales, las críticas a la gestión administrativa o la conexión de las operaciones con la política nacional, confirma cómo, siguiendo los postulados de la teoría del establecimiento de la agenda, los medios no solo deciden de qué hablar, sino cómo hacerlo, instalando preocupaciones y jerarquizando prioridades en la opinión pública. Los hallazgos permiten ver una clara tensión entre la función informativa y el posicionamiento editorial, reafirmando que, en conflictos de alto impacto económico, los medios despliegan su poder de construcción de realidades tanto a través de los temas que destacan como de los marcos interpretativos que proponen.

Conclusiones

La cobertura mediática sobre las Ofertas Públicas de Adquisición (OPAs) de los Gilinski al Grupo Empresarial Antioqueño (GEA) revela un ejercicio mediático en el que dos de los actores más influyentes de la prensa colombiana, *El Colombiano* y *Semana*, aplican estrategias discursivas que van más allá de la simple narración de los hechos, incidiendo de manera activa en la interpretación pública del conflicto económico. Las diferencias en sus enfoques no solo reflejan posiciones editoriales opuestas, sino que también evidencian cómo los medios, en contextos de alta visibilidad y relevancia, ejercen poder mediante la construcción de agendas y marcos de interpretación.

La primera conclusión que se suscita de este análisis es que los medios no son entidades neutrales, sino actores que intervienen activamente en la configuración de realidades sociales y políticas. Al hacer uso de recursos discursivos como los calificativos, el énfasis y las descalificaciones, ambos medios no solo describen los hechos, sino que los interpretan, los cargan de significado y los

posicionan en un contexto que favorece determinadas visiones y vertientes de la negociación. Mientras *El Colombiano* se adhiere a una postura protectora y de defensa de los intereses empresariales locales, buscando proyectar al GEA como un actor fundamental para la identidad antioqueña y de la región, *Semana* apuesta por una narrativa más personalista, que promueve la figura de los Gilinski como agentes de cambio y modernización. Esta división no es simplemente el reflejo de un acontecimiento económico, sino una construcción y proyección mediática orientada a moldear la opinión pública hacia diferentes direcciones.

A través del análisis de los marcos interpretativos que se emplearon, se puede concluir que los medios no solo priorizan ciertos hechos, sino que también determinan qué atributos son relevantes para el público. El uso de metáforas como "golpe" o "caballo de Troya" por parte de *El Colombiano*, y las calificaciones positivas sobre los Gilinski por parte de *Semana*, son ejemplos claros de cómo la selección de palabras tiene el poder de influir en la percepción que los ciudadanos tienen sobre los actores involucrados. Esta construcción de realidad es, en última instancia, una forma de ejercer poder simbólico que impacta en el imaginario colectivo y puede orientar la toma de decisiones de los grupos sociales y económicos. Así, los medios no solo informan, sino que, a través de la información, construyen un marco simbólico que guiará las respuestas del público ante los hechos.

Una segunda conclusión importante tiene que ver con la función crítica que desempeñan los medios. Si bien estos dos actúan como mediadores del conflicto, sus estrategias discursivas y la selección de fuentes reflejan diferentes concepciones sobre la ética del periodismo. *El Colombiano* asume una postura defensiva frente a los intereses locales, protegiendo la imagen del GEA y subrayando su contribución al desarrollo regional, mientras que *Semana* adopta un enfoque más examinador, deslegitimando la gestión de los directivos del GEA y favoreciendo a los Gilinski. Este contraste pone de relieve que, lejos de ser meros informadores, los medios se convierten en actores

políticos, alineándose con determinados sectores y estableciendo líneas editoriales que, en el fondo, buscan influir en el curso de los acontecimientos.

Una tercera conclusión se refiere a la relevancia de las agendas mediáticas en la construcción de la opinión pública. *El Colombiano* se concentra en dar seguimiento exhaustivo a cada OPA, reforzando la idea de que se trata de un conflicto de gran magnitud, con implicaciones profundas para el futuro de la economía antioqueña. En cambio, *Semana* prefiere trabajar con una agenda que, aunque también sigue de cerca los acontecimientos, se enfoca más en los aspectos humanos y políticos de la disputa, presentando a los Gilinski como agentes disruptivos y ofreciendo una lectura crítica de los movimientos del GEA. Ambas agendas no solo refuerzan diferentes perspectivas del conflicto, sino que también sirven para posicionar, dentro de la esfera pública, ciertos temas y valores. En este sentido, los medios construyen un campo de discusión que no solo está determinado por los hechos, sino también por las inquietudes que cada medio decide poner en el centro del debate.

Finalmente, las estrategias discursivas y de tematización observadas en *El Colombiano* y *Semana* demuestran cómo los medios tienen la capacidad de influir en las narrativas sociales y económicas. Al crear relatos que resuenan emocionalmente con su audiencia, los medios se convierten en actores que no solo informan sobre los hechos, sino que, más importante aún, los reinterpretan. La forma en que los medios enmarcan los eventos, lo que resaltan o minimizan, y los calificativos que emplean, inciden directamente en cómo el público entenderá el conflicto y sus implicaciones. Este poder simbólico, ejercido a través de las palabras y las imágenes, subraya la importancia de una prensa crítica y consciente de su rol en la sociedad. Los medios, al igual que los actores económicos y políticos, son piezas clave en el engranaje de la construcción de la realidad social.

Al final, los hallazgos sugieren que la forma en que los medios construyen las narrativas sobre un conflicto puede tener efectos duraderos en la percepción pública y en las decisiones que tomará la sociedad frente a los eventos que afectan a la economía nacional.

Bibliografía

- Álvarez Morales, V. (2003). De las sociedades de negocios al “Sindicato Antioqueño”. Un camino centenario. En *Empresas y empresarios de la historia de Colombia. Siglos XIX–XX. Una colección de estudios recientes* (Tomo 1, pp. 179–212). Editorial Norma S.A. y Ediciones Uniandes. <https://repositorio.cepal.org/entities/publication/d3af9035-1edc-435d-b268-60ca78c34472>
- Ardèvol-Abreu, A., Gil de Zúñiga, H. y McCombs, M. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en Comunicación. *Tendencias en España (2014-2019). Profesional de la información*, v. 29, n. 4, <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/74292>
- Aruguete, N. (2009). Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting. *Ecos de la comunicación*. <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/7119/1/estableciendo-la-agenda.pdf>
- Infante, L. y Javier, N. (2020). Correlación de atributos e identidades políticas. El segundo nivel de la Agenda Setting en la Ciudad de Buenos Aires en 2017 y 2019. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (pp.55-78). <https://revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/70544>
- Leal, D. (2016). Las agendas pública y mediática en México. Estudio preelectoral 2011-2012. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (pp.13–30). <https://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/53748>

- Londoño, C. (2004). Grupo Empresarial Antioqueño. Evolución de políticas y estrategias, 1978-2002. Revista EIA.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-12372004000100006
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1986). ¿Qué agenda cumple la prensa? En D. A. Graber (Ed.), *El poder de los medios en la política* (pp. 81–91). Grupo Editorial Latinoamericano.
- Rodríguez-Díaz, R., Chavero, P., & Aruguete, N. (2023). Agendas mediática y pública en campaña electoral: Argentina, Ecuador y España. *Revista De Comunicación*, 35–57.
<https://revistadecomunicacion.com/article/view/3244>
- Suárez, A. (2022). Grupo Empresarial Antioqueño (Parte 1): ni tan sindicato, ni tan antioqueño. Razón Pública. <https://razonpublica.com/grupo-empresarial-antioqueno-parte-1-tan-sindicato-tan-antioqueno/>
- Valencia C., G. E. (2024). La historia completa del Grupo Empresarial Antioqueño. Aguilar.
- Zunino, E., Kessler, G. y Vommaro, G. (2022). Consumo de información en redes sociales en tiempos de pandemia. Evidencias del caso argentino. In *Mediaciones de la Comunicación*, (pp.129-161). <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/200330>

ANEXOS

- Entre el 11 de noviembre de 2021 (inicio de la primera OPA), hasta el 27 de enero de 2025 (Nutresa en cabeza de Gilinski).
- Más de 461 notas periodísticas de El Colombiano
- Más de 309 notas periodísticas de Semana

- Se priorizan 25 artículos por medio entre ese lapso

Título: <i>Gilinski quiere quedarse con el control del Grupo Nutresa</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 11 noviembre 2021
Género: Noticia
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/gilinski-quiere-quedarse-con-el-control-del-grupo-nutresa-GH16006202
<p>Síntesis: esta nota es el desarrollo a la noticia sobre la primera OPA que se emite por Nutresa. Explican los pormenores de la transacción financiera.</p> <p>El medio indaga con fuentes internas de la Bolsa de Valores y el holding de alimentos para tener más detalles. Identifican al comprador: el Grupo Gilinski, quien lidera la transacción a través de la firma Nugil.</p> <p>Consultan con analistas del mercado para empezar a definir esta operación como una “toma hostil”.</p> <p>Vaticinan lo que sería un ‘golpe’ para la estructura del Grupo Empresarial Antioqueño.</p>

Título: <i>El GEA y la familia Gilinski: una rivalidad que revive por la compra de Nutresa</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 11 noviembre 2021
Género: Análisis
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/economia/el-gea-y-la-familia-gilinski-se-vuelven-a-cruzar-esta-vez-por-el-control-de-nutresa-EH16006637
<p>Síntesis: conocida la oferta y los detalles de la posible transacción, el medio hace un primer contexto del antecedente que arrastran los negocios e intercambios financieros entre el Grupo Empresarial Antioqueño (GEA) y el Grupo Gilinski.</p> <p>Rememora el acuerdo entre las firmas en 1997, cuando Gilinski accedió a vender su participación accionaria del 51% que poseía sobre el Banco de Colombia, que fue comprado por el Banco Industrial Colombiano, de la propiedad del GEA. La fusión entre ambas entidades financieras fue el resultado de lo que hoy se conoce como Bancolombia, que a la redacción de este informe pertenece a Sura, integrante del GEA.</p>

Título: <i>Oferta de Gilinski por Nutresa: ¿Un caballo de Troya en el GEA?</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 11 noviembre 2021
Género: Análisis
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/gilinski-por-nutresa-negocio-que-hace-tambalear-al-gea-IG16010888
<p>Síntesis: desde la redacción del titular ya se empieza a inducir el sentido del cuerpo de esta nota periodística. El informe considera como una hipótesis que la OPA emitida por Gilinski pueda ser un método para que este grupo pueda ingresar al enroque antioqueño, y desde allí tener injerencia en Bancolombia, que sería uno de sus objetivos.</p> <p>Hace una breve reseña de la historia del GEA y su modelo económico al que califica como un “capitalismo consciente” al reconocerle su ‘virtud’ por el aporte al desarrollo social e industrial de la región.</p> <p>El medio visualiza a Nutresa como la puerta de entrada para que Gilinski ingrese al GEA, y se configure lo que han vaticinado anteriormente como una “toma hostil” que tiene como propósito ir por Bancolombia.</p>
Título: <i>¿Qué tan atractiva es la oferta para vender las acciones de Nutresa?</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 17 noviembre 2021
Género: Análisis
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/opa-por-acciones-de-nutresa-es-analizada-por-socios-de-la-empresa-DE16031301
<p>Síntesis: pese a que la OPA emitida por Nutresa fue adjudicada con una prima por acción que estaba por encima de lo contemplado en la Bolsa de Valores de Colombia, el cambio de la tasa representativa del mercado induce al medio a recalcular el valor de las acciones que ya tienen un precio fijo. Por eso el medio se pregunta si esta es una buena oferta para que los accionistas accedan a la transacción.</p> <p>Recurren a la versión del presidente de Sura, quien destaca la solidez y la bondad de Nutresa en el mercado de alimentos.</p> <p>Sustentan con base en un informe de Grupo de Investigaciones Económicas de Bancolombia, lo que consideran como una baja oferta por Nutresa, teniendo en cuenta las oportunidades que representa para el mercado este holding de alimentos.</p>

Título: <i>Vienen días decisivos para que Nutresa siga siendo paísa</i>
--

Medio: El Colombiano
Fecha: 20 noviembre 2021
Género: Análisis
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/compra-de-nutresa-por-los-gilinski-vienen-dias-claves-en-el-negocio-MD16047931
<p>Síntesis: este informe hace parte de una seguidilla de publicaciones que el medio hace para insistir en lo que podría ser una baja oferta la que emitió el Grupo Gilinski para comprar las acciones de Nutresa.</p> <p>Entre su redacción el informe deja entrever el riesgo al que se expone el conglomerado paisa, que, de concretarse un negocio por Nutresa, también se perdería un patrimonio en inversiones internacionales, así como participaciones accionarias en las otras empresas del GEA que se han establecido mediante el enroque.</p>

Título: <i>¿Cuáles son los impactos de vender a Nutresa?</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 21 noviembre 2021
Género: Análisis
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/nutresa-y-la-decision-historica-de-la-venta-CD16048280
<p>Síntesis: esta nota periodística responde a un análisis y perspectiva que tiene el docente académico-investigador, Javier Mejía, sobre la negociación por Nutresa. Durante su escrito reconoce la trascendencia de esta transacción, y anticipa que el negocia va más allá de lo que se viene relatando en los medios.</p> <p>Aunque reconoce que una posible venta de Nutresa representará la reconfiguración del GEA en el ámbito administrativo y accionario, no considera que sea el fin de esta dinastía empresarial paisa, que a su criterio no solo ha estado marcada por los negocios y las inversiones, sino por lazos familiares, amistades, relaciones políticas, entre otras.</p> <p>Cuestiona la visión que tienen los medios y analistas del mercado sobre Nutresa y su papel secundario dentro del enroque; ve a el holding como uno de los referentes del conglomerado y su papel clave en la coyuntura social de Colombia, Latinoamérica y el mundo, destacando su papel como productor de alimentos.</p> <p>Advierte que de prosperar o fracasar la transacción por Nutresa, habrá reflexiones profundas dentro del empresariado paisa que dispondrán a reflexionar sobre el papel en la industria y el real valor que pueden tener en el mercado de la región.</p>

De concretarse el negocio, el flujo de caja permitirá hacer inversiones en sectores clave que las otras multilatinas aún están pendientes de ejecutar, tales como el mercado de la energía, e incluso la salud.

Esta reflexión pone de manifiesto la dinámica económica, transaccional y de negocios que se surten con varias compañías del país, que se podrían exponer a situaciones similares en el futuro por foráneos que valoran la importancia de un mercado clave en el mundo moderno: el negocio y producción de alimentos.

Título: *Duelo de titanes: así está la puja por la compra del Grupo Nutresa*

Medio: El Colombiano

Fecha: 28 noviembre 2021

Género: Entrevista

URL: <https://www.elcolombiano.com/negocios/duelo-de-titanes-asi-esta-la-puja-por-la-compra-del-grupo-nutresa-MO16090491>

Síntesis: la publicación es el preámbulo a fecha de negociaciones que empezará a surtir por parte de Gilinski para comprar las acciones de Nutresa. Este denota un contexto breve previo a la realidad del negocio, y lo complementa con dos entrevistas a figuras clave: Jaime Gilinski (quien lidera la puja para quedarse con Nutresa), y Gonzalo Pérez (presidente del Grupo Sura) que lidera parte de la vocería del GEA.

Gilinski expresa su optimismo en el negocio que lidera; considera que Nutresa es una buena oportunidad de negocio, pero la ve con un papel más ambicioso en el mercado internacional y fortaleciendo su valor. Descarta hacer modificaciones en la estructura administrativa y la teoría que corre en los medios de su intención de buscar una salida para quedarse con Bancolombia.

Pérez exalta la consolidación de Nutresa, su papel en el rol del empresariado paisa y el rendimiento favorable de la organización. Es cauteloso en la información que suministra sobre los negocios que se pueden concretar con los accionistas y defienden el holding de los señalamientos por supuesta falta de incidencia en el mercado internacional.

Título: *No le basta con Nutresa, Gilinski ahora va por Sura*

Medio: El Colombiano

Fecha: 1 diciembre 2021

Género: Noticia

URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/no-le-basta-con-nutresa-gilinski-ahora-va-por-sura-EG16100523
Síntesis: esta es una noticia ampliada al desarrollo de una nueva OPA emitida por Gilinski, pero en esta ocasión por Sura. Durante el informe se explica los detalles de la oferta y el propósito de la transacción. Pero durante su despliegue el informe busca convencer sobre la teoría que se ha tejido alrededor de la supuesta intención de Gilinski de inmiscuirse aún más en el GEA, especialmente en Bancolombia. Sutilmente cuestiona al banquero Jaime Gilinski por evadir anteriormente en una entrevista una pregunta sobre las posibilidades de abrir nuevos negocios por empresas del conglomerado paisa.
Título: <i>Quiénes son los Gilinski, magnates que van por el GEA</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 3 diciembre 2021
Género: Análisis
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/quienes-son-los-gilinski-empresarios-que-quieren-comprar-sura-y-nutresa-GG16108178
Síntesis: es uno de los primeros artículos en los que el medio (durante la agitada dinámica informativa alrededor de las OPA), se pregunta por la familia Gilinski y sus orígenes para contextualizar a su público. Trae a colación sus raíces, procedentes de Lituania y su asentamiento en el Valle del Cauca en la década de 1920. Resaltan el emporio empresarial, asociado a la producción de alimentos, insumos para el hogar, inversiones, en el sector inmobiliario, los medios de comunicación y el mercado financiero con una de sus empresas estrella, el banco GNB Sudameris. Insiste en su visión frente a lo que considera como una toma hostil por empresariado antioqueño, con intenciones más a fondo en Bancolombia.

Título: <i>¿Noticias falsas buscan el pánico económico local?</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 5 diciembre 2021
Género: Análisis

URL: https://www.elcolombiano.com/antioquia/noticias-falsas-buscan-el-panico-economico-local-DH16117554
<p>Síntesis: la nota periodística es una crítica que se lanza a la opinión pública para cuestionar la difusión de información falsa sobre diferentes hechos coyunturales de la época en Antioquia.</p> <p>Incluso, la foto de portada de este informe periodístico es el pantallazo de noticia falsa que se habría divulgado a nombre de la Revista Semana (propiedad del Grupo Gilinski), pero que el mismo medio desmintió que fuera de su autoría, y la calificó como una manipulación de su imagen.</p> <p>Traen a colación otras noticias inexactas que se habrían manejado, y que señalan como una intención para desestabilizar el mercado en un momento crucial de negocios que pone el riesgo el futuro de las empresas paisas.</p>
Título: <i>La vieja disputa entre el GEA y Gilinski que incluso involucró a Petro</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 8 diciembre 2021
Género: Análisis
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/el-lío-entre-gilinski-y-el-gea-en-el-que-hasta-petro-tuvo-que-ver-BE16128786
<p>Síntesis: la nota periodística es un nuevo recuento del primer enfrentamiento que hubo entre Gilinski y el empresariado antioqueño por el intercambio financiero del Banco de Colombia, que más adelante terminaría llamado Bancolombia.</p> <p>En esta oportunidad traen a colación un debate de control político citado en el Congreso de la República en 2001 por el entonces Representante a la Cámara, Gustavo Petro, quien cuestionó la legalidad de la transacción, en una aparente inclinación a favor de los Gilinski.</p> <p>Rememorar ese episodio con la figura política de Petro no es fortuito. La redacción de ese contenido periodístico se lleva a cabo en un momento crucial de la época para el país, que estaba marcada por la campaña presidencial de 2022, y en una profunda polarización.</p> <p>Gustavo Petro representaba, en la candidatura presidencial, el antagonismo del sector empresarial y financiero, y que incluía al GEA. En este informe intentan concluir y reiterar la cercanía de Petro con los Gilinski.</p>

Título: <i>Gilinski mostró las ganas que tiene por Bancolombia</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 17 diciembre 2021
Género: Análisis
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/gilinski-mostro-los-dientes-su-interes-si-esta-en-bancolombia-AP16191706
<p>Síntesis: para el medio, en esta publicación, se confirma la teoría que se venía cuajando por parte de analistas y versiones de actores del mercado sobre el real objetivo de la transacción que proponía Gilinski por Nutresa y Sura, donde ya había emitido las OPA.</p> <p>En un estudio a los detalles de la oferta emitida por Sura, el medio dice identificar la prueba reina que daría cuenta de la intención de Gilinski de ir por Bancolombia, y es una propuesta que se plantea de fusionar el banco de su propiedad GNB Sudameris, con la entidad financiera que pertenece a los empresarios antioqueños. Reiteran, basado en un informe técnico de un tercero, que Gilinski ofrece poco dinero por las acciones de Nutresa.</p>
Título: <i>Editorial La importancia de las empresas por acciones</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 20 diciembre 2021
Género: Opinión – editorial
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/editorial-la-importancia-de-las-empresas-por-acciones-BF16202021
<p>Síntesis: esta es una de las editoriales que emite el medio de comunicación en medio de conflicto o negocio que se lleva a cabo entre Gilinski y los empresarios paisas.</p> <p>Con una visión nostálgica de la pujanza de los empresarios antioqueños, el medio destaca las virtudes de la actual estructura de conservación y propietarios de las empresas de Antioquia, las que califica como referente para el país, marcando un legado de orgullo regional.</p>

Título: <i>Grupo Gilinski va por todas las galletas de Nutresa</i>
Medio: El Colombiano

Fecha: 18 enero 2022
Género: Noticia
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/gilinski-haria-grandes-cambios-en-el-gea-OD16379766
<p>Síntesis: este es el desarrollo a la segunda OPA que emite Gilinski por Nutresa. El Colombia hace un detallado informe de los detalles de la primera transacción, que le permitió al proponente quedarse con una parte importante del holding de alimentos, pero no necesariamente cumpliendo el objetivo planteado inicialmente.</p> <p>Sin embargo, la nueva oferta es más atractiva y representa, según el medio, un real interés de Gilinski por buscar entrar como sea al enroque paisa, y con ello materializar la teoría que se repite una y otra vez en sus artículos: incidir en el GEA para poder entrar a Bancolombia.</p> <p>La hipótesis del medio es que hay toda una estrategia empresarial detrás de las jugadas de Gilinski para cumplir su propósito, e incluso vaticinan la presentación de nuevas ofertas que podrán impactar en la dinámica de la Bolsa de Valores de Colombia, mostrando a las empresas del GEA como estructuras empresariales por las que no se están haciendo ofertas acordes a su consolidación.</p>

Título: <i>Gilinski ahora presiona desde adentro y le exige a Argos que venda acciones</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 20 abril 2022
Género: Análisis
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/gilinski-ahora-presiona-desde-adentro-y-le-exige-a-argos-que-venda-acciones-KD17271290
<p>Síntesis: resumen los detalles más relevantes de las juntas de accionistas que se llevan a cabo en Medellín. Según la versión del medio, Gilinski intenta persuadir a diferentes grupos que poseen acciones para que cedan su participación, casi que exigiendo que se dé dentro de una dinámica natural del mercado, sin presiones ni dilaciones.</p> <p>El medio también cita a expertos y analistas de la academia para intentar cuestionar o poner en duda el actuar de negocios que ejecuta Gilinski y los planes con los que procedería una vez tenga mucho más poder dentro de las empresas del GEA.</p>

Título: <i>Votos de fe de Gilinski, ¿en Petro o en el GEA?</i>

Medio: El Colombiano
Fecha: 22 mayo 2022
Género: Análisis
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/mensaje-de-las-opa-de-gilinski-en-visperas-de-elecciones-presidenciales-GG17550024
<p>Síntesis: en vísperas de las elecciones presidenciales de 2022, el medio hace un profundo análisis sobre la dinámica económica en Antioquia y el país que está a la expectativa de este certamen electoral que cuenta con candidatos presidenciales que podrían generar temor e incertidumbre de cara a futuras inversiones</p> <p>Teniendo en cuenta las tendencias o inclinaciones que tiene el país frente a la elección del próximo mandatario, el informe advierte riesgos a los que se exponen las empresas con una futura victoria de Petro. También les genera inquietud la “tranquilidad” con la que Gilinski se mueve en el mercado, sin mayores preocupaciones.</p> <p>Durante este informe se deja ver la cautela con la que se maneja el mercado en general y los posibles escenarios de riesgo u oportunidad que se presenten con uno u otro candidato. Sin duda la coyuntura política de Medellín y Colombia, así como las elecciones juegan un papel clave en este momento para el GEA.</p>
Título: <i>El séptimo envío de Gilinski por el control del GEA</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 11 junio 2022
Género: Análisis
URL: https://www.elcolombiano.com/inicio/el-septimo-envion-de-gilinski-por-el-control-del-gea-MD17728675
<p>Síntesis: en este amplio reportaje, el medio consulta a diversas fuentes expertos en el mercado de valores para analizar en detalle los avances que ha tenido Gilinski con la adquisición de acciones y su participación en las juntas.</p> <p>Analistas planean múltiples hipótesis frente a los caminos que tienen todos los accionistas, compradores y vendedores y las oportunidades que pueden representar las compras de acciones.</p> <p>Reflexionan sobre las habilidades para hacer negocios que generan inversiones económicas en empresas que demandan altas inyecciones de recursos, estableciendo estas operaciones como buenas jugadas que han favorecido a Gilinski y han perjudicado a vendedores, quienes no lograron sacar un buen provecho a su participación.</p>

Título: <i>Los pequeños accionistas de Sura le cantan la tabla a Jaime Gilinski</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 14 junio 2022
Género: Noticia
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/los-pequenos-accionistas-de-sura-le-cantan-la-tabla-a-gilinski-KC17738277
<p>Síntesis: este es el resumen del negocio de Gilinski por empresas del GEA, sobre las que ha emitido siete (OPA), y los empresarios han citado a 14 asambleas extraordinarias para analizar la evolución de la transacción que poner contra las cuerdas a los paisas.</p> <p>Para hacerle frente a la avanzada de los Gilinski con la compra de acciones a través de los millonarios desembolsos, el medio expone las declaraciones de accionistas minoritarios quienes cuestionan fuertemente la injerencia de este grupo para intentar quedarse con las empresas del conglomerado paisa.</p> <p>El medio sigue recabando y analizado el mercado y evaluando las reales oportunidades que puede tener Gilinski para materializar su intención de permear en las empresas insignia de Antioquia.</p>
Título: <i>Los millonarios negocios y polémicas del jeque que va por Nutresa</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 22 septiembre 2022
Género: Análisis
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/opa-por-nutresa-gea-empresas-antioquenas-quien-es-el-jeque-sheikh-tahnoon-bin-zayed-M118678576
<p>Síntesis: se empiezan a preguntar por el origen de los socios de Gilinski, los millonarios árabes, por sus antecedentes e inversiones. Lo retratan como un hombre de negocios, que intenta enfocar sus inversiones en el sector de alimentos, del cual ya hace parte en medio oriente.</p> <p>A través de analistas el medio insiste que el país debe prepararse para entrada de nuevos foráneos en los negocios de Colombia que se han posicionado a lo largo de los años.</p> <p>Resaltan las polémicas que han marcado su recorrido alrededor de los negocios y que lo ha salpicado con escándalos como espionaje en redes sociales, negocios con cuestionados políticos de medio oriente, e inversiones que han sido investigadas por prestigiosos medios americanos. Sobre estos hechos, el medio hace un llamado al empresariado paisa para tener en cuenta este tipo de detalles.</p>

Título: <i>Así ha sido la 'otra' estrategia de los Gilinski para tomarse el GEA</i>
--

Medio: El Colombiano
Fecha: 30 octubre 2022
Género: Análisis
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/asi-ha-sido-la-otra-estrategia-de-los-gilinski-para-tomarse-el-gea-GI19001896
<p>Síntesis: el medio expone lo que sería una estrategia empleada por Gilinski y sus socios para abrirse camino en el propósito de tomarse al GEA. Aseguran que el objetivo es desacreditar a las cabezas del empresariado antioqueño en momentos clave cuando se llevarán a cabo etapas claves de negociación de acciones.</p> <p>Uno de los más afectados es el presidente de Sura, Gonzalo Pérez, quien ha sido objeto de duras críticas desde la Revista Semana, de propiedad de los Gilinski.</p> <p>También asocian al alcalde Daniel Quintero de jugar un papel clave en esta estrategia de desacreditación, quien intensamente ataca al GEA y sus intereses a través de redes para portar en el plan de los Gilinski.</p>

Título: <i>Ataque y defensa, ¿única táctica en el juego Gilinski vs. el GEA?</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 20 noviembre 2022
Género: Análisis
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/justicia-en-las-opa-de-gilinski-por-el-gea-FO19241235
<p>Síntesis: a un año del lanzamiento de la primera OPA, y ya con un avance significativo de Gilinski con su presencia en las empresas del GEA, el medio cita una frase de una persona interna del empresariado paisa, de la cual no revelan la identidad, para cuestionar el papel que han jugado y lo difícil que ha sido trabajar con Gilinski.</p> <p>Intentan mostrar al banquero como alguien tramposo que dificulta los procesos administrativos; se preguntan por su ética en los negocios; lo señalan de liderar acciones jurídicas y presiones mediáticas, a través de la Revista Semana, su medio de comunicación.</p> <p>Plantean hipótesis sobre supuestos planes que se podrían haber configurado en contra del GEA, en el que, incluso, habría participado el gobierno por la no regulación y la cantidad de OPAs emitidas.</p>

Título: <i>El viaje de los cacaos antioqueños a Abu Dabi: ¿una jugada para evitar la toma hostil de Gilinski?</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 11 diciembre 2022
Género: Análisis
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/el-viaje-de-los-cacaos-a-abu-dabi-NF19587820
<p>Síntesis: avanzados los negocios por las empresas paisas, el medio hace énfasis en un viaje que realizan las cabezas del GEA a Abu Dabi para conversar directamente con el inversor que suministra de capital a Gilinski para sacar adelante las OPAs: los jeques árabes.</p> <p>Buscan aumentar el descrédito que se ha generado sobre Gilinski y empiezan a dudar sobre la paciencia que podrían tener los árabes sobre su socio para sacar adelante los negocios pese a las millonarias inversiones.</p> <p>Se fomenta un descrédito sobre Gilinski, respondiendo a los ataques que han recibido los empresarios de Antioquia a través de los medios y canales de los banqueros.</p>
Título: <i>¿Quién demanda más entre el Grupo Empresarial Antioqueño y el Grupo Gilinski?</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 21 abril 2023
Género: Análisis
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/empresas/pulso-legal-entre-gilinski-y-el-gea-2023-CF21174372
<p>Síntesis: traen a colación el enfrentamiento que se ha desatado no solo en la Bolsa de Valores de Colombia con el intercambio de acciones y las jugosas ofertas por acciones, sino la batalla legal que se surte en el ámbito judicial.</p> <p>Los enfrentados han presentado una serie de tutelas y medidas jurídicas que hacen parte de la dinámica natural de este tipo de negociaciones, y que, según el medio, han sido equilibradas frente la prosperidad que han tenido ante los jueces.</p>

Título: <i>Gobierno Petro le da un gran empujón al acuerdo entre el GEA, Gilinski y sus socios árabes</i>
--

Medio: El Colombiano
Fecha: 12 enero 2024
Género: Noticia
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/empresas/gobierno-petro-le-da-empujon-a-acuerdo-del-gea-con-gilinski-y-arabes-de-ihc-FG23520599
<p>Síntesis: luego de llegar a un acuerdo para terminar los negocios que habían enfrentado a los Gilinski y al GEA, ambos asisten a la Casa de Nariño para conocer los detalles que el presidente Petro dará sobre el diseño de un Decreto que agilizará y destrabaría el proceso transaccional que permitiría concluir el acuerdo entre las partes.</p> <p>El medio no emite mayor criterio sobre la información, pero recalca que el acuerdo es una salida equilibrada entre los interesados para poner fin a la negociación que terminará por entregar a Gilinski la mayoría de las acciones Nutresa a cambio que este se desprenda de toda participación accionaria que posee sobre el Grupo Sura.</p>

Título: <i>Desde hoy, Gilinski y los árabes asumen las riendas de Nutresa</i>
Medio: El Colombiano
Fecha: 12 febrero 2024
Género: Noticia
URL: https://www.elcolombiano.com/negocios/gilinski-y-los-arabes-de-ihc-asumen-el-comando-de-nutresa-BH23714104
<p>Síntesis: en este amplio reportaje se resumen las transacciones que se llevaron a cabo durante la toma hostil de Gilinski por el GEA, que finalmente termina por consumir su presencia en Nutresa.</p> <p>El Colombiano se limita a entregar los datos relevantes del negocios, inversiones y participaciones accionarias con las que quedan las partes.</p> <p>Se pregunta por el futuro del holding de alimentos, así como por las demás empresas paisas que deberán asumir nuevas estrategias para consolidar una estructura de sociedades por acciones.</p>

Revista Semana: 309 artículos periodísticos

Título: <i>Grupo Gilinski lanzaría OPA por Nutresa, con prima de casi el 40 %</i>
--

Medio: Revista Semana
Fecha: 11 noviembre 2021
Género: Noticia
URL: https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/grupo-gilinski-lanzaria-opa-por-nutresa-con-prima-de-casi-el-40/202148/
<p>Síntesis: tras conocerse la decisión del Grupo Gilinski de emitir una OPA por Nutresa, la Revista Semana (de propiedad de Gilinski) menciona los detalles de la propuesta económica, la cual busca calificar como una gran oferta que representa una oportunidad para los pequeños accionistas, al considerar que la prima que se ofrece está por encima del precio base; esa versión la intentan sustentar parafraseando a expertos en el mercado.</p> <p>Adicionalmente, dejan entrever una intención para mostrar y posicionar la figura de Gilinski como un ‘gran’ hombre de negocios, de los más ricos del país, y quien ya tiene experiencia en el mercado.</p>

Título: <i>Nutresa seguiría en Medellín con las mismas directivas: Jaime Gilinski</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 22 noviembre 2021
Género: Entrevista
URL: https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/nutresa-seguiria-en-medellin-con-las-mismas-directivas-jaime-gilinski/202132/
<p>Síntesis: replican las declaraciones que el banquero Gilinski ofrece a otros medios explicando sus intenciones en Nutresa en caso de concretarse el negocio. Busca enviar un parte de tranquilidad frente al futuro de este holding de alimentos, asegurando su presencia y permanencia en Medellín como su sede natural y afirmando su intención de mantener a los actuales directivos.</p> <p>Sin embargo, cuestiona indirectamente el rendimiento de la empresa, específicamente los bajos o nulos rendimientos de los dividendos a los accionistas.</p> <p>En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.</p>

Título: <i>Ante nueva OPA, Sura dice ahora que la empresa es un “patrimonio de los colombianos y los latinoamericanos”</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 1 diciembre 2021

Género: Análisis
URL: https://www.semana.com/economia/articulo/ante-nueva-opa-sura-dice-ahora-que-la-empresa-es-un-patrimonio-de-los-colombianos-y-los-latinoamericanos/202131/
Síntesis: <p>Esta publicación es una crítica casi directa a las cabezas del GEA, especialmente al presidente de Sura, Gonzalo Pérez, quien es declaraciones calificó a esta empresa como “un patrimonio de los colombianos y los latinoamericanos”.</p> <p>Semana deja entrever esa versión como un acto de oportunismo para posicionar a una de las empresas más importantes del GEA, y por ello, en tono sarcástico cuestionan esa referencia como ‘sacada del bolsillo’ a última hora de cara al futuro de las transacciones que podrían repercutir en Sura como uno de los accionistas mayoritarios de Nutresa, por el cual hay una OPA en curso.</p> <p>En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.</p>

Título: <i>“Puro berrinche poniéndole quejas a la Superfinanciera”</i> : economista Andrés Moreno sobre reacción del GEA ante las OPA
Medio: Revista Semana
Fecha: 2 diciembre 2021
Género: Análisis
URL: https://www.semana.com/economia/articulo/puro-berrinche-poniendole-quejas-a-la-superfinanciera-economista-andres-moreno-sobre-reaccion-del-gea-ante-las-opas/202124/
Síntesis: semana le da voz y protagonismo en su portal al economista Andrés Monero Jaramillo quien critica fuertemente a las cabezas del GEA, especialmente a Argos por interponer solicitudes ante la Superintendencia Financiera. <p>Moreno califica esta acción como “puro berrinche poniéndole quejas a la Superfinanciera”, e intentando desacreditar los gestos del empresariado paísa, calificándolos como ‘doble moralistas’ por supuestamente abogar por los accionistas minoritarios. Además, sustenta con gráficas lo que</p>

sería la pérdida o “destrucción” del valor de las empresas del GEA, y replica la visión de Gilinski frente a los malos rendimientos que deja la empresa a sus accionistas minoritarios.

En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.

Título: <i>El mercado castiga al Grupo Argos: hoy su acción se desplomó 7,89%</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 7 diciembre 2021
Género: Noticia
URL: https://www.semana.com/economia/articulo/el-mercado-castiga-al-grupo-argos-hoy-su-accion-se-desplomo-789/202132/
Síntesis: en esta breve publicación, enfocada en demostrar la caída del valor de la acción del Grupo Argos, la Revista Semana aprovecha la oportunidad para recrudecer la crítica al GEA, especialmente a la cementera en mención por lo que califica como “mala administración”. Cuestiona a su presidente, Jorge Mario Velásquez, y las declaraciones que brinda a los demás medios de comunicación las cuales ve como insuficientes para evitar que caiga la acción, y contradice sus cálculos sobre el valor de Argos referenciándolos como “exagerados” y no acordes a lo que dicta el mercado sobre esta empresa. En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.

Título: <i>Según Reuters, el Grupo Gilinski está acorralando al GEA</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 16 diciembre 2021
Género: Análisis
URL: https://www.semana.com/nacion/articulo/segun-reuters-el-grupo-gilinski-esta-acorralando-al-gea/202126/
Síntesis: semana busca respaldar su retórica crítica al GEA con visiones o perspectivas de otros medios de comunicación. En este caso cita a la agencia Reuters, que en una publicación considera que Gilinski tiene “acorralado” al empresariado paisa. Esto lo hace, además, con la intención de elevar la posición y la figura como empresario exitoso de Gilinski, y que, según citan del medio internacional, tiene amplias intenciones de ir por el GEA y sus empresas insignia como Bancolombia.

En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.

Título: <i>¿Qué camino puede tomar el GEA en la OPA por Sura?</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 28 diciembre 2021
Género: Análisis
URL: https://www.semana.com/economia/articulo/que-camino-puede-tomar-el-gea-en-la-opa-por-sura/202154/
Síntesis: no paran los cuestionamientos y la hostilidad contra el empresariado paisa y las decisiones en los últimos años que han tomado para hacerse con otras entidades. Cuestionan los trámites y negocios millonarios que no se traducen en altos valores de las acciones del GEA. Critican posibles estrategias o tácticas que podrían usar las empresas paisas para evitar ventas o transacciones durante las ofertas emitidas hasta la fecha por parte de Gilinski sobre Sura y Nutresa. En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.

Título: <i>Accionistas minoritarios y pensionados demandarían a directivos y compañías del GEA</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 4 de enero de 2022
Género: Análisis
URL: https://www.semana.com/economia/articulo/accionistas-minoritarios-y-pensionados-demandarian-a-directivos-y-companias-del-gea/202229/
Síntesis: en esta breve publicación tratan de mandar un mensaje que podría equivaler a una advertencia frente a los trámites de los negocios en curso que, dice Semana, podrían estar viciados por prácticas ilegales por parte del conglomerado paisa. Por eso advierten que se enfrentan a demandas por parte de algunos pequeños accionistas. Cuestionan a los cercanos del GEA que cierran filas en su defensa y los acusan de ser beneficiados económicamente para desacreditar cualquier posición que vaya en contra de la transacción que lidera Gilinski. En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.

Título: <i>Acciones de Grupo Sura y Nutresa iniciaron el año con desvalorizaciones</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 5 enero 2022
Género: Noticia
URL: https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/acciones-de-grupo-sura-y-nutresa-iniciaron-el-ano-con-desvalorizaciones/202202/
Síntesis: iniciado el año 2022 Semana busca recabar en el mercado de valores y sustentar versiones sobre la dinamización de la Bolsa, específicamente marcado la caída en el valor de empresas del GEA. Además, plantean hipótesis frente a próximas juntas directivas donde podría configurarse prácticas o estrategias para responder a las ofertas emitidas por Gilinski y que van contra la reglamentación del mercado; por eso hacen seguimiento a los anteriores encuentros y buscan resaltar impedimentos e inhabilidades interpuestas en estos espacios para evitar maniobras que entorpezcan los negocios del oferente. En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.

Título: <i>¿Comunicado engañoso sobre el crecimiento del patrimonio del Grupo Sura?</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 7 enero 2022
Género: Análisis
URL: https://www.semana.com/confidenciales/articulo/comunicado-enganoso-sobre-el-crecimiento-del-patrimonio-del-grupo-sura/202234/
Síntesis: a través de diferentes secciones, Semana refuerza su propósito de descrédito a las empresas paisas. En su conocida sección <i>Confidenciales</i> pone en duda un comunicado de prensa emitido por Sura sobre el crecimiento de su patrimonio. Con explicaciones técnicas propias del mercado de la economía y los negocios, abren interrogantes frente al real valor de la empresa y las transacciones que se han hecho anteriormente. En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.

Título: <i>Las OPA por Sura y Nutresa: el negocio del año en Colombia</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 14 enero 2022
Género: Análisis
URL: https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/opa-por-sura-y-nutresa-ya-causaron-un-sacudon-que-es-sano-para-el-pais/202200/
<p>Síntesis: finalizada unas de las OPAs emitidas por Gilinski, que les permitió ingresar en juntas de Sura y Nutresa, Semana califica la transacción como el negocio del año. Entrega los detalles de la operación comercial y plantea los retos que se vienen para los nuevos accionistas.</p> <p>Incluso, en un acto conciliador, plantea el hecho de que ambos poderes económicos, GEA y Grupo Gilinski, deberán empezar a trabajar de la mano para proponer y sacar adelante los objetivos que se planteen.</p> <p>En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.</p>

Título: <i>¿Ético? Grupo Sura compraba acciones a minoritarios a 20.000 pesos, sabiendo que estaban subvaloradas</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 23 febrero 2022
Género: Análisis
URL: https://www.semana.com/economia/articulo/la-doble-agenda-del-grupo-sura/202231/
<p>Síntesis: el artículo es una crítica fuerte y dura a las cabezas del Grupo Sura por una supuesta práctica a la que le ponen el interrogante de falta de ética. Cuestionan a las directivas de Sura por una supuesta compra de acciones subvaloradas de la misma empresa, aun cuando la participación sería incluso muy superior.</p> <p>Esta no demora en calificarla como poco ética y emprenden durísimos cuestionamientos no solo a la actual cabeza, Gonzalo Pérez (quien ha sido el mayor objetivo de los ataques de Semana), sino a un exdirectivo, David Bojanini, por aplicar esta práctica anteriormente y salir beneficiado con un millonario bono por su retiro. Las palabras empleadas tienen un intenso juicio de valor, al punto que la publicación parecería más a un artículo de opinión (puede ser editorial), y no un informe propio de la sección de economía.</p> <p>En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.</p>

Título: <i>Atención: maniobras sospechosas con las acciones de Nutresa en la Bolsa de Valores de Colombia</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 25 febrero 2022
Género: Noticia
URL: https://www.semana.com/economia/articulo/atencion-maniobras-sospechosas-con-las-acciones-de-nutresa-en-la-bolsa-de-valores-de-colombia/202230/
Síntesis: el artículo es un ejercicio de veeduría frente a las operaciones de las transacciones que se dan en la Bola de Valores de Colombia por la compra de acciones de Nutresa. Semana figura, de frente, como guardián de los intereses de Gilinski frente a sospechosas maniobras en los negocios. Incluso, exhorta a autoridades reguladoras del mercado para poner el ojo sobre hechos que generan cierto recelo por parte de algunos sectores interesados, entre ellos, Semana. En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.

Título: <i>¿Por qué el Grupo Sura ocultó el valor fundamental de Nutresa en el 2021, si en años anteriores lo revelaba en sus estados financieros?</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 4 marzo 2022
Género: Análisis
URL: https://www.semana.com/economia/articulo/por-que-el-grupo-sura-oculto-el-valor-fundamental-de-nutresa-en-el-2021-si-en-anos-anteriores-lo-revelaba-en-sus-estados-financieros/202229/
Síntesis: ante las reiteradas críticas que recibe Gilinski al ser señalado de ofrecer primas muy inferiores en las OPA por las empresas del GEA, Semana hace un minucioso análisis de los valores de estas compañías, especialmente de Sura. Recaba en los estados financieros de esta empresa paisa para identificar supuestas irregularidades y omisión de información clave para dar claridad frente a las asignaciones de presupuesto por los holdings antioqueños. Con documento en mano para sustentar supuestas anomalías y falta de transparencia, pone en tela de juicio al GEA, al que acusa de defender intereses personales administrativos en su enroque accionario, y no de los accionistas que invierten en las empresas.

En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.

Título: <i>“Quiero ver una compañía que el año entrante entregue más dividendos”</i> : Jaime Gilinski
Medio: Revista Semana
Fecha: 25 marzo 2022
Género: Análisis
URL: https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/quiero-ver-una-compania-que-el-año-entrante-entregue-mas-dividendos-jaime-gilinski/202256/
Síntesis: tras una asamblea de accionistas de Nutresa, en la cual para la fecha ya Gilinski tiene, incluso, asiento en la junta directiva, el medio hace un resumen de una de sus intervenciones. Lo retrata como un líder, una figura sabia que llega con ideas frescas para impulsar la dinamización económica de la empresa, con propuestas que permita mejor optimización del holding de alimentos y por consiguiente resultados o dividendos mayores para los accionistas. Durante el informe de muestra a un empresario con vocación, interesado por el bienestar laboral y financiero de la empresa. En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.

Título: <i>Estrepitosa caída de la acción de Nutresa en la bolsa</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 17 mayo 2022
Género: Noticia
URL: https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/estrepitosa-caida-de-la-accion-de-nutresa-en-la-bolsa/202211/
Síntesis: este es un resumen de la transacción accionaria de una OPA emitida por Gilinski por más acciones de Nutresa y que fue declarada desierta por no cumplir el propósito del banquero. Pero la Revista busca dar a entender que el fracaso de esta transacción representó un hecho negativo para Nutresa, quien habría perdido valor en sus acciones por no vender a Gilinski. En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.

Título: <i>¿Cómo se decidían los sueldos y bonos de los administradores en el GEA?</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 29 junio 2022
Género: Análisis
URL: https://www.semana.com/economia/macroeconomia/articulo/como-se-decidian-los-sueldos-y-bonos-de-los-administradores-en-el-gea/202233/
<p>Síntesis: la Revista Semana se va lanza en ristre contra las cabezas del GEA. Son dardos directos a los presidentes de Sura, Argos y Nutresa, a quienes cuestiona por supuestos sueldos y bonos desproporcionados que se aprobarían entre ellos mismos.</p> <p>Reitera su crítica, además, a anteriores directivos como David Bojanini, expresidente de Sura, quien habría recibido un bono de 25 mil millones de pesos por su retiro.</p> <p>Esta publicación busca poner en tela de juicio la gestión de los integrantes del GEA, a quienes acusa de no garantizar buenos rendimientos a los accionistas minoritarios, relato que también ha sido replicado por Gilinski en diferentes oportunidades.</p> <p>En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.</p>

Título: <i>Accionistas de Argos y Nutresa han perdido más de 10 billones de pesos frente a ofertas de OPAs: ¿quién responde?</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 22 julio 2022
Género: Análisis
URL: https://www.semana.com/economia/articulo/accionistas-de-argos-y-nutresa-han-perdido-mas-de-10-billones-de-pesos-frente-a-ofertas-de-opas-quien-responde/202220/
<p>Síntesis: semana repite la práctica de responsabilizar a los dirigentes antioqueños por la caída del valor de las acciones de las empresas paisas. Buscan asociar estos hechos a su negativa para ceder en los negocios que plantea Gilinski por participaciones en las empresas del GEA.</p> <p>En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.</p>

Título: <i>La manera solapada en la que el Grupo Argos intenta desmentir a SEMANA</i>
Medio: Revista Semana

Fecha: 22 julio 2022
Género: Análisis
URL: https://www.semana.com/economia/macroeconomia/articulo/la-manera-solapada-en-la-que-el-grupo-argos-intenta-desmentir-a-semana/202247/
<p>Síntesis: en esta nota periodística queda clara la guerra comunicativa que se ha construido en medio de los relatos que buscan posicionar los medios y empresas que tienen intereses en las negociaciones que se surten entre Gilinski y las empresas del GEA por las OPAs.</p> <p>Semana usa calificativos despectivos contra áreas directivas del GEA, en este caso la dirección de Comunicaciones de Grupo Argos, a quien señalan de emitir comunicados de prensa para desmentir información publicada por Semana, y que este medio ve como una agresión directa a su contenido periodístico y la veracidad de su información.</p> <p>En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.</p>

Título: <i>La llave entre Gonzalo Pérez, presidente del Grupo Sura, y Daniel Coronell</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 9 noviembre 2022
Género: Análisis
URL: https://www.semana.com/nacion/articulo/la-llave-entre-gonzalo-perez-presidente-del-grupo-sura-y-daniel-coronell/202256/
<p>Síntesis: cada vez más Semana hace fuertes críticas a los dirigentes del GEA. Uno de los que ha recibido los mayores ataques o cuestionamientos es Gonzalo Pérez, presidente de Sura, a quien la Revista lo acusa de patrocinar contenido periodístico a otros medios y periodistas para desacreditar las OPAs y desmarcarse de supuestas irregularidades que estaría cometiendo.</p> <p>El medio, sin escrúpulos, reafirma las críticas a todos los directivos, a quienes señala de actuar en beneficio personal y no en pro de las empresas. La última frase del artículo es evidente en su propósito de defender los intereses de sus dueños: <i>“Es hora de que alguien entre y cree valor para los accionistas”</i>.</p> <p>En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.</p>

Título: <i>Urgente: Gilinski se queda con Nutresa y sale de Sura, este es el acuerdo</i>

Medio: Revista Semana
Fecha: 25 mayo 2023
Género: Noticia
URL: https://www.semana.com/economia/inversionistas/articulo/urgente-gilinski-se-queda-con-nutresa-y-sale-de-sura-este-es-el-acuerdo/202307/
<p>Síntesis: tras conocerse el acuerdo para que Gilinski se quedara con Nutresa a cambio de vender las acciones que poseía en Sura, el medio hace un registro de la noticia explicando los detalles de esta.</p> <p>Califica esta como una transacción importante para el mercado y el país, intentando sustentar la tesis en analistas que no menciona explícitamente.</p> <p>En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.</p>

Título: <i>Todos cedieron y todos ganaron: detalles del acuerdo entre el GEA, el Grupo Gilinski y sus socios árabes de IHC Capital Holding</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 27 mayo 2023
Género: Noticia
URL: https://www.semana.com/nacion/articulo/todas-las-partes-cedieron-y-todas-ganaron-los-detalles-del-acuerdo-entre-el-gea-el-grupo-gilinski-y-sus-socios-arabes-de-ihc-capital-holding/202357/
<p>Síntesis: en este amplio reportaje el medio hace un resumen de lo acordado entre Gilinski y el GEA, el futuro de las organizaciones y el relacionamiento que hubo durante las negociaciones.</p> <p>Usa un tono más conciliador, se aleja del vocabulario hostil para, incluso, hacer un reconocimiento al crecimiento al crecimiento de las empresas paisas, su solidez, y el aporte en el mercado.</p> <p>En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.</p>

Título: <i>Jaime Gilinski es un hombre audaz para los negocios, ganó el control de Nutresa con herramientas de mercado, según Carlos Raúl Yepes</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 29 mayo 2023

Género: Entrevista
URL: https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/jaime-gilinski-es-un-hombre-audaz-para-los-negocios-gano-el-control-de-nutresa-con-herramientas-de-mercado-segun-carlos-raul-yepes/202300/
Síntesis: semana usa las declaraciones que uno de los referentes del empresariado paisa, Carlos Raúl Yepes, expresidente de Bancolombia, entrega en una entrevista en la emisora La Fm. Resaltan apartados de la entrevista que dejan bien parado al Grupo Gilinski, donde lo califican como un hombre audaz, de negocios y con las condiciones para sacar adelante este tipo de negocios. En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.

Título: <i>Gilinski y el GEA se comprometieron con el Gobierno Petro a invertir en las zonas más vulnerables de Colombia, en el marco del acuerdo nacional</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 13 enero 2024
Género: Noticia
URL: https://www.semana.com/economia/articulo/gilinski-y-el-gea-se-comprometieron-con-el-gobierno-petro-a-invertir-en-las-zonas-mas-vulnerables-de-colombia-en-el-marco-del-acuerdo-nacional/202453/
Síntesis: resumen los detalles entregados por las cabezas del GEA, el Grupo Gilinski y el Gobierno Nacional, liderado por el entonces presidente Gustavo Petro, frente al respaldo que da el ejecutivo al acuerdo y los mecanismos que buscan impulsar para dar celeridad a la negociación que le permite a Gilinski quedarse con Nutresa a cambio de vender la participación adquirida en Sura con las OPAs emitidas. Es un texto más informativo que sigue la línea conciliadora y resaltando virtudes de los empresarios que hicieron parte del negocio. En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.

Título: <i>Jaime Gilinski es el nuevo presidente de Nutresa; es la primera decisión de la nueva junta directiva de la compañía</i>
Medio: Revista Semana
Fecha: 27 enero 2025
Género: Noticia

URL: <https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/jaime-gilinski-es-el-nuevo-presidente-de-nutresa-es-la-primer-decision-de-la-nueva-junta-directiva-de-la-compania/202538/>

Síntesis: la Revista Semana informa sobre la decisión de la junta directiva de Nutresa, ahora bajo el control de Gilinski, de nombrar al banquero como el nuevo presidente de la multilatina, confirmando el relevo directivo.

Este artículo muestra como un logro la llegada del banquero a la cabeza de la empresa que empezó a comprar en 2021 a través de OPAs.

En esta publicación el medio deja claro, al final del artículo, que Gilinski es propietario de la Revista.