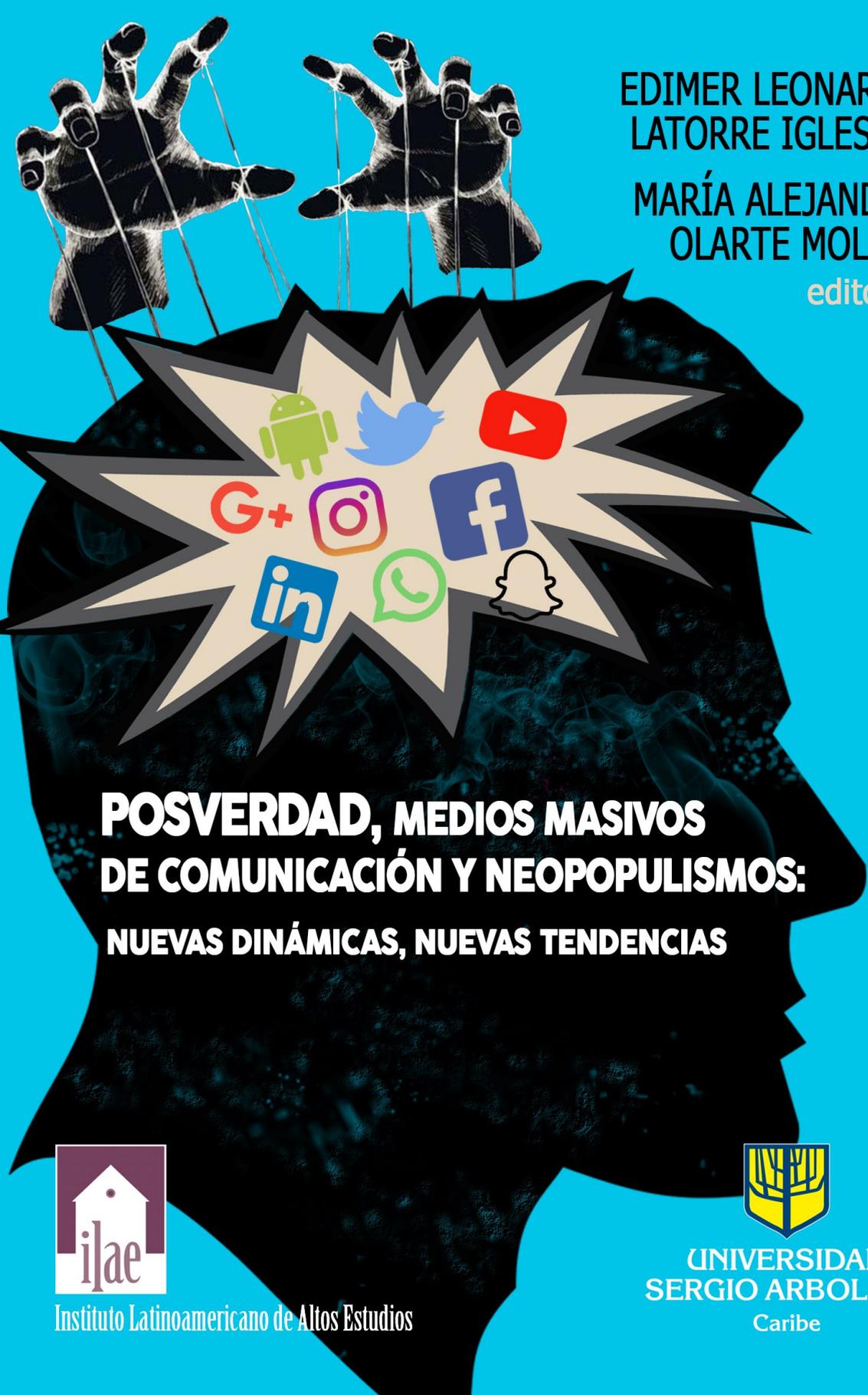


EDIMER LEONARDO
LATORRE IGLESIAS

MARÍA ALEJANDRA
OLARTE MOLINA

editores



**POSVERDAD, MEDIOS MASIVOS
DE COMUNICACIÓN Y NEOPOPULISMOS:
NUEVAS DINÁMICAS, NUEVAS TENDENCIAS**



Instituto Latinoamericano de Altos Estudios



UNIVERSIDAD
SERGIO ARBOLEDA

Caribe

Posverdad,
medios masivos de comunicación
y neopopulismos
nuevas dinámicas, nuevas tendencias

Posverdad,
medios masivos de comunicación
y neopopulismos
nuevas dinámicas, nuevas tendencias

Edimer Leonardo Latorre Iglesias
María Alejandra Olarte Molina
Kitty Margaret Owen Martínez
Eduardo Marín Cuello
Aldemar Julián Libreros Serna

Universidad Sergio Arboleda
Instituto Latinoamericano de Altos Estudios –ILAE–

Queda prohibida la reproducción por cualquier medio físico o digital de toda o una parte de esta obra sin permiso expreso del Instituto Latinoamericano de Altos Estudios –ILAE–.

Publicación sometida a evaluación de pares académicos (*Peer Review Double Blinded*).

Esta publicación está bajo la licencia Creative Commons Reconocimiento - NoComercial - SinObraDerivada 3.0 Unported License.



ISBN 978-958-5535-66-4

- © EDIMER LEONARDO LATORRE IGLESIAS, 2020
 - © MARÍA ALEJANDRA OLARTE MOLINA, 2020
 - © KITTY MARGARET OWEN MARTÍNEZ, 2020
 - © EDUARDO MARÍN CUELLO, 2020
 - © ALDEMAR JULIÁN LIBREROS SERNA, 2020
 - © Universidad Sergio Arboleda, 2020
 - © Instituto Latinoamericano de Altos Estudios –ILAE–, 2020
- Derechos patrimoniales exclusivos de publicación y distribución de la obra
Cra. 18 # 39A-46, Teusquillo, Bogotá, Colombia
PBX: (571) 232-3705, FAX (571) 323 2181
www.ilae.edu.co

Diseño de carátula y composición: HAROLD RODRÍGUEZ ALBA
Edición electrónica: Editorial Milla Ltda. (571) 702 1144
editorialmilla@telmex.net.co

Editado en Colombia
Published in Colombia

CONTENIDO

REFLEXIONES INTRODUCTORIAS	9
CAPÍTULO PRIMERO	
EDUCACIÓN, MEMORIA Y CULTURA DE PAZ EN LA ERA DE LA POSVERDAD: REFLEXIONES CRÍTICAS DESDE EL CASO COLOMBIANO	15
Resumen	15
Abstract	16
I. Introducción	16
II. Colombia en un contexto transicional: entre las narrativas del dolor y la basurización simbólica	17
III. La educación, una herramienta efectiva contra la posverdad	22
IV. La violencia de Procusto: la memoria y la educación como campo en disputa	28
V. Conclusiones	32
Bibliografía	34
CAPÍTULO SEGUNDO	
CEOCRACIAS Y LA POSIBLE DIFUMINACIÓN DE LO PÚBLICO: LA COMUNICACIÓN GERENCIAL COMO UNA CUESTIÓN DE ÉTICA	37
Resumen	37
Abstract	38
I. Introducción	38
II. De la burocracia a la gerencia pública	41
III. La administración del gerente público	43
IV. La ética en la administración pública: un ejercicio desde el ser para el hacer	49
V. Sin comunicación no funciona: el caso CHAR en la Alcaldía de Barranquilla	53
VI. Conclusiones	59
Bibliografía	60

CAPÍTULO TERCERO

EL PODER DE LAS FAKE NEWS: MANIPULACIÓN DE MASAS PARA LA PERMANENCIA DEL POPULISMO EN VENEZUELA	65
Resumen	65
Abstract	66
I. Introducción	66
II. El afianzamiento de la posverdad: la circularidad circular de la mentira en las redes sociales	69
III. La muerte de los argumentos: <i>fake news</i> y toma de decisiones	78
IV. El populismo: definición y alcance en Venezuela	80
V. Noticias publicadas en la cuenta twitter #clap @ClapOficial. Comité local abastecimiento y producción	85
VI. Conclusiones	91
Bibliografía	94

CAPÍTULO CUARTO

NEO-RELATOS DEL POPULISMO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: UNA MIRADA AL MOVIMIENTO FUERZA CIUDADANA EN LA PRENSA DE SANTA MARTA	99
Resumen	99
Abstract	100
I. Introducción	100
II. Redefiniendo las categorías: desde el concepto político en crisis a la crítica de la razón política	102
III. Diversas miradas mediáticas y comunicacionales al populismo y sus efectos	105
IV. Aproximación sociohistórica al contexto local	107
V. Precisiones sobre el método	117
VI. Análisis y resultados: develando los vestigios del populismo de Fuerza Ciudadana	121
VI. Conclusiones: la estrategia política de Fuerza Ciudadana	127
A. Modo de ejercer el poder basado en la cercanía del líder populista con el “pueblo”	127
B. Se basa en identificación con el pueblo mediante movilizaciones de masas y permanente presencia en los medios de comunicación	128
C. Líder se muestra conocedor y experimentado en las dificultades del pueblo	128
D. El líder promete una transformación en el espacio político: los intereses particulares de la oligarquía serán sustituidos por el interés general	128
Bibliografía	130
REFLEXIONES FINALES	133

REFLEXIONES INTRODUCTORIAS

MARLENNY DÍAZ CANO¹

¿Qué conexión puede tener la muerte de un hombre en ciudad Bolívar de Bogotá a manos de una turba humana que lo acuso de robar niños, los resultados del referendo para refrendar los acuerdos de paz en Colombia y la invasión a Irak? La respuesta está en que a cada uno de estos casos noticiosos se les dio un protagonismo en los medios masivos de comunicación en especial en la tarea de difundir comunicaciones inexactas, alejadas de la realidad y confusas, que respondían a intereses de actores que se beneficiaron de los efectos del ocultamiento, tergiversación o creación de la verdad.

En el primer caso, la turba se movilizó y asesinó a partir de la viralización de una noticia en la aplicación WhatsApp donde se incluía al hombre asesinado en una lista de delincuentes que robaban niños y que luego resultó ser falsa. En el segundo caso, los analistas de ese *no* que sorprendió a muchos, estuvo vinculado también a una noticia falsa que se difundió con rapidez y que advertía que una consecuencia directa del plebiscito sería el favorecimiento de condiciones para que el modelo socialista de Venezuela –el castrochavismo– se impusiera en el país. Y en el último caso, desde el mismo Gobierno norteamericano, GEORGE WALKER BUSH² y su equipo de prensa se encargaron de crear una verdad ligada a la amenaza que representaba el Gobierno tiráni-

1 La autora: abogada, docente investigadora de la Escuela de Derecho de la Universidad Sergio Arboleda Santa Marta; Doctora en Ciencias Agrarias opción Sociología Rural; Magíster en Planificación y Administración Regional con énfasis en Medio Ambiente; Especialista en Planificación del Desarrollo Regional. Áreas de investigación: Derecho constitucional, derecho ambiental y sociología rural. *e-mail*: [marlenny.diaz@usa.edu.co].

2 New Haven, Connecticut, 6 de julio de 1946-, 41.^o Presidente de Estados Unidos por el Partido Republicano, en dos períodos del 20 de enero de 2001 al 20 de enero de 2009.

co de SADAM HUSSEIN³ para la paz mundial por la posesión de armas de impacto masivo, tal noticia fue el argumento para invadir, destruir y asesinar a cientos de ciudadanos iraquíes –supuestos terroristas–, para luego verificarse por el mismo Gobierno norteamericano que todos los documentos y datos publicitados en los principales medios noticiosos del mundo, eran falsos.

Estos ejemplos que muestran el lado negativo del uso de los *mass media* contrastan con aquellos que señalan un uso positivo, dentro de los que se pueden incluir los canales y redes que facilitan el control ciudadano sobre las actuaciones de sus representantes, los que permiten la descentralización de funciones a partir de la participación ciudadana en actividades que estaban antes centralizadas y limitadas al ejercicio de un solo actor; los que visualizan problemas y actores vulnerables que de otra forma seguirían invisibilizados y los que permiten denunciar para movilizar la justicia a partir de la presión pública.

Tras los ejemplos anteriores se encuentran no solo los protagonistas directos, sino además se bosqueja el tema de quiénes son los dueños del poder, es decir, quién tiene el poder para seleccionar la historia, quién para hacerla pública, y quién para escribirla, con lo cual se determina la existencia de poderes en torno a la noticia y se asigna entonces la incorporación de esta categoría a los análisis que busquen determinar la dinámica de los medios masivos de comunicación en la sociedad. Al respecto, las reflexiones académicas sobre el poder han abordado sus dos caras: unos se han interesado por sus efectos negativos de dominio, subyugación y autoritarismo y otros se han ocupado de su cara positiva, en cuanto también pueden constituirse en catalizadores de situaciones de reconocimiento, eficiencia y valoración, entre otras.

Al identificar tales caras, el presente libro que hace notorios resultados de investigación científica del mas alto nivel, tiene la virtud de hacerlas visibles en una sola mirada, al presentar al lector diversos escenarios en los que el poder se ejerce a partir de lo que PAUL-MICHEL FOUCAULT⁴ denominó *dispositivos de poder*⁵ y que en su obra *Arqueología del saber* (1969) se acercó a definir como una “estrategia de re-

3 SADAM HUSEÍN ABDULMAYID AL TIKRITI, Al Awja, Irak, 28 de abril de 1937 - Kadhimiya, Bagdad, 30 de diciembre de 2006.

4 Poitiers, Francia, 15 de octubre de 1926 - París, 25 de junio de 1984.

5 MICHEL FOUCAULT. *La arqueología del saber*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2013.

laciones de fuerzas que soportan la relación poder/saber en la que lo dicho o lo no dicho por las partes busca generar un efecto a partir de estrategias, discursivas o no”.

Dicho concepto es complementado por GIORGIO AGAMBEN quien indica que el dispositivo está inscrito en una relación de poder y es todo aquello que tenga la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, opiniones y los discursos de los seres vivientes, cuyo reconocimiento como dispositivo depende precisamente de esa capacidad de o para⁶. Bajo este parámetro teórico es posible decir que los medios masivos de comunicación son dispositivos de poder (cada vez que lo mencionemos haremos referencia a los *mass media*) y el análisis de su apropiación, instrumentalización y uso en casos específicos se constituye en el interés articulador de los cuatro capítulos que conforman el documento.

Los lectores podrán encontrar en la presente obra, análisis que traspasan el enfoque disciplinar para llegar a uno multidisciplinar que conjuga los aportes teórico metodológicos de las ciencias humanas, sobre todo la sociología y las ciencias de la comunicación, para abordar los efectos del dispositivo *mass media*, que se materializan en cada uno de los cuatro capítulo en las duplas estigmatizar-recordar, comunicar-gerenciar, manipular-ocultar y movilizar-ideologizar.

En el primer capítulo EDIMER LEONARDO LATORRE IGLESIAS y MARÍA ALEJANDRA OLARTE MOLINA abordan el escenario colombiano, en el que los medios de comunicación han sido usados como vía de expresión de una violencia mediática o *contrario sensu*, pueden ser usados para co-crear una cultura de paz para las víctimas del conflicto armado, en este caso, como garantía de no repetición. Resaltan la importancia de las políticas públicas sobre memoria y educación para generar espacios que reconstruyan lo vivido por las víctimas en perspectiva sociocultural y territorial y describen el uso errado de los *mass media* como canal de difusión de narrativas de segregación, estigmatización y violencia que en forma de noticias falsas se propagan por las redes sociales y colonizan la opinión pública, para generar e incrementar odios.

6 GIORGIO AGAMBEN. *¿Qué es un dispositivo?*, Barcelona, Anagrama, 2015.

A continuación, KITTY MARGARET OWEN MARTÍNEZ indaga el efecto del dispositivo asociado al poder del comunicador en el escenario de la gestión pública, en un caso específico donde la información funciona como estrategia de la administración para conseguir el doble efecto de dotar de credibilidad la acción del funcionario público y fortalecer la ciudadanía activa. Resalta la importancia de la participación del profesional en comunicación en su papel de facilitador y orientador del diseño y la implementación de canales de información del *CEOcrata*, un nuevo tipo de funcionario público que aplica estrategias gerenciales provenientes del ámbito privado en su administración en lo que la autora denomina como la nueva gerencia pública. Tales consideraciones se observan en la práctica a través de la presentación de un estudio de caso en el que la estrategia comunicativa enfocada en objetivos de transparencia ha sido determinante para la buena aceptación ciudadana de la gestión de un alcalde en el Caribe colombiano (ALEJANDRO CHAR-Barranquilla).

En el tercer capítulo, ALDEMAR JULIÁN LIBREROS SERNA y MARÍA ALEJANDRA OLARTE MOLINA se interesan por el ámbito de poder de los Gobiernos autoritarios en el que el dispositivo busca generar efectos ligados a la manipulación de masas a través de la estrategia de las noticias falsas o *fake news*. Sus observaciones se particularizan en el caso del actual Gobierno venezolano, para lo que aplica análisis textual a sus comunicaciones vía Twitter sobre acciones a favor de la población centradas en un programa de repartición de alimentos. En tales trinos, el autor identifica narrativas fabricadas que buscan el control social y obtener para el Gobierno una imagen de efectividad que dista en mucho de su inoperancia, con facilidad verificable en la realidad.

El último capítulo lo constituye un análisis realizado por EDUARDO MARÍN CUELLO sobre el poder del líder carismático que acude al dispositivo, en busca de efectos vinculados a la validación de su ideología a través de la estrategia de una comunicación noticiosa diseñada para generar movilización social. A partir de un estudio de caso sobre el uso de dicha estrategia por parte de un movimiento político que desplazó en recientes elecciones a Gobiernos hegemónicos de tradición en el Caribe colombiano (Movimiento Fuerza Ciudadana, líder CARLOS EDUARDO CAICEDO OMAR, de Santa Marta) el autor identifica el papel de la prensa en tal logro, señala las características que configuran un dis-

curso populista y muestra de qué manera se acudió al dispositivo para configurar “burbujas cognitivas” y versiones de la realidad en prensa para ganar adeptos al movimiento.

Desde estas diferentes perspectivas sobre el dispositivo de poder de los *mass media*, los capítulos confluyen en torno a la identificación de los fines buscados y las estrategias aplicadas mediante el dispositivo. El amplio y pertinente marco teórico de cada capítulo sobre las categorías centrales (posverdad, memoria histórica, educación para la paz, *CEOCRACIA*, comunicación estratégica, noticias falsas, populismo mediático) se combina con la presentación de caso para dotar al libro de un plus especial en lo que refiere a su aporte al estado del arte en la materia, en primer lugar, por la concreción empírica en el contexto latinoamericano a partir de dos países representativos de la región como lo son Colombia y Venezuela, y en segundo lugar, por el detalle con que se describe cómo se pone en marcha la estrategia del dispositivo para conseguir el fin buscado, lo cual sin duda se constituye en un complemento *sine qua non* para todo lector interesado en comprender el funcionamiento del engranaje mediático dentro de distintas maquinarias de poder.

Es de resaltar que con sus fortalezas teóricas, metodológicas y analíticas, el libro se constituye en fuente válida de consulta, no solo para lectores con intereses académicos sobre discusiones que critican el uso de los medios de comunicación como vía de exclusión, estigmatización y ocultamiento, sino también para los que se interesen en el papel del dispositivo como escenario para preservar la memoria de los que no pueden ser olvidados, visibilizar al que ha sido ocultado, mejorar lo que puede ser optimizado y valorar lo que ha sido subvalorado.

Por último, es insoslayable hacer referencia al interés de los autores por entregar una obra que incluya el factor ético, un objetivo derivado en gran medida del compromiso con la labor en docencia e investigación que todos ejercen, que se materializa en una reflexión sobre la responsabilidad ética de los medios de comunicación en dos sentidos: por un lado, para criticar su instrumentalización por parte de actores que pugnan por mantener su poder o debilitar el de sus contrincantes, en una lucha cuyo principal efecto colateral es la pérdida del valor de la verdad y manipulación, segregación y odio en la que el dispositivo funciona como cómplice, y por otro lado, su buen uso como vía para ganar en eficiencia en la gestión pública y facilitar el empoderamiento ciuda-

dano, situación en la que el dispositivo actúa como aliado. Así mismo, la obra representa un resultado del compromiso ético de la universidad como instancia generadora de instrumentos analíticos, críticos y propositivos sobre problemas que afecten a la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

AGAMBEN, GIORGIO. *¿Qué es un dispositivo?*, Barcelona, Anagrama, 2015.

FOUCAULT, MICHEL. *La arqueología del saber*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2013.

CAPÍTULO PRIMERO

EDUCACIÓN, MEMORIA Y CULTURA DE PAZ EN LA ERA DE LA POSVERDAD: REFLEXIONES CRÍTICAS DESDE EL CASO COLOMBIANO

EDIMER LEONARDO LATORRE IGLESIAS
MARÍA ALEJANDRA OLARTE MOLINA⁷

RESUMEN

Los resultados de investigación que se presentan en este capítulo de libro, precisan la importancia de la memoria histórica y su relación con la pedagogía en la era de la posverdad. Como campos en disputa, estas dos grandes dimensiones, adquieren vital importancia para materializar escenarios de paz en una sociedad transicional como la colombiana. El uso del paradigma holístico en la investigación, así como la integración de información cualitativa y cuantitativa, evidencian la necesidad de repensar el rol del docente en la co-creación mediadora de una cultura de paz, que se constituya para las víctimas del conflicto en Colombia en una garantía de no repetición.

7 Los autores: EDIMER LEONARDO LATORRE IGLESIAS es Sociólogo egresado de la Universidad de Antioquia, Doctor en Sociología Jurídica e Instituciones Políticas de la Universidad Externado de Colombia, Posdoctor en Educación, Ciencias Sociales e Interculturalidad de la Universidad Santo Tomás de Colombia. Categorized como investigador Senior por Minciencias en la Convocatoria 833 de 2018. Hoy es director del grupo de investigación Joaquín Aarón Manjarrez, adscrito a la Escuela de Derecho de la Universidad Sergio Arboleda seccional Santa Marta, Colombia. *e-mail*: [edimer.latorre@usa.edu.co]. MARÍA ALEJANDRA OLARTE MOLINA es Comunicadora Social y Periodista egresada de la Universidad Sergio Arboleda de Santa Marta, es Especialista en Docencia e Investigación Universitaria y Magíster en Educación de la misma universidad. Hoy es investigadora del grupo de investigación Comunicación y Sociedad del Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Sergio Arboleda de Santa Marta. *e-mail*: [maria.olarte@usa.edu.co].

Palabras clave: Posverdad; Memoria histórica; Educación para la paz; Políticas públicas; Basurización simbólica.

ABSTRACT

The research results presented in this chapter of book specify the importance of historical memory and its relationship with pedagogy in the era of post-truth. As disputed fields, these two great dimensions acquire vital importance to materialize peace scenarios in a transitional society such as Colombia. The use of the holistic paradigm in research, as well as the integration of qualitative and quantitative information, demonstrate the need to rethink the teacher's role in the mediating co-creation of a culture of peace that is constituted for the victims of the conflict in Colombia in a guarantee of non-repetition.

Keywords: Post-truth; Historical memory; Education for peace; Public policies; Symbolic garbage.

I. INTRODUCCIÓN

*Sin embargo, creo en verdad que estamos frente a ese momento de supremo peligro que es, a la vez, aquel en el que crece lo que nos puede salvar...*⁸

El trabajo que se presenta a continuación forma parte de los resultados científicos del trabajo en intergrupos de investigación titulado "Análisis de políticas públicas en América Latina: fin del poder, crisis del Estado y neopopulismos de derecha", que revisa las limitaciones fácticas de Estados débiles para materializar las bondades propias de un Estado social de derecho. Esta ambivalencia entre lo que se propugna en la norma y lo que se materializa en la realidad es el marco teórico en el cual se analiza el rol de la educación para consolidar políticas públicas, en especial, el decisivo y relevante factor del docente para co-crear el escenario anhelado de posconflicto que la sociedad colombiana reclama y merece. Parte de sus resultados fueron socializados en el Congreso Internacional de Pertinencia de la Educación, desarrollado

8 ERNESTO SABATO. *España en los diarios de mi vejez*, Buenos Aires, Seix Barral, 2004, p. 16.

en el Campus Puebla del Colegio de Postgraduados en el mes de agosto de 2019.

La estructura de este trabajo asumió una visión metodológica basada en el paradigma de la investigación holística. En su construcción y desarrollo argumental integró técnicas cualitativas y cuantitativas. Proponen los autores, una mirada interdisciplinaria al problema de la deshumanización del otro en contextos asimétricos, excluyentes y polarizados.

En el primer aparte, se analiza el contexto socio histórico entre la educación y el surgimiento de las *fake news*, el segundo aborda la coyuntura colombiana y los procesos abruptos de violencia física y su correlato de violencia simbólica, enmarcada en la tendencia denominada posverdad. En la tercera parte, se analiza la relación entre memoria y educación como campos en disputa. El trabajo finaliza con unas posibles líneas de acción para alcanzar el diálogo entre memoria y pedagogía en la era de la posverdad.

II. COLOMBIA EN UN CONTEXTO TRANSICIONAL: ENTRE LAS NARRATIVAS DEL DOLOR Y LA BASURIZACIÓN SIMBÓLICA

... actualmente hay mucho miedo, y es un miedo que está a menudo entremezclado con la ira, la culpa (que se atribuye a otros) y la envidia. El miedo tiende con demasiada frecuencia a bloquear la deliberación racional, envenena la esperanza e impide la cooperación constructiva en pos de un futuro mejor⁹.

Los gritos desgarradores de un niño de nueve años, que ve con impotencia el cadáver de su madre tirado en una de las calles polvorientas, llenas de cambuches del barrio de invasión 9 de agosto en Tierralta, Córdoba, consternaron a Colombia y al mundo. El niño se daba golpes contra las paredes y profería alaridos de dolor al presenciar el vil asesinato de su madre. Sicarios en moto, con dos fulminantes impactos de bala, segaron la vida de la líder social MARÍA DEL PILAR HURTADO MONTAÑO¹⁰ de tan solo 34 años de edad, quien no alcanzó a despedirse como sagradamente lo hacía: dándole un beso a su hijo todas las mañanas.

9 MARTHA CRAVEN NUSSBAUM. *La monarquía del miedo: una mirada filosófica a la crisis actual*, Barcelona, Paidós, 2019, p. 23.

10 Puerto Tejada, Cauca, Colombia, 1985-Tierralta, Córdoba, Colombia, 21 de junio de 2019.

El viernes 21 de junio de 2019, a las 7:35 de la mañana, la reconocida líder social, recicladora y defensora de la legalización de lotes baldíos, se convirtió en una más de las estadísticas que nutren el sistemático y hasta el momento imparable asesinato de líderes sociales en Colombia. Tierralta, Córdoba es uno de los territorios colombianos caracterizados por ser receptor constante de campesinos desplazados por las diferentes neo-organizaciones criminales que operan en el “Nudo de Paramillo”; escuadrones de la muerte que obligan a los parceleros a sembrar y recolectar la preciada hoja de coca. El asedio constante para que preserven los cultivos ilegales hace que muchos prefieran desplazarse, situación que acrecienta las periferias de los barrios marginales de este municipio colombiano como única manera de huirle a la criminalidad al invadir lotes alejados del casco urbano.

Por desgracia, la invasión que buscaba legalizar HURTADO MONTAÑO “la mujer del chatarrero”, es un terreno estratégico que casi que se constituye en la única puerta de entrada al megaproyecto hidroeléctrico de Urrao. Estos terrenos pertenecen al actual alcalde de Tierralta, Córdoba. Por extraño que parezca, el debate sobre este cruel y bárbaro acto presenciado por un niño, en principio se centró sobre si la asesinada mujer era líder o no, si estaba amenazada o no lo estaba, algunos defensores acérrimos de la ultraderecha en Colombia la tildaron de criminal invasora y el secretario de seguridad de Tierralta insistió en que la víctima no era reconocida como una lideresa social. Más adelante se trató de desviar el asesinato a la famosísima frase que hace curso en Colombia: “al parecer, era por problemas personales”.

Pese a lograr unos acuerdos de paz con la guerrilla de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia-Ejército del Pueblo –FARC-EP–, las fracturas por la violencia socio estructural colombiana aún se mantienen. El Estado colombiano no logra de manera total el monopolio de la fuerza, dadas las condiciones de violencia focalizada que todavía padece la zona rural colombiana y grandes porciones de territorio, históricamente precario en cuanto a presencia institucional. En medio del interregno transicional que implica la asunción del acuerdo de paz, el país vivencia de forma incruenta nuevas formas de violencia. Entre enero de 2016 hasta mayo de 2020, es decir, casi tres años después del punto final y de los inicios de reincorporación de los exguerrilleros a

la vida civil, han sido asesinados más de 702 líderes sociales y 242 ex-combatientes de las FARC, es decir, un total de 944 personas asociadas con el proceso transicional de paz¹¹.

Estos asesinatos están georreferenciados, dado que la mayoría de las víctimas se encuentran en las zonas que fueron en su momento escenarios de conflicto tales como Antioquia, Cauca y Nariño. Es necesario recalcar que la mayoría de los líderes asesinados pertenecen a minorías y comunidades rurales, siendo que el 70% de las víctimas luchaba por medios legales para proteger el territorio y los ingentes recursos naturales. Sus perpetradores en su mayoría pertenecen a grupos residuales, la guerrilla del Ejército de Liberación Nacional –ELN–, del Ejército Popular de Liberación –EPL– y lamentablemente a las fuerzas oscuras del Estado.

La debilidad en el control territorial y en la fuerza institucional es la que ha permitido que se preserven de forma metamorfoseada estas manifestaciones violentas y, así mismo, logra que las zonas alter-legales en Colombia pervivan¹² y que de una manera u otra terminen por minar la de por sí ya existente debilidad Estatal en un círculo reactivo. Estos espacios geográficos que se caracterizan por la no presencia del Estado, arman contra Estados locales, en ocasiones en organizaciones criminales que imponen a sangre y fuego regulaciones de la vida social.

En medio de esta ola de violencia focalizada y selectiva, se torna preocupante que las víctimas sean silenciadas con mecanismos y estrategias de distracción mediática. En principio se debate sobre su legitimidad como portavoz de minorías o grupos étnicos, luego se demerita y al final se olvida, por lo que se podría denominar como una ignorancia selectiva, donde la víctima es convertida en causante de su propia tragedia.

Expresiones como: *algo hizo... por algo sería... el que la debe la paga...* y, como ya lo señaló DANIEL PÉCAUT en su momento¹³, el culpable, el victimario, termina por ser generalizado y su nombre se diluye en una simple abstracción que lo oculta y lo protege. Expresiones como: *se lo*

11 OBSERVATORIO POLÍTICO ELECTORAL DE LA DEMOCRACIA. *Informe sobre violencia política desde el inicio del calendario electoral*, Bogotá, Misión de Observación Electoral –MOE–, 2020.

12 EDIMER LEONARDO LATORRE IGLESIAS. "Postconflicto y menores infractores", en *íd. Sistema de responsabilidad penal adolescente en una sociedad transicional: una mirada interdisciplinaria al caso colombiano*, Bogotá, Universidad Sergio Arboleda, 2018.

13 DANIEL PÉCAUT. *Guerra contra la sociedad*, Bogotá, Planeta, 2001.

llevó la violencia... lo mató la violencia... Estos mecanismos de invisibilización mediática podrían constituirse en una basurización del otro, una forma de deshumanizar a la víctima y de traducir el dolor de su muerte en emociones que se deriven hacia el miedo y el asco¹⁴.

La categoría de basurización simbólica es extrapolada de manera innovadora por ROCÍO SILVA SANTISTEBAN¹⁵ para explicar la degradación en la alteridad de los pobres, de los marginales, de las víctimas, de los excluidos por procesos hegemónicos y formas de dominación bastante signadas por la violencia y la muerte. La mencionada autora entiende estos procesos de basurización como los mecanismos usados para fragmentar y preservar la exclusión, en un entramado donde los *mass media* juegan un rol vital en la construcción de estigmas: el telepobre, el desplazado, el marginal, el migrante, la víctima, el precario.

La basurización simbólica de la víctima se entiende como el proceso que se posiciona gracias al poder de los *mass media* y de sus primacías configuracionales de los marcos cognitivos de los consumidores ávidos del terror telegénico. La víctima en Colombia, por ende, produce dos emociones muy interrelacionadas: asco y miedo. El asco a estar cerca de ese ser desposeído y el miedo al daño que pueda ocasionar su proximidad.

Estas construcciones estereotipadas con exageración del otro, posibilitan que el portador del estigma, de la marca indeleble, se convierta en un excremento que debe ser evacuado, botado y al mismo tiempo generan cohesión sobre lo que hay que limpiar, de ahí la idea de un vertedero, donde podamos arrojar a los históricamente excluidos. En este sentido, precisa SILVA SANTISTEBAN que: "La basurización simbólica es, pues, la forma como mantenemos al otro como una alteridad radical que no escuchamos, un espacio de descargo y descarga, cuerpo que debe ser evacuado del sistema de forma anónima para que todo siga funcionando"¹⁶.

Los procesos de vertimiento simbólico ocurren en Colombia desde los inicios de la colonización a sangre y fuego por los conquistadores españoles. Estos procesos aún permean los imaginarios: indio, negro,

14 NUSSBAUM. *La monarquía del miedo: una mirada filosófica a la crisis actual*, cit.

15 ROCÍO SILVA SANTISTEBAN. *El factor asco: basurización simbólica y discursos autoritarios en el Perú contemporáneo*, Lima, Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, 2008.

16 *Ibíd.*, p. 93.

mestizo, que por obvias razones deviene en el pobre histórico. Luego, con el auge de la república liberal en el siglo XIX, estos apelativos se direccionaron a los no ciudadanos, con el famoso miedo al pueblo. Este miedo era portador de los imaginarios históricos y depositaba en “los de ruana” los estigmas fundacionales, que convierten a los pobres históricos en los aplazados, en los ciudadanos postergados y, por ende, el Estado y su utopía redistributiva se constituía en una ficción inalcanzable para este tipo de poblaciones.

La producción de basura simbólica se direcciona a la creación de *e-paranoias*¹⁷, que con narrativas bastante virales, se propagan en las redes sociales y colonizan la opinión pública, exacerbando nuestros odios, lo que impide entender y escuchar al otro. En ese sentido, el pobre se encuentra silenciado y sin posibilidades de ser escuchado, lo triste de esto, es que con el poder mediático termina por creer que, en el fondo, él solo es basura que debe ser ocultada en el tapete de la historia. Aquí adquieren una importancia vital las luchas por el campo de construcción, rescate y escritura de la memoria y, como es obvio, lo que nos convoca en este espacio, el viejo campo de dinámicas de poder y de lucha por su control hegemónico: la educación.

17 EDIMER LEONARDO LATORRE IGLESIAS. “Cicatrices en la memoria: posconflicto, *mass media* y víctimas. Un acercamiento cualitativo a la tierra del olvido”, en BERÓNICA NARVÁEZ MERCADO. *Apuntes del derecho y la justicia en un mundo globalizado*, Sincelejo, Editorial Cekar, 2020.

III. LA EDUCACIÓN, UNA HERRAMIENTA EFECTIVA CONTRA LA POSVERDAD

En 2016 el diccionario Oxford dio una señal de alarma sobre el efecto de la proliferación de las noticias falseadas al proponer como la palabra del año el término post-verdad (post-truth). Se trata de un término que se relaciona con un fenómeno notable y muy extendido: que los hechos objetivos estén perdiendo paulatinamente peso ante discursos que introducen una buena dosis de idealidad o de falta de realidad y de manipulación, dando origen a unos discursos en los que se manipula a los individuos, atendiendo a su ideología a las creencias, costumbres y especialmente a los sentimientos¹⁸.

Todos los fenómenos que aparecen en las diversas dinámicas humanas afectan de una u otra manera a la educación en cualquiera de sus procesos. En consecuencia, es necesario estudiarlos para estar alertas y tomar las decisiones más correctas que permitan atenuar o mitigar por lo menos, el impacto negativo que estos pueden causar y contribuir con la formación en capacidades y habilidades para su detección, análisis, valoración y la posterior toma de decisiones.

Uno de estos fenómenos es el que nos convoca: las *fake news*, ya los estudiosos del tema han visto cómo cala en los procesos educativos en disímiles aspectos entre los que cabe destacar el uso de fuentes no correctas a la hora de sustentar un texto, la necesidad de transformar parte del currículo para introducir el estudio de las redes sociales y las plataformas digitales, la manipulación de los sentimientos y lo que conlleva como una seria amenaza a la formación en los estudiantes: la imposibilidad de desarrollar la capacidad crítica y analítica, la lectura desde la intertextualidad, la alfabetización mediática, la resignificación de lo ético, lo cívico y la política misma, entre otros, aspectos importantes que dependen mucho de la educación que recibe un individuo, en la escuela o fuera de ella.

Pero, ¿cuál es el campo conceptual alrededor de las *fake news*? Se conoce como falsas noticias, pero es importante señalar que, aunque pareciera una actividad nueva en la publicitada época de la posverdad,

18 JOSÉ MANUEL PÉREZ TORNERO, SAMY TAYIE, SANTIAGO TEJEDOR CALVO y CRISTINA PULIDO RODRÍGUEZ. "¿Cómo afrontar las noticias falseadas mediante la alfabetización periodística? Estado de la cuestión", en *Doxa Comunicación*, n.º 26, 2018, pp. 211 a 235, disponible en [<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6507799>], p. 215.

este ha existido siempre. Por ejemplo, en España se le conoce como *bulos*, noticia falsa que se difunde, por lo general, con el fin de perjudicar a alguien. Es común escuchar “no hago mucho caso del rumor, pues puede tratarse solo de un bulo”.

Los *bulos* ya se encontraban en el siglo XVIII en las gacetas, estos y los libelos eran empleados por los reyes. Además, se tiene noticia que en el siglo XX “los totalitarismos se sirvieron de falsedades como herramienta de desinformación propagandística”¹⁹. Pero es gracias a internet que este fenómeno bautizado como *fake news* adquiere una imagen caracterizada por “velocidad, amplitud y universalidad, vectores que potencian el auge de su difusión amparados en la participación, el anonimato, la fuente oculta y la dificultad para borrar su rastro”²⁰. Además, WARDLE conceptúa que las falsas noticias corresponden a un

Desorden de información a la desinformación, explica que esta se produce cuando nos referimos a noticias que no están verificadas, cuando nos referimos a información falsa de forma consciente a través de la información para hacer daño, así como a la mala información que se construye para dañar²¹.

Sobre la aparición de las *fake news* es posible que sean el resultado de las nuevas tecnologías y surgieron después de que GEORGE ORSON WELLES²² y la compañía teatral Mercury provocaran el caos en Estados Unidos, al retransmitir un aparente ataque alienígena que generó pánico colectivo. Sin embargo, algunos prefieren hablar de desinformación y no de falsas noticias. Se tiene seguridad de que estas en la actualidad corren como pólvora y van de un medio a otro de manera tan veloz que se hace casi imposible erradicarlas, allí está la complejidad para controvertirlas.

19 ÁNGELES FERNÁNDEZ BARRERO. “La expansión del rumor en los medios digitales”, en FERNANDO SABÉS TURMO y JOSÉ JUAN VERÓN LASSA (eds.). *Universidad, investigación y periodismo digital*, Aragón, Asociación de Periodistas de Aragón, 2014, pp. 19 a 36, disponible en [<http://decimoquinto.congresoperiodismo.com/pdf/libro2014.pdf>], p. 30.

20 MARIÁN ALONSO GONZÁLEZ. “Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información”, en Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, n.º 45, 2019, pp. 29 a 52, disponible en [<https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/8399/8424>], p. 31.

21 Mencionado por *ibíd.*, p. 31.

22 Kenosha, Wisconsin, 6 de mayo de 1915 - Los Angeles, 10 de octubre de 1985.

La aparición del fenómeno *fake news* conduce a que en cualquiera de los niveles escolares se oriente al estudiante a cuestionarse, a analizar la información que consume, a entender que una historia está inmersa en una mayor. Muy bien lo explican PETER LEVINE y otro al afirmar que:

En una sociedad caracterizada por instituciones cívicas débiles, un discurso público balcanizado y un compromiso cívico profundamente desigual, las escuelas pueden ofrecer a todos los jóvenes oportunidades para aprender hechos y habilidades fundamentales, interactuar entre ellos y con sus comunidades y desarrollar disposiciones y valores de aprendizaje cívico de apoyo, cuando se hace correctamente, es el mejor vehículo para capacitar a los jóvenes para sostener nuestra democracia. La evidencia muestra que la educación aumenta el conocimiento, las habilidades y la disposición de los jóvenes y luego los dota de herramientas para sumir la trayectoria para ser ciudadanos activos y pensar como adultos²³.

Esto implica que las instituciones educativas deban transformar sus currículos para integrar temas relacionados con la cívica, la ética y el verdadero sentido de la democracia. El compromiso de la educación para formar individuos con las competencias necesarias para interpretar las noticias y determinar la verdad o la falsedad de ellas ha sido una decisión de instituciones de Estados Unidos con aulas digitales como Checkology, con la cual se dota a los estudiantes de las habilidades para valorar la información que llega a ellos. MARIANA LIMÓN RUGEIRO hace mención a centros educativos donde ya se hacen esfuerzos por superar este fenómeno de las falsas noticias. Ella dice que en:

La Escuela de Periodismo de la Universidad de Stony Brook, por otra parte, tiene el Center for News Literacy (Centro para Alfabetización Mediática) que, entre otros recursos, ofrece el curso de alfabetización de noticias en línea “Making Sense of the News: News Literacy Lessons for Digital Citizens”, al que se puede acceder a través de Coursera (2019). Igualmente, en Italia se trabaja desde el Ministerio de Educación por habilitar a las personas para el reconocimiento de las falsas noticias²⁴.

23 PETER LEVINE y KEI KAWASHIMA-GINSBERG. *The republic is (still) at risk –and civics is part of the solution, A Briefing Paper for the Democracy at a Crossroads National Summit*, Medford, MA, Jonathan M. Tisch College of Civic Life, Tuft University, September 21, 2017, pp. 1 a 33, disponible en [<https://www.civxnow.org/sites/default/files/resources/Summit-WhitePaper.pdf>], p. 3.

24 MARIANA LIMÓN RUGEIRO. Observatorio de Innovación Educativa, Universidad de Monterrey, 25 de abril de 2019, disponible en [<https://observatorio.tec.mx/edu-news/que-pueden-hacer-los-docentes-para-combatir-las-noticias-falsas-alfabetismo-de-noticias>].

Es una responsabilidad de la educación formar individuos capaces de razonar. Por esto se habla de una formación para la democracia, lo cual implica el reconocimiento del otro, de sus derechos, del respeto, de las libertades individuales y colectivas. Al verse envuelta una sociedad en un maremágnum de información, corresponde a las instituciones educativas ayudar en la preparación de sujetos pensantes y capaces de entender que en las redes sociales existe un gran peligro si no se asume con criticidad lo que estas ofertan para consumir como cierto.

Forma parte del ser democrático, cívico y ético estar con la verdad y a favor de ella. Ahora bien, en la responsabilidad de dotar a los sujetos de habilidades para detectar la verdad o falsedad de la información que circula y de la cual depende la toma de decisiones muy importantes no escapan las universidades. A estas, como afirman MARIO LAGOMARSINO MONTOYA y otros, les corresponde:

... educar individuos en su perspectiva global, esto es, en tanto conocedores de su lugar en el entramado social y humano. En este sentido, se debe poner acento en los planes curriculares en las competencias para la vida profesional que abarquen áreas que consideraríamos indispensables para el desarrollo ciudadano tales como la democracia, sus características y desafíos en el trabajo y en la vida cotidiana; la gobernanza, con sus posibilidades y limitaciones, considerando que cada profesional debe potenciar sus capacidades de toma de decisiones y liderazgo²⁵.

Además, en esta disertación hay que reconocer que los procesos educativos se ven permeados por un excesivo cúmulo de contenidos, de datos, de información que es urgente decantar, contrastar y verificar. Pareciera que la verdad se diluye, se pierde y la reemplaza lo falso. El internet, las redes y algunas plataformas han creado un estado de desinformación y los estudiantes carecen de herramientas de pensamiento para discernir qué es verdad y qué es mentira, hecho que se da por la ausencia de rigurosidad frente a los contenidos en línea.

25 MARIO LAGOMARSINO MONTOYA, ALEX VÉLIZ BURGOS, ALEX PAVIÉ NOVA y JUAN LUIS NASS ÁLVAREZ. "Educación y democracia. Una alianza necesaria para la sociedad abierta y contra la demagogia, conducida por la *fake news*", *Utopía y praxis latinoamericana: Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social*, año 24, n.º extra 4, 2019, pp. 137 a 146, disponible en [<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7529042>], p.145.

ALFONSO GUTIÉRREZ-MARTÍN, ALBA TORREGO-GONZÁLEZ y MIGUEL VICENTE-MARIÑO validan la existencia de un contexto fácil para la difusión de *fake news* en YouTube (junto con otros lugares en línea), en desarrollo de intereses comerciales, “clickbaits” y como “acciones aleatorias”. MARÍA-CARMEN RICOY, CRISTINA SÁNCHEZ-MARTÍNEZ y TIBERIO FELIZ-MURIAS trabajaron en los temas de credibilidad y falsedad de las noticias en línea. Los autores señalan problemas de credibilidad en línea, pero también aspectos positivos de la cobertura de noticias, contribuyen también a un debate optimista sobre cuestiones de confianza y noticias en línea.

Dentro de las instrucciones que pueden seguirse, con el propósito de encontrar la verdad, es necesario observar que quien lee lo que se publica, no debe quedarse solo con los titulares, hay que leer todo el texto, se debe identificar la posibilidad de que sea una broma o que haya humor en la noticia, identificar si es un medio satírico quien informa, verificar la fuente, el autor de la frase que se cita, tener en cuenta los *hashtag #stopbulos* y otras señales de alerta. Así mismo, es conveniente determinar aquellas noticias a las cuales se les agregan datos incorrectos que solo mueven la polémica para hacer alabanza de una ideología.

En este terrible juego de compartir noticias falsas participan personas de muchas edades. Un caso significativo está en manos de jóvenes que han encontrado en ello una manera de monetización sin importarles el daño que puedan causar. Ejemplo de esto es el caso de Veles, una localidad de Macedonia a orillas del río Varda. Allí existen más de 100 sitios *web* donde se comercializan falsas noticias, pero que dejan buenos dividendos a quienes las comparten, a tal punto que el alcalde de Veles, SLAVCO CHEDIEV, considera esto como un caso de éxito para la ciudad.

En el campo del periodismo hay una crisis en la cual es difícil detectar la verosimilitud de lo que se transmite o se comunica.

La consultora Gartner sostiene en su último informe de “Predicciones tecnológicas para el 2018” que en el 2022 el público occidental consumirá más noticias falsas que verdaderas y que no habrá suficiente capacidad, ni material ni tecnológica, para eliminarlas²⁶.

26 ALONSO GONZÁLEZ. “*Fake News*: desinformación en la era de la sociedad de la información”, cit., p. 31.

Hecho lamentable para las audiencias que se guían por lo que leen o escuchan y que a partir de esa información toman grandes determinaciones que afectan la vida social, política, económica, en general, todo el actuar humano.

Y por último, qué decir de cómo afectan las *fake news* a las nuevas formas de leer, proceso que también es un reto educativo. Para sortearlo se requiere del desarrollo de excelentes niveles de interpretación y de una lectura intertextual e hipertextual para contrastar la información desde varios ángulos y miradas: “De hecho, para criticar las noticias falsas en el contexto de las redes sociales, uno necesita una lectura intertextual, afectiva y en red del contenido en cuestión”²⁷.

Leer en pleno siglo XXI requiere de agudeza, de profundidad, de la capacidad de profundizar en las diversas fuentes, de dudar hasta encontrar la verdad. Un buen lector acompañado de altas competencias frente al acto de descifrar la información corre menos riesgo de ser engañado. En suma, en estos tiempos en que han surgido fenómenos nuevos, unos positivos y otros que atentan contra la veracidad, se hace necesario pensar con responsabilidad en todo el cúmulo de información y de contenido que se distribuye en distintos canales.

Se requiere de una mente capaz del raciocinio profundo, de la duda ante todo aquello que se le coloca por delante, de la capacidad de ver en la subyacencia otros mensajes, en fin, de tener las habilidades para quitar la máscara de aquello que se oculta con propósitos, tal vez mal sanos, esto solo se puede lograr si la educación asume otras retos muy necesarios en los tiempos de incertidumbre, uno de ellos es la preservación de la memoria y de la historia no hegemónica.

27 LUCY PANGRAZIO. “What’s new about ‘fake news’?: Critical digital literacies in an era of fake news, post-truth and clickbait”, en *Páginas de Educación*, vol. 11, n.º 1, 2018, pp. 6 a 22, disponible en [<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6761592>], p 12.

IV. LA VIOLENCIA DE PROCUSTO:

LA MEMORIA Y LA EDUCACIÓN COMO CAMPO EN DISPUTA

*Cuando nos hagamos responsables del dolor del otro,
nuestro compromiso nos dará un sentido
que nos colocará por encima de la fatalidad de la historia*²⁸.

La mitología griega nos brinda un preclaro ejemplo de lo que ocurre en las aguerridas disputas por el control del campo de la memoria y de la educación. El gigante asesino PROCUSTO²⁹ tenía la costumbre de ser un excelente anfitrión, en especial cuando honraba a sus invitados a compartir su lecho. Cuando se acostaban en la cama, muy pequeña para el tamaño del huésped, PROCUSTO levantaba su filosa hacha y de manera rápida y eficaz cortaba las extremidades o la cabeza que quedaban por fuera de la misma³⁰.

Denominamos síndrome de Procusto a la fuerte tendencia de imponer violencia simbólica, de cortar, deformar y guillotinar la narrativa de las víctimas y de reescribir la memoria en Colombia ajustándola al relato de los vencedores. Una historia que, como lo explica ANTONIO CABALLERO³¹, ha sido escrita hasta el cansancio como un relato centralista donde las élites son “heroizadas” y lo marginal, los aplazados históricos, no figuran.

En un país donde la violencia política se normaliza y, por tanto, hace parte de las prácticas habituales, el vencedor, en última instancia no es solo el que elimina físicamente a su antagonista, sino el que vence en la construcción del relato y el que impone la narrativa de su propia historia. Así como en las lógicas semióticas cotidianas, hoy como antinomia de la memoria histórica se presenta el meta-relato de la posverdad, como punta de lanza de quienes sostienen la guerra como motor de la política y la sociedad. Una posverdad que de manera ambivalente es contraria a la verdad, una forma muy subjetiva de deformar la construcción colectiva del conocimiento y de afianzar relatos reactivos que preservan discursos hegemónicos de poder e injusticia.

28 SABATO. *España en los diarios de mi vejez*, cit., p. 225.

29 Del griego antiguo Προκρούστης *Prokroústēs* o Procrustes, “estirador”.

30 NASSIM NICHOLAS TALEB. *El lecho de procusto*, Barcelona, Paidós, 2019.

31 ANTONIO CABALLERO. *Historia de Colombia y sus oligarquías (1498-2017)*, Bogotá, Crítica, 2018.

De manera subyacente, la memoria histórica es un campo en disputa, porque en esa correlación de fuerzas el vencedor obtiene un vigoroso botín: La verdad, pero no entendida esta como un relato científico construido con criterios historiográficos o sociológicos. Por ello, la memoria histórica hace parte de la historia viva, es también el relato social sobre el cual las sociedades determinan la base de su accionar.

No hacemos referencia a la memoria en su sentido fenomenológico, o como un relato lineal y consecutivo ordenado en el tiempo y en el espacio. Contrario a ello, la memoria viva es la posibilidad de mirarnos en el espejo de las generaciones que nos antecedieron, nos referimos a la memoria como una forma de otredad, es decir, es la concreción de la alteridad y en ello sus símbolos, saberes y circunstancias, por lo que se les debe garantizar la igualdad en el trato y la consideración debida.

En este orden de ideas, se puede afirmar que las memorias históricas son el fundamento de la reconciliación en la medida en que la víctima y el victimario den pasos certeros para establecer un diálogo permanente, mientras que la posverdad como narrativa deformada preserva el discurso de negación de la posibilidad del otro y termina por acentuar la violencia como única vía para la resolución de los conflictos. En últimas, la memoria histórica es también memoria sociológica.

En virtud de lo anterior, como antípoda de la memoria histórica, la seductora narrativa de la posverdad se convierte en la posibilidad de construir discursos donde el vencedor prevalece y el vencido desaparece, ello quiere decir que la víctima se convierte en solo una somera circunstancia que se diluye y por tanto se desvanece en el tiempo y en el espacio. Cuando los vencedores y los detentadores del poder niegan la historia, la deforman, la reescriben, es porque han entendido que un pueblo sin historia está condenado a la inmovilidad, al ostracismo, al destierro, a la violencia y a la muerte, justamente en el rescate de las narrativas del vencido se encuentra la posibilidad de la redención y el cierre de las heridas abiertas a sangre y fuego.

Sin duda, la educación en Colombia, dadas sus circunstancias socio-políticas e históricas, es otro de los grandes campos en disputa, porque la educación es en esencia, eje fundante y el motor de la edificación de cultura, entendida esta como parte de la totalidad humana, también es el fundamento de las distintas formas de episteme, constructos axiológicos e incluso de la estética. Pero lo que determina las razones por las cuales la educación es un campo en disputa, es que la escuela es un actor protagónico en los procesos de construcción de memoria histórica.

Hoy el contexto colombiano advierte por sus mismas características la necesidad de pedagogías para el conflicto que logren materializar las ventajas del posconflicto en medio del interregno transicional. Al hablar de cultura de paz, se debe de manera inexorable hacer referencia, a su vez, a una educación para la paz. Asumir este tema es de igual forma referirse a la posibilidad de vislumbrar un replanteamiento pedagógico del rol del docente dentro y fuera del aula.

Ello implica que redefinir la educación debe pasar por una nueva edificación y estructuración de la relación docente-discente con miras a entender la naturaleza del conflicto histórico colombiano, sus actores, las víctimas, los victimarios y en especial lo ocurrido, para por fin poder garantizar la no repetición, en este sentido adquiere total validez lo señalado por DE ZUBIRÍA:

... creemos que cuando uno estudia el conflicto y el interés emancipatorio, anticipado, es la necesidad de modificar el conflicto. Es decir, que no estudiamos el conflicto para engolosinarnos con un cierto cientificismo de su funcionamiento, sino porque de antemano, amamos y luchamos anticipatoria y críticamente, para la transformación de ese conflicto en otro tipo de conflicto³².

La construcción de una educación para la paz se constituye en la probabilidad de establecer un diálogo constante para la gestión adecuada de los conflictos, del mismo modo, hablar de pedagogías para la paz implica de forma inexorable proponer innovaciones en la práctica docente que permitan asumir el conflicto como un espacio para la inclusión y el cambio social, lo anterior bajo el entendido de que no hay posibilidad de comprender las complejas relaciones humanas por fuera de las lógicas de la conflictividad. Para explicar lo anterior, el pensador colombiano ESTANISLAO ZULETA de manera lúcida y brillante, lo resumía de la siguiente manera:

32 SERGIO DE ZUBIRÍA SAMPER. "Del conflicto armado al conflicto político en Benjamín y Freud", *Revista Colombiana de Bioética*, vol. 9, n.º 2, julio-diciembre de 2014, pp. 107 a 116, 2014, disponible en [<https://revistas.unbosque.edu.co/index.php/RCB/article/view/715/293>], p. 108.

Una sociedad mejor es una sociedad capaz de tener mejores conflictos, de conocerlos y de contenerlos. De vivir no a pesar de ellos, sino productiva e inteligentemente en ellos. Que solo un pueblo escéptico de la guerra y maduro para el conflicto es un pueblo maduro para la paz³³.

Tres premisas son vitales para dar el debate en torno a una educación que cree cultura de paz y le apueste a procesos de construcción holística de memorias:

1. La escuela es el eje y el faro ético sobre el cual se construye de manera axiológica la paz como práctica social cotidiana.
2. Dadas las circunstancias históricas y sociopolíticas, la escuela ha sido escenario de guerra, por tanto, la pedagogía para la paz debe apuntar a convertir la escuela en un territorio de paz, pero no en un territorio en el ámbito físico, sino que fundamentalmente hace referencia a la comunidad y la cultura, el territorio es el conjunto de relaciones sociales, arraigos culturales y vínculos emocionales determinados por las lógicas intrínsecas e inmanentes a cada región.
3. La escuela como territorio de paz, debe apuntar a construir caminos y agendas de investigación y estos deben repensar la escuela en un sentido crítico, porque la escuela no puede reproducir ejércitos de individuos para repetir y perpetuar lo establecido, en concordancia con lo anterior, la construcción de cultura de paz pasa por repensar el territorio desde la premisa fundamental: la escuela es la base para reconstruir el tejido social y reconfigurar al otro desde una alteridad incluyente.

El ámbito pedagógico no es solo una construcción conceptual, la pedagogía es práctica en sí misma y los quehaceres y avatares propios de la escuela van a permitir el desarrollo de la pedagogía, no solo en su esfera teórica, sino que cada maestro debe comprender su entorno sociopolítico y socioeconómico de manera tal, que también pueda construir perspectivas de innovación y cambio social.

33 ESTANISLAO ZULETA. "Sobre la guerra", *Revista Universidad de Antioquia*, n.º 319, enero-marzo de 2015, disponible en [<https://revistas.udea.edu.co/index.php/revistaudea/article/view/22402/18546>], p. 25.

Cabe resaltar, que es factible que la educación no responda a las lógicas estructurales de los entornos y de las distintas formas de conflicto que allí se manifiestan, por su naturaleza, el conflicto armado colombiano y sus asimetrías se vivenciaron con manifestaciones diferenciales en cada parte del territorio nacional. Por ende, apostarle a la pedagogía como una praxis pluriversal, que logre por fin albergar de manera horizontal la otredad históricamente negada por narrativas de poder y hegemonía, es el primer paso en el largo camino de reconciliación que nos espera.

V. CONCLUSIONES

Nunca, nunca, aunque no pase nada, la gente deja de contar, y si hay infierno, también allí seguiría contando por los siglos de los siglos, dándole cuerda una y otra vez al juguete de las palabras, intentando entender algo del mundo, tanteando en el absurdo de la vida en busca quizá de algún resorte que abra su ciega cerrazón, como la cueva de ALI BABA al conjuro de una palabra mágica, y nos deslumbra el gran tesoro de la razón, de la luz, del sentido exacto de las cosas...³⁴.

Es preciso señalar que construir memoria y paz en perspectiva territorial pasa por descentralizar y de-colonizar los saberes y en ello, la educación resulta una tarea impostergable. Con el objetivo de dar luces sobre las Epistemologías del Sur, BOAVENTURA DE SOUSA SANTOS define este enfoque de la siguiente forma:

El objetivo de las Epistemologías del Sur es posibilitar que los grupos sociales oprimidos representen al mundo como propio y en sus propios términos, pues solo así podrán cambiarlo según sus propias aspiraciones. Dado el desarrollo desigual del capitalismo y la persistencia del colonialismo céntrico occidental, el Sur epistemológico y el Sur geográfico se solapan parcialmente, en particular con respecto a aquellos países que estuvieron sometidos al colonialismo histórico. Pero la imbricación es únicamente parcial, no solo porque las Epistemologías del Norte también prosperan en el Sur geográfico (me refiero al Sur imperial, a las “pequeñas Europas” epistemológicas que se encuentran, y a menudo dominan, en América Latina, el Caribe, África, Asia y Oceanía) pero además porque el Sur epistemológico también se encuentra en el Norte geográfico (Europa y Norteamérica) en muchas de las luchas que se libran allí contra el capitalismo, el colonialismo y el patriarcado³⁵.

34 LUIS LANDERO. *Lluvia fina*, Barcelona, Tusquets, 2019, p. 225.

35 BOAVENTURA DE SOUSA SANTOS. *Epistemologías del Sur*, Buenos Aires, Clacso, 2018, p. 29.

Por ende una mirada desde el Sur a las políticas públicas sobre memoria y educación, debe ser edificada pensando en permitir a las víctimas la reconstrucción de lo vivido en perspectiva sociocultural y territorial, porque la violencia no fue una sola, debemos hablar de violencias, de memorias y el lugar necesario para iniciar este diálogo en una sociedad transicional como la colombiana, escindida en forma abrupta por el radicalismo del miedo y la basurización simbólica del otro, es la escuela y por ende el mediador debe ser el docente.

Tres premisas para reconfigurar este escenario:

1. La política educativa nacional no puede construirse desde las frías oficinas del centralismo, la política educativa no solo puede ser nacional, porque ello quiere decir que deja de lado el carácter territorial de la educación y si se cae en el centralismo pedagógico, caemos abatidos en una unidimensionalidad del saber.
2. Construir cultura para la paz implica formar docentes para la paz, el docente es un sujeto activo de construcción de cultura porque su labor implica también construcción de valores, el docente debe ser ejemplo de cómo arbitrar, mediar y tramitar los conflictos.
3. El docente por su propia naturaleza tiene la capacidad de dirigir desde la ética a los ciudadanos, así como el discente es en la pedagogía moderna el sujeto activo de la construcción de su propio conocimiento, para construir cultura para la paz, el docente es un sujeto activo y creativo de la enseñanza. Con ello se establece una relación dialógica propositiva en la educación.

Recordar que la libertad de cátedra es un principio rector sobre el cual se fundamenta el quehacer del maestro, esta no solo pasa por las libertades individuales en cuanto a su concepción política, sino también en cuanto a su concepción científica, epistemológica, filosófica o teórica, porque la libertad de cátedra no puede girar en torno a expresar una postura de coyuntura política sino también por proponer una postura en cuanto a la religión, la cultura, la economía y la sociedad.

Para dejarlos pensando, iniciamos con ERNESTO SABATO y terminamos con unas palabras de este ya clásico escritor argentino:

Tenemos que absolutamente saber que hay una manera de contribuir a la protección de la humanidad, y es no resignarse [...] Tomar conciencia de la capacidad que cada uno posee puede generar otra manera de vivir, donde el replegarse sobre sí mismo sea escándalo, y los hombres se aproximen a la orfandad del otro como quien va hacia un encuentro imprescindible para la vida³⁶.

BIBLIOGRAFÍA

ALONSO GONZÁLEZ, MARIÁN. "Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información", en Ámbitos. *Revista Internacional de Comunicación*, n.º 45, 2019, pp. 29 a 52, disponible en [<https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/8399/8424>].

CABALLERO, ANTONIO. *Historia de Colombia y sus oligarquías (1498-2017)*, Bogotá, Crítica, 2018.

CASTILLO LIZARDE, ARATH MALAQUÍAS; LÍZBETH MUÑOZ JIMÉNEZ, DANIELA PÉREZ RIVERA, OMAR RODOLFO RAMOS MENDOZA y MARÍA DEL CARMEN VILLEGAS LÓPEZ. *Fake news y el impacto en jóvenes universitarios y de educación básica en relación con las redes sociales en Mexicali*, Mexicali, Universidad Autónoma de Baja California, 2019, disponible en [https://www.academia.edu/40943073/Universidad_Autónoma_de_Baja_California].

DE SOUZA SANTOS, BOAVENTURA. *Epistemologías del Sur*, Buenos Aires, Clacso, 2018.

DE ZUBIRÍA SAMPER, SERGIO. "Del conflicto armado al conflicto político en Benjamín y Freud", *Revista Colombiana de Bioética*, vol. 9, n.º 2, julio-diciembre de 2014, pp. 107 a 116, 2014, disponible en [<https://revistas.unbosque.edu.co/index.php/RCB/article/view/715/293>].

FERNÁNDEZ BARRERO, ÁNGELES. "La expansión del rumor en los medios digitales", en FERNANDO SABÉS TURMO y JOSÉ JUAN VERÓN LASSA (eds.). *Universidad, investigación y periodismo digital*, Aragón, Asociación de Periodistas de Aragón, 2014, pp. 19 a 36, disponible en [<http://decimoquinto.congresoperiodismo.com/pdf/libro2014.pdf>].

36 SABATO. *España en los diarios de mi vejez*, cit., p. 223.

- IZQUIERDO ALBERCA, MARÍA JOSÉ. “Mil Clicks: la iniciativa de la Unesco para un uso crítico de medios y redes sociales”, *bie3: Boletín IEEE*, n.º 4, octubre de 2016, pp. 47 a 58, disponible en [<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6029252>].
- LAGOMARSINO MONTOYA, MARIO; ALEX VÉLIZ BURGOS, ALEX PAVIÉ NOVA y JUAN LUIS NASS ÁLVAREZ. “Educación y democracia. Una alianza necesaria para la sociedad abierta y contra la demagogia, conducida por la *fake news*”, *Utopía y praxis latinoamericana: Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social*, año 24, n.º extra 4, 2019, pp. 137 a 146, disponible en [<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7529042>].
- LANDERO, LUIS. *Lluvia fina*, Barcelona, Tusquets, 2019.
- LATORRE IGLESIAS, EDIMER LEONARDO. “Postconflicto y menores infractores”, en *íd. Sistema de responsabilidad penal adolescente en una sociedad transicional: una mirada interdisciplinaria al caso colombiano*, Bogotá, Universidad Sergio Arboleda, 2018.
- LATORRE IGLESIAS, EDIMER LEONARDO. “Cicatrices en la memoria: posconflicto, *mass media* y víctimas. Un acercamiento cualitativo a la tierra del olvido”, en BERÓNICA NARVÁEZ MERCADO. *Apuntes del derecho y la justicia en un mundo globalizado*, Sin-celejo, Editorial Cecar, 2020.
- LEVINE, PETER y KEI KAWASHIMA-GINSBERG. *The republic is (still) at risk –and civics is part of the solution, A Briefing Paper for the Democracy at a Crossroads National Summit*, Medford, MA, Jonathan M. Tisch College of Civic Life, Tuft University, september, 2017, pp. 1 a 33, disponible en [<https://www.civxnow.org/sites/default/files/resources/SummitWhitePaper.pdf>].
- MARIANA LIMÓN RUGEIRO. Observatorio de Innovación Educativa, Universidad de Monterrey, 25 de abril de 2019, disponible en [<https://observatorio.tec.mx/edu-news/que-pueden-hacer-los-docentes-para-combatir-las-noticias-falsas-alfabetismo-de-noticias>].
- MCDUGALL, JULIÁN; MARÍA JOSÉ BRITES, MARIA-JOÃO COUTO y CATARINA LUCAS. “Digital literacy, fake news and education”, *Culture and Education*, vol. 31, n.º 2, 2019, pp. 203 a 212, disponible en [https://www.researchgate.net/publication/333222728_Digital_literacy_fake_news_and_education_Alfabetizacion_digital_fake_news_y_educacion].
- MORENO PÉREZ, ELSSY YAMILE. “La educomunicación como práctica y como objeto teórico”, Tesis doctoral, Bogotá, Universidad Pedagógica Nacional, 2019, disponible en [<http://repository.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/10960/TO-23177.pdf?sequence=1&isAllowed=y>].

- NUSSBAUM, MARTHA CRAVEN. *La monarquía del miedo: una mirada filosófica a la crisis actual*, Barcelona, Paidós, 2019.
- OBSERVATORIO POLÍTICO ELECTORAL DE LA DEMOCRACIA. *Informe sobre violencia política desde el inicio del calendario electoral*, Bogotá, Misión de Observación Electoral –MOE–, 2020.
- PANGRAZIO, LUCY. “What’s new about ‘fake news’?: Critical digital literacies in an era of fake news, post-truth and clickbait”, en *Páginas de Educación*, vol. 11, n.º 1, 2018, pp. 6 a 22, disponible en [<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6761592>].
- PÉCAUT, DANIEL. *Guerra contra la sociedad*, Bogotá, Planeta, 2001.
- PÉREZ TORNERO, JOSÉ MANUEL; SAMY TAYIE, SANTIAGO TEJEDOR CALVO y CRISTINA PULIDO RODRÍGUEZ. “¿Cómo afrontar las noticias falseadas mediante la alfabetización periodística? Estado de la cuestión”, en *Doxa Comunicación*, n.º 26, 2018, pp. 211 a 235, disponible en [<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6507799>].
- RICOY, MARÍA CARMEN; CRISTINA SÁNCHEZ-MARTÍNEZ y TIBERIO FELIZ-MURIAS. “Credibility versus fake news in digital newspapers on tablets in primary education”/“Credibilidad versus falsedad de las noticias de periódicos digitales sobre la tableta en la educación primaria”, en *Culture and Education/Cultura y Educación*, vol. 31, n.º 2, 2019, pp. 296 a 325, disponible en [<https://www.tandfonline.com/eprint/qqr96FcHFPyvS36jufsv/full?target=10.1080/11356405.2019.1603891>].
- ROJAS, DAVID; PEDRO FERNÁNDEZ, MAURICIO RODRÍGUEZ y ALBERTO GUILLÉN. “Plataforma de entrenamiento para detectar fake news en los recursos educativos como internet”, en *Enseñanza y Aprendizaje de Ingeniería de Computadores*, n.º 8, 2018, disponible en [https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/53295/T11_N8_Revista_EAIC_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y].
- SABATO, ERNESTO. *España en los diarios de mi vejez*, Buenos Aires, Seix Barral, 2004.
- SILVA SANTISTEBAN, ROCÍO. *El factor asco: basurización simbólica y discursos autoritarios en el Perú contemporáneo*, Lima, Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, 2008.
- SPERRY, CHRIS. “Fake News and Media Literacy: An Introduction”, en *Social Education*, vol. 82, n.º 4, 2018, pp. 206 y 207, disponible en [https://www.socialstudies.org/system/files/publications/articles/se_8204206.pdf].
- TALEB, NASSIM NICHOLAS. *El lecho de procusto*, Barcelona, Paidós, 2019.
- ZULETA, ESTANISLAO. “Sobre la guerra”, *Revista Universidad de Antioquia*, n.º 319, enero-marzo de 2015, disponible en [<https://revistas.udea.edu.co/index.php/revistaudea/article/view/22402/18546>].

CAPÍTULO SEGUNDO

CEOCRACIAS Y LA POSIBLE DIFUMINACIÓN DE LO PÚBLICO: LA COMUNICACIÓN GERENCIAL COMO UNA CUESTIÓN DE ÉTICA

KITTY MARGARET OWEN MARTÍNEZ³⁷

RESUMEN

El trabajo se desarrolla bajo los parámetros del análisis de piezas comunicacionales institucionales un caso de éxito de gestión de lo público en la ciudad de Barranquilla, Colombia. En su constructo teórico, reflexiona sobre el rol del ceocrata y su impacto en la administración de gobierno. El documento indaga a cerca de la función del comunicador estratégico en la orientación de una ciudadanía activa y en la importancia de la ética, como deontología en la profesión y como axiología en lo subjetivo.

Palabras clave: CEocracia; Lo público y lo privado; Ética de lo público; Comunicación estratégica; Deontología y axiología en la comunicación de lo público.

37 Las autoras: KITTY MARGARET OWEN MARTÍNEZ. Doctora en Ciencias Gerenciales; Especialista en Gerencia de la Comunicación Organizacional; Comunicadora Social-Periodista, con énfasis en Comunicación Político-Económica; Administradora de Empresas. Docente Tiempo Completo Universidad Sergio Arboleda, Santa Marta; *e-mail:* [kitty.owen@usa.edu.co].

ABSTRACT

The work analyzes under the parameters of the analysis of institutional communicational pieces a success case of public management in the city of Barranquilla, Colombia. In his theoretical construct, he reflects on the role of the CEOcrat and its impact on public management. The work investigates the role of the strategic communicator in guiding an active citizenry and the importance of ethics, as deontology in the profession and as axiology in the subjective.

Keywords: CEOcracy; The public and the private; Ethics of the public; Strategic communication; Deontology and axiology in the communication of the public.

I. INTRODUCCIÓN

Cuando se discute sobre la forma como se administran los recursos públicos, existe en ello diversas posiciones, corrientes y pensamientos amparados en lo tradicional y en lo novedoso, perspectivas tan distantes que pueden contrariarse entre ellas, de forma amplia, que producen choques entre las partes que piensan diferente, pero que hacen parte de estos procesos, situación esta que al final permite la polarización de un país. Sin embargo, en la actualidad, la administración de los recursos públicos tiene un gran componente comunicacional, dado que es necesario no solo mantener informado a la ciudadanía de las gestiones realizadas, sino estar en constante comunicación con los ciudadanos.

Amparado en lo anterior, este surgimiento de nuevas ideas y posturas administrativas ha contribuido a la generación de nuevos perfiles profesionales de aquellos que desean ocupar los cargos administrativos en lo público, dando paso con ello al surgimiento de los *Chief Executive Officer* –CEO– o Directores Ejecutivos dentro de la administración pública.

Sin embargo, los opositores a este modelo advierten que pueden existir riesgos al momento de elegir a los funcionarios, dado que al venir de las empresas privadas, sus decisiones en lo público pueden tener un interés para hacer más rentables sus negocios propios que para favorecer a la sociedad a través de las políticas públicas que pueden surgir de su gestión.

Una de las formas que los Estados han encontrado para que sus políticas públicas se lleven a cabo con rigurosidad y la posibilidad de aplicar conocimientos profesionales en cada uno de los elementos que la componen es a través de la tecnocracia, dado que pretende que el desarrollo de la dirección de la actividad pública sea ejercido por un experto, una persona que tenga el conocimiento técnico o disciplinar sobre la acción a desempeñar, lo que define así a la tecnocracia. Un concepto aplicado en la actualidad por algunas sociedades, como antiguo, el cual proviene en sus primeros ejemplos desde la antigua Grecia, en donde la técnica se encontraba enfocada al progreso³⁸.

Sin embargo, la nueva forma de ver al mundo en el siglo XXI, los avances tecnológicos y modelos políticos emergentes, han traído consigo la idea de re-enfocar la forma de ejercer la política pública, una que está en contacto directo con los ciudadanos a través de diversos medios de comunicación y en la cual el marketing político toma fuerza en su aplicación, necesita la gestión de la comunicación, el cual es con claridad identificado por los gerentes que nacen de las empresas privadas.

Este nuevo modelo en la administración de lo público se presenta en Latinoamérica, con su mayor exponente, el cual hace referencia al Gobierno de Argentina en cabeza del presidente MAURICIO MACRI³⁹. Desde la perspectiva de MACRI, el país necesita un impulso productivo, el cual se enfoca en Plan Productivo Nacional –PPN–, según PABLO ANINO y otro⁴⁰, a través de este se pretende alcanzar un beneficio para el sector productivo que eligió al entonces candidato, dando lugar a la ceocracia, la cual corresponde a la forma de manejar al Estado por medio de un CEO de grandes empresas, bajo el concepto de la generación de estrategias que posibiliten una modernidad de la administración pública.

38 ALEJANDRO M. ESTÉVEZ. "Apuntes para una genealogía de la tecnocracia", Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires, 2005, disponible en [<http://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/la%20tecnocracia.pdf>], pp. 8 y 9, 2005.

39 Tandil, Argentina, 8 de febrero de 1959-, Presidente de Argentina por el Partido Juntos por el Cambio, del 10 de diciembre de 2015 al 10 de diciembre de 2019.

40 PABLO ANINO y EDUARDO CASTILLA. "La ilusión Macrista de la Argentina competitiva", en *Ideas de Izquierda. Revista de Política y Cultura*, n.º 34, 13 de octubre de 2016, disponible en [<http://www.laizquierdadiario.com/ideasdeizquierda/la-ilusion-macrista-de-la-argentina-competitiva/>].

Por lo tanto, para AGUSTÍN LUCAS PRESTIFILIPPO y otra⁴¹, la CEOcracia, corresponde a una nueva configuración de la forma de administrar las políticas públicas, que deriva del tecnocratismo, el cual según los autores, corresponde a la configuración de un Estado, liderado por un grupo pequeño de expertos que están al frente del Gobierno. Lo anterior, tiene dos escenarios o puntos de vista, el primero desde las acciones del Gobierno, quien mira a los CEO como una oportunidad de homologar estrategias privadas de éxito en los recursos del Estado para alcanzar modelos que lleven al triunfo del Gobierno, esto asegura casi que de manera previa una victoria y repercute de una manera positiva en la sociedad.

Sin embargo, la segunda mirada se dirige desde la sociedad en forma de gobernanza a la acción gubernamental y es la oportunidad que tienen los CEO expertos de manejar las finanzas del Estado para el beneficio propio, al entender la postura de CLAUDIO KATZ, quien indica que:

Esta vez los llamados oficiales a la “responsabilidad” de los empresarios asumieron un tono particularmente cínico. Los remarcadores ahora son ministros y los gerentes del sector privado (denominados CEO’s) controlan la administración pública. El manejo del país por sus propios dueños se ha corroborado en un debut inflacionario⁴².

Es así que el Estado plantea una manera de desarrollar su política pública, pero esta se manifiesta a través de sus intereses no solo políticos, sino económicos. Sin embargo, a pesar de las diferencias sobre la ruta para el direccionamiento de las políticas públicas, se considera necesario e importante que el modelo a seguir del líder sea ético y que su gestión esté apartada de la corrupción, además de ejercer la comunicación de una manera amplia.

41 GUSTÍN LUCAS PRESTIFILIPPO y LUCÍA WEGELIN. “El neoliberalismo como trama ideológica en la Argentina reciente”, *Utopía y Praxis Latinoamericana*, vol. 21, n.º 74, 2016, pp. 29 a 49, disponible en [<https://www.redalyc.org/pdf/279/27950106004.pdf>].

42 CLAUDIO KATZ. “La ‘CEOcracia’ en acción, en *Rebelión*, 28 de diciembre de 2015, disponible en [<https://rebellion.org/la-ceocracia-en-accion/>], p. 1.

II. DE LA BUROCRACIA A LA GERENCIA PÚBLICA

Las políticas públicas en los diversos Gobiernos se establecen en función de las necesidades de la sociedad a donde van dirigidas⁴³, a partir de los diagnósticos sociales que soporten las estrategias que el Gobierno desea implementar para apoyar a la comunidad. A partir de ello, las administraciones públicas fundamentan políticas y acciones, las cuales son lideradas por expertos en la materia.

En estos tiempos, se habla de la CEOCRACIA y su impacto en las políticas públicas, pero este modelo surge luego de múltiples formas de desarrollarse paradigmas administrativos sobre lo público, razón por la cual, es necesario revisar el proceso de la evolución de la administración del Estado, en especial aquella que se da en América Latina.

El diseño de las políticas públicas está amparado en el paradigma administrativo o modelo organizacional que se trabaje, el cual es demandado por la sociedad y las necesidades que las rodea. Fue así como en la década de los 1950 y 1960 se estableció el paradigma de la teoría organizativa dentro de la estructura burocrática, entendida como un modelo de política neutral⁴⁴. Sin embargo, es necesario entender la teoría de la burocracia a fin de conocer los nuevos devenires que tendrá la administración pública.

Con regularidad, cuando se habla de burocracia se entiende a esta como una cantidad de personas que trabajan para el Estado en cumplimiento de tareas específicas, tareas que pueden ser desarrolladas por una persona o un cúmulo de documentos que deben ser anexados a un proceso para darle cumplimiento a ello, también puede ser el ir y venir de una oficina a otra pasándose las responsabilidades del cumplimiento. Así es como el común denominador se acerca a este planteamiento al ser este una forma mal entendida y normalizada.

43 JAIME TORRES-MELO y JAIRO SANTANDER. *Introducción a las políticas públicas. Concepto y herramientas desde la relación entre Estado y ciudadanía*, Bogotá, Instituto de Estudios del Ministerio Público -IEMP-, 2013.

44 JOAN PRATS I CATALÀ. "Administración pública y desarrollo en América Latina. Un enfoque neo institucionalista", *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, n.º 11, junio de 1998, pp. 1 a 25, disponible en [<http://old.clad.org/portal/publicaciones-del-clad/revista-clad-reforma-democracia/articulos/011-junio-1998/administracion-publica-y-desarrollo-en-america-latina.-un-enfoque-neoinstitucionalista-1>].

Pese a lo anterior, la burocracia como paradigma va por un camino distinto. Para MAX WEBER⁴⁵, la burocracia es considerada un modelo eficaz y eficiente de progresar en el desarrollo administrativo de una organización. Aun en estos días se manejan organizaciones de manera burocrática. Sin embargo, para WEBER este concepto venía del alemán *büro*, que significa “oficina”, la cual consiste entonces en una organización que trabaja con unos elementos establecidos, los cuales se enfocan en la autoridad, comunicación, las estructuras de comportamiento y de formalización⁴⁶, que permiten la estructuración de las organizaciones.

A partir del modelo de WEBER se identifican elementos que subyacen en la constitución de la organización, los cuales se pueden considerar ventajas porque estructuran a la misma. Siendo estos según CARLOS PETRELLA:

Orden jerárquico (órganos y personas con diferente nivel de autoridad), normas escritas para regular el funcionamiento de las distintas unidades organizacionales, objetivos formalizados que constituyen las metas de la organización, atribución expresa de responsabilidades, procedimientos formalizados para transmitir y conservar información, sistema objetivo para la selección de las personas que han de desempeñar los distintos puestos de trabajo⁴⁷.

Sin embargo, ante el mal entendido concepto de la burocracia, estos puntos pueden convertirse en desventajas, como el último planteamiento de la cita y que puede reducir los indicadores de efectividad dentro de la organización pública al permitir que esta sea ineficaz e ineficiente. En ese orden de ideas, eso permite el deterioro patrimonial de un país y el apropiamiento de los recursos públicos.

Entre tanto, una de las ventajas que concentra este modelo es el liderazgo, aportando desde WEBER como carismático, ya que es necesaria la influencia de un líder en todo proceso de dominación, según ANDRÉS LIRA⁴⁸, ya que en opinión de WEBER, el no contar con esta figura es per-

45 MAXIMILIAN KARL EMIL WEBER, Erfurt, Prusia, 21 de abril de 1864-München, 14 de junio de 1920.

46 CARLOS PETRELLA. “Análisis de la teoría burocrática. Aportes para la comprensión del modelo burocrático”, *Revista Electrónica de la Facultad de Ciencias Empresariales Universidad Católica del Uruguay*, pp. 1 a 26, julio de 2007, disponible en [<https://www.fing.edu.uy/catedras/disi/DISI/pdf/Analisisdelateoriaburocratica.pdf>].

47 Ídem.

48 FRANCISCO GIL VILLEGAS, GINA ZABLUDOVSKY y ANDRÉS LIRA. “Max Weber: Economía y sociedad”, entrevista de RICARDO RAPHAEL, en *Espiral*, 4 de junio de 2014, disponible en [<https://www.youtube.com/watch?v=NAQvdw5Ds54>].

judicial para el Estado. Este proceso burocrático ha migrado a través del tiempo a nuevos modelos administrativos que ayuden al desarrollo del Estado, pasando así de la burocracia a la gerencia en el estado.

III. LA ADMINISTRACIÓN DEL GERENTE PÚBLICO

El nuevo gerente público debe estar enfocado sobre todo en el liderazgo, donde las personas que conforman la empresa se sientan apoyadas y guiadas por alguien que represente sus intereses y tenga en cuenta sus conocimientos. Lo que plantea la necesidad de un líder comunicador, que sepa gestionar y pensar la comunicación de una manera estratégica para su gestión.

La perspectiva del nuevo paradigma del gerente público, desde ÁLVARO FREDDY NAVARRO VARGAS⁴⁹, se explica como el traslado de las acciones de la administración de la empresa privada a la pública, con el objetivo de desarrollar mayores accionares y tener mejores resultados, a fin de reducir la burocracia dentro de las organizaciones del Estado, lo que plantea la necesidad que el personal que labora en estas empresas, comprenda la necesidad de trabajar en función no solo de la eficacia y eficiencia, sino al incorporar efectividad en su gestión. Sin embargo, lo anterior advierte la dualidad del individuo en ciudadano y funcionario público.

Esto puede ser considerado la base estructural para plantear la CEOCRACIA como una herramienta de gestión moderna. Sin embargo, la definición dada para este concepto se enmarca en el modelo del gerente público, aunque no llega a definirse en su totalidad como uno solo, cada uno conserva elementos que los acercan. Sin embargo, en Colombia el migrar hacia un modelo de gerencia pública se ha buscado desde 1991, cuando en la Constitución se adoptó incluyéndolo en los artículos 209 y 269⁵⁰.

49 ÁLVARO FREDDY NAVARRO VARGAS. "La gerencia social y el nuevo paradigma de gerencia", *Revista Costarricense de Trabajo Social*, n.º 7, 1997, disponible en [<https://revista.trabajosocial.or.cr/index.php/revista/article/view/133/146>].

50 JOSÉ GERARDO CRUZ HERNÁNDEZ. "Gerencia pública en Colombia, haciendo énfasis en el actual Gobierno", en *Entramado*, vol. 5, n.º 2, pp. 152 a 163, julio-diciembre de 2009, disponible en [<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/entramado/article/view/3355/2747>].

Es así que para el Estado, el gerente público como actor es una oportunidad de mejora en los procesos administrativos del país, razón por la cual la gerencia pública se entiende como una forma moderna en la alta dirección del país que busca la calidad en gestión gubernamental para una mejora continua en los procesos⁵¹. Para MARIO ALBERTO LIMA ANGUIANO, la administración pública tradicional se estableció como una gestión enfocada donde:

Los ciudadanos ceden ciertas libertades para poder obtener beneficios, pero a su vez se subordinan. También puede concebirse como un conjunto de autoridades que materializan al Estado y que, mediante sus instituciones de menor jerarquía en el aparato burocrático, lo conforman y controlan; asimismo, dominan la vida de la sociedad, pues dirigen y administran los recursos, los servicios y las leyes impero-atributivas que han de condicionar al individuo para que pueda tener una vida colectiva de calidad⁵².

Esto último puede limitar la gestión del administrador público, si se tiene en cuenta que se deben cumplir muchas veces con los trámites que se imponen para las leyes, en el mejor de los casos. Aunque se comparte la postura de NAVARRO VARGAS⁵³, en donde este nuevo gerente debe trabajar con la misma forma de gestión y calidad que en la administración privada, para lograr ganancias que apoyen a la sociedad.

Es importante incorporar, además, los planteamientos de liderazgos⁵⁴, donde se expone el liderazgo del gerente como un capital importante para el desarrollo de esa gerencia pública, que necesita a un directivo que sea líder, que tenga en cuenta que permite a los colaboradores saber qué se quiere de ellos, les entrega una buena planeación de sus actividades y les entrega las coordenadas necesarias para su traba-

51 GABRIEL F. MUÑOZ DÍAZ. "Una visión conceptual del enfoque de la nueva gerencia pública", en *Red de los Servidores Públicos*, 22 de diciembre de 2016, disponible en [<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/red/publicaciones/una-vision-conceptual-del-enfoque-de-la-nueva-gerencia-publica>].

52 MARIO ALBERTO LIMA ANGUIANO. "La administración pública democrática: hacia un mejor camino", en *Encrucijada. Revista Electrónica del Centro de Estudios en Administración Pública*, n.º 8, 2011, disponible en [<http://www.revistas.unam.mx/index.php/encrucijada/article/view/58479>], p. 2.

53 NAVARRO VARGAS. "La gerencia social y el nuevo paradigma de gerencia", cit.

54 STEPHEN P. ROBBINS y MARY COULTER. *Administración*, 8.ª ed., JOSÉ FRANCISCO JAVIER DÁVILA MARTÍNEZ y MIGUEL ÁNGEL SÁNCHEZ CARRIÓN (trads.), México D. F. y otras, Pearson, 2005.

jo, al igual que una buena estrategia comunicativa que permita el flujo de la información tanto interna como externa, así mismo, un directivo que se convierta en apoyo de su personal, en el cual tenga empatía con su grupo de trabajo.

De igual forma, el líder debe estar enfocado en ser participativo, lo que permite trabajar sus ideas al escuchar no solo a su equipo de trabajo, sino a la comunidad que le rodea, ya que muchas de las soluciones a las necesidades que tiene la sociedad pueden ser el resultado de ideas e iniciativas de ellos mismos, así que un líder que pueda escuchar a su comunidad, puede comunicarse con ella y lograr obtener resultados, con ello, alcanzará una de las propuestas del autor, la cual se orienta en ser un líder enfocado en alcanzar logros, al establecer metas posibles de alcanzar, pero al mismo tiempo, desafiantes en las que su equipo de trabajo tenga una participación importante a fin de lograr su máximo nivel.

Este líder, sin embargo, debe añadir otro elemento importante para su buena gestión en la administración pública, la cual está condicionada a la eliminación de la corrupción de quienes hacen parte de su equipo de trabajo y motivar la transparencia en su comunicación con los ciudadanos. Un líder bajo este nuevo paradigma y sin vínculos con la corrupción solo necesitaría una socialización de acciones con la comunidad más que un control social.

Por lo tanto, la contraloría social se describe como una acción positiva ante la política, teniendo en cuenta que esta busca “asegurar la transparencia y proteger el bien común, en función de la calidad de vida”⁵⁵. Sin embargo, sin corrupción no sería necesaria apelar a ella, dado que no se necesitaría un veedor, sino un compañero de acciones. Es así que la contraloría social se enfoca en la cultura de generar la transparencia en las acciones que se desarrollan en el Estado por parte del gerente público y su equipo de trabajo, lo cual produce unas responsabilidades administrativas en las que se evidencian algunos deberes presentados por MIGUEL GONZÁLEZ MARREGOT, como:

55 MIGUEL GONZÁLEZ MARREGOT. “Principios de contraloría social”, Quito, Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales y otros, 2011, disponible en [<http://www.ildis.org.ve/website/administrador/uploads/PrincipiosContraloriaSocialMarregot.pdf>], p. 1.

Informar a sus colectivos sobre las actividades, avances y resultados de las acciones de prevención, supervisión, vigilancia, evaluación y control del área o ámbito de actuación de la organización. Presentar informes, resultados y recomendaciones a los órganos y entidades sobre las cuales ejerzan actividades de control social. Remitir informe de avances y resultados de sus actividades a los organismos públicos que les competa la materia de su actuación y a los órganos de control fiscal. Y hacer uso correcto de la información y documentación obtenida en el ejercicio del control social⁵⁶.

Es así que se considera que las responsabilidades administrativas son parte del sistema burocrático, por ello, la sociedad y sus líderes están acostumbrados a la sanción y a tener siempre una figura policial que vigile de cerca sus acciones. No debería ser necesario que las personas tengan que revisar las penas o los castigos que les pueden ser impuestas, ya que su deber es hacer el bien, primero para actuar como un buen ser humano y luego trasmitírselo a la sociedad. Como actúe el líder, funciona la comunidad. Esta mirada –aunque romántica– señala que la sociedad deónticamente debe actuar para el bien del otro.

Apoyado en NAVARRO VARGAS⁵⁷, se explica que el gerente público junto con su equipo de trabajo deba cambiar la concepción del liderazgo autoritario paternalista, centrado en las políticas sociales implementadas, sin tener en cuenta a sus públicos de interés, criticando de esta forma las actuaciones que hasta el momento se han consolidado en la gerencia pública actual.

Por el contrario, advierte que el gerente público debe ser un líder innovador que permite interpretar las normas, diseñar estructuras organizacionales, escenarios y estrategias, al igual que ser un analista político entre otros, motiva así a un cambio de paradigma en esa estructura. Lo que lleva a identificar que el líder público debe ser una persona íntegra capaz de reconocer qué le conviene a la sociedad y con la facultad de implementar acciones que le aporten al ciudadano.

Sin embargo, al tener en cuenta estos planteamientos y al analizar los principios de la contraloría social, planteados por GONZÁLEZ MARREGOT⁵⁸, en la cual subraya que la responsabilidad debe ser compartida entre ciudadanos y el poder público para garantizar que la inver-

56 GONZÁLEZ MARREGOT. "Principios de contraloría social", cit., p. 9.

57 NAVARRO VARGAS. "La gerencia social y el nuevo paradigma de gerencia", cit.

58 GONZÁLEZ MARREGOT. "Principios de contraloría social", cit.

sión se realice de manera transparente, se evidencia una contradicción en el nuevo paradigma y la realidad.

Esto al tener en cuenta que un líder público necesita de los ciudadanos para el avance y desarrollo del proceso como veedores, pero no como garantía de aplicación de sus acciones, ya que el empleo de las acciones en función de lo público es un deber de quien se atreve a dirigir una sociedad, por lo que debe contar con la capacidad para enfrentar dicho cargo.

Ahora bien, existe otro aspecto a considerar al momento de gestionar las políticas públicas de un gerente y es la sanción moral, la cual está ligada al juicio emitido por la comunidad al momento de encontrar un mal acto gerencial, el que puede estar condicionado a la exposición del término CEOCRACIA.

El comportamiento se encuentra íntimamente relacionado con la conducta humana y la personalidad y esta última es única en cada individuo, por lo cual desarrolla su actuación. Según LUIS GÓMEZ RUEDA y otros⁵⁹, la personalidad trata de la estructura activa que se desarrolla dentro de cada una de las personas, lo que permite identificar que está en una completa evolución cambiante diaria y que depende de factores como el entorno para su evolución.

Esta viene acompañada de las emociones sociales, que forman el carácter de la persona y que trasciende en su proyección. Apoyados en los presupuestos de JON ELSTER, la vergüenza, el desprecio, el odio, la ira, la culpa y el amor desencadenan reacciones en el otro que afectarán su imagen, logrando una percepción frente a cada una de las personas⁶⁰.

Sin embargo, los Estados para minimizar las dudas, han implementado una serie de controles a través de la rendición de cuentas, que dan la sensación de transparencia, a fin de mejorar el sentimiento de los ciudadanos hacia la persona. Pese a que es una buena estrategia, en la actualidad los Gobiernos presentan un balance positivo de sus actividades, sean estas correctas o no.

La propuesta surge desde los planteamientos de MARTÍN DE LA ROSA MEDELLÍN, quien presenta un sistema de rendición de cuentas traspa-

59 LUIS GÓMEZ RUEDA, MARÍA DE LOS ÁNGELES VACCHIANO y MARÍA DEL CARMEN VACCHIANO. *Psicología activa*, Madrid, Paraninfo, 1981.

60 JON ELSTER. *Sobre las pasiones: emoción, adicción y conducta humana*, Barcelona, Paidós, 2001.

rente en donde se incorporan ciertos elementos previos al trabajo de informar, en el momento del actuar, siendo estos: la definición de las prioridades, designación de responsables en las actividades, instrumentos y capacitación para que las personas realicen su trabajo, implementación de un sistema para captar las opiniones de los ciudadanos y establecimiento de un sistema de estímulos para los servidores públicos. Destaca el autor que, este debe ser honesto y entregar los resultados tanto positivos como negativos⁶¹.

En ese orden de ideas y en atención a los planteamientos antes mencionados, es posible que la persona cambie debido al entorno en donde se desarrolla, sea para bien o para mal. Sin embargo, la percepción de las personas y la imagen que proyectó ya está relacionada con los hechos anteriores. Este planteamiento se basa en las propuestas estructuradas por JOAN COSTA, quien indica que la imagen mental es el resultado que se aloja en la imagen colectiva, luego que todo se ha expuesto⁶². Es por ello, que un líder debe cuidar sus comportamientos y acciones para mantener una imagen favorable y al mismo tiempo su reputación, lo que en resultado apoya la gestión de la comunicación, en este caso, del gerente público.

Al considerar las reflexiones anteriores, se plantea que una persona que quiera dirigir una organización pública debe articular sus actuaciones con su imagen. De acuerdo con ello, el primer mecanismo está en el planificar las acciones a llevar a cabo y comunicarlas de forma clara y transparente, para lograr un mejor desarrollo de su gestión, sin mayor contratiempo. Esto, dado que trabaja en función de la sociedad y para ella, entonces sus intereses no deben ser sesgados hacia su interés personal porque de lo contrario se incurrirá en la corrupción.

61 MARTÍN DE LA ROSA MEDELLÍN. *La contraloría social: Un derecho de la sociedad civil* en México, s. l., USAID y otros, 2009 disponible en [https://www.icnl.org/wp-content/uploads/Mexico_La-Contraloria-Social-rosa-medellin.pdf].

62 JOAN COSTA (ed.). *DirCom: estrategia de la complejidad. Nuevos paradigmas para la dirección de la comunicación*, Barcelona, Universidad de Valencia, 2009.

IV. LA ÉTICA EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA: UN EJERCICIO DESDE EL SER PARA EL HACER

La ética se puede identificar como un valor dicotómico, el cual se establece para guiar el conocimiento de la vida y las acciones, implica así tres elementos fundamentales como lo son el saber vivir, convivir y sobrevivir en un mundo donde cada ser humano tiene un planteamiento diferente. Sin embargo, esta realidad no es exclusiva de la persona como ser sino que también afecta al individuo desde la gerencia pública y privada. El gerente desde la esfera organizacional pública debe ser un difusor de la ética a través de sus acciones y palabras, mientras que desde la privada, este debe ser compatible con la ética organizacional.

Por ello, la ética en la gerencia pública es un elemento indispensable en el desarrollo del trabajo que desde las administraciones gubernamentales se realiza, dado que está en juego el patrimonio de todos los ciudadanos, por ello, es importante que aquellos que están al servicio de las entidades públicas además sean considerados buenas personas, con el propósito de desarrollar acciones de bien, desde el ser para el hacer.

La ética se enfoca en dos perspectivas, desde lo deontológico, orientado a las normas y desde lo pragmático que se encamina a la ética del resultado, ambos enfoques ayudan a construir la ética pública, dado que apuntando a sus definiciones, estas se encuentran inmersas en el resultado de lo público. En el primer enfoque según VÍCTOR INCIARTE y otros⁶³, el profesional debe proceder bajo las condiciones impuestas en los procesos científicos sin desconocer el proceso ético, lo que indica que esta persona está referenciada por las normas o deberes exigibles en su actividad profesional siguiendo una conducta ética.

Por su parte, en el caso de lo pragmático, como lo expuso su precursor CHARLES SANDERS PEIRCE⁶⁴, “el valor de una idea depende de sus resultados prácticos”⁶⁵, lo que indica que la ética pragmática trabaja en

63 VÍCTOR INCIARTE, CARLOS VERA y MARTÍN LEAL GUERRA. *Gerentopatía. Cuando la acción gerencial culmina con el fracaso organizacional*, Maracaibo, Inver E-Group Venezuela, 2014, disponible en [https://www.researchgate.net/publication/328006789_GERENTOPATIA_Cuando_la_accion_gerencial_culmina_con_el_fracaso_organizacional].

64 Cambridge, Massachusetts, 10 de septiembre de 1839 - Milford, Pennsylvania, 19 de abril de 1914.

65 Citado por JOSÉ RUBÉN SANABRIA. Ética pragmatista y ética de situación”, en *Ética*, México D. F., Porrúa, 2005, pp. 174 a 181.

función de las expresiones o ideas que representan un valor importante y de igual forma estas deben ser evaluadas y/o aprobadas, es decir, cuando estas pueden ser refutadas o comprobadas.

Si tenemos en cuenta estas implicaciones, es importante remontarse a los orígenes. Desde GUSTAVO ORTIZ MILLÁN⁶⁶, existen dos etimologías para la ética, palabra que viene del griego y se complementan. La primera *ἔθος* (*εοσ, τό, ἔθω*) que significa “hábito”, “costumbre”, mientras que la segunda lo haría de *ἦθος* (*êthos*) que significa “carácter”, ya que según el autor “es a través de la repetición de acciones virtuosas que estas se vuelven un hábito y se forma el carácter virtuoso (*ἀρετή*)”, la cual hace referencia directa con la cultura o modo de vida de la persona, apunta a las acciones compartidas en el ser humano como las creencias religiosas, relaciones con la familia y actividades comunes en el entorno, por lo que se puede identificar que primero es el ser y luego el funcionario de la administración pública. Sin embargo su doble papel en la sociedad no debe ser un difusor de la ética sino por el contrario un aporte significativo para la sociedad.

Ahora, desde la etimología de ética en las acciones públicas, esta se identifica de igual manera como norma para la política y la administración pública⁶⁷, la cual indica que los principios y valores, así como en la vida, se deben desarrollar en la administración pública, por parte del funcionario público que es quien estará al frente de las acciones de la empresa del Estado y sus políticas.

Por lo tanto, es preciso anotar que la ética viene sobre todo del ser y que no interesa el contexto público o privado para desarrollar un buen proceso ético al interior de una empresa como de la vida misma. El seguir con las normas de una manera aprobada por la sociedad, dará como resultado un aspecto cultural que el seguirlo llevará a la ética.

El proceso ético está inmerso en la cultura de las personas y de la administración pública. Como es un proceso ya interiorizado, es importante separar de este la corrupción, ya que afecta de manera directa la cultura y por lo tanto, bajar los niveles de productividad, al volver la gestión

66 GUSTAVO ORTIZ MILLÁN. “Sobre la distinción entre ética y moral”, en *Isonomía. Revista de Teoría y Filosofía*, n.º 45, octubre de 2016, pp. 113 a 139, disponible en [<https://www.redalyc.org/pdf/3636/363648284005.pdf>], p. 118.

67 HILDA NAESSENS. “Ética pública y transparencia”, en XIV Encuentro de Latinoamericanistas Españoles, Santiago de Compostela, septiembre de 2010, pp. 2.113 a 2.130, disponible en [<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00531532/document>].

del Estado lenta y costosa en materia de recursos. Este planteamiento, se apoya en el desarrollo argumental de ÓSCAR DIEGO BAUTISTA, quien indica que la corrupción genera unos efectos de “desencanto, resentimiento, frustración e indignación”⁶⁸, producen desconfianza por parte de la sociedad ante sus dirigentes y las políticas que surgen de su gestión.

Por lo tanto, para NAESSENS, si los Gobiernos buscan ser considerados justos deben empezar por sus funcionarios, quienes deberán responder enfocados a la ética⁶⁹. Sin embargo, para que lo anterior se presente, es necesario que el líder construya tiempos para esa formación y políticas gubernamentales que trabajen en función de ellas. De igual forma, la postura plateada por INCIARTE y otros, atribuye que estos espacios no solo se deben dar desde lo operativo, sino que también a partir de las respuestas que como líder del proceso se entregue a los colaboradores⁷⁰.

Esa apuesta al trabajo ético permitirá una mayor transparencia de estos accionares, ya que es uno de los valores éticos que los servidores públicos deben aplicar en su ejercicio. Para NAESSENS, “la transparencia en el Gobierno, además de un valor, es un mecanismo fundamental de exigibilidad pública y de responsabilidad para con la sociedad”⁷¹, lo que busca que las empresas del Estado, el Gobierno, sus funcionarios entreguen una comunicación clara y profunda como las rendiciones de cuentas a los ciudadanos, sin generar opacidad o un ocultamiento de la información, la cual puede dar espacio a vicios y problemas administrativos.

En consecuencia, la función del gerente público sin duda es la administración de los bienes y recursos de los ciudadanos, este debe velar por el desarrollo y progreso de su nación, en medio de ese trabajo se debe hacer frente a los procesos éticos que se trabajen para su territorio. En la perspectiva de FERNANDO DUQUE, el gerente público tiene cinco funciones principales, que son: planificación, organización, personal,

68 ÓSCAR DIEGO BAUTISTA. “Componentes para construir un marco ético preventivo contra la corrupción”, en *íd.* (coord.). *Ética pública frente a corrupción. Instrumentos éticos de aplicación práctica*, Toluca de Lerdo, Estado de México, Instituto de Administración Pública del Estado de México, 2015, pp. 27 a 64, disponible en [<https://eprints.ucm.es/36029/1/etica%20publica%20frente%20a%20corrupcion.pdf>].

69 NAESSENS. “Ética pública y transparencia”, *cit.*

70 INCIARTE *et al.* *Gerentopatía. Cuando la acción gerencial culmina con el fracaso organizacional*, *cit.*

71 NAESSENS. “Ética pública y transparencia”, *cit.*

dirección y control⁷². Sin embargo, aunque estas puedan ser indispensables en cualquier proceso de la administración tanto de la empresa privada como de las entidades públicas, desde la ética para la función de la administración pública adquiere otra forma de visualizarse.

Planificación: Trata de un mapa que busca apoyar e identificar las acciones a trabajar. En el caso de los líderes públicos consisten en los planes de Gobierno o códigos de cumplimiento. En Colombia, este punto se puede evidenciar a través del Decreto 3622 de 10 de octubre de 2005⁷³, el cual indica las políticas del Sistema de Desarrollo Administrativo.

Organización: Es deber del gerente público liderar junto con sus colaboradores el diseño de la estructura o el sistema de coordinación, de esta forma, se evitaría el trabajo desorganizado y con cambios permanentes que conducirían al caos. Esa función de forma establecida permitirá una mayor ética en el trabajo y en las funciones que llevaría a otro enfoque ético como el principialista, encaminado en no considerar sus consecuencias.

Persona: Contar con un buen capital social e intelectual en la organización que aporte al desarrollo de la administración pública, apuntará al mejoramiento de esa función pública. Es por ello necesario escoger de una forma ética a las personas que integrarán el equipo de trabajo, sin la corrupción de pagar favores políticos, teniendo en cuenta que esto conducirá al aseguramiento del cargo y las salidas victoriosas ante las crisis. También, que el aprovechamiento de las personas y su capacidad de aporte en la cotidianidad del trabajo, por lo tanto, pueda caer en el enfoque utilitarista, que beneficia así a un grupo de personas y descuida a otro.

Dirección: Es una de las funciones más importantes del gerente público, dado que se pondrán en marcha las acciones ya identificadas en los procesos anteriores, que se mencionan.

Control: Esta última función apoya a que el proceso se extienda de una manera importante y entregue los resultados esperados, para evitando así la corrupción.

72 FERNANDO DUQUE. "El gerente público: un profesional indispensable para el desarrollo", en *Cuadernos EBAPE.BR*, vol. 4, n.º 4, diciembre de, 2006, disponible en [<https://www.scielo.br/pdf/cebape/v4n4/v4n4a04.pdf>].

73 "Por el cual se adoptan las políticas de desarrollo administrativo y se reglamenta el Capítulo Cuarto de la Ley 489 de 1998 en lo referente al Sistema de Desarrollo Administrativo", *Diario Oficial*, n.º 46.059, de 12 de octubre de 2005, disponible en [<http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1912811>].

V. SIN COMUNICACIÓN NO FUNCIONA: EL CASO CHAR EN LA ALCALDÍA DE BARRANQUILLA

Cuando se habla de comunicación, de manera general se puede pensar en hacer extensiva una información a través de diversos medios tanto masivos como de prensa y nuevas tecnologías, así como internos para una empresa como un boletín. Muchas veces se informa sobre un hecho sin imaginar lo que es crear una estrategia en comunicación, una hoja de ruta que pueda ayudar al desarrollo del mensaje que se quiere transmitir, el cual articulado con la gerencia tanto pública como privada ayudará a la formación de un proceso efectivo en la empresa. Es así que se necesita un diálogo permanente entre los líderes y colaboradores cuyo fin será el surgimiento de la competitividad de la organización⁷⁴.

Sin embargo, ese mensaje no está solo en el camino, tiene una serie de elementos que lo acompañan para que surja un efecto, un impacto en la audiencia a la que se quiere llegar. Para ello, se encuentra la necesidad de consolidar acciones que se ejecuten en pro del desarrollo de una buena exposición del mismo, que conduce a la comunicación estratégica, sin dejar de lado al individuo⁷⁵.

Existen múltiples formas de ver la comunicación, desde lo social, organizacional, tecnológico y estratégico, entre ellas para este apartado, nos concentraremos en la comunicación estratégica. Este tipo de comunicación puede considerarse como un mecanismo que debe ir integrado de los criterios de la empresa tanto pública como privada que se quiere consolidar.

Un error frecuente de las empresas es que al querer hacer comunicación inician por el final, es decir, por la pieza publicitaria, pero debe ir mucho más allá: empezar por el objetivo que tiene la organización o institución con un fin fijado a partir de la intención de la comunicación para que sea consciente de un mensaje sólido y equilibrado⁷⁶. Se puede

74 JORGE AGUILERA. *Gerencia integral de comunicaciones II. Organizaciones en la era de la conversación*, Bogotá, Ecoe Ediciones, 2018.

75 Esto se apoya en RAFAEL ALBERTO PÉREZ. *La nueva teoría estratégica -NTE-. Un nuevo mapa para concebir y gestionar estrategias*, citado por HAYDÉE GUZMÁN RAMÍREZ y RAÚL HERRERA ECHENIQUE (coords.). *Comunicación Estratégica: interfaz relacional entre organizaciones y sus stakeholders*, Bogotá, Universidad Sergio Arboleda, 2019, disponible en [<https://repository.usergioarboleda.edu.co/handle/11232/1274>].

76 THIERRY LIBAERT. *El plan de comunicación organizacional*, México, Limusa, 2014.

considerar que es una pieza clave al momento de pensar en comunicación, dado que de lo contrario, se trabaja en dos sentidos el mensaje a tratar, el que quiere decir la empresa y aquel que se quiere comunicar, ambos deben ser congruentes.

Uno de los casos de mayor éxito en donde se conecta la gerencia pública con la comunicación, es el caso del alcalde de la ciudad de Barranquilla en el período 2016-2019, ALEJANDRO CHAR CHALJUB. Para esta investigación se realiza un análisis de la estructura organizacional vista desde la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Barranquilla, en donde se revisa la articulación de los objetivos empresariales con los comunicacionales y la forma en que se genera comunicación institucional. Para ello, se identifican los objetivos de comunicaciones y la forma en que se materializan.

Cuando se habla de una comunicación estratégica, es necesario que la oficina de comunicaciones sea una de las dependencias que se encuentren en la estructura organizacional jerárquica de la entidad, por lo que se habla de que una organización es considerada como una “central energética que opta por ser usada al máximo”⁷⁷, en ese orden de ideas, al revisar la estructura organizacional de la Alcaldía de Barranquilla se evidencia que la Secretaría de Comunicaciones hace parte de dicha estructura, ubicándose al mismo nivel de secretaría de despacho como Planeación, Educación y Desarrollo, entre otras.

Sin embargo, para que la dependencia de comunicación dentro de una empresa pueda avanzar en la gestión de sus acciones, estas deben tener diseñados objetivos claros y posibles que le permitan establecer estrategias que luego se ejecuten, pero sobre todo, se articulen de manera transversal con la organización⁷⁸. En ese orden de ideas, la Alcaldía de Barranquilla presenta a través del Decreto Acordal n.º 0941 de 28 de diciembre de 2016⁷⁹ dos funciones primarias a ejecutar por parte de la Secretaria de Comunicaciones, que son: “Diseñar y ejecutar las estrategias de comunicación para la Administración Distrital Cen-

77 FERNANDO VÉLI MONTERO. *Comunicar: Construyendo diálogos estratégicos en 360 grados para organizaciones del nuevo siglo*, Barcelona, Gedisa, 2017.

78 LIBAERT. *El plan de comunicación organizacional*, cit.

79 “Mediante el cual se adopta la estructura orgánica de la administración central de la Alcaldía del Distrito Especial, Industrial y Portuario de Barranquilla”, *Gaceta Distrital*, n.º 429, de 30 de diciembre de 2016, disponible en [<https://www.barranquilla.gov.co/transparencia/estructura-organica-y-talento-humano/funciones-3>].

tral”, y “Gestionar y administrar los canales, herramientas y medios de comunicación institucionales”⁸⁰.

La primera función primaria tiene nueve funciones secundarias que mas que todo están enfocadas en el desarrollo de acciones de comunicación de carácter interno, mientras que la segunda acción primaria cuenta con cinco funciones secundarias enfocadas en la comunicación externa, sin embargo, estas acciones deben ir articuladas a fin de establecer labores congruentes que permitan una gestión acertada en materia de comunicaciones.

Por ello, se revisa para esta investigación la función secundaria tres, que consiste en “Diseñar y establecer canales de comunicación con las diferentes secretarías y entidades descentralizadas para identificar sus necesidades en materia de divulgación y comunicación”, esta función secundaria de la primera función primaria permitirá relacionar efectividad con la primera función secundaria de la segunda función primaria la cual consiste en “Gestionar la información institucional para garantizar el acceso del público externo e interno a la información pública del distrito de Barranquilla”.

En otras palabras, lo que se busca es conocer si la Secretaría de Comunicaciones gestiona la imagen del alcalde o es transversal a las secretarías, oficinas y entidades, como lo indica en su objetivo, a fin de alcanzar una gestión integral y cumplir con ello las funciones tanto primarias como secundarias previstas antes. Para ello, se escogió a través del muestreo aleatorio simple⁸¹ las noticias producidas por la Alcaldía de Barranquilla en el mes de noviembre del período entre 2016 a 2019.

El proceso de sistematización evidenció la diversidad de información de la gestión de la Alcaldía distrital. Sin embargo, se logró establecer que aunque la Alcaldía a través de sus comunicaciones es considerada una fuente de información gubernamental, como lo indica JOSÉ IGNACIO ARMENTIA VIZUETE y otro⁸², esta a su vez crea a través de las comunicaciones fuentes de información por cada una de las dependencias de la institución, lo que da paso a partir de allí a la creación de sec-

80 *Ibíd.*, p. 28.

81 ROBERTO HERNÁNDEZ SAMPIERI, CARLOS FERNÁNDEZ COLLADO y PILAR BAPTISTA LUCIO. *Metodología de la investigación*, 6.^a ed., México D. F., Mac Graw Hill, 2014.

82 JOSÉ IGNACIO ARMENTIA VIZUETE y JOSÉ MARÍA CAMINOS MARCET. *Fundamentos del periodismo impreso*, Barcelona, Ariel, 2002.

ciones de información dentro del apartado noticias de la página web oficial de la administración gubernamental.

Tabla 1
Fuentes de información

N.º	FUENTES DE INFORMACIÓN
1	ADI
2	Comunicaciones
3	Cultura
4	Desarrollo económico
5	Descubre
6	Educación
7	Equidad y género
8	Espacio público
9	Funcionarios
10	Gestión humana
11	Gestión social
12	Gobierno
13	Hacienda
14	Intranet
15	Mi Barranquilla
16	Obras públicas
17	Participación
18	Planeación
19	Recreación y deportes
20	Salud
21	Seguridad
22	Tránsito y seguridad vial
23	Vive

Fuente: Elaboración propia para el año 2019.

Sin embargo, se pudo observar que algunas fuentes no son constantes a través del tiempo, otras por el contrario, cambiaron de nombre aunque sus intenciones son las mismas y otras generan información periódica a través de los cuatro años en el mes de noviembre. Es así

que al revisar los datos, se encontró que la gestión de la comunicación sí impacta a las diversas secretarías y dependencias, que son convertidas en fuentes de información, lo que da paso a un trabajo periodístico institucional que otorga espacio a los secretarios y funcionarios para que comuniquen sus informaciones a la sociedad barranquillera.

Dentro de la investigación se encontró que las secretarías de Educación, Gestión Social, Salud, Tránsito y Seguridad Vial, lo mismo que Cultura, fueron aquellas que arrojaron mayor información y de manera permanente durante los meses de noviembre de los cuatro años del mandatario distrital (ver cuadro 1).

Así mismo, se observó que una de las mayores fuentes de información fue la sección llamada “Mi Barranquilla”, que si bien no pertenece a una secretaría o dependencia en especial, hace alusión al sentido de pertenencia del ciudadano con sus informaciones. Esto quiere decir que las comunicaciones no solo están relacionadas con la gestión del dirigente y sus funcionarios, sino que se abre un espacio al ciudadano a través de la ciudad y sus medios de comunicación.

Cuadro 1
Secretarías con noticias permanentes

AÑO / FUENTE	EDUCACIÓN	GESTIÓN SOCIAL	MI BARRANQUILLA	SALUD	TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL	CULTURA
2016	11	6	23	3	10	11
2017	8	7	28	8	19	25
2018	6	5	7	8	24	13
2019	1	8	6	2	14	11

Fuente: Elaboración propia para el año 2019.

Sin embargo, se destaca que las fuentes de información varían en los nombres a lo largo del tiempo, es el caso de la sección llamada Intranet durante el período 2016-2018, las noticias relacionadas con el personal interno, para el último año cambió a Funcionarios, lo que indica que no se pierde la continuidad de información, como se muestra en el cuadro 2, y al mismo tiempo, generan sentido de pertenencia al llamar a la sección de una manera más cercana.

Cuadro 2
Continuidad de información

AÑO /FUENTE	INTRANET	FUNCIONARIOS
2016	10	0
2017	10	0
2018	10	0
2019	0	11

Fuente: Elaboración propia para el año 2019.

Ahora bien, dentro de la gestión de comunicación canalizada a través de la información producida por la Secretaría de Comunicaciones, se logra observar que no solo la generación de información va encaminada a mostrar logros y hechos acontecidos, sino que por el contrario utilizan diversos mecanismos de generación de información como la utilización de videos, en donde se invita a la ciudadanía a participar de diversos eventos o actividades en donde se involucra al ciudadano, logrando con ello establecer comunicación entre las partes y utilizar los canales de comunicación como redes sociales, que son de los más utilizados por el común de las personas.

Así mismo, direccionan comunicados enfocados en eventos o actuaciones por parte de la Alcaldía, próximos a suceder, lo que permite al ciudadano estar enterado de primera fuente y confiable sobre los accionares de la ciudad, lo anterior, evita el rumor y la posibilidad de una crisis en la imagen del mandatario y su equipo de trabajo. Así mismo, se compagina con la gestión gerencial pública, teniendo en cuenta que se identifican liderazgo, transparencia y gestión en el proceso administrativo de la entidad.

Como se pretende relacionar la gestión en la comunicación con la gerencia pública, se revisó luego de identificar las noticias, el objetivo general que enmarca las acciones de la Alcaldía de Barranquilla, el cual indica:

Avanzar en la superación de las condiciones de pobreza, inequidad y exclusión de los beneficios del crecimiento económico, que afectan a cerca del 39,5% de la población, con base en el mejoramiento de las condiciones de competitividad en el mercado nacional e internacional, una gestión pública eficiente que promueva una mejor distribución de los beneficios del crecimiento económico,

inversiones y actuaciones coordinadas entre el sector privado, comunitario, y una institucionalidad pública responsable en el manejo de los recursos fiscales⁸³.

Es así, que la gestión gerencial se articula con las informaciones suministradas, según el planteamiento de PEDRO BRANDÃO, quien indica que la “comunicación no puede ser el resultado de acciones no planeadas”⁸⁴, por lo tanto en las acciones comunicativas de la Alcaldía de Barranquilla, se identifica una articulación entre las informaciones suministradas y la planeación organizacional.

VI. CONCLUSIONES

Sobre la base de las informaciones planteadas en el documento, se concluye que es necesaria una articulación entre la gerencia y el proceso comunicación tanto en la esfera pública como privada y más en la primera, ya que es necesario mantener a la sociedad informada de las acciones que se ejecutan en las administraciones gubernamentales.

En ese orden de ideas, se identificó además que el término CEOCRACIA para Colombia, no se aplica de manera específica como se identifica en Suramérica, más si se ha implementado desde la Constitución de 1991 la incorporación al Estado de un personal capacitado que sobre todo establezca estrategias administrativas que tengan una base en lo privado, pero solo estas como réplica de buenas prácticas en gestión.

Del mismo modo, el Estado colombiano precisa que es importante la capacitación en altos niveles académicos de sus funcionarios y con ello, la trayectoria profesional, con el propósito de minimizar decisiones en la gestión que impacten de manera negativa a la sociedad. Es así que busca la incorporación de líderes que sepan administrar lo público y dar una respuesta social, para que sus ciudadanos encuentren en su gerencia una solución a sus necesidades. Con un líder público que sepa cómo actuar sin necesidad que tenga que esperar que la sociedad lo supervise, donde se eliminen los procesos burocráticos, la corrupción y busque el bien común y no su interés propio.

83 ALCALDÍA DE BARRANQUILLA. Objetivo general, disponible en [<https://www.barranquilla.gov.co/entidad/objetivos-y-funciones>].

84 PEDRO BRANDÃO. *La imagen de la ciudad*, Barcelona, Ediciones de la Universidad de Barcelona, 2011.

En forma análoga, en esa gestión administrativa gerencial se establece la necesidad de comunicar y mantener informado al ciudadano, con la advertencia que previo a ello, es necesario escuchar, dado que algunas gestiones públicas pueden estar de espaldas al ciudadano y difuminar lo público en estándares de lo privado. Este apartado es lo que diferencia la gestión del alcalde CHAR CHALJUB, dado que sus comunicaciones también pueden considerarse una gerencia, en donde se establecen metas a partir de sus objetivos macro, haciéndolos realidad y ejecutando sus acciones comunicativas.

Por lo tanto, se recomienda que las administraciones gubernamentales tengan un comunicador que establezca efectividad en sus procesos, dado que al tenerla, podrá contar con indicadores verificables. Es así que se concluye entonces que el comunicador es un administrador de procesos comunicativos, dado que debe gestionar recursos, plantear estrategias, supervisar personal y medir todas estas acciones comunicativas enmarcadas en una deontología profesional y una axiología personal.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILERA, JORGE. *Gerencia integral de comunicaciones II. Organizaciones en la era de la conversación*, Bogotá, Ecoe Ediciones, 2018.

ALCALDÍA DE BARRANQUILLA. Decreto 3622 de 10 de octubre de 2005, "Por el cual se adoptan las políticas de desarrollo administrativo y se reglamenta el Capítulo Cuarto de la Ley 489 de 1998 en lo referente al Sistema de Desarrollo Administrativo", *Diario Oficial*, n.º 46.059, de 12 de octubre de 2005, disponible en [<http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1912811>].

ALCALDÍA DE BARRANQUILLA. Decreto Acordal n.º 0941, de 28 de diciembre de 2016, "Mediante el cual se adopta la estructura orgánica de la administración central de la alcaldía del distrito especial, industrial y portuario de Barranquilla", *Gaceta Distrital*, n.º 429, de 30 de diciembre de 2016, disponible en [<https://www.barranquilla.gov.co/transparencia/normatividad/gaceta-distrital>].

ALCALDÍA DE BARRANQUILLA. Objetivo general, disponible en [<https://www.barranquilla.gov.co/entidad/objetivos-y-funciones>].

ANINO, PABLO y EDUARDO CASTILLA. "La ilusión Macrista de la Argentina competitiva", en *Ideas de Izquierda. Revista de Política y Cultura*, n.º 34, 13 de octubre de 2016, disponible en [<http://www.laizquierdadiario.com/ideasdeizquierda/la-ilusion-macrista-de-la-argentina-competitiva/>].

- ARMENTIA VIZUETE, JOSÉ IGNACIO y JOSÉ MARÍA CAMINOS MARCET. *Fundamentos del periodismo impreso*, Barcelona, Ariel, 2002.
- BAUTISTA, ÓSCAR DIEGO. "Componentes para construir un marco ético preventivo contra la corrupción", en ÍD. (coord.). *Ética pública frente a corrupción. Instrumentos éticos de aplicación práctica*, Toluca de Lerdo, Estado de México, Instituto de Administración Pública del Estado de México, 2015, pp. 27 a 64, disponible en [<https://eprints.ucm.es/36029/1/etica%20publica%20frente%20a%20corrupción.pdf>].
- BRANDÃO, PEDRO. *La imagen de la ciudad*, Barcelona, Ediciones de la Universidad de Barcelona, 2011.
- COSTA, JOAN (ed.). *DirCom: estrategia de la complejidad. Nuevos paradigmas para la dirección de la comunicación*, Barcelona, Universidad de Valencia, 2009.
- CRUZ HERNÁNDEZ, JOSÉ GERARDO. "Gerencia pública en Colombia, haciendo énfasis en el actual Gobierno", en *Entramado*, vol. 5, n.º 2, pp. 152 a 163, julio-diciembre de 2009, disponible en [<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/entramado/article/view/3355/2747>].
- DE LA ROSA MEDELLÍN, MARTÍN. *La contraloría social: Un derecho de la sociedad civil en México*, s. l., USAID y otros, 2009 disponible en [https://www.icnl.org/wp-content/uploads/Mexico_La-Contraloria-Social-rosa-medellin.pdf].
- DUQUE, FERNANDO. "El gerente público: un profesional indispensable para el desarrollo", en *Cuadernos EBAPE.BR*, vol. 4, n.º 4, diciembre de, 2006, disponible en [<https://www.scielo.br/pdf/cebape/v4n4/v4n4a04.pdf>].
- ELSTER, JON. *Sobre las pasiones: emoción, adicción y conducta humana*, Barcelona, Paidós, 2001.
- ESTÉVEZ, ALEJANDRO M. "Apuntes para una genealogía de la tecnocracia", Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires, 2005, disponible en [<http://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/la%20tecnocracia.pdf>].
- GIL VILLEGAS, FRANCISCO; GINA ZABLUDOVSKY y ANDRÉS LIRA. "Max Weber: Economía y sociedad", entrevista de RICARDO RAPHAEL, en *Espiral*, 4 de junio de 2014, disponible en [<https://www.youtube.com/watch?v=NAQvdw5Ds54>].
- GÓMEZ RUEDA, LUIS; MARÍA DE LOS ÁNGELES VACCHIANO y MARÍA DEL CARMEN VACCHIANO. *Psicología activa*, Madrid, Paraninfo, 1981.
- GONZÁLEZ MARREGOT, MIGUEL. "Principios de contraloría social", Quito, Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales y otros, 2011, disponible en [<http://www.ildis.org.ve/website/administrador/uploads/PrincipiosContraloriaSocial-Marregot.pdf>].

- GUZMÁN RAMÍREZ, HAYDÉE y RAÚL HERRERA ECHENIQUE (coords.). *Comunicación Estratégica: interfaz relacional entre organizaciones y sus stakeholders*, Bogotá, Universidad Sergio Arboleda, 2019, disponible en [<https://repository.usergioarboleda.edu.co/handle/11232/1274>].
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, ROBERTO; CARLOS FERNÁNDEZ COLLADO y PILAR BAPTISTA LUCIO. *Metodología de la investigación*, 6.^a ed., México D. F., Mac Graw Hill, 2014.
- INCIARTE, VÍCTOR; CARLOS VERA y MARTÍN LEAL GUERRA. *Gerentopatía. Cuando la acción gerencial culmina con el fracaso organizacional*, Maracaibo, Inver E-Group Venezuela, 2014, disponible en [https://www.researchgate.net/publication/328006789_GERENTOPATIA_Cuando_la_accion_gerencial_culmina_con_el_fracaso_organizacional].
- KATZ, CLAUDIO. “La ‘ceocracia’ en acción, en *Rebelión*, 28 de diciembre de 2015, disponible en [<https://rebellion.org/la-ceocracia-en-accion/>].
- LIBAERT, THIERRY. *El plan de comunicación organizacional*, México, Limusa, 2014.
- LIMA ANGUIANO, MARIO ALBERTO. “La administración pública democrática: hacia un mejor camino”, en *Encrucijada. Revista Electrónica del Centro de Estudios en Administración Pública*, n.º 8, pp. 1 a 13, 2011, disponible en [<http://www.revistas.unam.mx/index.php/encrucijada/article/view/58479>].
- MUÑOZ DÍAZ, GABRIEL F. “Una visión conceptual del enfoque de la nueva gerencia pública”, en *Red de los Servidores Públicos*, 22 de diciembre de 2016, disponible en [<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/red/publicaciones/una-vision-conceptual-del-enfoque-de-la-nueva-gerencia-publica>].
- NAESSENS, HILDA. “Ética pública y transparencia”, en *XIV Encuentro de Latinoamericanistas Españoles*, Santiago de Compostela, septiembre de 2010, pp. 2.113 a 2.130, disponible en [<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00531532/document>].
- NAVARRO VARGAS, ÁLVARO FREDDY. Escuela de Trabajo Social, 1997, disponible en [<http://www.ts.ucr.ac.cr/>].
- ORTIZ MILÁN, GUSTAVO. “Sobre la distinción entre ética y moral”, en *Fisonomía. Revista de Teoría y Filosofía*, n.º 45, octubre de 2016, pp. 113 a 139, disponible en [<https://www.redalyc.org/pdf/3636/363648284005.pdf>].
- PETRELLA, CARLOS. “Análisis de la teoría burocrática. Aportes para la comprensión del modelo burocrático”, *Revista Electrónica de la Facultad de Ciencias Empresariales Universidad Católica del Uruguay*, pp. 1 a 26, julio de 2007, disponible en [<https://www.fing.edu.uy/catedras/disi/DISI/pdf/Analisisdelateoriaburocratica.pdf>].

- PRATS I CATALÀ, JOAN. "Administración pública y desarrollo en América Latina. Un enfoque neo institucionalista", *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, n.º 11, junio de 1998, pp. 1 a 25, disponible en [<http://old.clad.org/portal/publicaciones-del-clad/revista-clad-reforma-democracia/articulos/011-junio-1998/administracion-publica-y-desarrollo-en-america-latina.-un-enfoque-neoinstitucionalista-1>].
- PRESTIFILIPPO, AGUSTÍN LUCAS y LUCÍA WEGELIN. "El neoliberalismo como trama ideológica en la Argentina reciente", *Utopía y Praxis Latinoamericana*, vol. 21, n.º 74, 2016, pp. 29 a 49, disponible en [<https://www.redalyc.org/pdf/279/27950106004.pdf>].
- ROBBINS, STEPHEN P. y MARY COULTER. *Administración*, 8.ª ed., JOSÉ FRANCISCO JAVIER DÁVILA MARTÍNEZ y MIGUEL ÁNGEL SÁNCHEZ CARRIÓN (trads.), México D. F. y otras, Pearson, 2005.
- SANABRIA, JOSÉ RUBÉN. "Ética pragmatista y ética de situación", en *Ética*, México D. F., Porrúa, 2005, pp. 174 a 181.
- TORRES-MELO, JAIME y JAIRO SANTANDER. *Introducción a las políticas públicas. Concepto y herramientas desde la relación entre Estado y ciudadanía*, Bogotá, Instituto de Estudios del Ministerio Público –IEMP–, 2013.
- VÉLI MONTERO, FERNANDO. *Comunicar: Construyendo diálogos estratégicos en 360 grados para organizaciones del nuevo siglo*, Barcelona, Gedisa, 2017.

CAPÍTULO TERCERO
EL PODER DE LAS *FAKE NEWS*: MANIPULACIÓN DE MASAS
PARA LA PERMANENCIA DEL POPULISMO EN VENEZUELA

ALDEMAR JULIÁN LIBREROS SERNA
MARÍA ALEJANDRA OLARTE MOLINA⁸⁵

RESUMEN

El capítulo de libro presenta los resultados de investigación que bajo la metodología del análisis de contenido se realiza a la cuenta oficial en Twitter Clap del Gobierno venezolano. La tipificación y exploración teórica del componente conceptual explican cómo la propagación de noticias falsas en cuentas oficiales fortalece el populismo en Estados fallidos como el venezolano y genera narrativas que afianzan la creencia en la efectividad del Gobierno.

Palabras clave: Noticias falsas; Populismo en Venezuela; Opinión pública fallida, estructura de las *fake news*.

85 Los autores: ALDEMAR JULIÁN LIBREROS SERNA, Comunicador Social y Periodista de la CUN; Magíster en Informática Educativa de la URBE; en la actualidad se desempeña como docente del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Sergio Arboleda Santa Marta; *e-mail*: [aljulise@gmail.com]. MARÍA ALEJANDRA OLARTE MOLINA, Comunicadora Social y Periodista de la Universidad Sergio Arboleda de Santa Marta; Especialista en Docencia e Investigación Universitaria y Magíster en Educación de la misma universidad; en la actualidad es investigadora del grupo de investigación Comunicación y Sociedad del Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Sergio Arboleda Santa Marta; *e-mail*: [maria.olarte@usa.edu.co].

ABSTRACT

The book chapter presents the results of the research that is carried out under the methodology of content analysis to the official Twitter account of the venezuelan government. The typification and theoretical exploration of the conceptual component explain how the spread of false news in official accounts, strengthens populism in failed states such as Venezuela and generates narratives that strengthen the belief in the effectiveness of government.

Keywords: Fake news; Populism in Venezuela; Failed public opinion; Structure of a fake news.

I. INTRODUCCIÓN

Según YLEIRIM SULBARAN, en Venezuela el Gobierno actual tiene la facultad de promover y decidir sobre los medios de comunicación mediante el poder para limitar la información que pueda hacerlo más susceptible a la opinión pública⁸⁶. El Estado administra los medios convencionales, escoge las emisoras de radio a las que se les renovará la concesión, las compañías de telefonía son elegidas a dedo y en el caso de la televisión, el espectro radioeléctrico es en sí propiedad del Estado. Por otra parte, los políticos, líderes de opinión y figuras públicas se registran en cuentas de redes sociales para poder llegar a adeptos o seguidores con la mayor destreza y facilidad, emiten informaciones que tienen un interés directo y reivindicativo.

Tras el dominio y control absoluto de los medios de comunicación por el Gobierno venezolano, es práctica común el uso de las redes sociales –en especial de Twitter– por diferentes entes gubernamentales (ministerios, gobernaciones, alcaldías, entre otros) para difundir noticias entre sus seguidores. Estas noticias en bastantes ocasiones son *fake news*, ya que no reflejan la realidad de los hechos que en ellas se comunican observándose incluso que lo difundido en las redes no ha ocurrido en la realidad, lo que genera una matriz de informaciones fal-

86 YLEIRIM SULBARÁN. “La política en la manipulación mediática y la comunicación partidista en el Gobierno”, en *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, vol. 10, n.º 29, 2014, pp. 94 a106, disponible en [<https://www.redalyc.org/pdf/709/70932556005.pdf>].

sas para manipular a la opinión pública sobre la eficiencia, efectividad y eficacia de las acciones gubernamentales dirigidas a la protección social del pueblo venezolano.

El periodismo de calidad y el derecho de los venezolanos a informarse en forma debida sufren el impacto de este fenómeno que se vuelve cada vez más peligroso por la manipulación mediática facilitada por las *fake news* que limita una valoración objetiva de las actuaciones del Estado, así como el enmascaramiento de la cruda crisis económica, política y social del país ante el mundo, que por otro lado influye de distintas maneras en el reforzamiento del populismo instaurado en Venezuela.

Según FRANCISCO OLIVARES, Venezuela es un caso extremo de populismo⁸⁷. NICOLÁS MADURO MOROS⁸⁸ con solo 11% de aceptación y sin HUGO RAFAEL CHÁVEZ FRÍAS⁸⁹, mantiene el apoyo popular a fuerza de programas sociales que no benefician a la totalidad de la población y además, son utilizados con fines proselitistas como es el caso del programa de los Comités Locales de Abastecimiento y Producción –CLAP– a través del cual provee cajas con productos alimenticios (granos, arroz, aceite, leche, atún, entre otros) a muy bajo costo, seleccionados por el Gobierno, en su mayoría importados de México y casi siempre de muy mala calidad. Estos comités han estado sujetos a controversias por denuncias de corrupción, uso político de las cajas CLAP para mantener adeptos al Gobierno, retrasos en la entrega, aumentos de precios sin previo aviso y ser utilizadas por el Gobierno para que su base social dependa de manera directa del Estado (control social).

No obstante, ante la hiperinflación y escasez de alimentos en el país, la caja CLAP se ha convertido en la esperanza del pueblo para obtener alimentos casi regalados en un modelo de distribución de productos casa por casa en forma esporádica, que no llega a todas las comunidades –incluso a las más vulnerables–, por lo que carece de periodicidad en la entrega y limitada cobertura, convirtiéndose en un anhelado “beneficio” del Gobierno que en ocasiones demora meses en llegar a los hogares venezolanos por lo que al ser recibida, se desconoce cuándo

87 FRANCISCO OLIVARES. “Una lección para los populistas”, en *Diario el Universal*, Caracas, 24 de agosto de 2019, disponible en [<http://www.eluniversal.com/el-universal/48865/una-leccion-para-los-populistas>].

88 Caracas, 23 de noviembre de 1962- Presidente de Venezuela desde el 19 de abril de 2013.

89 Sabaneta, Estado Barinas, Venezuela, 28 de julio de 1954 - Caracas, 5 de marzo de 2013, Presidente de Venezuela del 2 de febrero de 1999 al 5 de marzo de 2013.

volverá, situación que mantiene a las personas expectantes de las noticias sobre la próxima llegada del CLAP, dónde ir a censarse, a quién entregar el dinero o en cuáles ciudades o comunidades ha llegado.

El programa CLAP se encuentra avalado por el Ministerio del Poder Popular para la Alimentación, hoy el coordinador nacional de los CLAP maneja la cuenta Twitter oficial #CLAP @ClapOficial en la que se han observado noticias relacionadas con la distribución y entrega de las cajas apreciándose contenido engañoso para proyectar la falsa imagen del Gobierno como protector de la seguridad alimentaria en Venezuela y mantener el populismo como estrategia sociopolítica del Gobierno socialista. Si tomamos en consideración esta situación, los resultados de investigación que se presentan a continuación persiguen el objetivo de identificar las *fake news* publicadas en la cuenta #CLAP @ClapOficial para promover y favorecer la permanencia del populismo en Venezuela. Los resultados de investigación se enfocaron en responder la pregunta problema: ¿Las noticias publicadas en la cuenta twitter #CLAP @ClapOficial son *fake news* elaboradas y utilizadas por el Gobierno para favorecer el populismo en Venezuela?

La metodología corresponde a un proceso de investigación documental. Según ARIAS, se basa en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios⁹⁰, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales, impresas, audiovisuales o electrónicas con el propósito de aportar nuevos conocimientos.

La información recopilada en los documentos fue analizada en cuanto a su contenido, presta especial atención al estado del arte y definición de las *fake news*, así como a la identificación de noticias falsas publicadas en la red social Twitter (cuenta #CLAP @Clapoficial) mediante la aplicación de una lista de cotejo conformada por criterios que permiten calificarlas como tales. Para el desarrollo investigativo, el primer paso fue seleccionar el tema, en seguida recopilar la bibliografía, seleccionar al azar las noticias publicadas en la cuenta Twitter #CLAP @Clapoficial), organizar el material en relación a los objetivos específicos propuestos, para luego analizar los hallazgos documentales y responder a la pregunta problema.

90 FIDIAS G. ARIAS. *El proyecto de investigación. Introducción a la metodológica científica*, 6.^a ed., Caracas, Editorial Episteme, 2012, disponible en [https://issuu.com/fidiasgerardoarias/docs/fidias_g_arias_el_proyecto_de_inv].

II. EL AFIANZAMIENTO DE LA POSVERDAD:

LA CIRCULARIDAD CIRCULAR DE LA MENTIRA EN LAS REDES SOCIALES

Las redes sociales han sido diseñadas para conformar comunidades cuyos miembros con diferentes intereses generan, intercambian y transmiten información, como es el caso de Twitter y Facebook, las cuales concentran un amplio número de participantes que da un giro radical respecto a la forma en que el público accede, consume y difunde noticias. El anterior paradigma, en el que los medios de comunicación poseían la primacía informativa ha cambiado en forma rotunda, ahora los usuarios son consumidores y productores de contenidos, de forma que desde la propia red social se afianzan estas comunidades mediante la difusión de noticias que reafirman las opiniones de estos grupos⁹¹.

Esta práctica puede dar lugar a las llamadas “cámaras de eco”, que responden a burbujas digitales en las que los propios miembros de las redes sociales comparten informaciones que respalden ciertos puntos de vista propios o de terceros, convirtiéndose en el medio propicio para la expansión de las *fake news*, consideradas como noticias de contenido engañoso, falso o fabricado⁹².

Estas plataformas digitales utilizan un algoritmo que distribuye el contenido más relevante para cada usuario, logra que la información que se le muestra a cada uno esté condicionada y filtrada. Pero también hay algo a tener en cuenta y es que el flujo informativo en las redes sociales se actualiza de manera constante no solo por relevancia para el usuario, sino también de acuerdo al alcance y las interacciones que tiene el posteo, que valida una noticia solo por su nivel de difusión. Por otro lado, los distintos intereses políticos, partidarios o tan solo

91 RODRIGO GELPI TEXEIRA. “Política 2.0: las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política. Estudio: caso Uruguay”, Tesis doctoral, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2018, disponible en [<https://eprints.ucm.es/49515/1/T40361.pdf>].

92 SOLEDAD BECERRIL, AMANCIO FERNÁNDEZ, HELENA RESANO, JOSÉ MANUEL GONZÁLEZ, BÁRBARA RUIZ y JUAN JOSÉ MORODO. “Influencia de las noticias falsas en la opinión pública. Estudio de Comunicación”, Servimedia España, 2018, disponible en [<https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2018/09/estudio-informefakenews-estudiodecomunicacion-20.09.2018.pdf>].

una confusión, se vuelven motivos para que de una manera más frecuente se viralice un contenido engañoso⁹³.

En el caso de las *fake news* políticas, estas se difunden entre el doble de personas y en una tercera parte del tiempo en comparación con una noticia veraz. Una de las cuestiones claves a la hora de entender el fenómeno de las *fake news* es el papel que los *bots* juegan en este proceso. Los *bots* son programas informáticos (robots) que realizan tareas repetitivas a través de internet, son cuentas falsas que simulan estar controladas por un usuario real. Las personas son los principales culpables de la propagación de las noticias falsas, ya que difunden un mayor número de bulos que los propios *bots*⁹⁴.

Así se genera un circuito vicioso: una noticia falsa se replica miles de veces en cuestión de segundos, todo esto sucede en un contexto de posverdad, término definido por el diccionario de Oxford⁹⁵ como la palabra del año en 2016, se refiere a las circunstancias en que los hechos objetivos (rationales) son menos importantes a la hora de modelar la opinión pública que las apelaciones a la emoción o a las creencias personales. La posverdad aparenta ser un concepto novedoso de un contenido que al no ser ni verdadero ni falso, reúne afirmaciones que aplican eufemismos para “economizar, endulzar o mejorar” la verdad para manipular masas y evitar enfrentamientos⁹⁶.

La posverdad alimenta narraciones que apelan a prejuicios, manipulan sentimientos y reemplazan lo real y auténtico por versiones, rumores o trascendidos sin distinguir hechos de relatos ni realidad de ficción. La pasión se impone a la razón y la mayor parte de la gente prefiere *confirmar* sus ideas y no desea que la realidad cambie el concepto que tiene sobre ella. La certeza objetiva caduca ante sucesos capaces

93 SULBARÁN. “La política en la manipulación mediática y la comunicación partidista en el Gobierno”, cit.; ALEJANDRO SAID y ANDREA VALENCIA. *Fake news y desinformación*, Editorial Grijalbo, 2017.

94 BECERRIL y otros. “Influencia de las noticias falsas en la opinión pública. Estudio de Comunicación”, cit.

95 Ver “Esta es la palabra del año 2016 para el Diccionario Oxford”, CNN en español, 16 de noviembre de 2016, disponible en [<https://cnnespanol.cnn.com/2016/11/16/esta-es-la-palabra-del-ano-2016-para-el-diccionario-oxford/>].

96 RALPH KEYES. *The post-truth era: Dishonesty and deception in contemporary life*, New York, St. Martin’s Press, 2004.

de turbar lo políticamente correcto pues “es más importante lo que aparenta ser la verdad que la misma verdad”⁹⁷.

En los siguientes apartados se hace referencia a estudios realizados por otros investigadores sobre el uso de las *fake news* en los ámbitos político, social y económico, que dejan ver el impacto de su contenido en la manipulación, cambios de opinión y percepción de la realidad en diferentes grupos sociales a conveniencia de quienes crean esta matriz de noticias falsas.

CRISTINA CORBILLÓN GÓMEZ desarrolló una investigación con el objetivo de conocer las noticias e imágenes falsas que circularon, sobre todo por las redes sociales, durante el referéndum de independencia ilegal celebrado en Cataluña el 1.º de octubre de 2017⁹⁸.

La investigación fue de tipo documental, por lo que se buscaron y analizaron las noticias falsas que han circulado con respecto a la crisis catalana en los periódicos como: *ABC* (cinco noticias), *BBC* (una noticia), *El Mundo* (una noticia), *El País* (una noticia) y *La Voz de Galicia* (dos noticias) y también hemos recabado ocho noticias en el perfil @ MalditoBulo en su cuenta de Twitter. Se desarrolló una metodología cuantitativa y cualitativa para interpretar el carácter que han tenido las *fake news* en la generación de un clima de desinformación en la opinión pública, con respecto a la crisis catalana.

Como conclusión, expresamos que los términos posverdad y las *fake news* han sido considerados como los términos más influyentes de 2016 y 2017. El hecho de que estos conceptos hayan tenido tanta repercusión, ha sido en gran parte por la expansión de las nuevas herramientas de intercambio de información, es decir, a través de las redes sociales. Al hilo de esta cuestión un estudio que ha realizado el Instituto Tecnológico de Massachusetts –MIT por sus siglas en inglés– afirma que “las falsedades tienen un 70% más de probabilidades de ser retuitadas que la verdad”, esto en gran parte es gracias a los *bots*

97 JAYSON HARSIN. “Regimes of posttruth, postpolitics, and attention economies”, en *Communication, Culture & Critique*, vol. 8, n.º 2, June 2015, pp. 327 a 333, disponible en [https://www.researchgate.net/publication/272752872_Regimes_of_Post-truth_Post-politics_and_Attention_Economies].

98 CRISTINA CORBILLÓN GÓMEZ. “Estudio de la posverdad y las fake news en relación con la crisis catalana del 1-0”, Tesis de grado, 2018, disponible en [<http://uvadoc.uva.es/handle/10324/30618>].

que movilizan todo el contenido que hace que cualquier noticia se expanda a nivel mundial.

En lo referente a la cuestión catalana, se pudo comprobar que las redes sociales han sido utilizadas para el marketing político dirigido a obtener ciertos fines electorales a favor del proceso independentista que moviliza a toda la población mediante perfiles falsos en los que se generaban y se compartían las *fake news*. El hecho de que estas noticias circulen con tanta velocidad entre la población sucede porque casi la totalidad de la ciudadanía no cuestiona lo que se les presenta en la pantalla, es decir, solo captan el mensaje y lo difunden a otros sin preguntarse el porqué de las cosas, su fuente de origen y el contexto en el que se publican.

Otro estudio corresponde al realizado por BENJAMIN D. HORNE y otro, donde profundiza en el estudio cualitativo de las palabras empleadas en las noticias falsas y sus frecuencias⁹⁹. Resulta de interés la clasificación que establecen en torno a rasgos diferenciados, por ejemplo, rasgo analítico, perspicaz, causal, de discrepancia, tentativa, certeza, diferenciación, afiliación, poder, recompensa, riesgo, interés personal, tono emocional positivo o negativo, entre otros. Los términos se clasifican y puntúan conforme a los rasgos ya mencionados, hallándose una frecuencia de los términos que figuran en las noticias falsas.

Los investigadores consideran adecuada una combinación de métodos que actúen a modo de filtro, con mayor o menor probabilidad de éxito. Esta consideración la suscribo por completo, dado que se ha demostrado que el entorno de aplicación (redes sociales, tipos de fuentes, *websites*, portales de información, etc.) puede alterar los resultados obtenidos y en tal caso influir en la precisión final.

MANUEL BLÁZQUEZ OCHANDO publicó un artículo científico donde analiza la problemática de las noticias falsas, reflexiona al respecto acerca de su motivación, mecanismos y vectores de distribución¹⁰⁰. Se

99 BENJAMIN D. HORNE y SIBEL ALADI. "This just in: Fake news packs a lot in title, Uses simpler, repetitive content in text body, more similar to satire than real news", en *2nd International Workshop on News and Public Opinion at ICWSM*, Cornell University, disponible en [<https://arxiv.org/pdf/1703.09398.pdf>].

100 MANUEL BLÁZQUEZ OCHANDO. "El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas", en *XV Seminario Hispano-Mexicano de Investigación en Biblioteconomía y Documentación*, Ciudad de México, 16-18 de mayo de 2018, 2018, disponible en: [<http://eprints.rclis.org/33171/>].

llega a la conclusión que en los últimos años, la frecuencia mediática de las noticias falsas ha aumentado en forma notable, de manera especial, cuando se producen eventos de especial relevancia política. Uno de los casos más citados corresponde a las elecciones de Estados Unidos en 2016, en donde se ha llegado a demostrar que las noticias falsas influyeron mucho en la intención de voto del electorado. De hecho, tal como indican los investigadores, si una noticia es lo suficientemente persuasiva, puede incidir en 0,02 puntos porcentuales en los resultados electorales. Si a este hecho demostrado se suma el elevado número de noticias falsas editadas, así como los medios de propagación, se obtiene un método fiable para influenciar e incluso si se quiere, programar a la población.

Durante 2016 la palabra *fake news* aumentó su uso en un 365%, lo que llevó a los diccionarios de Oxford y Collins, a nombrarla la palabra del año para 2017. Este último la define en su versión *online*, como una “información falsa, a menudo sensacional, diseminadas bajo el pretexto de informar”¹⁰¹. Contiene información verificable, falsa o engañosa, que se crea, presenta y divulga para obtener beneficios o engañar en forma intencional al público, con la posibilidad de causar daño a este último.

Desde una perspectiva periodística, MARC AMORÓS GARCÍA la define como, “informaciones falsas diseñadas para hacerse pasar por noticias con el objetivo de difundir un engaño o una desinformación deliberada para obtener un fin político o financiero”¹⁰². Puede considerarse que no hay *fake news* sin un propósito, bien sea económico o ideológico para manipular en lo emocional al público objetivo y lo más importante, a primera vista son difíciles de distinguir de las noticias verdaderas.

Tal y como lo plantea LAURA HAZARD-OWEN, para que una noticia falsa sea exitosa debe regirse por cuatro características clave: 1.^a Estar dirigida a las emociones; 2.^a Tener apariencia de legitimidad; 3.^a Tener una publicación efectiva en internet; y 4.^a Ser amplificadas en la red (como Twitter o Facebook)¹⁰³. Entre la avalancha de noticias falsas

101 *Diccionario Collins Español-Inglés/Inglés-Español*, New York, Harper Collins, 2016.

102 MARC AMORÓS GARCÍA. *Fake News. La verdad de las noticias falsas*, Barcelona, Plataforma Actual, 2018.

103 LAURA HAZARD-OWEN. “Noticias reales sobre noticias falsas: Facebook se asocia con más sitios de fact-checking”, *Red Internacional de Periodistas*, August 9 2017, disponible en [<http://www.niemanlab.org/2017/08/noticias-reales-sobre-noticiasfalsas-facebook-se-asocia-con-mas-sitios-defact-checking/>].

que se arroja sobre el público se encuentran rumores, campañas de descrédito, falsedades burdas. Es decir, desde episodios banales hasta situaciones de enorme importancia.

Para CLAIRE WARDLE la distorsión que producen las noticias falsas afecta a todo el ecosistema completo de información¹⁰⁴. El estudio de este sistema supone el análisis de cuatro elementos: 1. Las motivaciones de quienes fabrican las noticias falsas (*fake news*); 2. Los tipos de contenidos; 3. Elaboración de estas noticias; y 4. Divulgación de las *fake news*.

Figura 1
***Fake news*. Ecosistema de información**



Fuente: ROBERTO VILA DE PRADO. "La posverdad y la espiral del silencio", *Revista Aportes*, n.º 24, agosto de 2018, p. 9 a 19, disponible en [http://www.scielo.org.bo/pdf/racc/n24/n24_a02.pdf].

Cada uno de estos elementos del ecosistema de información de las *fake news* contempla los siguientes aspectos:

1. *Motivaciones de quienes fabrican las noticias falsas*: Este tipo de noticia se fabrica con la intención de ocultar, generar o manipular de algún modo información factual y/o emocional, para crear o mantener en otras personas una creencia que el propio comunicador considera falsa. Esta afirmación pone de relieve que la persona que miente es consciente de la mentira y ello le permite manejar a las personas para que respondan a sus intereses y necesidades. Las motivaciones para

104 CLAIRE WARDLE. "Noticias falsas. Es complicado", en *First Draft News*, March 14, 2017, disponible en [<https://es.firstdraftnews.org/2017/03/14/noticias-falsas-es-complicado/>].

crearlas pueden ser muy variadas, por ejemplo, manipular el clima social, ganar elecciones, obtener el favor de la opinión pública, engañar e influir en la política y economía de una organización o un país, entre otras. Es probable que existan más razones, pero las manifestadas aquí son suficientemente importantes, como para que el juego de las noticias falsas sea considerado un factor estratégico en diferentes ámbitos políticos, económicos, sociales¹⁰⁵.

2. *Tipos de contenidos*: la organización First Draft ha diferenciado siete tipos de contenido erróneo que puede circular¹⁰⁶: a. Sátira o parodia: no pretende causar daño pero posiblemente engañe; b. Contenido engañoso: se trata del uso engañoso de la información para incriminar a alguien o algo; c. Contenido impostor: es el tipo de información que suplanta fuentes originales o genuinas; d. Contenido fabricado: contenido nuevo que es predominantemente falso, diseñado en forma especial para engañar y perjudicar; e. Conexión falsa: cuando los titulares, imágenes o leyendas no confirman el contenido; f. Contexto falso: cuando el contenido genuino se difunde con información de contexto falsa; y g. Contenido manipulado: cuando información o imágenes genuinas se manipulan para engañar.

De acuerdo con BLÁSQUEZ OCHANDO, el procedimiento de elaboración de una noticia falsa suele ser más complejo que la simple mentira, está más en la forma de encuadrar las noticias, su empaquetado, extensión, ubicación, tono, titulares¹⁰⁷. Para abaratar costos, se utilizan fuentes que no siempre están en el lugar de los hechos.

3. *Elaboración*: según el mismo BLÁSQUEZ OCHANDO, la categoría de noticia se obtiene, una vez se escalan los distintos niveles de publicación de un determinado contenido, por ejemplo, en *blogs*, portales de noticias y por último medios de comunicación reconocidos¹⁰⁸. Luego se produce una escalada de convencimientos y asentimientos entre la opinión pública, que puede ser medida a través de las redes sociales. Los robots de auto-publicación pueden jugar un papel relevante al ser programados para replicar las noticias o rumores que coincidan con

105 JESSIKKA ARO. "The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools", en *European View*, vol. 15, n.º 1, June 2016, pp. 121 a 132, disponible en [<https://link.springer.com/article/10.1007/s12290-016-0395-5>].

106 WARDLE. "Noticias falsas. Es complicado", cit.

107 BLÁSQUEZ OCHANDO. "El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas", cit.

108 Ídem.

líneas ideológicas que sus administradores determinen, para producir un altavoz automático para los mensajes deseados. Esto ayuda a reafirmar la información que alcanza al público objetivo y a crear un falso sentimiento de fiabilidad, o bien anular la formación de una opinión crítica a través de la manipulación estratégicamente planificada.

Dado que solo la información señalada por los actores responsables fluye en el sistema de información, el público objetivo no tiene otras fuentes con las que contrastar los hechos. Sin embargo, otros actores interesados pueden reproducir este esquema o bien intoxicar los sistemas de sus competidores, para ganar el favor de la opinión pública. Ello consiste en crear versiones alternativas de los mensajes originales, esto es al adulterar la información original para reorientar el pensamiento del receptor, para convertirse esto último en el principal efecto de las *fake news* en el público objetivo.

4. *Divulgación*: tal y como lo plantea BLÁZQUEZ OCHANDO las noticias falsas pueden servir a la consecución de determinados objetivos y finalidades que están por encima de la visión de la opinión pública, pero sirviéndose de esta¹⁰⁹. Esto significa que están destinadas a grupos de personas, sectores, nichos de mercado, bloques ideológicos y de opinión, comunidades, bien tipificadas y caracterizadas en las redes sociales. Téngase en cuenta que Facebook hace poco se ha visto salpicada por diversos escándalos, como la falta de control de las noticias falsas en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016.

Sin entrar a valorar la ética o moral de las políticas de datos y privacidad de Facebook, sí se puede asegurar que la información registrada por la red social permite conocer con gran nivel de detalle a todos sus usuarios. Ello favorece que se puedan construir mensajes a medida que se alcanza un mayor porcentaje de credibilidad, e incluso, como ya se ha mencionado, influir en elecciones, inversiones, economía y política¹¹⁰.

Las noticias falsas se divulgan por distintos medios, WARDLE señala los siguientes: 1. La gente que sin darse cuenta, lo divulga en las redes sociales a través del retwitter sin revisar el contenido del mensaje; 2. Periodistas que tratan de cubrir la información que surge de la red social en tiempo real; 3. Grupos que intentan influir en la opinión pública;

109 BLÁZQUEZ OCHANDO. "El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas", cit.

110 Ídem.

y 4. Campañas de desinformación a través de redes de *trolls* y *bots* (los *trolls* transmiten datos improbables a través de twits falsos)¹¹¹.

Por otra parte, las redes sociales proporcionan la plataforma idónea para la libre difusión de noticias y su viralización, en atención a los patrones de contagio emocional¹¹². Este factor también opera en la propagación de noticias falsas, puesto que se ha constatado que tienden a apelar a las emociones más primarias de sus lectores, transmiten mensajes de tristeza, miedo, sorpresa o ira¹¹³. Este tipo de noticias son más llamativas y propensas a ser compartidas por el usuario, con independencia que sean ciertas, ya que se da por supuesta su fiabilidad.

Otra característica que favorece la difusión de las noticias en las redes sociales es la disposición de protocolos *Representational State Transfer* –REST–¹¹⁴ y *Application Programming Interface* –API–¹¹⁵. Esta característica, presente al menos en Facebook y Twitter, ha permitido el desarrollo de plataformas de gestión de perfiles sociales como HootSuite o SproutSocial, entre otras, con las que se realiza el seguimiento y la publicación automática de las noticias¹¹⁶. Esto hace que resulte sen-

111 CLAIRE WARDLE. “Research: ‘A field guide to fake news?’”, en *First Draft News*, March 3, 2017, disponible en [<https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-field-guide/>].

112 KRISTINA LERMAN y RUMI GHOSH. “Information contagion: An empirical study of the spread of news on digg and Twitter social networks”, *Proceedings of 4th International Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM-10)*, Cornell University, pp. 90 a 97, disponible en [<https://arxiv.org/pdf/1003.2664.pdf>].

113 SOROUGH VOSOUGHI, DEB ROY y SINAN ARAL. “The spread of true and false news online”, en *Science*, vol. 359, n.º 6.380, 2018, pp. 1.146 a 1.151, disponible en [<https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>].

114 “[E]s una interfaz para conectar varios sistemas basados en el protocolo HTTP (uno de los protocolos más antiguos) y nos sirve para obtener y generar datos y operaciones, devolviendo esos datos en formatos muy específicos, como XML y JSON”. Tomado de JOSÉ MANUEL ROSA MONCAYO. “¿Qué es rest? Conoce su potencia”, en *OpenWebinars*, 17 de mayo de 2018, disponible en [<https://openwebinars.net/blog/que-es-rest-conoce-su-potencia/>].

115 Son “contenedores de información que se envían entre sí distintas partes de una comunicación entre aplicaciones [...] Una API consigue que los desarrolladores interactúen con los datos de la aplicación de un modo planificado y ordenado. Por ejemplo, la API de Facebook ofrece a los desarrolladores la posibilidad de obtener y mostrar todos los amigos de un usuario. Como las API incluyen documentación (una serie de instrucciones detalladas) es fácil para los desarrolladores obtener los datos que necesitan”, tomado de FERNANDO TELLADO. “REST API ¿qué es? ¿cómo funciona?”, en *Ayuda WordPress*, 25 de enero de 2016, disponible en [<https://ayudawp.com/wordpress-rest-api-que-es-como-funciona/>].

116 WAYNE GRAHAM. *Facebook API developers guide*, Berkeley, CA, Apress, 2008; KEVIN MARRIS. “Twitter API: Up and running: Learn how to build applications with the Twitter API”, Newton, Massachusetts, O’Reilly Media, 2009.

cillo diseñar estrategias de desinformación, compartir noticias falsas en diversas redes sociales y observar cuáles obtienen mayor impacto, o bien generan más controversia.

III. LA MUERTE DE LOS ARGUMENTOS:

FAKE NEWS Y TOMA DE DECISIONES

Disponer de un pensamiento crítico e independiente es clave a la hora de tomar decisiones de forma libre. Para BECERRIL y otros las *fake news* por su naturaleza, contenido y objetivo que persiguen impiden la construcción de un juicio racional y bien formado¹¹⁷. Al no disponer de base fáctica distorsionar la realidad y desprestigiar aquellas informaciones contrarias a estas noticias falsas, condicionan de forma negativa la toma de decisiones de los individuos que consumen este tipo de contenidos.

En el mismo orden de ideas, JORGE LUIS MANRIQUE opina que la base de pensamiento de la ciudadanía se puede ver afectada por la proliferación de estas noticias falsas¹¹⁸, debido a que las personas no cuentan con toda la información a la hora de formar un juicio propio, la calidad del resultado de sus acciones no será la misma que si tuviesen total conocimiento del tema en cuestión. Un ciudadano no es libre a la hora de decidir si la lógica que sigue cuando actúa se rige por informaciones o conocimientos falsos propagados por las *fake news*.

Una opinión pública bien formada, que disfrute de un pensamiento crítico y libre, es beneficiosa para la democracia, ya que dispondrá de una gran variedad de puntos de vista con respecto a los temas n debate en las políticas públicas, de forma que será con dificultad manipulable y maleable, este grupo se moverá más por argumentos racionales que sentimentales. Por el contrario, una opinión pública desinformada, cuya lógica se base en informaciones falsas y de fuente desconocida, tenderá a ser manejable por quienes dominen una retórica sentimental¹¹⁹.

117 BECERRIL y otros. "Influencia de las noticias falsas en la opinión pública. Estudio de Comunicación", cit.

118 JORGE LUIS MANRIQUE. "Populismo y posverdad ¿Solo tendencias?", *Inmanencia: Revista del Hospital Interzonal General de Agudos HIGA Eva Perón*, vol. 5, n.º 1, 2016, pp. 161 a 165, disponible en [<http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/inmanencia/article/view/10831/9654>].

119 BECERRIL y otros. "Influencia de las noticias falsas en la opinión pública. Estudio de Comunicación", cit.

Por lo expuesto puede afirmarse que la calidad de la información que maneja la opinión pública repercutirá en la capacidad de la misma de formar un pensamiento crítico y libre. Las *fake news* se oponen a este principio, al primar los contenidos sensacionalistas sobre las noticias contrastadas y racionales. Una democracia sólida no se puede explicar sin una opinión pública bien informada, que fomente un debate rico y que dé lugar a políticas públicas que mejoren la calidad de vida de la ciudadanía.

La manipulación de la opinión pública es otra de las consecuencias de la proliferación de las noticias falsas, unida a la tendencia de las redes sociales en segmentar las noticias en atención a criterios de filiación de sus usuarios. Plataformas como Facebook o Twitter promueven la construcción de comunidades sólidas diferenciadas según los temas que tratan, dentro de las cuales se encuentran grupos con opiniones o posturas muy marcadas. Estos puntos de vista son muy difíciles de modificar, incluso rechazan informaciones o publicaciones contrarias a esa forma de pensar¹²⁰.

De esta manera, esas comunidades se configuran como un espacio cerrado en el que se comparten contenidos enfocados a reforzar esa ideología común y se censura toda aquella publicación que ponga en duda la idea que defiende dicho grupo. Dentro de estas cámaras de eco no existen posturas intermedias, ya que los miembros de las mismas publican contenido que solo favorece su posición ideológica, que niega o ataca la existencia de aquellas opiniones contrarias. Las noticias falsas encuentran en estos nodos digitales un terreno propicio para su cultivo y expansión, actúan como reafirmantes de opiniones dentro del grupo y como armas arrojadas a quien piensa distinto.

Bajo este patrón, se polariza la forma de pensar y fomenta la división en dos polos de pensamiento, dos extremos antagónicos. Los usuarios adquieren información que refuerza su narrativa preferida, incluso aunque contenga afirmaciones falsas, e ignoran la información disidente¹²¹.

120 BECERRIL y otros. "Influencia de las noticias falsas en la opinión pública. Estudio de Comunicación", cit.

121 QUATTROCIOCCHI, 2017, citado por BECERRIL y otros. "Influencia de las noticias falsas en la opinión pública. Estudio de Comunicación", cit.

La polarización de la opinión pública tiene consecuencias muy negativas para el debate público, ya que castiga aquellas posturas que tratan de buscar una opinión más racional y no coinciden con lo que promulgan ambos extremos. Si los dos polos se atacan mutuamente, las personas que defienden argumentos racionales sufren la descalificación de ambos extremos. De esta forma, se desplazan las posturas intermedias del debate por parte de los dos polos, que quedan como únicos puntos de vista referenciales, esto da lugar a una radicalización del debate público, al fomentar los extremismos en detrimento de posturas racionales que enriquezcan dicho debate¹²².

Uno de los grandes problemas que permite penetrar las *fake news* en la sociedad es la falta de visión crítica de la audiencia. El falso convencimiento de la ciudadanía en su capacidad para saber distinguir las noticias verdaderas provoca que la atención que se le presta a las noticias para determinar si tiene credibilidad o no disminuya.

Sumado a lo anterior, el contenido (en muchas ocasiones sensacionalista) de las noticias falsas se propaga con más rapidez que una noticia real, su corrección o rectificación (en el caso de que la haya) raramente se comparte de la misma forma¹²³. Esto provoca que la noticia falsa siga distribuyéndose como verdadera a pesar de haberse desmentido, ya que en muchas ocasiones la rectificación no llega al mismo número de gente que comparte la falsedad.

IV. EL POPULISMO: DEFINICIÓN Y ALCANCE EN VENEZUELA

El *Diccionario de la lengua española* registra al término “populismo” en 1936 como “perteneciente o relativo al pueblo”, en 1985 como “doctrina política que pretende defender los intereses y aspiraciones del pueblo” y en 2014 como “tendencia política que pretende atraerse a las clases populares” “que suele emplearse con sentido despectivo”¹²⁴.

122 QUATTROCIOCCI, 2017, citado por BECERRIL y otros. “Influencia de las noticias falsas en la opinión pública. Estudio de Comunicación”, cit.

123 NURIA FERNÁNDEZ-GARCÍA. “Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática”, *Nueva Sociedad*, vol. 269, 2017, pp. 68 a 77, disponible en [http://nuso.org/media/articulos/downloads/5.TC_Fernandez_269.pdf].

124 REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed., Madrid, RAE, 2014, s. v. “populismo”, disponible en [<https://dle.rae.es/populismo?m=form>].

Populismo y populista fueron voces neutras re-lexicalizadas de acuerdo a quién y cómo las utilice, califican más que definen¹²⁵.

Bajo el enfoque del populismo, las izquierdas critican la ausencia de énfasis para erradicar el sistema capitalista mientras las derechas entienden que prioriza los intereses de los sectores populares contra el resto de la comunidad. Los partidarios del populismo lo estiman como estrategia para enfrentar a las élites, devolver el poder al pueblo, garantizar políticas progresistas y promover la justicia social, asocian su descalificación con exclusiones y luchas de clase entre lo popular-antipopular o rico-pobre¹²⁶.

De acuerdo con MANRIQUE, quienes se oponen al populismo lo conciben como suma de maniobras demagógicas de corte totalitario y retórica nacionalista que recurren a modelos caudillistas y liderazgos carismáticos solo para acceder y conservar el poder¹²⁷. Observan que los cabecillas asumen saber lo que conviene a todos, deciden de manera inconulta, proponen metas difíciles de cumplir e instrumentan las acciones populares que en realidad empobrecen al pueblo al coartar libertades de expresión, participación y exigencia de sus derechos fundamentales.

Por otra parte, los populistas promueven el descrédito de los grupos económicos, políticos, empresariales e intelectuales a los que califican de “malas élites”, estimulan resentimientos, odios, envidias y generan lógicas amigo-enemigo que tildan de conspiradores a quienes no comparthen o enfrentan el ideario de “los buenos del pueblo”. Dicen representar a la ciudadanía pues como miembros del pueblo conocen bien sus necesidades y por tanto, dicen, “sabrán defender sus auténticos intereses”¹²⁸.

ZYGMUNT BAUMAN describe la actualidad sociopolítica latinoamericana como era de cambio y movimiento constante, donde la única certeza es la incertidumbre, desempleo creciente, enfrentamientos de presunto origen religioso, guerras, migraciones, refugiados y nueva pobreza son fenómenos comunitarios crecientes, a su juicio, se vive un

125 MANRIQUE. “Populismo y posverdad ¿Solo tendencias?”, cit.

126 NORBERTO ALAYÓN. “¡Populista, sí, a mucha honra!”, en *Página/12*, Buenos Aires, 17 de febrero de 2014, disponible en [<https://www.pagina12.com.ar/diario/el-pais/1-239978-2014-02-17.html>].

127 MANRIQUE. “Populismo y posverdad ¿Solo tendencias?”, cit.

128 JUAN SANTIAGO YLARRI. “Populismo, crisis de representación y democracia”, en *Foro, Nueva Época*, vol. 18, n.º 1, 2015, pp. 179 a 199, disponible en [<https://revistas.ucm.es/index.php/FORO/article/view/49695/46196>].

interregno en el que se pretende enfrentar los problemas con viejas soluciones ineficientes o se les aplican nuevas propuestas inadecuadas para solucionarlos. Insiste en que aunque “ser populista no siempre es malo”, “quienes lograron convertirse en dictadores, siempre lo hicieron desde posturas populistas” pero subraya que “cualquier ideología popular, puede utilizarse con fines demagógicos”¹²⁹.

En Venezuela con la llegada del presidente CHÁVEZ FRÍAS al poder en 1999 se instaura un modelo político populista que se consolida aun más con el “socialismo del siglo XXI” implementado como programa político con base en la doctrina marxista y posmarxista que establece la implementación del totalitarismo como modelo de sociedad. La colectivización de la propiedad, el control de la economía y la dictadura del partido de Gobierno son algunos de los elementos fundamentales que le permitieron posicionarse contra el orden institucional para establecer unas reglas del juego nuevas, las cuales dependen del líder y nada más¹³⁰.

Como resultado de un régimen populista que se ha enfocado en destruir en forma sistemática la institucionalidad que le precedió, los resultados son cada vez más calamitosos, uno de esos resultados según la Encuesta de Condiciones de Vida es la pobreza en 87,6% de la población, con pobreza extrema en un 61,2%¹³¹, esta última se incrementó 40% en cuatro años y hoy más del 61,2% de los ciudadanos se acuesta sin poder alimentarse.

De acuerdo con la Encuesta en comento, debido a la hiperinflación y la pérdida del poder adquisitivo, se hace cada vez más difícil sustituir alimentos, hay una tendencia a la mono dieta y con relación a la infraestructura de alimentación, existe un colapso del sistema, la dieta tradicional perdió calidad y cantidad por la disminución del aporte de nutrientes proteicos, sumado a la disminución en el consumo de lácteos.

129 ZYGMUNT BAUMAN. *Modernidad líquida*, MIRTA ROSENBERG y JAIME ARRAMBIDE SQUIRRU (trads.), México D. F. y otras, Fondo de Cultura Económica, 2009, disponible en [<https://catedraepistemologia.files.wordpress.com/2009/05/modernidad-liquida.pdf>].

130 ROBERTO CASANOVA. *Bifurcación: entre una sociedad neocomunista y una visión creadora*, Caracas, Hoja del Norte, 2011.

131 LUIS PEDRO ESPAÑA N. y MARÍA G. PONCE Z. “Enconvi. Encuesta sobre condiciones de vida en Venezuela”, Caracas, Universidad Católica Andrés Bello –UCAB–, 2018, disponible en [<https://www.ucab.edu.ve/wp-content/uploads/sites/2/2018/02/ENCOVI-2017-presentación-para-difundir-.pdf>].

Esta situación ha ocasionado que 80% de los hogares se encuentren en inseguridad alimentaria, además, cerca de 8,2 millones de venezolanos ingiere dos o menos comidas al día y las comidas que consumen son de inadecuado aporte nutricional, nueve de cada diez venezolanos no puede pagar su alimentación diaria y seis de cada diez venezolanos han perdido alrededor de 11 kg. de peso en el último año por hambre, los niños y ancianos son los más afectados.

Según lo plantean EUGENIO A. GUERRERO F. y otro, la ideología colectivista que guía a muchos de los funcionarios del régimen actual en Venezuela, la militarización del país con la figura del hombre en armas como la columna vertebral y el elemento constitutivo de la nación, la influencia contraria a occidente de autoritarismos de oriente y la desinstitucionalización intencional del Estado venezolano, entre otros factores, hacen bastante compleja la salida al padecimiento de millones de ciudadanos que cada día tienen menos posibilidad de sobrevivir en Venezuela¹³².

Según YORISTA J. ACOSTA, reconocidos economistas ligados a las más prestigiosas universidades¹³³, señalan que Venezuela vive la crisis económica y humanitaria más severa que haya enfrentado país latinoamericano alguno en la historia moderna¹³⁴, sumado a lo anterior, afirman que las perspectivas de recuperación son escasas a corto plazo. Por otra parte, las medidas adoptadas por el Gobierno entre las que se encuentran las misiones sociales, no han logrado detener el deterioro de la calidad de vida de los venezolanos, si se toma en consideración que

132 EUGENIO A. GUERRERO F. y LUIS A. HERRERA O. *Populismo y autoritarismo en Venezuela: Génesis y consecuencias del socialismo del siglo XXI*, 2018, disponible en [<https://lyd.org/wp-content/uploads/2019/01/sip-167-populismo-y-autoritarismo-en-venezuela-genesis-y-consecuencias-del-socialismo-del-siglo-xxi-diciembre2018.pdf>].

133 LEONARDO VERA. "In search of stabilization and recovery: macro policy and reforms in Venezuela", en *Journal of Post Keynesian Economics*, vol. 40, n.º 1, 2017, pp. 9 a 26; íd. ¿Cómo explicar la catástrofe económica venezolana?, *Revista Nueva Sociedad*, n.º 274, marzo-abril de 2018, disponible en [<https://nuso.org/articulo/como-explicar-la-catastrofe-economica-venezolana/>]; JOSÉ MANUEL PUENTE. "Venezuela en colapso macroeconómico. ¿Qué se puede esperar?", Madrid, Real Instituto Elcano, 2016, disponible en [http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/america+latina/ari63-2016-puente-venezuela-en-colapso-macroeconomico-que-se-puede-esperar]; ALEJANDRO GUTIÉRREZ S. "Venezuela's Economic and Social Development in the Era of Chavism", en *Latin American Policy*, vol. 8, n.º 2, December 2017, pp. 160 a 188.

134 YORISTA J. ACOSTA. "Sufrimiento psicosocial del siglo XXI: Venezuela y la Revolución", *RIP*, n.º 19, junio de 2018, pp. 111 a 133, disponible en [http://www.scielo.org/bo/pdf/rip/n19/n19_a09.pdf].

desde octubre de 2017, el país se convirtió en el primer productor de petróleo en sufrir hiperinflación.

Una de las misiones sociales creada por el presidente MADURO MOROS en 2016 para enfrentar esta fuerte crisis que impide a miles de venezolanos adquirir la cesta básica por su elevado costo y escasez, es la distribución de alimentos en bolsas o cajas de comida etiquetados bajo el nombre CLAP, que se distribuyen a través de la comunidad organizada en consejos comunales que las reciben y proceden a su reparto entre las familias, previo pago de un monto muy bajo (aproximado a los tres dólares).

La caja CLAP, aun cuando es de distribución esporádica y contiene 34 productos (sobre todo, carbohidratos) tales como arroz, pastas, margarina, atún, aceite, granos, azúcar, harina de maíz, harina de trigo, leche en polvo, aderezos, entre otros (ver figura 1) en su mayoría de mala calidad, es apreciada por las comunidades como una opción para adquirir este conjunto de alimentos a un mínimo costo.

Figura 1
Alimentos de la Caja CLAP



Fuente: IVANA MÉNDEZ. “¿Cuánto cuestan en realidad los productos de la caja CLAP?”, en *El Estímulo*, Caracas, 8 de mayo de 2017, disponible en [<https://elestimulo.com/elinteres/cuanto-cuestan-en-realidad-los-productos-de-la-caja-clap/>].

Según declaraciones públicas de importantes voceros del Gobierno (ministro de Agricultura Urbana y Periurbana y ministro del Poder Popular para las Comunas y Movimientos) la distribución de las CLAP tiene tinte político, es utilizada como herramienta de manipulación para conseguir votos, apoyo al Gobierno y de proselitismo en las comunidades más vulnerables. En la actualidad, su distribución tiene poca continuidad y prácticamente ha desaparecido, sobre todo por la corrupción de los entes encargados de mantener el programa CLAP.

Esta compleja situación influye en que los habitantes de las comunidades estén en continua expectativa sobre las noticias que se publican sobre la llegada de este beneficio a las localidades, generándose desde los entes oficiales del Gobierno una matriz de informaciones en ocasiones falsas (*fake news*) que se difunden a través de la cuenta Twitter #CLAP @ClapOficial para engañar y manipular a la opinión pública sobre la distribución de las cajas CLAP, cuando en realidad el beneficio es cada vez más escaso, de periodicidad irregular (meses de espera entre una entrega y otra), con cobertura geográfica restringida y utilizado como pantalla de una eficiencia inexistente en cuanto a la seguridad alimentaria que dice ofrecer el Gobierno nacional a los venezolanos. En seguida se presentan los resultados del procesamiento de las noticias analizadas en este estudio de acuerdo a una serie de criterios utilizados como referencia para su identificación como *fake news*.

V. NOTICIAS PUBLICADAS EN LA CUENTA TWITTER #CLAP @CLAPOFICIAL. COMITÉ LOCAL ABASTECIMIENTO Y PRODUCCIÓN

La cuenta de Twitter oficial del Comité Local de Abastecimiento y Producción #CLAP @ClapOficial se ubica en el sitio web [<https://twitter.com/ClapOficial>], de donde fueron seleccionadas al azar las siguientes noticias identificadas y calificadas como *fake news* luego de aplicar los siguientes criterios propuestos por BLÁZQUEZ OCHANDO:

1. Discurso superfluo de las noticias;
2. Discurso emocional primario;
3. Vocabulario y recursos lingüísticos propensos en mensajes embaucadores, exageración, hipérboles y circunloquios;
4. Titulares impactantes;
- 5) Escasez de texto que desarrolle la noticia;
- 6) Información no contrastada con otras fuentes y noticias enlazadas;
7. Alto nivel de difusión en redes sociales;
8. Alto porcentaje de comentarios prefabricados o valoraciones positivas en las redes sociales;
9. Mensajes enfo-

cados a asuntos de alta sensibilidad para el destinatario; 10. Mensajes que presentan el problema y la solución velada y dirigida¹³⁵.

CLAP Oficial @ClapOficial

FollowFollow @ClapOficial

#JornadaCLAP | En #Monagas las parroquias San Vicente y San Simón Centro fueron abastecidas con un total de 10.175 módulos alimentarios gracias a las políticas protectoras de nuestro Presidente @NicolasMaduro. ||



Fuente: Imagen tomada de [<https://twitter.com/ClapOficial>].



135 BLÁZQUEZ OCHANDO. “El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas”, cit.

El poder de las fake news: manipulación de masas para la permanencia...

En esta noticia se cumple el criterio de titular impactante al referirse a la caja CLAP como *módulo alimentario*, además se basa en el discurso emocional primario al proyectar que se distribuyó una cantidad importante de cajas (10.175) cuando en realidad el beneficio solo llegó a dos parroquias de un total de 44. Cabe destacar que estas dos parroquias están ubicadas en un solo municipio de los 13 que constituyen el Estado Monagas, puede considerarse entonces que la noticia utiliza recursos lingüísticos embaucadores y tendientes a la exageración.

CLAP Oficial @ClapOficial

FollowFollow @ClapOficial

#JornadaCLAP | En #Lara 189 familias recibieron abastecimiento alimentario a través del #CLAP de Residencias Larenses, otro logro de la política acertada de nuestro Gobierno Bolivariano ante el bloqueo criminal del Imperialismo. || #SomosCLAP



Fuente: Imagen tomada de [<https://twitter.com/ClapOficial>].



En esta noticia el titular es impactante (llama la atención de los lectores); enfocándose en las *189 familias* que recibieron el abastecimiento alimentario como punto central. Cabe acotar que “Residencias Larenses” en un complejo habitacional de la Misión Vivienda del Gobierno venezolano donde habitan 450 familias, es decir las cajas fueron recibidas por el 42% de la población. También manipula el discurso emocional primario, ya que pudiera crear expectativas en los habitantes que no recibieron el beneficio en esta localidad, así mismo contiene un mensaje enfocado a asuntos de alta sensibilidad para los destinatarios como lo es recibir los alimentos a través del CLAP de forma periódica.

clap Oficial @ClapOficial

Follow @ClapOficial

#JornadaCLAP | Desde el estado #Bolívar se brindará atención a los 50 #CLAP de la parroquia Catedral del municipio Heres. Seguimos consolidando el abastecimiento alimentario. ||



Fuente: Imagen tomada de [<https://twitter.com/ClapOficial>].



En la noticia aquí destacada, se aprecia mensaje embaucador, nótese que el mensaje se redactó en futuro (*se brindará atención...*), con vocabulario propenso a la exageración al anunciar como acontecimiento que se atenderán 50 Comités Locales de Abastecimiento y Producción, cuando en realidad, de ocurrir las entregas, estas se realizarían solo en una parroquia de las nueve que conforman el municipio Heres.

Por otra parte, la información no se contrasta con otras fuentes y noticias enlazadas que evidencien que tal entrega se concretó en los CLAP mencionados. El mensaje presenta el problema y la solución dirigida (seguimos consolidando el abastecimiento alimentario) no obstante, la cobertura del mencionado beneficio en el Estado Bolívar será mínima o poco representativa, ya que solo llegará a un municipio del total de 11 que constituyen su división político-territorial.

@ClapOficial

Follow @ClapOficial

#JornadaCLAP | Durante la semana, del 16 al 22 de septiembre se beneficiarán 6.396 familias en el municipio Andrés Bello del Estado Bolivariano de Mérida, gracias al trabajo mancomunado del Gobierno Bolivariano y el pueblo organizado en #CLAP. |

#SomosCLAP

Gobierno Bolivariano de Venezuela

JEHYSON Guzman

Agua Blanca
Ali Primera
Andrés Bello
Comandante Chávez Rumbo al socialismo
Comandante Supremo Hugo Chávez Frías
El Araguairey
El Bramón de San Rafael
El Cumbe
El Sol de La America Revolucionaria
ERNESTO CHE GUEVARA
EZEQUIEL ZAMORA
Guardianes de la Revolución
Hugo Rafael Chávez Frías
INDIA CARIBAY
Josefa Camejo
Juan Quintero
Lanceros de Chávez
Los Azulitenses en Lucha
Los Libertadores de Capaz
LUSA CACERES DE ARISMENDI
MANUELITA SAENZ
Maria Antonia Albornoz
Parame
Patria Soberana
Patriotas Unidos
ROBERT SERRA
RODILLA EN TIERRA
Saikay
San luis Revolucionario
Trivilin

Andrés Bello
Andrés Bello

6.396
FAMILIAS BENEFICIADAS

Mérida Es Nuestra Pasión

CLAP

@CLAPMERIDA

Fuente: Imagen tomada de [<https://twitter.com/ClapOficial>].



La noticia antes señalada contiene un discurso superfluo, ya que no especifica cuál será el beneficio a recibir (caja CLAP, mercado alimentario, proteína animal, ferias del campo soberano), además se basa en el discurso emocional primario por crear expectativas en los lectores sobre la entrega a futuro del mencionado beneficio (se beneficiarán 6.396 familias en el municipio Andrés Bello del Estado Bolivariano de Mérida), tampoco se consiguieron tweets con información y noticias enlazadas que evidencien que tal entrega se llevó a cabo en la fecha indicada.

VI. CONCLUSIONES

Las noticias analizadas corresponden a *fake news* que, en cuanto a su contenido, corresponden a la categoría de sátira o parodia (no pretenden causar daño pero es posible que engañen) con uso fraudulento de la información y de conexión falsa, por incluir titulares, imágenes o leyendas que no confirman el contenido. Por tanto se puede inferir que las noticias publicadas en la cuenta twitter #CLAP @ClapOficial son *fake news* elaboradas y utilizadas por el Gobierno actual para favorecer el populismo en Venezuela.

Las noticias falsas se han convertido en un recurso estratégico para los Gobiernos latinoamericanos¹³⁶, debido al poder de influencia social, política y económica que ejercen en el público para captar su atención y adquirir influencia sobre su comportamiento o pensamiento. Ello ha permitido modificar la conducta y manipular la opinión pública para facilitar su control y aceptación de los órdenes sociales establecidos sobre todo en modelos políticos populistas.

136 BLÁZQUEZ OCHANDO. "El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas", cit.

Las redes sociales han actuado como medios de difusión y propagación de rumores y noticias falsas, debido a que el conocimiento del público objetivo por parte de quienes las fabrican ha permitido diseñar mensajes y noticias a medida del destinatario, esto aumenta de manera significativa la probabilidad de influencia. Por otro lado, la capacidad de interrelación social de redes como Twitter favorece que exista una alta propagación de las noticias, que incluyen rumores y hechos sin confirmar.

Al no existir reglas de verificación y contraste de las informaciones, una noticia falsa puede propagarse hasta que un usuario detecte su falta de fiabilidad o veracidad y lo advierta de modo expreso al grupo social al cual pertenece. Las forma en cómo se redactan y difunden las noticias en las redes sociales no parecen ayudar en la capacidad crítica de sus usuarios, quienes delegan la credibilidad a la opinión de la mayoría de los participantes y las valoraciones globales de las informaciones, que enmascaran detalles argumentativos y otros contenidos discursivos que pueden indicar falsedad o dudas sobre el mensaje transmitido.

Esto ha permitido la difusión de cualquier tipo de noticia, sin existir en muchos casos, un análisis pormenorizado de los hechos anunciados en conjunto con las pruebas que los respalden. El periodismo que busca la verdad ha de ofrecer una descripción realista de los hechos y sobre todo alertar al lector sobre los indicios que pueden mostrar la fiabilidad de la noticia, para no caer en engaños y manipulaciones que desde la dimensión afectiva-emocional, lo inclinen a apoyar propuestas de los gobernantes infundadas, engañosas y que promuevan el populismo como modelo político que ha dado resultados poco alentadores como en el caso de Venezuela.

En el contexto de la evidencia empírica encontrada, se recomiendan las siguientes acciones planteadas por WARDLE para identificar las *fake news* que pueden ser utilizadas como medio de promoción del populismo en América Latina¹³⁷:

1. *Desconfiar de los títulos grandes y en mayúsculas*: Este tipo de titulares están diseñados para apelar a la emotividad y generar interés en el público objetivo.

137 WARDLE. "Noticias falsas. Es complicado", cit.

2. *Como lector estar atento a la redacción y argumentación del mensaje publicado, para detectar en su contenido indicadores de falsedad tales como:* Discurso superfluo de las noticias, discurso emocional primario, vocabulario y recursos lingüísticos propensos en mensajes embaucadores y con exageración, titulares cortos e impactantes, escasez de texto que desarrolle la noticia, ausencia de fuentes y reseñas, información no contrastada con otras fuentes y noticias enlazadas, alto nivel de difusión en redes sociales, alto porcentaje de comentarios prefabricados o valoraciones positivas en las redes sociales, mensajes orientados a influir en la opinión y decisión del destinatario, mensajes enfocados a asuntos de alta sensibilidad para el destinatario, mensajes que presentan el problema y la solución velada o dirigida.

3. *Analizar la sección “acerca de” o “about” del sitio:* En los medios más confiables, esta parte de la página incluye datos importantes acerca del equipo, el financiamiento, la dirección donde funciona el medio, el contacto u otras características verificables. En aquellos sitios creados con el único objetivo de difundir contenido falso, esta sección por lo general no existe o está incompleta.

4. *Chequear los enlaces y las citas:* Es importante verificar las fuentes que tiene la noticia, si los vínculos que se indican como fuente no funcionan o redirigen a páginas que no están relacionadas con lo referido, el artículo ya es sospechoso y no debería compartirse. Para ello, buscar las citas mencionadas en Google u otro buscador, para verificar que en efecto hayan sido declaraciones de las personas a quienes se les atribuye, puede ser una buena opción.

5. *Desconfiar de las URL similares a sitios conocidos:* En varias ocasiones, una estrategia de los sitios que difunden noticias falsas es utilizar un vínculo bastante similar a otros portales conocidos. Esto lo hacen para confundir al lector y que este difunda datos falsos.

6. *Encontrar una fuente local y consultarla:* Consultar con alguien que está en el lugar de los hechos para solicitarle información crucial, verídica y en tiempo real si es posible.

7. *Realizar una búsqueda inversa de imágenes:* En muchas ocasiones, el contenido engañoso hace uso de fotos fuera de contexto o que no se corresponden con las originales. Con solo buscar esas imágenes en Google se puede con facilidad desestimar una información que es presentada como cierta.

8. *No esperar que se pueda alcanzar a todos*: La desacreditación de las imágenes de los medios sociales no es un esfuerzo inútil y sin esperanza. La propagación de información falsa es un negocio real para algunos, el verificador lucha en una guerra desigual, sin embargo, no es una causa perdida.

BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA, YORISTA J. “Sufrimiento psicosocial del siglo XXI: Venezuela y la Revolución”, *RIP*, n.º 19, junio de 2018, pp. 111 a 133, disponible en [http://www.scielo.org.bo/pdf/rip/n19/n19_a09.pdf].
- ALAYÓN, NORBERTO. “¡Populista, sí, a mucha honra!”, en *Página12*, Buenos Aires, 17 de febrero de 2014, disponible en [<https://www.pagina12.com.ar/diario/el-pais/1-239978-2014-02-17.html>].
- AMORÓS GARCÍA, MARC. *Fake News. La verdad de las noticias falsas*, Barcelona, Plataforma Actual, 2018.
- ARIAS, FIDIAS G. *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*, 6.ª ed., Caracas, Editorial Episteme, 2012, disponible en [https://issuu.com/fidiasgerardoarias/docs/fidias_g_arias_el_proyecto_de_inv].
- ARO, JESSIKKA. “The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools”, en *European View*, vol. 15, n.º 1, June 2016, pp. 121 a 132, disponible en [<https://link.springer.com/article/10.1007/s12290-016-0395-5>].
- BAUMAN, ZYGMUNT. *Modernidad líquida*, MIRTA ROSENBERG y JAIME ARRAMBIDE SQUIRRU (trads.), México D. F. y otras, Fondo de Cultura Económica, 2009, disponible en [<https://catedraepistemologia.files.wordpress.com/2009/05/modernidad-liquida.pdf>].
- BECERRIL, SOLEDAD; AMANCIO FERNÁNDEZ, HELENA RESANO, JOSÉ MANUEL GONZÁLEZ, BÁRBARA RUIZ y JUAN JOSÉ MORODO. “Influencia de las noticias falsas en la opinión pública. Estudio de Comunicación”, *Servimedia España*, 2018, disponible en [<https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2018/09/estudio-informefakenews-estudiodecomunicacion-20.09.2018.pdf>].
- BLÁZQUEZ OCHANDO, MANUEL. “El problema de las noticias falsas: detección y contramedidas”, en *xv Seminario Hispano-Mexicano de Investigación en Biblioteconomía y Documentación*, Ciudad de México, 16-18 de mayo de 2018, 2018, disponible en: [<http://eprints.rclis.org/33171/>].

El poder de las fake news: manipulación de masas para la permanencia...

- CARVAJAL, CAROL STYLES, JANE HORWOOD y NICHOLAS ROLLIN. *Diccionario Oxford*, Oxford, Oxford University Press, 2016.
- CASANOVA, ROBERTO. *Bifurcación: entre una sociedad neocomunista y una visión creadora*, Caracas, Hoja del Norte, 2011.
- CORBILLÓN GÓMEZ, CRISTINA. “Estudio de la posverdad y las fake news en relación con la crisis catalana del 1-O”, Tesis de grado, 2018, disponible en [<http://uvadoc.uva.es/handle/10324/30618>].
- Diccionario Collins Español-Inglés/Inglés-Español*, New York, Harper Collins, 2016.
- ESPAÑA N., LUIS PEDRO y MARÍA G. PONCE Z. “Enconvi. Encuesta sobre condiciones de vida en Venezuela”, Caracas, Universidad Católica Andrés Bello –UCAB–, 2018, disponible en [<https://www.ucab.edu.ve/wp-content/uploads/sites/2/2018/02/ENCOVI-2017-presentación-para-difundir-.pdf>].
- “Esta es la palabra del año 2016 para el Diccionario Oxford”, CNN en español, 16 de noviembre de 2016, disponible en [<https://cnnespanol.cnn.com/2016/11/16/esta-es-la-palabra-del-ano-2016-para-el-diccionario-oxford/>].
- ESTUDIO DE COMUNICACIÓN. *Influencia de las noticias falsas en la opinión pública, Madrid y otras, Estudio de Comunicación*, junio de 2018, disponible en: [<https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2018/09/estudio-informefakenews-estudiodecomunicacion-20.09.2018.pdf>].
- FERNÁNDEZ-GARCÍA, NURIA. “Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática”, *Nueva Sociedad*, vol. 269, 2017, pp. 68 a 77, disponible en [http://nuso.org/media/articulos/downloads/5.TC_Fernandez_269.pdf].
- GELPI TEXEIRA, RODRIGO. “Política 2.0: las redes sociales (Facebook y Twitter) como instrumento de comunicación política. Estudio: caso Uruguay”, Tesis doctoral, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2018, disponible en [<https://eprints.ucm.es/49515/1/T40361.pdf>].
- GRAHAM, WAYNE. *Facebook API developers guide*, Berkeley, CA, Apress, 2008.
- GUERRERO F., EUGENIO A. y LUIS A. HERRERA O. *Populismo y autoritarismo en Venezuela: Génesis y consecuencias del socialismo del siglo XXI*, 2018, disponible en [<https://lyd.org/wp-content/uploads/2019/01/sip-167-populismo-y-autoritarismo-en-venezuela-genesis-y-consecuencias-del-socialismo-del-siglo-xxi-diciembre2018.pdf>].
- GUTIÉRREZ S., ALEJANDRO “Venezuela’s Economic and Social Development in the Era of Chavism”, en *Latin American Policy*, vol. 8, n.º 2, December 2017, pp. 160 a 188.

- HARSIN JAYSON. "Regimes of Posttruth, Postpolitics, and Attention Economies", en *Communication, Culture & Critique*, vol. 8, n.º 2, June 2015, pp. 327 a 333, disponible en [https://www.researchgate.net/publication/272752872_Regimes_of_Post-truth_Post-politics_and_Attention_Economies].
- HAZARD-OWEN, LAURA. "Noticias reales sobre noticias falsas: Facebook se asocia con más sitios de *fact-checking*", *Red Internacional de Periodistas*, August 9 2017, disponible en [<http://www.niemanlab.org/2017/08/noticias-reales-sobre-noticiasfalsas-facebook-se-asocia-con-mas-sitios-defact-checking/>].
- HORNE, BENJAMIN D. y SIBEL ALADI. "This Just In: Fake News Packs a Lot in Title, Uses Simpler, Repetitive Content in Text Body, More Similar to Satire than Real News", en 2nd International Workshop on News and Public Opinion at ICWSM, Cornell University, disponible en [<https://arxiv.org/pdf/1703.09398.pdf>].
- KEYES, RALPH. *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*, New York, St. Martin's Press, 2004.
- LERMAN, KRISTINA y RUMI GHOSH. "Information Contagion: an Empirical Study of the Spread of News on Digg and Twitter Social Networks", Proceedings of 4th International Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM-10), Cornell University, pp. 90 a 97, disponible en [<https://arxiv.org/pdf/1003.2664.pdf>].
- MAKICE, KEVIN. "Twitter API: Up and running: Learn How to Build Applications with the Twitter API", Newton, Massachusetts, O'Reilly Media, 2009.
- MANRIQUE, JORGE LUIS. "Populismo y posverdad ¿Solo tendencias?", *Inmanencia: Revista del Hospital Interzonal General de Agudos HIGA Eva Perón*, vol. 5, n.º 1, 2016, pp. 161 a 165, disponible en [<http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/inmanencia/article/view/10831/9654>].
- MÉNDEZ, IVANA. "¿Cuánto cuestan en realidad los productos de la caja CLAP?", en *El Estímulo*, Caracas, 8 de mayo de 2017, disponible en [<https://elestimulo.com/elinteres/cuanto-cuestan-en-realidad-los-productos-de-la-caja-clap/>].
- OLIVARES, FRANCISCO. "Una lección para los populistas", en *Diario el Universal*, Caracas, 24 de agosto de 2019, disponible en [<http://www.eluniversal.com/el-universal/48865/una-leccion-para-los-populistas>].
- PUENTE, JOSÉ MANUEL. "Venezuela en colapso macroeconómico. ¿Qué se puede esperar?", Madrid, Real Instituto Elcano, 2016, disponible en [http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/riecano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/america+latina/ari63-2016-puente-venezuela-en-colapso-macroeconomico-que-se-puede-esperar].

El poder de las fake news: manipulación de masas para la permanencia...

- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed., Madrid, RAE, 2014, disponible en [<https://dle.rae.es>].
- ROSA MONCAYO, JOSÉ MANUEL. “¿Qué es rest? Conoce su potencia”, en *OpenWebinars*, 17 de mayo de 2018, disponible en [<https://openwebinars.net/blog/que-es-rest-conoce-su-potencia/>].
- SAID, ALEJANDRO y ANDREA VALENCIA. *Fake news y desinformación*, Editorial Grijalbo, 2017.
- SULBARÁN, YLEIRIM. “La política en la manipulación mediática y la comunicación partidista en el Gobierno”, en *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, vol. 10, n.º 29, 2014, pp. 94 a106, disponible en [<https://www.redalyc.org/pdf/709/70932556005.pdf>].
- TELLADO, FERNANDO. “REST API ¿qué es? ¿cómo funciona?”, en *Ayuda WordPress*, 25 de enero de 2016, disponible en [<https://ayudawp.com/wordpress-rest-api-que-es-como-funciona/>].
- VILA DE PRADO, ROBERTO. “La posverdad y la espiral del silencio”, *Revista Aportes*, n.º 24, agosto de 2018, p. 9 a 19, disponible en [http://www.scielo.org/bo/pdf/racc/n24/n24_a02.pdf].
- VERA, LEONARDO. “In search of stabilization and recovery: macro policy and reforms in Venezuela”, en *Journal of Post Keynesian Economics*, vol. 40, n.º 1, 2017, pp. 9 a 26.
- VERA, LEONARDO. ¿Cómo explicar la catástrofe económica venezolana?, *Revista Nueva Sociedad*, n.º 274, marzo-abril de 2018, disponible en [<https://nuso.org/articulo/como-explicar-la-catastrofe-economica-venezolana/>].
- VOSOUGHI, SOROUSH; DEB ROY y SINAN ARAL. “The spread of true and false news online”, en *Science*, vol. 359 n.º 6.380, 2018, pp. 1.146 a 1.151, disponible en [<https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>].
- WARDLE, CLAIRE. “Noticias falsas. Es complicado”, en *First Draft News*, March 14, 2017, disponible en [<https://es.firstdraftnews.org/2017/03/14/noticias-falsas-es-complicado/>].
- WARDLE, CLAIRE. “Research: ‘A field guide to fake news?’”, en *First Draft News*, March 3, 2017, disponible en [<https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-field-guide/>].
- YLARRI, JUAN SANTIAGO. “Populismo, crisis de representación y democracia”, en *Foro, Nueva Época*, vol. 18, n.º 1, 2015, pp. 179 a 199, disponible en [<https://revistas.ucm.es/index.php/FORO/article/view/49695/46196>].

CAPÍTULO CUARTO
NEO-RELATOS DEL POPULISMO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN:
UNA MIRADA AL MOVIMIENTO FUERZA CIUDADANA
EN LA PRENSA DE SANTA MARTA

EDUARDO MARÍN CUELLO¹³⁸

RESUMEN:

Con metodologías del análisis de contenido y con el uso de categorías conceptuales interdisciplinarias se presentan los resultados de investigación sobre las diversas representaciones en la prensa escrita del fenómeno del populismo encarnado en el movimiento alternativo Fuerza Ciudadana y su líder natural, CARLOS EDUARDO CAICEDO OMAR¹³⁹. Los resultados señalan elementos claves de la narrativa de los populismos y los nuevos relatos mediáticos del liderazgo carismático.

Palabras clave: Populismo; Representaciones *mass media*; Fuerza ciudadana; Liderazgo carismático; Análisis de contenido.

138 El autor: Comunicador Social y Periodista; Especialista en Docencia e Investigación Universitaria de la Universidad Sergio Arboleda Santa Marta; Magíster en Comunicación de la Universidad del Norte de Barranquilla. Docente investigador de la Escuela de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Sergio Arboleda de Santa Marta; *e-mail*: [eduardo.marin@usa.edu.co].

139 Aracataca, 3 de octubre de 1965-, exalcalde de Santa Marta, hoy Gobernador del departamento de Magdalena.

ABSTRACT

With content analysis methodologies and with the use of interdisciplinary conceptual categories, the results of research are presented on the various representations in the written press of the phenomenon of populism embodied in the alternative movement Force Citizenship and its natural leader CARLOS CAICEDO. The results point to key elements of the narrative of populism and the new media accounts of charismatic leadership.

Keywords: Populism; Mass media representations; Citizen strength; Charismatic leadership; Content analysis.

I. INTRODUCCIÓN

Las dinámicas políticas son una de las realidades sociales construidas (sobre todo, reconstruidas) en los medios de comunicación a través de los contenidos noticiosos. Este hecho es usado por quienes ostentan el liderazgo político, que ayuda así a consolidar su modelo de populismo. Un concepto que en este trabajo es entendido como la ideología que muestra cercanía al pueblo, al cual califica de “oprimido”, mientras encarna un rompimiento con la élite de poder tradicional y el sistema que esta ha logrado construir. Una visión sustentada en las definiciones que HERNÁN MOREANO y otra trabajaron en su estudio, es precisamente esta visión, la que se asume con el fin de poder impulsar sus ideas y alcanzar más seguidores a partir de una presencia en los medios de comunicación masiva¹⁴⁰.

Este trabajo, amparado en el gran proyecto que representa para las Escuela de Derecho y Ciencias de la Comunicación la investigación inter-grupos, toma esa idea de populismo y medios de comunicación para analizar el fenómeno en la ciudad de Santa Marta (norte de Colombia). Una ciudad capital en la que en los últimos ocho años se ha generado una dinámica política muy cercana a la noción populista que aquí se esboza. La figura de CAICEDO OMAR y el movimiento que lidera, Fuerza

140 HERNÁN MOREANO y CLAUDIA DONOSO. “Populismo y neopopulismo en Ecuador”, en *Revista Opera*, n.º 6, 2006, pp. 117 a 140

Ciudadana, han dibujado un esquema populista en esta parte del país, moviéndose en las rondas de poder distrital que logra trascender a las esferas departamentales, luego de haber tenido –incluso– aspiraciones a la Presidencia de la República en 2018, cuando se sometió a consulta partidista con GUSTAVO FRANCISCO PETRO URREGO.

Este fenómeno particular llama la atención, más aun, en una tierra donde algunos apellidos como ZÚÑIGA, VIVES, DIAZGRANADOS, DÁVILA, COTES, entre otros, han sido política e históricamente los asociados al poder, como se puede observar al revisar a JOSÉ MANUEL RODRÍGUEZ PIMIENTA. Con ese recorrido por la historia administrativa y política del Magdalena (y por ende, de Santa Marta, la capital) RODRÍGUEZ PIMIENTA logra caracterizar y enumerar cómo ciertas familias han estado en los distintos niveles del poder durante la era republicana del país¹⁴¹.

Esta aparición del fenómeno Fuerza Ciudadana permite identificar los lineamientos de la visión de populismo que este estudio ha expresado, por eso, con el interés de analizarlo desde la comunicación, este trabajo pretende llegar a dar respuesta a la pregunta problema: ¿De qué manera se representa el populismo del Movimiento Fuerza Ciudadana en los medios de comunicación de Santa Marta a partir de los discursos noticiosos?

Con ese norte, se desarrolla esta inmersión cuantitativa que, a la luz de los trabajos teóricos de PATRICK CHARAUDEAU¹⁴² y ENRIQUE ARROYAS LANGA y otro, quienes han desarrollado estudios sobre el populismo¹⁴³, logra describir patrones propios de estos modelos políticos, unos modelos que en su actuar social se convierten en noticia y terminan reconstruyéndose y reforzándose en el imaginario de la sociedad samaritana, por ende, los resultados de investigación que se presentan en este capítulo están orientados a describir la representación populista del movimiento Fuerza Ciudadana en la prensa de Santa Marta.

141 JOSÉ MANUEL RODRÍGUEZ PIMIENTA. Comentarios sobre historia política y administrativa del Magdalena: siglos XIX, XX y XXI, Santa Marta, Contraloría General del Departamento del Magdalena, 2007.

142 PATRICK CHARAUDEAU. “Reflexiones para el análisis del discurso populista”, *Discurso y Sociedad*, vol. 3, n.º 2, 2009, pp. 253 a 279, disponible en [<http://www.dissoc.org/ediciones/v03n02/DS3%282%29Charaudeau.pdf>].

143 ENRIQUE ARROYAS LANGA y PEDRO LUIS PÉREZ DÍAZ. “La nueva narrativa identitaria del populismo: un análisis del discurso de Pablo Iglesias (Podemos) en Twitter”, en *Cultura, Lenguaje y Representación*, vol. 15, 2016, disponible en [<https://www.e-revistas.uji.es/index.php/clr/article/view/2154/1842>].

La estructura de los argumentos están configurados en un primer aparte para enumerar los temas y enfoques más usados en las noticias relacionadas al movimiento Fuerza Ciudadana en los medios de Santa Marta, en un segundo aparte, para caracterizar los relatos populistas que la prensa publica sobre el movimiento Fuerza Ciudadana.

II. REDEFINIENDO LAS CATEGORÍAS: DESDE EL CONCEPTO POLÍTICO EN CRISIS A LA CRÍTICA DE LA RAZÓN POLÍTICA

Al revisar la bibliografía relacionada al tema de populismo, su evolución como concepto y sus relaciones con los medios de comunicación se llega a varias conclusiones, la primera de ellas, es que el concepto populismo ha sido trabajado por infinidad de autores sin tener una base epistemológica y conceptual estática, como menciona GERARDO ABOY CARLÉS:

Se ha repetido hasta el hartazgo que pocos términos han gozado en el ámbito de las ciencias sociales de tan escasa precisión como el de populismo. La mayor parte de los estudios dedicados a explorar y criticar este término, con mayores o menores pretensiones de alcanzar definiciones conceptuales mínimas, inician su recorrido con una trillada advertencia de este tipo¹⁴⁴.

Así mismo, este autor demuestra que por muy variado que sea el enfoque con que se ha trabajado el populismo, existe ya una tendencia que, en esta aproximación, también se evidencia, pues:

... podría afirmarse que en general, los trabajos sobre el populismo conforman una suerte de subgénero menor de la literatura académica. Quien los aborda se enfrenta a una estructura rígida y predeterminada: se comienza señalando la mentada ambigüedad, se prosigue con la crítica de los usos y las conceptualizaciones que con distinto grado de felicidad tienen vigencia, y, tras ello, se desarrolla y establece una definición propia¹⁴⁵.

144 GERARDO ABOY CARLÉS. "Repensando el populismo", ponencia para el xxiii Congreso Internacional Latin American Studies Association, Washington D. C., 6 al 8 de septiembre de 2001, disponible en [https://scholar.google.com/citations?user=tn1fkegAAAAJ&hl=es#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Des%26user%3Dtn1fkegAAAAJ%26citation_for_view%3Dtn1fkegAAAAJ%3AHDshCWvjkbEC%26tzom%3D300], p. 2.

145 Ídem.

En este caso, esa definición propia se basará en la representación que el actuar populista tiene en los medios de comunicación. Una representación que será descrita según el fenómeno presentado en la ciudad de Santa Marta.

Ahora bien, como segunda conclusión existe todo un discurso –sobre todo histórico– sobre la evolución del concepto. Desde populismo hasta el emergente neopopulismo¹⁴⁶. Esta evolución marca una crisis en el mismo concepto debido a desviaciones del sentido original. Al respecto, ABOY logra hacer una explicación detallada de lo que ha ocurrido debido a esos cambios conceptuales:

La conversión del término populismo en un pseudoconcepto ha conllevado generalmente una unilateralización de los componentes que caracterizan los casos históricos que son utilizados como ejemplos paradigmáticos del fenómeno, esto es, ha conducido a una reducción de su complejidad. O bien se vio allí un mero “transformismo” sustentado en la capacidad manipuladora de un liderazgo, o bien se pretendió poner de relieve una dimensión revolucionaria de escisión y enfrentamiento respecto de un orden dado. Uno y otro énfasis oscurecían la riqueza potencial de un concepto que en sus manifestaciones paradigmáticas supuso la precaria e inestable gestión de la ruptura y el orden social, del reformismo y el antirreformismo¹⁴⁷.

Cabe anotar que este panorama se complementa y se configura en la realidad con los tipos de populismo que han surgido. SUSANNE GRATIUS logra detallar varias tipificaciones en la realidad política latinoamericana que conducen de paso a un acercamiento al contexto del estudio aquí presentado, esto lo hace cuando expresa que:

El populismo puede surgir de forma vertical desde arriba (*top-down*) o mediante protestas populares desde abajo (*bottom-up*). Mientras que el “populismo presidencialista” caracteriza los Gobiernos de Argentina y Venezuela, cuyo éxito y legitimidad se basa ante todo en el crecimiento económico, el “populismo

146 Ídem.; MOREANO y DONOSO. “Populismo y neopopulismo en Ecuador”, cit.; SUSANNE GRATIUS. *La “tercera ola populista” de América Latina*, Documentos de Trabajo Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior –FRIDE–, n.º 45, 2007; y MARTÍN RETAMOZO. “Populismo y teoría política: de una teoría hacia una epistemología del populismo para América Latina”, *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, vol. 12, n.º 2, 2006, pp. 95 a 113, disponible en [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-64112006000200005&lng=es&tlng=pt].

147 ABOY CARLÉS. “Repensando el populismo”, cit., p. 35.

popular” está presente en Bolivia y Ecuador, donde los indígenas y sus reivindicaciones son un factor político más importante que la figura del Presidente¹⁴⁸.

Este argumento aclara que para este trabajo no ha sido prioritaria la unidad conceptual de un término que ha mutado tanto a lo largo del tiempo. Si no que se requiere una visión que sea acorde a la realidad de la ciudad para que se construya sobre ella el discurso epistemológico de la definición propia del “populismo samario” de Fuerza Ciudadana. Así mismo, se pone de manifiesto que en la actualidad populismo es “un estilo de hacer política más que un sistema”¹⁴⁹.

Es precisamente este pensamiento el que dibuja o retrata el perfil populista que da pie para llevar a cabo este análisis, pues estos autores detallan cinco atributos que tiene esta forma de hacer política: 1. Un patrón de liderazgo personalizado y paternalista no necesariamente carismático; 2. Una coalición de apoyo multi-clasista basada en los sectores populares, sean estos urbanos (sindicalizados o informales) o rurales; 3. Una forma de movilización política vertical (es decir, de “arriba-abajo”) que subordina mecanismos convencionales de mediación política; 4. Una ideología ecléctica y “anti-establecimiento”; y 5. Un uso sistemático y expandido de métodos redistributivos y clientelares como instrumento político para generar apoyo entre los sectores populares¹⁵⁰.

Luego de despejar este panorama, es pertinente retomar las ideas de RETAMOZO quien cierra por completo el debate de la evolución populista y plantea la solución de la crisis conceptual con un paso que mire más hacia lo epistemológico, que justifica así este trabajo, en su esencia y su desarrollo:

... estamos en condiciones de comprender que si el populismo es indefinido no se debe a su dudosa precisión conceptual para pensar la realidad social (lo que justificaría desecharlo), sino porque asume conceptualmente aspectos inscritos en esa realidad social. En otras palabras, el populismo sería la vía real para comprender algo relativo a la constitución ontológica de lo político como tal [...] por lo tanto el estudio del populismo se constituye en una crítica (*Kritik*) de la razón política, es decir, una indagación sobre los alcances y los límites de la política que en el caso de la América Latina contemporánea se transforma en una necesidad urgente.

148 GRATIUS. *La “tercera ola populista” de América Latina*, cit., p. 19.

149 MOREANO y DONOSO. “Populismo y neopopulismo en Ecuador”, cit., p. 117.

150 *Ibíd.*, p. 120.

Con esto, puede expresarse que este trabajo es coherente con el pensamiento de RETAMOZO pues se permite usar al populismo como una vía para adentrarse –al menos en un caso particular– en las profundidades de las formas discursivas y públicas de hacer política por parte del movimiento Fuerza Ciudadana¹⁵¹.

III. DIVERSAS MIRADAS MEDIÁTICAS Y COMUNICACIONALES AL POPULISMO Y SUS EFECTOS

Es este concepto el que ha ligado el trabajo de investigación sobre este tema con temas comunicacionales, como el caso de ALEJANDRA C. VALDÉS, en este sentido, los temas comunicacionales que abordan el populismo tienen mayor presencia en el ámbito académico desde su relación con los medios de comunicación, de manera específica, en trabajos que tocaron la presencia del populismo en los contenidos mediáticos¹⁵². Tal es el caso de RODOLFO ALBERTO RICHARD-JORBA, quien hace un abordaje histórico, enmarcado entre 1917 y 1919, gracias a una revisión de material de prensa de la época¹⁵³, con su trabajo logra reconstruir las dinámicas populistas que el líder (JOSÉ NÉSTOR LENCINAS¹⁵⁴) tuvo en su lugar de acción (Provincia de Mendoza, Argentina). Esto lo convierte en un referente que, aunque dista de coincidir con el fin epistemológico aquí tratado, logra orientar sobre el comportamiento del liderazgo populista narrado por la prensa. Es, además, un trabajo que tiene afinidad con este en lo metodológico, pues en estas líneas los archivos de prensa de Santa Marta se usan como data.

Así mismo, el trabajo de MARCOS ENGELKEN-JORGE se configura como un abordaje también en la prensa, pero en la búsqueda de patrones populistas en los textos periodísticos de varios medios de Es-

151 RETAMOZO. "Populismo y teoría política: de una teoría hacia una epistemología del populismo para América Latina", cit.

152 ALEJANDRA VALDÉS C. "Mercadeo neopopulista en los medios de comunicación", *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, n.º 99, 2007, pp. 26 a 33, disponible en [<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/373/373>].

153 RODOLFO ALBERTO RICHARD-JORBA. "Somos el pueblo y la patria: El populismo lenquista en Mendoza frente al conflicto social y la prensa: discursos, representaciones y acciones", 1917-1919", *Revista de Historia Americana y Argentina*, vol. 48, n.º 1, 2013, pp. 11 a 54, disponible en [<https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/8973/v48n1a01.pdf?sequence=2&isAllowed=y>].

154 San Carlos, Argentina, 26 de febrero de 1859 - Mendoza, 20 de enero de 1920.

pañá¹⁵⁵, a partir de mensajes relacionados con la migración africana, puntualmente, en Islas Canarias. Un abordaje que si bien se asemeja mucho a este trabajo por el empleo del análisis del contenido, se queda corto al hacerlo solo en una perspectiva, como lo indica en estas líneas el mismo autor, pues termina por reducir el problema a que “Se trata de un discurso populista, en la medida en que tiende a dibujar un escenario dicotómico: de un lado, el ‘nosotros’, que se ve amenazado en su bienestar [...] del otro, ‘ellos’, la amenaza, la ‘inmigración’”¹⁵⁶.

El último referente mediático para destacar es el trabajo de ARROYAS LANGA y otro, pese a ser realizado en plataformas digitales, su sustento metodológico y teórico es el más próximo a la idea que se aborda en este trabajo, pues es una investigación que:

... analiza los elementos populistas de la estrategia discursiva en Twitter del líder de Podemos, PABLO IGLESIAS TURRIÓN (@Pablo_Iglesias_), durante la campaña de las mencionadas elecciones europeas. Para ello, a partir del trabajo de CHARAUDEAU, se realiza un análisis de contenido de los 249 tuits que conformaron su discurso en este periodo, con el objetivo de revelar si se ajusta a los parámetros del estilo populista¹⁵⁷.

En este caso, las categorías de análisis se basan en las presentadas por CHARAUDEAU, que segmentan el análisis en cuatro grandes bloques: 1. Tema; 2. Historia; 3. Valores; y 4. Atributos del líder, los cuales se ajustan según los requerimientos e intereses de este trabajo¹⁵⁸.

Para agregar a lo expuesto antes puede expresarse que la línea abordada en este trabajo no ha sido muy explorada en el país, menos en la región donde se pretende implementar, esto aporta a la justificación de un trabajo que se hace necesario desde el estudio social para poder comprender e interpretar mejor la realidad cercana con el fin de repensarla y, por qué no, aportar la cuota inicial a un proceso que pueda transformarla.

155 MARCOS ENGELKEN-JORGE. “La estructura (i) lógica del discurso populista en la prensa tinerfeña”, ponencia presentada en el Foro Internacional sobre Comunicación e Minorías Étnicas, Vigo y online. 2008, disponible en [<https://ehu.academia.edu/MarcosEngelkenJorge>].

156 *Ibíd.*, p. 200.

157 ARROYAS LANGA y PÉREZ DÍAZ. “La nueva narrativa identitaria del populismo: un análisis del discurso de Pablo Iglesias (Podemos) en Twitter”, *cit.*, p. 51.

158 CHARAUDEAU. “Reflexiones para el análisis del discurso populista”, *cit.*, en ARROYAS LANGA y PÉREZ DÍAZ. “La nueva narrativa identitaria del populismo: un análisis del discurso de Pablo Iglesias (Podemos) en Twitter”, *cit.*

IV. APROXIMACIÓN SOCIOHISTÓRICA AL CONTEXTO LOCAL

Para poder comprender la realidad y (re)pensarla, este trabajo lleva este marco sociohistórico en el que se expone la evolución política que ha tenido la ciudad de Santa Marta, en ese sentido, se puede manifestar que, desde los inicios de la era republicana –incluso desde antes–, Santa Marta ha sido la sede administrativa del departamento del Magdalena, tanto la Gobernación del hoy departamento como la Alcaldía de Santa Marta, han sido localizadas en este territorio, sin embargo, solo hasta el Acto Legislativo 01 de 9 de enero de 1986¹⁵⁹ se permitió la elección popular de burgomaestres en todo el territorio nacional. La primera vez que los samarios (y colombianos en general) pudieron elegir un alcalde, fue el 13 de marzo de 1988, en ese momento, estos cargos dejaron de ser por designación de los gobernadores (que eran a su vez designados por el Presidente de la República) para convertirse en cargos de elección popular.

Aquí cabe destacar que esos primeros alcaldes por voto popular fueron electos para períodos de dos años, solo cuando entró a regir la Constitución de 1991 se amplió el lapso a tres años y se permitió escoger a los gobernadores a través de las urnas, varios años después, gracias al Acto Legislativo 02 de 6 de agosto de 2002¹⁶⁰, los alcaldes pasaron a tener períodos de cuatro años para gobernar, este nuevo período benefició a los que fueron elegidos en octubre de 2003 y se posesionaron el 1.º de enero de 2004.

De todos modos, cabe destacar que la evolución política tanto del departamento como del hoy Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta permitió que desde la época de la Provincia de Santa Marta y el Soberano Estado del Magdalena apellidos como DÁVILA, DIAZ-GRANADOS, VIVES y RIASCOS, entre otros, se adhirieran a los principales cargos políticos, para generar así una especie de dinastías de líderes para el pueblo, este fenómeno se puede observar al revisar la obra de RODRÍGUEZ PIMIENTA, donde se pueden contar los apellidos que desde la ciudad de Santa Marta han regido los destinos políticos y administrativos del Magdalena, como puede verse en la siguiente tabla¹⁶¹.

159 *Diario Oficial*, n.º 37.304, de 10 de enero de 1986, disponible en [<http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Acto/1825330>].

160 *Diario Oficial*, n.º 44.893, de 7 de agosto de 2002, disponible en [<http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Acto/1825523>].

161 JOSÉ MANUEL RODRÍGUEZ PIMIENTA. *Comentarios sobre historia política y administrativa del Magdalena: siglos XIX, XX y XXI*, Santa Marta, Contraloría General del Departamento del Magdalena, 2007.

Tabla 1
Nombres de los gobernadores del Magdalena y alcaldes de Santa Marta desde el Siglo XIX hasta la actualidad

PERÍODO POLÍTICO	GOBERNADORES DEL MAGDALENA	ALCALDES DE SANTA MARTA	HITOS HISTÓRICOS
El Radicalismo	Don Tomás Abello		
	Don MANUEL A. VENGOECHEA		
	Sr. MANUEL ABELLO		
	Gral. LUIS CAPELLA TOLEDO		
	Gral. JOSÉ IGNACIO DIAZGRANADOS		
	MANUEL DÁVILA GARCÍA		
	Dr. LUIS ANTONIO ROBLES		
La Regeneración	Gral. JOSÉ MARÍA CAMPO SERRANO		
	Dr. MARTÍN SALCEDO RAMÓN		Constitución Política de 1886
	Don RAMÓN GOENAGA		
	Gral. JOSÉ MARÍA CAMPO SERRANO		
	Gral. LÁZARO RIASCOS		
	Dr. FRANCISCO ESCOBAR		
	Gral. JOSÉ MARÍA CAMPO SERRANO		
	Gral. FLORENTINO MANJARRÉS		Guerra de los Mil Días
	Gral. JUAN MANUEL IGUARÁN		
	Dr. JOSÉ GNECCO LABORDE		
	Sr. JACOB MÉNDEZ		
Dr. FRANCISCO VERGARA BARROS			

Neo-relatos del populismo en los medios de comunicación: una mirada...

Primera he- gemonía con- servadora	Dr. EMIGDIO SOLANO		
	Dr. RAFAEL DE ARMAS		Creación del Colegio Liceo Celedón
	Sr. JOSÉ MARÍA CAMPO RIASCOS		
	Dr. CARLOS BERMÚDEZ		
	Dr. MANUEL ÁNGULO		
	Sr. JOSÉ MARÍA CAMPO R.		
	Dr. RAFAEL DE ARMAS		Primera Guerra Mundial
	Sr. NICOLÁS DÁVILA		
	Dr. TEODOSIO GOENAGA		
	Sr. LÁZARO RIASCOS CAPELLA		
	Dr. JUAN A. BENAVIDES MACEA		
	Dr. JOSÉ IGNACIO DIAZGRANADOS CAPELLA		
	Sr. JOAQUÍN CAMPO SERRANO		
	Sr. JOSÉ MARÍA NÚÑEZ ROCA		
	Sr. NICOLÁS DÁVILA		
	Sr. JUAN B. CORMANE		
	Sr. JOSÉ MARÍA NÚÑEZ ROCA		Masacre de las Bananeras
Gral. GABRIEL BERMÚDEZ			

Posverdad, medios masivos de comunicación y neopopulismos...

Hegemonía liberal	Dr. ROBERTO GOENAGA		
	Dr. RAFAEL CALIXTO CAMPO AVENDAÑO		
	Dr. ROBERTO CASTAÑEDA		
	Dr. MANUEL DÁVILA PUMAREJO		
	Dr. CIRO PUPO MARTÍNEZ		
	Dr. PEDRO CASTRO MONSALVO		
	Dr. MANUEL FELIPE CAAMAÑO		
	Dr. JOSÉ BENITO VIVES DE ANDREIS	Dr. ENRIQUE E. GONZÁLEZ	
	Dr. ARMANDO L. FUENTES		
	Sr. FRANCISCO PARODI		
	Dr. JUAN B. BARRIOS	Dr. FRANCISCO C. DÁVILA	
	Dr. PEDRO CASTRO MONSALVO	Dr. FRANCISCO C. DÁVILA	
	Dr. NÉSTOR G. BRUGÉS DAZA	RODRIGO E. VIVES	
Segunda hegemonía conservadora y Gobiernos militares	JOAQUÍN PEÑA RHENALS	RODRIGO E. VIVES	
	JOAQUÍN CAMPO SERRANO	RODRIGO ALMANZA JOSÉ DIAZGRANADOS Cap. MOGOLLÓN ANTONIO ABELLO NOGUERA ALFREDO BONITTO	Muerte de JORGE ELIÉCER GAITÁN
	JOSÉ MARÍA RIVEIRA DAZA	ENRIQUE GÓMEZ DE LAVALLE	
	JUAN A. BENAVIDES MACEA	JENARO JIMÉNEZ NIETO	
	ANTONIO ESCOBAR CAMARGO	JUAN CEBALLOS PINTO	
	MANUEL J. DEL CASTILLO	JUAN CEBALLOS PINTO	
	ABRAHAM H. MORA	JUAN CEBALLOS PINTO	
	Cnel. PEDRO MONROY CASTRO	JOSÉ MARÍA RIVEIRA DAZA	Gobierno de ROJAS PINILLA
	Gral. RAFAEL HERNÁNDEZ PARDO	ALFREDO RIASCOS LABARCÉS	
	Cnel. LUIS MILLÁN VARGAS	MUCE MOISÉS	Junta Militar de Gobierno

Neo-relatos del populismo en los medios de comunicación: una mirada...

Frente Nacional de Gobierno	Dr. CARLOS BERMÚDEZ CAÑIZARES	MUCE MOISÉS	Frente Nacional de Gobierno
	Dr. JOSÉ RAMÓN LANA O TOVAR	RAÚL BRUGÉS AMAYA	
	Dr. ALFREDO FUENTES DIAGO	JOSÉ LACOUTURE DANGOND	
	Dr. MIGUEL ÁVILA QUINTERO	LEOPOLDO DELGADO BARRENECHE	
	Dr. ALFONSO CAMPO MURCIA	LUIS AURELIO SERRANO ZÚÑIGA ENRIQUE GONZÁLEZ EDGARDO VIVES CAMPO	
	Dr. JUAN MANUEL OROZCO FANDIÑO	EDGARDO VIVES CAMPO	Creación del Dpto. de La Guajira
	Dr. JACOBO TOVAR DAZA		Marcha del Hambre Creación del Dpto. de Cesar
	Dr. SABAS SOCARRÁS SÁNCHEZ	RODRIGO MARTÍNEZ ROBLES	
	Dr. CLEMENTE DIAZGRANADOS CABALLERO	MIGUEL MOISÉS COTES	
	JOSÉ LACOUTURE DANGOND	ALFONSO GONZÁLEZ RUBIO	
	JOSÉ IGNACIO DÍAZGRANADOS ALZAMORA	JOSÉ MANUEL ROMERO	
	RAFAEL FUENTES DIAGO		

Posverdad, medios masivos de comunicación y neopopulismos...

Después del Frente Nacional	ALFREDO RIASCOS LABARCÉS	ANITA SÁNCHEZ DE DÁVILA CARLOS PROENZA LANAÑO	
	RAFAEL PÉREZ DÁVILA	FLORENTINO DIAZ GRANADOS GOENAGA	
	FLORENTINO DIAZ GRANADOS GOENAGA	EVA HENRÍQUEZ DE GÓMEZ FRANCISCO DÁVILA R. SANTIAGO CERVANTES E. NELSON RIASCOS CORREA	
	LUIS F. MILLÁN VARGAS	LEOPOLDO DIAZ GRANADOS DELGADO CARLOS MIRANDA CABANA ENRIQUE CABALLERO LAFURIE	
	HUMBERTO SINNING HERAZO	MANUEL VIVES HENRÍQUEZ RODRIGO PIMIENTA GONZÁLEZ	
	FERNANDO ÁVILA PEÑA	JAIME VILLARREAL TORRES	
	EDGARDO VIVES CAMPO	ALFREDO LACOUTURE DANGOND	
	TRINO LUNA MORÓN	ELSA PINEDO DE SÁNCHEZ	
	JOSÉ CABALLERO CORMANE	CARLOS GÁMEZ SÁNCHEZ	
	SARITA VALENCIA ABDALA	RODRIGO PIMIENTA GONZÁLEZ CARLOS LACOUTURE DANGOND	
	GUILLERMO VALENCIA ABDALA	WENCESLAO MIRANDA CABANA RODRIGO MARTÍNEZ ROBLES	
	JACOBO PÉREZ ESCOBAR	ELÍAS GEORGE GONZÁLEZ	
	RODRIGO PIMIENTA GONZÁLEZ	EDGARDO VIVES CAMPO	
	JUAN FEDERICO BATEMAN PINEDO	CARLOS POLO JIMÉNEZ	
OSCAR MARTÍNEZ BUSTAMANTE	ALFONSO VIVES CAMPO	Inicia la elección popular de alcaldes en Colombia	

Después del Frente Nacional	MIRIAM JASSIR DE TRIBÍN ARMANDO POMÁRICO RAMOS JOSÉ M. SIERRA GARCÍA RAFAEL INFANTE MÉNDEZ	JOSÉ IGNACIO VIVES ECHEVERRÍA	
	MIGUEL PINEDO VIDAL	ÁLVARO ORDÓÑEZ VIVES HUGO GNECCO ARREGOCÉS JOSÉ FRANCISCO ZÚÑIGA RIASCOS	Inicia la elección popular de gobernadores en Colombia
	JORGE CABALLERO CABALLERO	EDGARDO VIVES CAMPO	
	JUAN CARLOS VIVES MENOTTI	JAIME SOLANO JIMENO	
Siglo XXI	JOSÉ DOMINGO DÁVILA ARMENTA	HUGO GNECCO ARREGOCÉS	Primeros mandatarios en s. XXI
	TRINO LUNA CORREA	JOSÉ FRANCISCO ZÚÑIGA RIASCOS	
	OMAR DIAZGRANADOS VELÁSQUEZ	JUAN PABLO DIAZGRANADOS PINEDO	
	LUIS MIGUEL COTES HABEYCH	CARLOS CAICEDO OMAR	
	ROSA COTES VIVES DE ZÚÑIGA	RAFAEL ALEJANDRO MARTÍNEZ	
	CARLOS CAICEDO OMAR	VIRNA JOHNSON SALCEDO	Electos en 2019

Fuente: Elaboración propia a partir de RODRÍGUEZ PIMENTA. *Comentarios sobre historia política y administrativa del Magdalena: siglos XIX, XX y XXI, cit.*

Al revisar la tabla se logran identificar varios apellidos que repiten en los cargos, algunas veces es el mismo personaje que repite cargo o pasa de uno al otro, esa tradición de apellidos o “linajes” facilitó que fueran elegidos cuando la elección popular se hizo efectiva, sobre este tema RODRÍGUEZ PIMENTA expresa –a manera de conclusión de su obra– una crítica rotunda a lo que han sido las formas de proceder de las tradicionales familias políticas:

Es inocultable, que al seguir con detenimiento las páginas que contiene esta obra, se resalte sin perverso propósito la marcada tendencia de sucesión en el Gobierno por parte de personajes de las mismas familias que desde el proceso de regeneración del siglo pasado continúan aferradas al poder, en una secuencia interminable, como si esa importante tendencia les hubiera escriturado la regencia del Magdalena; familias que no se mantuvieron atadas a su tradicional partido, sino que con el tiempo algunos de sus miembros

hicieron presencia en el otro movimiento tradicional para gozar de las prebendas del bipartidismo en cualquier época y bajo cualquier circunstancia. Esta ha sido la estrategia ganadora de los grupos familiares detentadores del poder en el Magdalena, los cuales en su interesado propósito de mantenerse unidos a las gabelas del Gobierno, actúan con firmeza en la construcción de la clientela y el caciquismo para garantizar su vigencia política. El liderazgo que han ostentado por tiempos inmemoriales no es el producto del meritorio reconocimiento de los distintos sectores del quehacer social, sino el resultado de contraprestaciones que llevaban la impronta del favoritismo eleccionario puesto en práctica en nuestra imperfecta democracia¹⁶².

Precisamente esa forma de liderazgo indicada por RODRÍGUEZ PIMIENTA en su conclusión puede ser un reflejo de cómo se rompió la sucesión con la llegada de CAICEDO OMAR a la alcaldía de Santa Marta en 2012. Sin embargo, en esa misma línea, se nota cómo su liderazgo ha generado una nueva “dinastía” materializada en la continuidad en el poder del movimiento que él mismo encabeza. Esto se ha basado en un reconocimiento social reflejado en cantidad de votos que lo llevaron primero a la alcaldía del distrito (74,165 votos) y ahora a la gobernación departamental (345.786 votos).

Es en especial referencia, la continuidad en el primer cargo de elección popular en Santa Marta, donde luego de su mandato, el liderazgo del movimiento Fuerza Ciudadana ha sido gestionado por la figura de RAFAEL ALEJANDRO MARTÍNEZ, quien con 91.294 superó los votos que hicieron alcalde a su antecesor y le dieron el rol de burgomaestre hasta 2019. Caso similar ocurrió con VIRNA JOHNSON SALCEDO, quien obtuvo 130.087 votos, que la convierten en la primera alcaldesa elegida por voto popular en Santa Marta desde el 1.º de enero de 2020.

Ha sido entonces, la particular forma de ostentación del poder en esta parte de Colombia la que ha servido de caldo de cultivo para la aparición de las figuras de CAICEDO OMAR y Fuerza Ciudadana, que genera un escenario para que este estudio se ejecute para saber de qué manera se representa el populismo de este movimiento no tradicional en la ciudad.

162 RODRÍGUEZ PIMIENTA. *Comentarios sobre historia política y administrativa del Magdalena: siglos XIX, XX y XXI*, cit., p. 467.

Este trabajo se orienta por las ideas que ARROYAS LANGA y otro¹⁶³ logran plasmar en forma de mapa para quienes intenten hallar los vestigios del populismo en el terreno de lo mediático. En ese sentido, es importante señalar que los autores hacen un recorrido bibliográfico para definir este concepto mutable de las ciencias sociales en tres dimensiones: “como ideología, como estilo discursivo y como estrategia política”. Una conclusión a la que llegan luego de tomar las ideas de CANOVAN¹⁶⁴, TAGGART¹⁶⁵ y –sobre todo– las de WEYLAND¹⁶⁶, además de HURTADO GROOSCORS¹⁶⁷ y GIDRON y otro¹⁶⁸. En la siguiente tabla, quedan expresas las conclusiones de los autores.

Tabla 2
Dimensiones del populismo según ARROYAS y PÉREZ

DIMENSIONES	CARACTERÍSTICAS
Ideología política	La sociedad está en última instancia separada en dos grupos homogéneos y antagónicos (“el puro pueblo” vs. “la corrupta élite”) Defiende que la política debe ser una expresión de la voluntad general de las personas.
Estilo discursivo	Encaja el debate público en el marco de una retórica maniquea y moralmente binaria. Debe ser estudiado en su dimensión expresiva y creadora de identidades políticas.

163 ARROYAS LANGA y PÉREZ DÍAZ. “La nueva narrativa identitaria del populismo: un análisis del discurso de Pablo Iglesias (Podemos) en Twitter”, cit., p. 54.

164 MARGARET CANOVAN. *Populism*, Boston, Houghton Mifflin Harcourt, 1981.

165 PAUL TAGGART. *Populism*, Buckingham, Open University Press, 2000.

166 KURT WEYLAND. “Clarifying a contested concept: Populism in the study of Latin American politics”, en *Comparative Politics*, vol. 34, n.º 1, October 2001, pp. 1 a 22.

167 HÉCTOR ARMANDO HURTADO GROOSCORS. “Aproximación a un concepto ‘esencial’ de populismo”, en *Temas de Coyuntura*, n.º 62, diciembre de 2010, pp. 11 a 36, disponible en [<http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temasdecoyuntura/article/view/1181/1059>].

168 NOAM GIDRON y BART BONIKOWSKI. “Varieties of populism: Literature review and research agenda”, en Weatherhead Center for International Affairs, n.º 13, 2013, disponible en [https://scholar.harvard.edu/files/gidron_bonikowski_populismreview_2013.pdf].

Estrategia política	<p>Modo de ejercer el poder basado en la cercanía del líder populista con el “pueblo”.</p> <p>Se basa en identificación con el pueblo mediante movilizaciones de masas y permanente presencia en los medios de comunicación.</p> <p>El líder se muestra conocedor y con experiencia en las dificultades del pueblo.</p> <p>El líder promete una transformación en el espacio político: los intereses particulares de la oligarquía serán sustituidos por el interés general.</p>
---------------------	--

Fuente: Elaboración propia a partir de ARROYAS LANGA y PÉREZ DÍAZ. “La nueva narrativa identitaria del populismo: un análisis del discurso de Pablo Iglesias (Podemos) en Twitter”, cit.

Estas dimensiones luego pueden desplegarse, según los autores en comento, en cuatro grandes categorías que facilitan la identificación dentro de los contenidos mediáticos, son estas categorías tema, historia, valores y atributos del líder, las cuales infieren a partir de CHARAUDEAU¹⁶⁹, en este sentido, los autores las definen como se expresa en la siguiente tabla.

Tabla 3
Categorías de análisis del populismo según CHARAUDEAU

CATEGORÍAS	DEFINICIONES
Tema	Son las apelaciones que se hacen dentro del mensaje para reforzar la ideología: movilización social, crisis económica, decadencia moral y victimización de los ciudadanos.
Historia	Se trata de desvelar la narrativa que construye el discurso para explicar la situación de crisis política. Para ello, se realiza la identificación de los personajes que intervienen en el discurso. En primer lugar, se identifica al culpable de los males del país con términos abstractos. Cuando en ese discurso se personaliza al culpable se hace a modo de recurso metonímico, con el que la persona señalada aparece como chivo expiatorio.

169 CHARAUDEAU. “Reflexiones para el análisis del discurso populista”, cit.

Valores	Se exaltan valores con fuerza simbólica que remiten a un ideal de comportamiento que contrasta con la corrupción imperante: honestidad, nobleza, autenticidad, pureza. En este aspecto, los valores sirven para sustentar toda la narrativa populista de antítesis.
Atributos del líder	La fuerza movilizadora del discurso populista se sirve de la construcción de un personaje protagonista que actúa como símbolo de los valores con los que se identificará el pueblo.

Fuente: Elaboración propia a partir de CHARAUDEAU. “Reflexiones para el análisis del discurso populista”, cit., en ARROYAS LANGA y PÉREZ DÍAZ. “La nueva narrativa identitaria del populismo: un análisis del discurso de Pablo Iglesias (Podemos) en Twitter”, cit.

Es con estas pistas que se guía el análisis de las noticias relacionadas al movimiento Fuerza Ciudadana en este trabajo, al hallar estas categorías en sus proporciones se puede describir la representación populista de este movimiento en los medios de comunicación de Santa Marta.

V. PRECISIONES SOBRE EL MÉTODO

Para alcanzar el objetivo de describir la representación del movimiento Fuerza Ciudadana, este análisis de contenido se circunscribe a una muestra de noticias emergente de la revisión del archivo del periódico *Hoy Diario del Magdalena* (de Santa Marta), abarca el período entre enero y octubre de 2019. Es entonces este trabajo un análisis de contenido, pues como característica principal de este paradigma, está “asociado a investigaciones cuantitativas que buscan explicar fenómenos de forma generalizada desde datos estadísticos”¹⁷⁰, lo cual también hace que se encasille en un enfoque cuantitativo, como diría ALFREDO OTERO ORTEGA¹⁷¹.

170 YANEIDYS MILENA MANCERA ARIZA, YURITZA MAILETH PACHECO PEREA y MISAEL ENRIQUE POLO AVENDAÑO. “Estereotipos femeninos en los videoclips de reggaetón de mejores canciones del año de la revista *Billboard* en español en el período 2010-2017”, Tesis de pregrado, Santa Marta, Universidad Sergio Arboleda, 2017, p. 32.

171 ALFREDO OTERO ORTEGA. “Enfoques de investigación”, 2018, disponible en [https://www.researchgate.net/profile/Alfredo_Otero_Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION_TABLA_DE CONTENIDO_Contenido/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION-TABLA-DE-CONTENIDO-Contenido.pdf], al citar a ROBERTO HERNÁNDEZ SAMPIERI, CARLOS FERNÁNDEZ COLLADO y PILAR BAUTISTA LUCIO.

Ya según los objetivos y la metodología propuestos, acorde con la tipología hecha por GRAJALES¹⁷², esta investigación es de corte documental, descriptiva, no experimental y horizontal. Documental porque “se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.)”¹⁷³, en este caso, el periódico *Hoy Diario del Magdalena*, es una investigación descriptiva, pues busca “desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características”, es un estudio de tipo no experimental, ya que “el investigador se limita a observar los acontecimientos sin intervenir en los mismos”¹⁷⁴, por último¹⁷⁵, es una investigación de corte horizontal porque “se extiende a través del tiempo dando seguimiento a un fenómeno” que, en este caso, se trata de todos los contenidos noticiosos publicados por el periódico *Hoy Diario del Magdalena* durante el lapso enero-octubre de 2019.

Con estas características, la muestra para el análisis surge de las publicaciones diarias del periódico *Hoy Diario del Magdalena*, emitidas entre el 1.º de enero y el 28 de octubre de 2019. En ese lapso se tiene un total de 301 ediciones de este periódico, de ellas, se sometieron a análisis solo las noticias relacionadas con el movimiento Fuerza Ciudadana.

Este análisis de las noticias se centró en buscar las categorías tema, historia, valores y atributos del líder, propuestas por CHARAUDEAU¹⁷⁶ y explicadas líneas arriba, cada una tiene sus subcategorías de análisis y se detallan en la siguiente tabla que funge como libro de códigos del estudio.

172 TEVNI GRAJALES G. “Tipos de investigación”, 2000, disponible en [<http://tgrajales.net/investipos.pdf>], párrafos 1 a 24.

173 ZORRILLA, 1993, p. 43, citado por ibíd.

174 GRAJALES G. “Tipos de investigación”, cit., párr. 24.

175 Ibíd., párr. 25.

176 CHARAUDEAU. “Reflexiones para el análisis del discurso populista”, cit.

Tabla 4
Libro de códigos

UNIDAD DE ANÁLISIS	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS ESPECÍFICAS	DEFINICIÓN / TRATAMIENTO
Datos de identificación	Fecha			Es igual a la fecha de publicación de la noticia.
	Título			Se copia el título de la noticia.
	Sección			Se escribe el nombre de la sección en que aparece.
Datos analizados	Tema	Movilización social		Marcar cuando la noticia apele a la acción popular para la consecución del cambio.
		Crisis económica		Marcar cuando la noticia está enfocada hacia la desigualdad entre ricos y pobres.
		Decadencia moral		Marcar cuando la noticia indique que o denuncie una pérdida de un sentido cívico de la política.
		Victimización de los ciudadanos		Marcar cuando se refiere a los ciudadanos (el pueblo) como quienes sufren las consecuencias de un poder injusto.
	Historia	Ellos		Marcar cuando se refiere a la oposición o sus representantes.
		Nosotros		Marcar cuando se refiere a una acción o hecho de Fuerza Ciudadana.
		Ellos-nosotros		Marcar cuando se refiere a tensiones o interacciones entre ambos, productos de debates o reacciones entre ambos lados.

Datos analizados	Valores	Fuerza y unidad		Es un valor relacionado con la movilización popular.	
		Solidaridad con el hombre común		Es un valor que persigue la adhesión a los sectores más desprotegidos y que se identifica con la gente corriente.	
		Honestidad		Es un valor relacionado con la transparencia, la nobleza, la pureza, etc.	
		Diferencia		Es un valor relacionado con la disimilitud, el “nosotros” se construye por contraposición al “ellos”.	
		Cambio		Es un valor que prioriza la ruptura como alternativa al inmovilismo institucional.	
	Atributos del líder	Benevolencia	Honradez		Marcar los que sean necesarios, cuando se entiendan dentro del contenido noticioso. En una noticia puede haber varios atributos del líder.
			Cercanía		
			Empatía		
		Prudencia	Coherencia		
			Responsabilidad		
			Equipo		
			Oratoria		
		Virtud	Presencia física		
			Dinamismo		
Competencia					
Eficacia					
		Experiencia política			

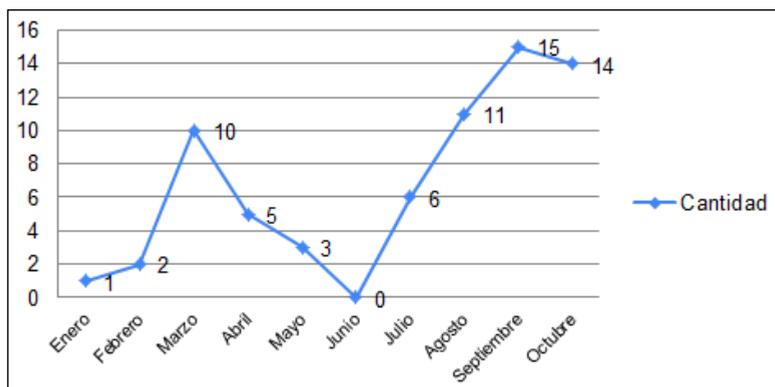
Fuente: Elaboración propia a partir de CHARAUDEAU. “Reflexiones para el análisis del discurso populista”, cit., en ARROYAS LANGA y PÉREZ DÍAZ. “La nueva narrativa identitaria del populismo: un análisis del discurso de Pablo Iglesias (Podemos) en Twitter”, cit.

Con estos datos del libro de códigos se diseñó un formulario de análisis estándar, replicable gracias a su creación en herramientas *web* que permiten guardar los datos recopilados en la nube para luego facilitar el procesamiento de los mismos y su análisis, de cara a los resultados que aquí se expresan.

VI. ANÁLISIS Y RESULTADOS: DEVELANDO LOS VESTIGIOS DEL POPULISMO DE FUERZA CIUDADANA

Luego de revisar 301 ediciones del periódico *Hoy Diario del Magdalena*, contempladas en el lapso que va del 1.º de enero hasta el 28 de octubre, se hallaron un total de 67 publicaciones noticiosas referentes al movimiento Fuerza Ciudadana. Estas publicaciones quedaron distribuidas de la siguiente forma a lo largo del período analizado.

Figura 1
Frecuencia relativa de noticias relacionadas con Fuerza Ciudadana



Fuente: Elaboración propia.

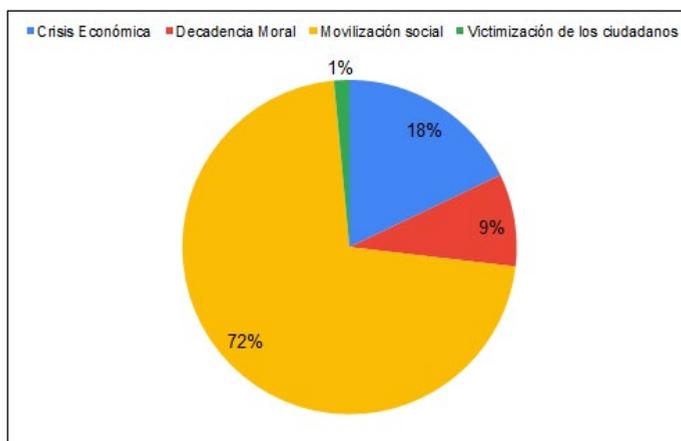
Para entender los picos que se presentan en los meses de marzo y septiembre hay que mencionar que el primero corresponde al momento histórico en que el alcalde de Santa Marta, RAFAEL ALEJANDRO MARTÍNEZ, fue separado de su cargo tras un fallo judicial, lo que generó declaraciones en prensa de las distintas instancias –propias y aliadas– del movimiento Fuerza Ciudadana, al cual está adscrito el señor

MARTÍNEZ y la terna que se presentó ante el Presidente de la República para elegir un encargado, que no alcanzó a dar efectos, pues el primer mandatario designó al señor ANDRÉS RUGELES PINEDA como alcalde encargado del Distrito.

El segundo pico corresponde al momento álgido de la época de campaña electoral, luego de inscribir oficialmente sus candidaturas ante la Registraduría, al cierre del mes de julio (seis noticias), los entonces candidatos (CAICEDO OMAR y VIRNA LIZI JOHNSON SALCEDO) empezaron a hacer constantes y continuas apariciones en los contenidos noticiosos. Así, los meses de agosto (11 noticias), septiembre (15) y octubre (14), corresponden con esa etapa de debate político y posterior elección de ambos en la Gobernación del Magdalena y la Alcaldía de Santa Marta.

Ahora bien, durante esa línea de tiempo y según los parámetros de esta investigación, ¿cuáles fueron los temas y enfoques más usados en las noticias relacionadas al movimiento Fuerza Ciudadana en los medios de Santa Marta?

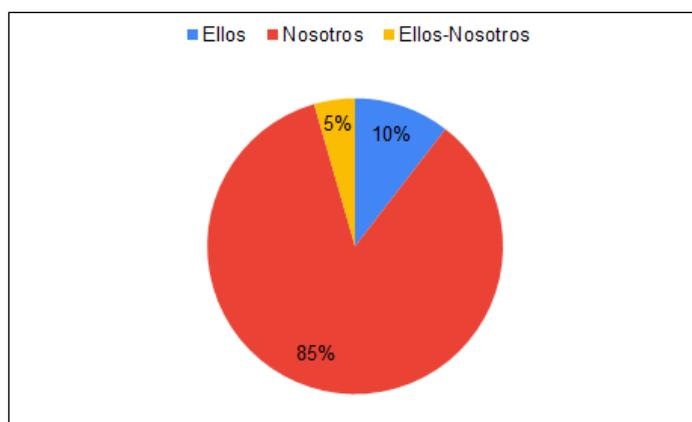
Figura 2
Temas propios del populismo hallados
en las noticias de Fuerza Ciudadana



Fuente: Elaboración propia.

La distribución planteada en el gráfico erige a la movilización social (72%) como el principal tema al que se recurre en las noticias de Fuerza Ciudadana. Empieza así a perfilar a este movimiento como uno que apela al llamado a la acción, a la iniciativa y las acciones propias, frente a cada fenómeno social. Muy distante, en un segundo lugar, el tema es la crisis económica (18%), este recurso se hizo fuerte en las etapas de campaña, sobre todo donde las promesas de desarrollo económico e inversión lideraban los discursos, ahora bien, para hablar del enfoque con que se relataban estos temas, deben conocerse los siguientes aspectos: ¿Sobre quién giraba la historia populista? ¿qué valores se resaltaban? y ¿qué atributos de poder se mostraban desde el liderazgo populista en estas narraciones noticiosas?

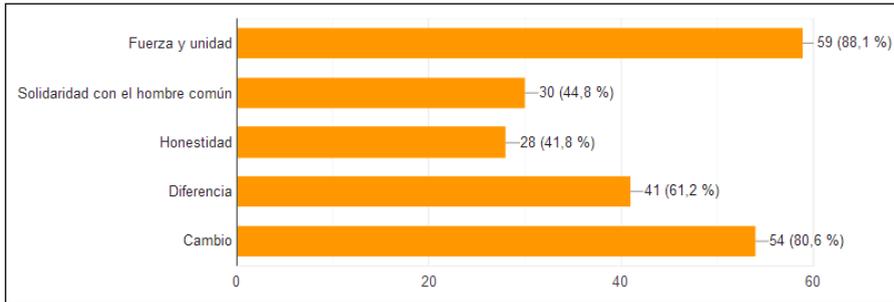
Figura 3
Papel protagónico en el enfoque de la historia noticiosa



Fuente: Elaboración propia.

Lo primero que debe decirse es que el 85% de las narraciones noticiosas de Fuerza Ciudadana muestran que apelan a sí mismos como protagonistas del relato, solo siete veces (10%) esgrimen palabras o ideas contra quienes les representan oposición. Esas noticias, por lo general son para hacer señalamientos a “ellos” de forma tácita o para sugerir que podrían no estar “dadas las garantías” en el proceso electoral debido a acciones de los contrarios. Esa noción de autoconstrucción social a través de los medios del “nosotros” se da basada en los valores “fuerza y unidad” y “cambio”, tal como se indica enseguida.

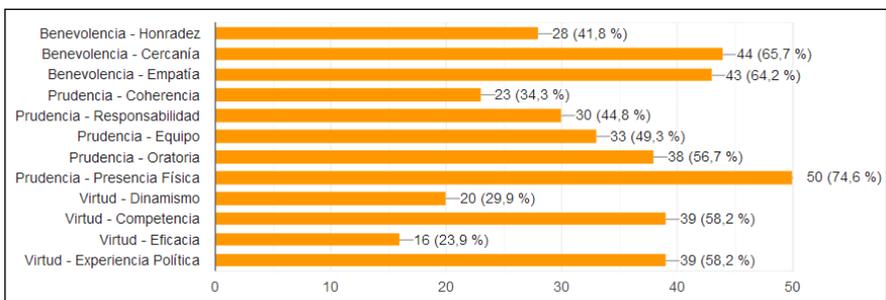
Figura 4
Valores con que se relaciona el populismo de Fuerza Ciudadana



Fuente: Elaboración propia.

Aquí debe recordarse que en un mismo relato, pueden evidenciarse varios valores populistas, ahora bien, sobre lo evidenciado en la figura n.º 4 puede expresarse que en su mayoría –casi que al mismo nivel– los valores de cambio (80,6%) y fuerza y unidad (88,1%) son los más usados para construir esa “*imago* populista”; que de acuerdo a la figura siguiente, muestra atributos de poder enmarcados en la narrativa populista y del liderazgo carismático.

Figura 5
Atributos de poder hallados en las noticias de Fuerza Ciudadana



Fuente: Elaboración propia.

Al igual que los valores, los atributos de poder pueden manifestarse de forma múltiple en un mismo “constructo noticiable, en este sentido, lo primero que debe decirse es que todos los atributos aparecen en más de una decena de noticias, así que Fuerza Ciudadana ejerce su acción populista a cabalidad, ahora bien, dentro de toda esa maraña de atributos, se hace primordial la presencia física del líder (74,6%) al momento de convertirse en noticia, la imagen de CAICEDO OMAR y JOHNSON SALCEDO, son –en su mayoría– una característica básica en los relatos noticiosos del movimiento que representan, este atributo encabeza el moldeamiento del relato populista, y es la representación de una voz y un rostro dentro de la estrategia para hacer política.

En una segunda instancia, la cercanía con el pueblo (65,7%) y la empatía con este (64,2%) orientan las acciones públicas de los líderes que llegan a convertirse en noticia, por su parte, en un tercer momento, los atributos de experiencia política y competencia para desarrollar los roles de líder (58,2% cada uno), junto al poder de la oratoria que tenga el líder (56,7%) terminan de forjar el enfoque con que se representa el liderazgo de este movimiento en los relatos noticiosos de la prensa en Santa Marta.

Al tener claros estos hallazgos, se procedió a hacer una caracterización del relato populista que la prensa difunde sobre el movimiento Fuerza Ciudadana, en ese sentido, los rasgos más representativos arriba explicados, dan para forjar este “esquema social” de la forma de hacer política que tiene Fuerza Ciudadana.

Se trata entonces de un liderazgo que se construye desde lo propio, desde el “nosotros”, que marca una zanja separadora y diferenciadora de lo que son –y han sido– los miembros del bloque político rival. Aquí cabe anotar que, pese a haber tres candidatos más a la gobernación, los discursos de Fuerza Ciudadana omitían o invisibilizaban a los que no encarnaban el “ellos” de la campaña “Magdalena Gana”. Caso similar ocurría en la alcaldía, donde los otros cuatro candidatos no tuvieron mención en ningún momento, al ser borrados mientras se fortalecía la imagen propia.

Ese “nosotros” mantiene una constante iniciativa hacia la movilización social como tema, manifestada en grandes multitudes, respaldos de agremiaciones, sindicatos y otras fuerzas políticas no solo de la ciudad y el departamento, sino también del resto del país, esto con una constante invitación a votar y generar lo que se encarna: cambio que,

para alcanzarlo, necesita de esa movilización para demostrar el otro valor que se predica: fuerza y unidad.

Hasta aquí, el “nosotros” quiere generar un “cambio” en lo establecido en la política local, para ello, debe tener “fuerza y unidad”, demostrada en los incesantes llamados a la “movilización social”, ahora bien, ¿cómo se trabaja en el día a día para alcanzar esa esfera proyectada?, es aquí donde entran los atributos de poder.

Lo primero, la “presencia física”, dado que el populismo necesita un líder popular, valga la redundancia, este líder que da voz y rostro al movimiento que encarna debe aparecer en forma constante, debe ser visible en las noticias, por eso, opina sobre diversos temas, respalda iniciativas y critica otras, usa su influencia y capacidad noticiosa para demostrar que está presente, esta “presencia” debe tener un par de atributos de respaldo: la cercanía y la empatía con el pueblo, ya que ahí radicará la base de su estrategia política, no se trata solo de aparecer, se trata –además– de aparecer como uno de “nosotros”, los que “padecemos” la crisis, “necesitamos” el desarrollo y “requerimos” un “cambio”, el líder entonces tiene voz para hablar de los problemas del pueblo y procurar una solución, se identifica con ellos y ellos con él, es primero un líder presente y luego un líder afín.

Luego, el líder debe demostrar que es competente, que tiene experiencia política, que tiene resultados para mostrar y comparar con sus rivales, eso lo hace al contar no solo con una trayectoria evidente, sino con esa presencia física y su discurso, sus acciones en público y su “oratoria”, deben desarrollarse frente a ese perfil de líder que es presente-afín-experimentado, características que representa el líder populista que Fuerza Ciudadana logra proyectar a través de los medios de comunicación y desarrollar en las representaciones sociales.

VI. CONCLUSIONES:

LA ESTRATEGIA POLÍTICA DE FUERZA CIUDADANA

Con la caracterización hecha luego del análisis, con base en los lineamientos de ARROYAS y otro, puede concluirse que el populismo que Fuerza Ciudadana muestra en la prensa de Santa Marta se corresponde con lo que estos autores plantearon en la dimensión de estrategia política planteada en este trabajo en la tabla número 2¹⁷⁷.

En esa dimensión que los autores en comento logran establecer tras una extensa revisión teórica acerca del concepto, el populismo debe cumplir con varias características que quedan evidenciadas en el proceder que Fuerza Ciudadana ha mostrado en los medios de comunicación. Aquí la prensa en su afán de cubrir la necesidad informativa, termina por ser la herramienta con la que este movimiento –o cualquier otro– predica y promulga su ideología y acciones para alcanzar u ostentar el poder.

Gracias a esta “irritación” de la realidad que hace el líder populista, el medio de comunicación convierte ese hecho o acción en noticia y termina por facilitar que el movimiento en pleno alcance las siguientes características en su estrategia política, es decir, en su forma de hacer populismo.

A. Modo de ejercer el poder basado en la cercanía del líder populista con el “pueblo”

Esta primera característica hace referencia a la afinidad mencionada en la caracterización, Fuerza Ciudadana logra mostrar a sus líderes como cercanos, próximos y empáticos con el pueblo raso, un pueblo que no pertenece a las élites que históricamente han estado en el poder, como se evidencia en el trabajo de RODRÍGUEZ PIMIENTA¹⁷⁸.

Cada acción debe mostrarse desde el argumento de afinidad entre el pueblo que se identifica con lo que el líder populista dice y el líder

177 ARROYAS LANGA y PÉREZ DÍAZ. “La nueva narrativa identitaria del populismo: un análisis del discurso de Pablo Iglesias (Podemos) en Twitter”, cit.

178 RODRÍGUEZ PIMIENTA. *Comentarios sobre historia política y administrativa del Magdalena: siglos XIX, XX y XXI*, cit.

que lucha por lo que el pueblo necesita y clama, con esos discursos y movilizaciones, el líder ejerce su poder.

B. Se basa en identificación con el pueblo mediante movilizaciones de masas y permanente presencia en los medios de comunicación

Tales discursos y movilizaciones deben ser continuos en el tiempo, deben convertirse en parte del paisaje local, Fuerza Ciudadana lo hace bien al apelar a grandes movilizaciones en cada momento susceptible de ser noticia, los medios, cuando publican esas aglomeraciones o las iniciativas que el líder o el movimiento realizan, terminan por generar una permanente presencia mediática. En este trabajo, se puede decir que cada cuatro días hay una noticia de Fuerza Ciudadana, un promedio de siete noticias mensuales, que “normalizan” la presencia del líder y sus llamados a la acción y participación.

C. Líder se muestra conocedor y experimentado en las dificultades del pueblo

Para reforzar la afinidad que tiene con el pueblo y marcar más la zanja que lo separa de las élites, el líder populista recuerda que también conoce y ha vivido en las dificultades que el pueblo experimenta a diario, sus discursos, sus intervenciones, sus acciones, deberán reforzar esa idea y llegar a los medios para que estos lo lleven de nuevo –en forma masiva– al mismo pueblo con que se identifica, en Fuerza Ciudadana, sea en forma tácita o expresa, se le recuerda al auditorio, a los receptores, que estos líderes también tienen necesidades y no pertenecen a la élite tradicional.

D. El líder promete una transformación en el espacio político: los intereses particulares de la oligarquía serán sustituidos por el interés general

La empatía, la afinidad, la movilización social, la unión como grupo, todas estas ideas y acciones populistas deben llevar a un “cambio”, que en Fuerza Ciudadana, termina por ser relatado como las acciones de

desarrollo y crecimiento económico que, como movimiento y gracias a “nuestros” experimentados líderes políticos, “vamos” a alcanzar, ese cambio debe acabar primero con el Gobierno de “ellos”, “los de siempre”, “los que se han robado los dineros del pueblo”, un pueblo que padece miseria, falta de recursos y bienes públicos.

Este cambio debe prometerse a partir de evidencias, aquí es donde, además de la empatía y las habilidades oratorias que refuercen las intenciones y llamen a la movilización social, se debe demostrar competencia para ejercer el poder, se debe evidenciar una trayectoria y una experiencia política. En el caso de Fuerza Ciudadana, el cambio departamental se promete a partir de cambios hechos por el líder, CAICEDO OMAR, en otras instancias: la Universidad del Magdalena y la Alcaldía de Santa Marta, por su parte, el cambio que se promete desde la voz de JOHNSON SALCEDO es el que supera lo que ya se ha hecho al amparo de Fuerza Ciudadana, que inicia con el mandato de CAICEDO OMAR y MARTÍNEZ.

Como se puede ver hasta aquí, las ideas de CHARAUDEAU¹⁷⁹ lograron develar la estrategia política que ARROYAS y PÉREZ explican como populismo¹⁸⁰, en el que Fuerza Ciudadana encaja de forma precisa en los contenidos noticiosos del *Hoy Diario del Magdalena* a partir de una forma de hacer política que es presente y visible en los medios a partir de la movilización social, un discurso del ego colectivo, que tiende lazos de empatía y promete un cambio a partir de evidencias de logros pasados que rompen el ciclo de una élite que desde el comienzo de la era republicana estuvo en el poder. Así es la manera en que el populismo de Fuerza Ciudadana se representa en las noticias, construyendo de esta manera sus propias burbujas cognitivas y por ende, su versión de la realidad.

179 CHARAUDEAU. “Reflexiones para el análisis del discurso populista”, cit.

180 ARROYAS LANGA y PÉREZ DÍAZ. “La nueva narrativa identitaria del populismo: un análisis del discurso de Pablo Iglesias (Podemos) en Twitter”, cit.

BIBLIOGRAFÍA

- ABOY CARLÉS, GERARDO. “Repensando el populismo”, ponencia para el XXIII Congreso Internacional Latin American Studies Association, Washington D. C., 6 al 8 de septiembre de 2001, disponible en [https://scholar.google.com/citations?user=tn1fkegAAAAJ&hl=es#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Des%26user%3Dtn1fkegAAAAJ%26citation_for_view%3Dtn1fkegAAAAJ%3AHDshCWvjkbEC%26tzom%3D300].
- Acto Legislativo 01 de 9 de enero de 1986, *Diario Oficial*, n.º 37.304, de 10 de enero de 1986, disponible en [<http://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Acto/1825330>].
- Acto Legislativo 02 de 6 de agosto de 2002, *Diario Oficial*, n.º 44.893, de 7 de agosto de 2002, disponible en [<http://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Acto/1825523>].
- ARROYAS LANGA, ENRIQUE y PEDRO LUIS PÉREZ DÍAZ. “La nueva narrativa identitaria del populismo: un análisis del discurso de Pablo Iglesias (Podemos) en Twitter”, en *Cultura, Lenguaje y Representación*, vol. 15, 2016, disponible en [<https://www.e-revistas.uji.es/index.php/clr/article/view/2154/1842>].
- CANOVAN, MARGARET. *Populism*, Boston, Houghton Mifflin Harcourt, 1981.
- CHARAUDEAU, PATRICK. “Reflexiones para el análisis del discurso populista”, *Discurso y Sociedad*, vol. 3, n.º 2, 2009, pp. 253 a 279, disponible en [<http://www.dissoc.org/ediciones/v03n02/DS3%282%29Charaudeau.pdf>].
- ENGELKEN-JORGE, MARCOS. “La estructura (i) lógica del discurso populista en la prensa tinerfeña”, ponencia presentada en el Foro Internacional sobre Comunicación e Minorías Étnicas, Vigo y online. 2008, disponible en [<https://ehu.academia.edu/MarcosEngelkenJorge>].
- GRAJALES G., TEVNI. “Tipos de investigación”, 2000, disponible en [<http://tgrajales.net/investipos.pdf>].
- GIDRON, NOAMY y BART BONIKOWSKI. “Varieties of populism: Literature review and research agenda”, en Weatherhead Center for International Affairs, n.º 13, 2013, disponible en [https://scholar.harvard.edu/files/gidron_bonikowski_populismlitreview_2013.pdf].
- GRATIUS, SUSANNE. *La “tercera ola populista” de América Latina*, Documentos de Trabajo Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior –FRIDE–, n.º 45, 2007.

- HURTADO GROOSCORS, HÉCTOR ARMANDO. "Aproximación a un concepto 'esencial' de populismo", en *Temas de Coyuntura*, n.º 62, diciembre de 2010, pp. 11 a 36, disponible en [<http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temasdecoyuntura/article/view/1181/1059>].
- KITZBERGER, PHILIP. "Las relaciones Gobierno-prensa y el giro político en América Latina", *Revista POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político*, n.º 14, 2009, pp. 157 a 181, disponible en [<https://www.redalyc.org/pdf/522/52235602006.pdf>].
- MANCERA ARIZA, YANEIDYS MILENA; YURITZA MAILETH PACHECO PEREA y MISAEL ENRIQUE POLO AVENDAÑO. "Estereotipos femeninos en los videoclips de reggaetón de mejores canciones del año de la revista *Billboard* en español en el período 2010-2017", Tesis de pregrado, Santa Marta, Universidad Sergio Arboleda, 2017.
- MOREANO, HERNÁN y CLAUDIA DONOSO. "Populismo y neopopulismo en Ecuador", *Revista Opera*, n.º 6, 2006, pp. 117 a 140.
- OTERO ORTEGA, ALFREDO. "Enfoques de investigación", 2018, disponible en [https://www.researchgate.net/profile/Alfredo_Otero_Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION_TABLA_DE CONTENIDO_Contenido/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION-TABLA-DE-CONTENIDO-Contenido.pdf].
- RETAMOZO, MARTÍN. "Populismo y teoría política: de una teoría hacia una epistemología del populismo para América Latina", *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, vol. 12, n.º 2, 2006, pp. 95 a 113, disponible en [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-64112006000200005&lng=es&tlng=pt].
- RICHARD-JORBA, RODOLFO ALBERTO. "Somos el pueblo y la patria: el populismo leninista en Mendoza frente al conflicto social y la prensa: discursos, representaciones y acciones", 1917-1919", *Revista de Historia Americana y Argentina*, vol. 48, n.º 1, 2013, pp. 11 a 54, disponible en [<https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/8973/v48n1a01.pdf?sequence=2&isAllowed=y>].
- RODRÍGUEZ PIMIENTA, JOSÉ MANUEL. *Comentarios sobre historia política y administrativa del Magdalena: siglos XIX, XX y XXI*, Santa Marta, Contraloría General del Departamento del Magdalena, 2007.
- TAGGART, PAUL. *Populism*, Buckingham, Open University Press, 2000.
- VALDÉS C., ALEJANDRA. "Mercadeo neopopulista en los medios de comunicación", *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, n.º 99, 2007, pp. 26 a 33, disponible en [<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/373/373>].
- WEYLAND, KURT. "Clarifying a contested concept: Populism in the study of Latin American politics", en *Comparative Politics*, vol. 34, n.º 1, October 2001, pp. 1 a 22.

REFLEXIONES FINALES

MARLENNY DIAZ CANO¹⁸¹

Este aparte de reflexiones busca hacer explícita la relación intrínseca entre las macro categorías de poder y el dispositivo de poder y las categorías específicas de cada capítulo, –posverdad, memoria histórica, educación para la paz, CEOcracia, gerencia comunicativa, gestión estratégica, noticias falsas y populismo mediático, en un análisis que encuentra como eje articulador el criterio de verdad.

El concepto más general de poder indica que la palabra proviene del “latín vulgar *potēre*, creado sobre ciertas formas del verbo latino *posse*”¹⁸², así, significa *ser capaz de*, a partir de allí, sus análisis han optado con frecuencia por mostrar una de sus dos caras enfatizando que ese ser capaz de va orientado a dominar, limitar, ocultar lo que finalmente constituye solo una de sus dos caras pues la otra es la que muestra el ser capaz de: educar, promover, fortalecer, proteger. En fin que es claro que catalogar como positivo o negativo un poder, depende de los objetivos que se busquen alcanzar con su ejercicio.

Un aspecto sobre el poder que ha merecido especial atención por parte de sus estudiosos y que va mas allá de quién lo ejerce y con qué objetivos, es el referido al medio a través del cual se ejerce. Surge aquí el concepto de *dispositivo de poder*, que ingreso PAUL-MICHEL FOU-

181 La autora: Abogada; Docente Investigadora de la Escuela de Derecho Universidad Sergio Arboleda, Santa Marta; Doctora en Ciencias Agrarias opción Sociología Rural; Magíster en Planificación y Administración Regional con énfasis en Medio Ambiente; Especialista en Planificación del Desarrollo Regional; áreas de investigación en derecho constitucional, derecho ambiental y sociología rural; e-mail: [marlenny.diaz@usa.edu.co].

182 REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Diccionario de la lengua española*, s. v. “poder”, 23.ª ed., Madrid, RAE, 2014, disponible en [<https://dle.rae.es/poder?m=form>].

CAULT¹⁸³ y que GIORGIO AGAMBEN describe como un medio inscrito en una relación de fuerzas saber/poder (instituciones o acciones, discursivas o no) a través del cual quien ejerce el poder captura, orienta, determina, intercepta, moldea, y controla conductas, opiniones y temores en la sociedad¹⁸⁴.

Se considera pertinente complementar dicha definición anotando que el dispositivo no actúa en una sola dirección, pues en torno a este confluyen dos partes: quién(es) pone(n) el dispositivo en juego y a quién(es) va dirigido, pues el objetivo de quién ejerce el poder siempre está en relación con un otro que puede o no responder al objetivo buscado con el dispositivo, no se habla entonces de un poder sino de dos o más interrelacionados por el dispositivo. Bajo esta perspectiva es limitado plantear que el poder se ejerce de manera lineal y que una de las partes solo recibe desde la subordinación sin posibilidad de revelarse o desatenderlo.

Este planteamiento permite entender con más facilidad la irrupción de nuevos esquemas de poder que rompen su concepción lineal, jerárquica y monolítica para dar paso a otros donde no existe uno sino varios poderes en relacionamiento. Hoy en día los nuevos canales de comunicación aportados por la tecnología, facilitan por ejemplo que el otrora pasivo ciudadano se movilice con una nueva arma –su dispositivo celular– para actuar mediante la denuncia, la investigación e informar en un nuevo estrado configurado en las redes sociales, una nueva posibilidad que trae consigo también nuevos problemas.

Lo anterior no significa que los detentadores tradicionales del poder no continúen operando, sino que han tenido que adecuar sus acciones para mantenerse a través de movimientos para debilitar o eliminar esos nuevos poderes que han venido a disputar su preeminencia, es de anotar que en esa nueva relación de fuerzas por el poder la posibilidad del “contrincante” a revelarse, desatender o subvertir el poder que se le quiere imponer como es lógico queda excluida cuando el arma que usa el detentador es la eliminación, en este caso acudir a la violencia,

183 Poitiers, Francia, 15 de octubre de 1926 - París, 25 de junio de 1984. MICHEL FOUCAULT. *Microfísica del poder*, Madrid, La Piqueta, 1991.

184 GIORGIO AGAMBEN. *¿Qué es un dispositivo?*, Barcelona, Anagrama, 2015.

evidencia precisamente la incapacidad de poder tal como plantea FRIEDRICH WILHELM NIETZSCHE¹⁸⁵.

FOUCAULT se refiere a esta jugada al indicar que hoy el poder ya no se concibe como una propiedad, sino como una estrategia, por ello, ya no puede hablarse de que su efecto de dominación sea atribuido a la “apropiación”, sino a maniobras, tácticas y técnicas¹⁸⁶. Por otro lado, en el caso de ese poder que busca dominar, entender el funcionamiento del dispositivo cobra mayor relevancia pues es lo que permite desmascararlo y desactivar sus efectos.

Dado lo anterior, es factible decir que los medios masivos de comunicación (*mass media*, referido a televisión, radio, prensa, o *new media* como Facebook o Twitter) son un dispositivo de poder en cuanto de ellos puede predicarse su capacidad de capturar opinión y atención, orientar decisiones de elección o rechazo, determinar que es valioso o no, moldear necesidades, miedos y deseos y controlar, entre otros. Aquí que los objetivos del dispositivo sean positivos o negativos depende de quien ejerce el poder tras de ellos pues este puede buscar exaltar, reconocer, valorar o, *a contrario sensu* dominar, restringir o invisibilizar. Este trabajo de investigación nos permitió observar cuatro escenarios de ejercicio del poder, en el contexto de acción del dispositivo de los *mass media* en que el fin buscado y su actor diferencia el tipo de poder.

En el primero caso, en el contexto de la llamada posverdad, se confrontan poderes de actores que recurren a medios noticiosos para ejercer violencia simbólica que invisibiliza, estigmatiza o ataca en forma directa a grupos sociales vulnerables y el poder de quienes pueden debilitar sus acciones. Se le asigna al sistema educativo la posibilidad de ejercer ese contrapoder para proponer e implementar vías que superen esas violencias simbólicas que tienen en los medios de comunicación un aliado para ejecutarlas. Tal tarea pasa por generar estrategias pedagógicas y curriculares que faciliten la identificación del mecanismo al interior del dispositivo mediático para desactivarlo y trascenderlo a partir de propuestas que coadyuven a visibilizar lo que se ocultó, proteger lo que se atacó y recordar lo que se buscó olvidar. Aquí el educador o pedagogo juega un rol central para lograr una alfabetización

185 Röcken, Lützen, Alemania, 15 de octubre de 1844 - Weimar, Alemania, 25 de agosto de 1900.

186 FOUCAULT. *Microfísica del poder*, cit., p. 33.

mediática que genere o fortalezca capacidades críticas y analíticas en el estudiante a fin de que logre esquivar o trascender la manipulación noticiosa y deducir con libertad sobre su veracidad.

En el segundo contexto presentado desde la administración pública, se enfrentan los poderes ostentados por el comunicador que hace parte de los equipos de una nueva gerencia pública en que se valora el principio de transparencia como vía de legitimidad y eficacia de las acciones del funcionario y el poder de funcionarios tradicionales que sustentan su poder en la desinformación. En este punto resulta pertinente anotar que la posverdad también ha contaminado al ámbito de la gestión pública, incluso lo gerencial, por ello se hace tan relevante que desde el Estado el direccionamiento sea claro en materia de exigencia de informes de gestión públicos, dirigidos a garantizar el derecho de los ciudadanos a recibir una información completa, clara, veraz, precisa, plural e imparcial de conformidad con los principios de publicidad, responsabilidad y transparencia que aseguran una eficaz gobernanza y legitimidad de las acciones del gobernante a la par que refuerzan el principio participativo a través de la apertura de instancias de retroalimentación, observaciones y recepción de solicitudes quejas y aportes a través de la llamada tecnología cívica, todo esto en un entorno de gestión gerencial comunicativa. Por desgracia esta participación ciudadana se ve bastante afectada por lo que EDIMER LATORRE IGLESIAS denomina como el cinismo ciudadano:

La colonización del lenguaje por parte de las técnicas neoliberales hace que lo interrelativo, es decir, lo argumental, clave dentro de la democracia experimentalista, se diluya en la fuerza de los *stakeholders*, quienes cooptan el sistema y se adueñan de las gramáticas jurídicas, haciendo que lo público se difumine en las luchas altamente conflictivas entre lo público y lo privado. La conversión del ciudadano en cliente implica una sutil y seductora desarticulación de la acción colectiva y del empoderamiento ciudadano, generando nuevas exclusiones, las cuales hacen que solo cierto grupo de “expertos” puedan manejar el acceso al Estado. De ahí la preservación de la dualidad de la sociedad colombiana, que hace que exista un país legal en las principales ciudades y un país alter-legal en la periferia. Los datos esgrimidos [...] permiten afianzar la idea de dualidad, de cooptación de lo público por parte de lo privado y de una ciudadanía cínica que se niega a asumir su papel protagónico en el proceso de materialización de la norma social. Para que una norma pueda ser real, necesita una sociedad que lo posibilite, de ahí que la noción de los derechos sobre participación como

mascarada neoliberal, adquiere validez a la luz de la debilidad de la norma, de una norma que existe en el papel y en ciertos lugares del país, pero que debe transitar los peligros de la periferia para poder materializarse¹⁸⁷.

Por ello es vital la reconfiguración de este tipo de ciudadanías, en ese sentido se evidenció que en este escenario, la eficacia en la administración pública tiene un gran componente comunicacional donde se generan canales de doble vía en que se informe y a la vez se recepcen comunicaciones de la ciudadanía. En lo que al dispositivo y estrategia respecta, toma relevancia el modelo weberiano organizacional que señala la necesidad de que el comunicador dirccione la formalización de procedimientos y vías accesibles y ágiles para transmitir, receptar información y facilitar cuando así se requiera la contraloría social, cobrando aquí pertinencia lo que manifiesta ALBERT MEDRAN:

Esta guerra contra la posverdad precisa de una nueva cultura de la respuesta en la que las instituciones pierdan el miedo de una vez por todas a relacionarse directamente con los ciudadanos para evitar los teléfonos rotos, las tergiversaciones y las noticias falsas¹⁸⁸.

Los dos últimos casos, Venezuela y sus *fake news*, y la del movimiento Fuerza Ciudadana en Colombia, coinciden en enfrentan el poder del gobernante al del ciudadano, vincular las categorías de populismo y *fake news* en su análisis, diferenciándose en que en el primero está presente el factor autoritarismo en virtud del cual el Gobierno actual tiene facultades amplias para cerrar o autorizar medios de comunicación, con lo cual limita y determina qué información se da a conocer a la población y cual no.

Mientras el autoritarismo puede llegar a omitir recurrir a la persuasión emotiva, para preferir la mentira o la exageración, el populismo sí la maneja y de hecho, centra allí mucho de su poder. Se plantea en este punto que omitir o exagerar puede considerarse también como un falseo de la verdad y por lo tanto, se cumple allí la teoría que indica que en un

187 EDIMER LEONARDO LATORRE IGLESIAS. *Participación ciudadana y democracia experimentalista en la constitución política de Colombia de 1991: análisis de una realidad local en Colombia*, Bogotá, Universidad Sergio Arboleda, 2015, p. 88.

188 ALBERT MEDRAN. "En el reino de la posverdad, la irrelevancia es el castigo", *Revista UNO*, n.º 27, 2017, pp. 33 a 35, disponible en [https://www.revista-uno.com/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27.pdf], p. 35.

régimen autoritario la manipulación de medios configura una violación del derecho humano a la información y en el caso del populismo una desatención a los argumentos y la razón y como lo indica LATORRE IGLESIAS¹⁸⁹ la posibilidad de reescribir la historia y de ocultar las memorias.

La verdad, y de manera más específica, el régimen de verdad es otra macro-categoría ligada a las de poder y dispositivo de poder, que interrelaciona las diversas categorías de cada capítulo. Al respecto FOUCAULT¹⁹⁰ se refiere a ella a través de su concepto de régimen de verdad al indicar que el poder se caracteriza por dos funciones principales: por un lado, la exclusión y por otro, la engendración. En cuanto a la exclusión, el poder tiene la propiedad de negar, de prohibir, de excluir, de ocultar. Mientras que en la engendración el poder produce –y en efecto, una de las cosas que produce– es la verdad.

En el caso particular de las *fake news*, el poder puede repetir su falsedad tantas veces, que quien la escucha termina por aceptarla como verdad, un sujeto lo cree como su verdad (precepto de PAUL JOSEPH GOEBBELS¹⁹¹ –el poder detrás de ADOLF HITLER¹⁹²– “Una mentira repetida mil veces se convierte en una verdad”). Para FOUCAULT, todo depende –en última instancia– de los sistemas de enunciados de poder, cuya tarea es decidir qué es lo verdadero y qué no lo es. Así pues la verdad y el poder son inescindibles, cada sociedad tiene su régimen de verdad, es decir los tipos de discurso que acoge y hace funcionar como verdaderos o falsos, el modo como se sancionan unos y otros, el estatuto de quienes están a cargo de decir lo que funciona como verdadero y generar la verdad que le interesa al poder.

Frente a dicha relación los regímenes autoritarios han tenido que cambiar de táctica para mantener el mismo objetivo estratégico de manipular la opinión pública políticamente activa. Como ya es casi imposible articular una propaganda total que instaure la verdad, se han desarrollado tácticas de disolución de la verdad y se manipula la construcción de la realidad compartida en la sociedad con la intención de controlar la opinión pública, la paradoja es clara: del régimen de verdad

189 LATORRE IGLESIAS. *Participación ciudadana y democracia experimentalista en la constitución política de Colombia de 1991: análisis de una realidad local en Colombia*, cit.

190 FOUCAULT. *Microfísica del poder*, cit.

191 Rheydt, Mönchengladbach, Alemania, 29 de octubre de 1897 - Berlín, 1.º de mayo de 1945.

192 Braunau am Inn, Austria, 20 de abril de 1889 - Berlín, 30 de abril de 1945.

surge el reino de la mentira, de las realidades alternativas que no se basan en los hechos sino en las emociones, en la percepción y no en el dato y esto sucede sobre todo en la arena de los medios de comunicación, situación que genera otra paradoja, pues a la par que estamos en una época en que el método científico ha valorado al máximo la validación o verificación como un paso obligado para emitir juicios de verdad, es también la época en la cual se ha dotado a la mentira de mayor validez.

Para contrarrestar ese nuevo protagonismo de la falsedad como estrategia de poder, la educación, la alfabetización mediática, la práctica del *fact checking* y el reforzamiento de los preceptos éticos en la política, las profesiones y la vida personal resultan ser las más claras vías de acción. Por otro lado, debemos ser conscientes de nuestro propio poder para identificar y repeler los intentos de manipulación y mentira discursiva y no considerarnos receptores pasivos de los contenidos mediáticos. Una buena defensa requiere fortalecer esos poderes positivos que pueden subvertir los efectos negativos de los *mass media*, dos de los cuales fueron identificados en esta obra: el educador o pedagogo y los comunicadores que manejan un sentido ético de la comunicación. La batalla no es fácil pero hay que darla, pues lo que está en juego de acuerdo a los casos aquí presentados es la verdad manifestada a favor de la memoria histórica, la protección de los vulnerables y la transparencia administrativa, y como es obvio, una fuerte lucha en contra del autoritarismo y la estrategia populista.

BIBLIOGRAFÍA

AGAMBEN, GIORGIO. *¿Qué es un dispositivo?*, Barcelona, Anagrama, 2015.

FOUCAULT, MICHEL. *Microfísica del poder*, Madrid, La Piqueta, 1991.

LATORRE IGLESIAS, EDIMER LEONARDO. *Participación ciudadana y democracia experimentalista en la constitución política de Colombia de 1991: análisis de una realidad local en Colombia*, Bogotá, Universidad Sergio Arboleda, 2015.

MEDRAN, ALBERT. "En el reino de la posverdad, la irrelevancia es el castigo", *Revista UNO*, n.º 27, 2017, pp. 33 a 35, disponible en [https://www.revista-uno.com/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27.pdf].

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed., Madrid, RAE, 2014, disponible en [<https://dle.rae.es/>].



Editado por el Instituto Latinoamericano de Altos Estudios –ILAE–,
en diciembre de 2020

Se compuso en caracteres Cambria de 12 y 9 pts.

Bogotá, Colombia