

# DESINFORMACIÓN Y POSVERDAD: LA UTOPIA DEL CAMBIO FRENTE AL REVANCHISMO DEL CONTINUISMO POLÍTICO

## Autor:

Jaime Andrés Wilches Tinjacá  
[jwilches@poligran.edu.co](mailto:jwilches@poligran.edu.co)

Universidad Politécnico Grancolombiano

## RESUMEN

La comunicación pública en Colombia durante el gobierno de Gustavo Petro emerge entre la gestión gubernamental, la desinformación y las dinámicas propias de la posverdad. En un escenario atravesado por reformas estructurales, alta polarización política y un ecosistema digital que privilegia la rapidez, la emotividad y la confrontación, el texto sostiene que la comunicación se ha convertido en un campo estratégico de disputa por la legitimidad democrática. En dicho campo confluyen, por un lado, una comunicación gubernamental sometida a la presión de responder de manera acelerada y, por otro, una oposición que ha capitalizado el malestar social mediante narrativas simplificadas, afectivas y con rasgos de revanchismo político.

Desde esta perspectiva, se plantea que frente a la posverdad ni la amplificación constante de mensajes oficiales ni la deslegitimación sistemática del adversario contribuyen al fortalecimiento de la esfera pública. Por el contrario, se argumenta que la credibilidad democrática depende de estrategias comunicativas orientadas a la trazabili-

dad, la pedagogía de la complejidad y la coherencia narrativa en el tiempo, capaces de resistir tanto la sobreactuación gubernamental como la explotación política del conflicto social. En este marco, se reivindica la comunicación como un campo interdisciplinar con valor epistemológico propio, fundamental para comprender las relaciones entre Estado, oposición, esfera pública y democracia en contextos latinoamericanos marcados por la desigualdad, la desconfianza institucional y la transformación política.

## INTRODUCCIÓN

Colombia atraviesa una coyuntura comunicativa particularmente exigente: a la coexistencia de reformas estructurales largamente aplazadas se suma un ecosistema informativo saturado por desinformación, hiperinterpretación y disputas afectivas propias de la condición posverdad. En este contexto, el primer gobierno abiertamente progresista del país ha debido gobernar bajo una doble presión: materializar cambios prometidos en un horizonte temporal limitado y, simultáneamente, hacerlos legibles en plataformas que premian la simplificación, el conflicto y la indignación. Más que un problema de estilo o de vocería, el reto es de traducción democrática: cómo convertir procesos complejos en narrativas verificables sin reducirlos a consignas ni a épicas de corto aliento.

La experiencia reciente del gobierno Petro permite observar con nitidez esta tensión. Sus apuestas por reconfigurar el papel del Estado, fortalecer lo público y disputar sentidos instalados por décadas de privatización simbólica han sido enfrentadas por una esfera mediática fragmentada, donde la pérdida de centralidad de las fuentes convive con campañas coordinadas de desinformación y con una oposición que opera comunicacionalmente en clave de viralidad. En ese escenario, la comunicación gubernamental no solo informa o persuade: administra expectativas, modula tiempos y expone —voluntaria o involuntariamente— las brechas entre promesa, trámite y resultado.

Este working paper sostiene que la disputa política contemporánea es, en buena medida, una disputa por la inteligibilidad de lo público. Frente a la posverdad, entendida no como ausencia de hechos sino como debilitamiento de los criterios compartidos para evaluarlos, el gobierno se enfrenta a una paradoja: cuanto más intenta acelerar la comunicación para responder al ruido digital, mayor es el riesgo de erosionar la consistencia de sus propios relatos. De allí que la credibilidad no pueda reducirse a la presencia permanente en redes ni a la multiplicación de emisores, sino a la construcción acumulativa de trazabilidad, corrección pública y coherencia performativa.

El problema de la desinformación exige, entonces, un desplazamiento analítico. No basta con denunciar la existencia de noticias falsas ni con moralizar el consumo informativo; es

necesario examinar cómo las arquitecturas digitales, los incentivos algorítmicos y las memorias políticas del país configuran un terreno fértil para la sospecha y el cinismo. En este punto, la comunicación oficial se juega su legitimidad no en la imposición de una verdad cerrada, sino en la capacidad de reconocer incertidumbres, establecer hitos verificables y sostener una pedagogía de la complejidad que no infantilice a la ciudadanía.

Desde los estudios en comunicación, este texto propone leer la experiencia del gobierno Petro como un laboratorio privilegiado para pensar la relación entre Estado, desinformación y posverdad en América Latina. Lejos de enfoques denunciistas o apoloéticos, se plantea una mirada que atienda a las mediaciones, a los formatos y a las temporalidades de la comunicación pública; una mirada que permita comprender por qué, en contextos de alta polarización, la comunicación no sustituye a la política, pero sí define las condiciones bajo las cuales esta puede ser comprendida, discutida y eventualmente disputada.

No se trata de decir que la comunicación lo es todo en términos reduccionistas y carentes de rigor conceptual, pero sí afirmar que uno de los campos con mayor capacidad de articulación e interdisciplinariedad se encuentran en esta área, que tal vez por su capacidad de diálogo ha sido percibida como un campo sin objetos de estudio o líneas de investigación definidas. En el desarrollo de este documento se expondrá como desde los contextos internacional, nacional e institucional, los estudios en comunicación en imagen, han superado la discusión sobre el ejercicio periodístico, el poder de los mass media o la comunicación organizacional, para insertarse en otros campos problemáticos, enfocado, entre otros, en la capacidad de los ciudadanos de confrontar las verdades emanadas por las instituciones tradicionales, la reflexión por las estéticas en una era marcada por la capacidad identitaria que producen las imágenes, el debate por el fortalecimiento o debilitamiento de las democracias con el acceso deliberado de la información o su control en ejercicios de poder y control de las compañías de servicios informáticos.

Estas discusiones han convocado la misión de vincular desde varios mundos posibles, las alternativas que tiene la comunicación de construir mensajes que logren influir no solo en los que detentan el conocimiento, sino en aquellos que buscan en las mediaciones una posibilidad de comprender el mundo que les rodea. El resultado, como en este documento se ampliará, da cuenta de una trayectoria en la que la comunicación sigue luchando por reunir la voluntad académica e investigativa que le permita hacer una reflexión transversal en la redefinición de lo público-privado en Colombia.

El fin de la guerra fría y la caída del muro de Berlín no solo produjeron el apogeo de dos bloques hegemónicos y el fin de las ideologías. Este acontecimiento histórico abrió las puertas a una revolución emergente que desde la década de los setenta empezaba a nacer, en los ochenta a florecer, y con los noventa, se consolidó en una época que ha dado en llamarse Globalización. Dicha revolución ha sido nombrada como revolución digital, de la información, de la sociedad del conocimiento, de las tecnologías.

En el ecosistema actual, la economía de la atención premia el conflicto y sanciona la complejidad; por eso, la voz directa del Ejecutivo en redes, aunque democrática en apariencia, tiende a disolverse si no está sostenida por una arquitectura de evidencias y por vocerías coordinadas. Multiplicar emisores sin un marco semántico compartido erosiona la señal, mientras que concentrarla en exceso empobrece el pluralismo; un acuerdo mínimo de comunicación pública –con matriz de mensajes clave, calendario de anuncios, lineamientos para publicaciones personales y un mecanismo ágil de rectificación – reduce el ruido, protege la deliberación y ordena expectativas. Esta disciplina comunicativa no cancela la disputa política; la vuelve inteligible, comparable y sometida a reglas de juego que la sociedad puede exigir.

Por supuesto, no se trata de una irrupción imprevista de los medios masivos de comunicación, como lo ha querido ver Vargas Llosa en su texto "La civilización del espectáculo". Delameau en su texto "Historia de la propaganda", demuestra con claridad teórica y sobriedad empírica, cómo la relación comunicación-esfera de lo público ha sido uno de los espacios más preciados de aquellos que han querido luchar por el poder y orientar las representaciones sociales que influyen en dinámicas sociales, políticas y económicas. La comunicación es una condición inherente al ser humano, pero tal vez lo que ha cambiado para nuestra época, es que esta parte de la naturaleza humana, ha sido mediada por el uso de tecnologías, la proliferación de lenguajes multimediales y el interés inusitado por ver en la comunicación y las expresiones icónicas.

En la misma línea, Pizarroso, destaca que la historia de la propaganda como espacio de la exposición autorreferencial y positiva en el espacio público es inherente al estudio de la comunicación social y de los medios masivos. Pero aún con esta advertencia, no sería una novedad, encontrar en los medios masivos de comunicación, un asunto particular de la época, como algunos investigadores lo quieren hacer ver, en trabajos en los que por supuesto temas como la manipulación, los intereses económicos y la eliminación simbólica del enemigo, se convierten en hechos de especial interés, pero no exclusivos de la época (Carlón & Scolari, 2014).

Al respecto Gilles Lipovetsky, sostendrá en su ensayo "Hay que quemar a los medios", que se exagera con cierta frecuencia en producir investigaciones tendientes a la demonización de los medios, obviando en ocasiones, la génesis de por qué razón la comunicación concita la atención de individuos y colectivos, o más complejo aún, cuál es la particularidad o el clima intelectual que para esta época haga diferencia en lo que antes producían los medios de comunicación en su dimensión de masificación. Esta perspectiva ha sido reforzada por Lovink (2022), quien evita caer en la línea de que todo el tiempo pasado fue mejor, y llama a reflexionar sobre las transformaciones de la práctica comunicativa, desde conceptos y teorizaciones renovados. Invitación que en el caso colombiano parece quedar en el olvido, pues los comunicadores de base parecen tener interés en el enfoque periodístico y organizacional, y los estudios en comunicación se convierten en discurso denunciante de un grueso sector de investigadores provenientes de las ciencias sociales.

En ese sentido, la prensa fue influyente en la revolución francesa e industrial. La radio, la publicidad y el cine aceptaron las maquinarias ideológicas del nazismo en Europa y Latinoamérica, hasta el punto de tener en estos registros propagandísticos y discursivos, una de las piezas más prolíficas de los museos de la memoria. Luego, la televisión posicionó la industria del entretenimiento norteamericana y de paso para presenciar en vivo y en directo los desmanes cometidos en la guerra de Vietnam, pero también sucesos positivos como la llegada del hombre a la luna o las luchas por la igualdad racial y las oportunidades educativas. Estos procesos históricos, demuestran que la comunicación no es un campo que deba sorprender o generar exotismo por querer proponer la formalización de programas de investigación dedicados a entender sus orígenes, manifestaciones y recientes expresiones.

Al tratar de identificar la particularidad de la influencia de la comunicación en la sociedad contemporánea, se tendría que acudir a las posturas de Gerard Imbert, John Thompson, Armand Mattelart, Niklas Luhmann, Deborah Tannen -eso sin descuidar los fundadores de la segunda mitad del siglo XXI como Marshall McLuhan, Harold Lasswell, Jesús Martín Barbero, Jürgen Habermas-. Los autores mencionados coinciden en afirmar que una de las transformaciones singulares de la época se ubica en la transformación gradual, pero radical de los modelos clásicos de consumo de los medios, en los que existían modelos de emisión y recepción de los medios. Si bien la escuela crítica de Frankfurt, con Theodor Adorno crítico dicho modelo y planteó alternativas para resistir a los modelos hegemónicos de la verdad estatal, educativa o religiosa, el mundo contemporáneo tiene la particularidad de neutralizar dichos inconformismos, con una apertura a la expresión, donde el consumidor se convierte en un prosumidor, es decir, un sujeto que es capaz de producir los lenguajes y los medios para comunicar sus visiones del mundo.

Belén, Cavagna y Resnik aciertan en identificar las particularidades de la época, en contraste con un contexto de guerra fría, donde los medios de comunicación y expresión estuvieron centralizados en el poder estatal, y donde la capacidad de retroalimentación se depositaba en la constancia que algunos asiduos lectores o receptores tenían al enviar cartas de queja o de crítica a los contenidos emitidos por las empresas informativas. Por otro lado, las otras formas de expresión no masivas buscaban refugio en las artes liberales (escultura, teatro, pintura, arquitectura), como una forma de resistencia a la masividad y la recepción conformista de contenidos dispuestos a dar una visión del mundo. Para el momento actual, las condiciones han cambiado, pues los consumidores, tienen a disposición múltiples formas de reinterpretar la realidad, acudiendo a lenguajes como los memes, los mensajes virales o las expresiones polarizantes en redes sociales (Poell et al., 2021).



En otras palabras, un artista puritano puede calificar su obra de incomprensible para la sociedad, mientras un cantante empírico encuentra una atractiva oferta de programas dedicados a garantizarle la grabación de un disco y un broshure publicitario para extender su reconocimiento en lugares donde el incipiente artista no puede llegar. Estas particularidades ubican una pregunta esencial no solo por el presente de los estudios en comunicación e imagen, sino una búsqueda reflexiva por los antecedentes que han llevado a que esta época en particular, solo signifique, el reemplazo -temporal tal vez- del Estado, la Escuela y la Iglesia como instituciones rectoras del orden social, por la influencia de las representaciones mediáticas en la organización de la sociedad, sin que las instituciones anteriormente nombradas hayan dejado de existir, y como sucede en los ciclos de desgaste de poder, hayan cedido su poder por el agotamiento o cansancio de la sociedad de sus lógicas de control y orden social.

Finalmente, con el paso de los años y la incorporación de nuevas dinámicas al campo de la comunicación y el periodismo, los medios de comunicación no solo se han adaptado a las diferentes circunstancias, sino que a su vez se han visto fuertemente influenciados por actores externos que buscan obtener beneficios de la manera en la que se transmite la información y cómo la sociedad logra recibir y actuar conforme a esta.

El acto de comunicar es una acción transversal a la vida de todos los seres humanos que, más allá de la cotidianidad, cumple un rol importante en la construcción del país y el bienestar colectivo, pues en el marco del diálogo y la difusión de la información se generan espacios de concertación y toma de decisiones de interés general. Debido a ello, la comunicación se ha considerado un objeto de estudio y un fenómeno sociocultural dentro de todas las disciplinas y áreas del conocimiento (Barrios, 2014), por lo que es necesario fomentar el análisis en los procesos de formación de profesionales en comunicación social y periodismo, pues son quienes trabajan directamente en la gestión y transmisión de la información. No obstante, el objetivo debe evitar quedar estancado en una constante apocalipsis de las transformaciones mass mediáticas; como lo sugiere la obra editada por Martín (2022), se trata tal vez de una reflexión cíclica (y tal vez reciclada) que se presenta de manera estratégica en distintos, formatos, lenguajes, colores, personajes y estéticas.

Así mismo, se debe pensar la profesión desde una pertinencia territorial y pública, en especial, en un contexto como el colombiano, ya que tradicionalmente ha sido regido por el sector privado, no solo en el ejercicio de la profesión sino también en la etapa formativa, ya que en el país las universidades privadas son las que en su mayoría ofertan programas académicos en este campo.

Ahora bien, para entender el rol primario de la comunicación en la esfera pública, es importante rescatar las consideraciones a nivel legal y normativo que respaldan la difusión y recepción de información como un derecho ciudadano. La Constitución Política Colombiana menciona:

Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura. (Const. 1991. Art. 20).

Ante estas consideraciones, resulta importante discutir sobre una comunicación pública que logre cubrir las necesidades diarias del ciudadano y los procesos democráticos. Lograr esto se ha convertido en una de las principales preocupaciones de los periodistas, pues deben constantemente adaptar su profesión a dichas necesidades, y así brindar información significativa tanto política como socialmente (Demers y Lavigne, 2015).

Por este motivo, desde distintas ciencias sociales se ha teorizado y analizado las formas de proteger este derecho y de concebir la comunicación social y el periodismo como herramienta para lograrlo, partiendo del análisis de factores de riesgo que impidan su cumplimiento, derivados comúnmente de distintas limitaciones relacionadas con la distribución de la información de interés y las dinámicas de los medios masivos de comunicación.

En cuanto a la difusión de información de índole coyuntural y estructural, se han generado distintas dinámicas que pueden interferir y distorsionar los hechos. Es así, como a nivel global, el periodismo y la comunicación se ven afectados al estar mediados por grandes empresas y corporaciones que dirigen las grandes cadenas de televisión, radio y otros medios de comunicación, debido a que, en repetidas ocasiones, se genera un problema para el periodista, quien debe elegir entre la fidelización a la empresa o a la sociedad, afectando así los principios de imparcialidad y veracidad.

Este escenario es altamente propenso a presentarse en Colombia, debido a que los mismos dueños de los medios “Son empresas que no se limitan a las actividades de la información y la comunicación, sino que integran otras esferas del poder económico, como hidrocarburos, infraestructura, bancos, gaseosas, telecomunicaciones” (Avella y Rincón, 2018, párr.9). En el país, los dueños poseen otras empresas que hacen parte de distintas áreas socioeconómicas, como la Organización Luis Carlos Sarmiento Angulo, la Organización Ardila Lulle, el Grupo empresarial Santo Domingo, el Grupo Prisa, La Fundación Semana, entre otros que cuentan con un poder corporativo que les permite incidir en la información y condicionar la forma en que esta es emitida (Hernández et al., 2019).

De este modo, los medios han podido convertirse en actores políticos y económicos, influyendo en los procesos democráticos. El poder de influencia que tienen en la toma de decisiones ha hecho que dejen de ser intermediarios o que proporcionen un escenario de concertación común, y en cambio, han pasado a ser parte de un grupo de interés determinado que bajo la influencia de sus objetivos particulares, cuente con las facultades de destituir o instituir (Avella y Rincón, 2018).

Asimismo, ha sido evidente la incidencia y significancia de los medios masivos de comunicación en momentos cruciales de la historia colombiana, repercutiendo en la percepción colectiva. Tal es el caso del conflicto armado colombiano, pues se ha identificado que, de acuerdo con distintos aspectos, los medios de comunicación empleaban formas particulares de comunicar los sucesos en las etapas del conflicto, en el plebiscito por la paz, la firma del acuerdo y el cubrimiento del posacuerdo (Moe, s.f.).

La influencia mediática ha sido un factor importante para que la ciudadanía pudiese acceder a los distintos hechos, bajo algunas dinámicas subjetivas que se desarrollan en la forma de transmitir los contenidos comerciales, bajo el tipo de cubrimiento, lenguaje, narrativas, entre otros que pueden influir directamente en la manera como los distintos actores sociales construyen su propia perspectiva del conflicto y, que a su vez, permiten perpetuar aspectos conductuales y culturales que permitan la continuidad de la violencia (Hernández et al., 2019).

El poder que poseen estos medios en la realidad y percepción del país invita a replantearse su papel y establecer fronteras claras sobre la posición en la que debe estar el periodismo y la comunicación entre lo público y lo privado. En cuanto a la difusión de la información, el periodista debe informar con claridad en qué medida y en qué aspectos lo privado transgrede los asuntos públicos. Pues si bien hay una libertad de empresa en la que desde las iniciativas particulares puedan surgir medios de comunicación, no se debe relegar el bien común al usar estos medios como instrumentos de incidencia para beneficio de particulares (Guzmán, 2016).

Trazar la línea entre lo privado y lo público implica repensar las viejas narrativas para cubrir las problemáticas que los involucran a ambos. Por ejemplo, en los periodos electorales donde se empiezan a generar diferentes acontecimientos alrededor de la vida privada de los políticos y sus campañas, relacionados con acusaciones y escándalos, el periodismo debe enfocar las noticias en el punto en que esto afecta la democracia electoral, se debe analizar si estas relaciones interpersonales y si las dinámicas al interior de las entidades privadas se materializan en actos ilícitos, como la compra de votos.

Otro aspecto para considerar es que la preeminencia de lo privado en la toma de decisiones resulta más preocupante en la era del *big data*, en la cual las empresas pueden tener un mayor control debido al acceso a la información y su tratamiento mediado por las herramientas informáticas y tecnológicas con las que cuentan (Avella y Rincón, 2018).

Adicionalmente, en las dinámicas contemporáneas, las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), que, si bien han permitido una apertura a la democratización y acceso a la información, aún se encuentran susceptibles a viejas tendencias negativas y factores de riesgo que atentan contra la democracia. como las *fake news* o noticias falsas (por su traducción al español) y su rápida diseminación.

El problema de la desinformación exige una respuesta que combine escucha distribuida y protocolos de verificación en tiempo real; más que reaccionar a cada rumor, conviene priorizar narrativas de servicio público que anticipen preguntas frecuentes, documenten fuentes y expongan límites e incertidumbres. Las campañas coordinadas de falsedades prosperan cuando la información oficial llega tarde o llega densa; por eso, la pedagogía de la duda —reconocer lo que aún no se sabe o está en trámite— resulta más creíble que la seguridad impostada. Un panel de avance con sello de tiempo, históricos y versiones descargables, sumado a alianzas con medios públicos, universitarios y comunitarios, permite contrapesar la asimetría algorítmica; frente a la posverdad, la coherencia en el tiempo es el antídoto menos vistoso y más eficaz.

Esto supone un fenómeno complejo ya que, si bien los medios masivos de comunicación aún tienen un papel importante, en el mundo contemporáneo la información ahora ocupa otros escenarios, como aquellos digitales o virtuales que son mayoritariamente habitados por las generaciones más jóvenes que se han encargado de posicionar a las redes sociales y otros medios hegemónicos de información (Fernández, 2017). Así, en la era de la información y la multiplicidad de fuentes, también se presentan factores donde los espectadores son susceptibles de desinformación pues, aunque la circulación de *fake news* no es algo novedoso, en el mundo contemporáneo se replican y viralizan con mayor rapidez y alcance. Esto sin mencionar la tendencia de volver público las banalizaciones de la vida cotidiana, omitiendo por supuesto, que con ellas se deja a un lado una reflexión de fondo sobre las contradicciones de un mundo que haciéndose popular, va enmarcando individuos sugestionados por la autorreferenciación (Basar et al., 2021).

Por un lado, las posibilidades de acceso y gran cantidad de emisores de información hacen que haya una pérdida de centralidad de la fuente, lo que conlleva a que se pierda el interés, debido a la complejidad de llevar un rastro, y así poder rectificar la veracidad de la noticia, también, debido a la falta de capacidad crítica de los ciudadanos para analizar e identificar las inconsistencias en la información a la que acceden por redes sociales y otras plataformas web (Fernández, 2017).

Por otro lado, esto supone un riesgo real ya que, las *fake news* abarcan un amplio número de contextos, ya que no solamente se trata de la difusión de reportajes o notas falsas, también se evidencian a través de las opiniones extremistas, las propagandas, la opinión desinformada y alarmista de actores influyentes de la sociedad, a través de sus cuentas, como lo es el caso de un político que a través de Twitter plantea un hecho bajo su perspectiva, lo cual hace que se venda una opinión como noticia, a través del tweet como un nuevo formato (Cortés e Isaza, 2017).

Para contrarrestar este fenómeno es importante incentivar una alfabetización mediática, en la que se puedan desarrollar competencias necesarias para acceder a la información, analizarla y evaluarla, conservando los contenidos de calidad, lo cual se logra a través de una apuesta en términos de pedagogía ciudadana para hacer un uso correcto y responsa-

ble de estas nuevas plataformas. Esto debido a que hoy en día el internet y las nuevas alternativas también suponen una oportunidad importante para diversificar las formas de comunicar.

Ahora, reconociendo y analizando los riesgos, se deben generar oportunidades desde la formación profesional que puedan brindar un periodismo centrado en lo público y a la vanguardia de las dinámicas globales y estas nuevas oportunidades. Se debe tener en cuenta que:

Para el periodismo público la deliberación es el núcleo de su ejercicio, con lo que se pretende que el ciudadano participe. Los informes periodísticos que se adelanten deben aportar información que alimente el debate, elementos de análisis para la comprensión del problema y los puntos de vista de los ciudadanos en los que se reflejen sus propuestas para resolver el problema que los convoca (Fernández, 2017, p. 95).

En este sentido, las nuevas plataformas brindan una facilidad en términos de interacción con la ciudadanía, ya que no operan bajo las lógicas de una comunicación analógica, en la que el emisor y el receptor tenían una interacción unidireccional, y pasan al mundo de la comunicación digital, que es multidireccional y el receptor puede ser un emisor también. Actualmente esto se ve reflejado en las redes sociales y otras plataformas, en las que se evidencian las transformaciones en el campo del periodismo y sus rutinas productivas, por su vinculación cada vez más estrecha con las nuevas tecnologías (Fernández y Herrera, 2020).

Ejemplo de ello, encontramos los nuevos medios emergentes que no cuentan con un respaldo físico, bien sean instalaciones o materiales impresos, pero que, al establecerse por la web y las redes sociales, logran generar un impacto y convocar a diferentes actores y puntos de vista. Esto se puede ver con el surgimiento de La Silla Vacía, La Oreja Roja, Razón Pública, entre otras iniciativas nacionales y digitales que funcionan de manera independiente y que a través de estas nuevas plataformas logran llegar a una mayor cantidad de personas.

Estas iniciativas, cuando se articulan a procesos territoriales, ofrecen un canal de confianza que los grandes medios no siempre alcanzan; por ello, la comunicación gubernamental debería estimular laboratorios cívico-digitales con licencias abiertas, convocatorias competitivas y financiamiento transparente para co-producir explicadores locales de las políticas; no se trata de propaganda tercerizada, sino de fortalecer capacidades editoriales en comunidades que traducen los cambios a su propia gramática cultural. La participación juvenil, en ese marco, no es un gesto estético ni una estrategia de “engagement”, sino reconocimiento de una experticia situada —en formatos, ritmos, lenguajes— que puede mejorar la inteligibilidad de lo público; evaluarla con métricas de claridad, utilidad percibida y cambios de comportamiento evitará caer en la retórica de la innovación sin consecuencias.

En consecuencia, el querer potencializar un periodismo público implica hablar, a su vez, de este tipo de periodismo alternativo, que, servido de estas nuevas herramientas, toma en cuenta lo informativo, pero se proyecta a comunicar con un sentido crítico, teniendo como finalidad contraponerse a las formas tradicionales de ejercer la profesión vinculada a un *statu quo* (Valenzuela, 2015).

La labor periodística se debe entender bajo la complejidad que suponen las necesidades de hoy, pues exige que desarrolle diferentes conocimientos y herramientas en nuevas narrativas, publicidad, relaciones públicas, marketing social y digital, entre otros, relacionados con una base de estudios humanísticos que permitan articular todos estos aspectos en torno a los distintos contextos socioculturales (Barrios, 2014).

## CONCLUSIONES

El análisis desarrollado en este working paper permite afirmar que la comunicación pública se ha consolidado como uno de los escenarios centrales de la disputa política contemporánea en Colombia, particularmente durante el gobierno de Gustavo Petro. En un ecosistema informativo atravesado por la desinformación y las dinámicas de la posverdad, la comunicación gubernamental ha debido operar bajo una doble tensión: por un lado, la necesidad de traducir reformas complejas en narrativas comprensibles y verificables; por otro, la presión constante de una esfera pública acelerada, donde sectores de oposición han capitalizado el desgaste social y la frustración acumulada mediante estrategias comunicativas marcadas por la simplificación, la emocionalización del conflicto y el revanchismo político. En este escenario, la comunicación deja de ser un mero ejercicio instrumental y se convierte en un dispositivo que administra expectativas, expone brechas entre promesa y ejecución, y condiciona la posibilidad misma de construir legitimidad democrática.

Desde esta perspectiva, la desinformación no puede reducirse a la circulación de contenidos falsos, sino que debe entenderse como un fenómeno estructural alimentado tanto por las arquitecturas digitales como por prácticas políticas orientadas a erosionar la confianza en lo público. La oposición, al privilegiar lógicas de viralidad, escándalo y deslegitimación sistemática, contribuye a un clima de sospecha que dificulta la deliberación y refuerza la polarización afectiva.

Frente a ello, este trabajo sostiene que el desafío de la comunicación gubernamental no radica en neutralizar discursivamente al adversario, sino en fortalecer la inteligibilidad de las políticas mediante estrategias sustentadas en la trazabilidad, el reconocimiento de la incertidumbre y la coherencia narrativa en el tiempo. Desde los estudios en comunicación,

esta aproximación permite desplazar lecturas moralizantes —tanto de la acción gubernamental como de la oposición— y comprender que la comunicación no sustituye a la política, pero sí define las condiciones bajo las cuales esta puede ser comprendida, evaluada y disputada por la ciudadanía en contextos democráticos profundamente tensionados.

---

## ***REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS***

---

Alonso González, M. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, 45, 29–52. <https://doi.org/10.12795/ambitos.2019.i45.03>

Avella, E., y Rincón, O. (2018). El poder mediático sobre el poder. *Nueva Sociedad*, 276. <https://nuso.org/articulo/el-poder-mediatico-sobre-el-poder/>

Barrios, A. (2014). El comunicador en el entorno digital. *Cuadernos de Información*, 34, 165–181. <https://doi.org/10.7764/cdi.34.519>

Basar, S., Coupland, D., Obrist, H. U., & Kurant, A. (2021). *The Extreme Self*. Walther & Franz König.

Carlón, M. & Scolari, C. (2014). *El fin de los medios masivos. El debate continúa*. Editorial la Crujía.

Constitución Política de Colombia [Const]. Art. 20. 7 de julio de 1991 (Colombia).

Cortés, C., y Isaza, L. (2017). Noticias falsas en Internet: la estrategia para combatir la desinformación. *Centro de Estudios En Libertad de Expresión y Acceso a La Información (CELE)*. <https://www.palermo.edu/cele/pdf/FakeNews.pdf>

Cuevas, A. (2018). *Ahora la Universidad Distrital tendrá Comunicación Social y Periodismo*. Alcaldía de Bogotá. <https://bit.ly/3PGEhKs>

Demers, F., & Lavigne, A. (2015). La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación. *Comunicación y Sociedad* (Guadalajara), 8, 65–87. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i8.3830>

Fernández, F., y Herrera, J. (2020). *Impacto social de la formación de comunicadores sociales: Demandas y desafíos en el mundo laboral*. Editorial Universidad Pontificia Bolivariana. <http://doi.org/10.18566/978-958-764-899-7>

Fernández, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva Sociedad*, 269, 66–77. <https://biblat.unam.mx/hevila/Nuevasociedad/2017/no269/8.pdf>

Garcés, Á., y Acosta, G. (2019). Periodismo comunitario: apropiación, mediación y transferencia de medios. *Diálogo de saberes entre Academia y colectivos de comunicación. Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 25(2), 819–832. <https://doi.org/10.5209/esmp.64810>

Guzmán, A. (2016). *La tensión entre el periodismo y la empresa por razones de condicionamiento comercial: Caso El Comercio* [Pontificia Universidad Católica del Perú].

Hernández Albarracín, J. D., Lasso Urbano, C., Pallarés Piquer, M., y Niño, M. A. (2021). Medios de comunicación y accionar político: apuntes para una fenomenología de la mediocracia en Colombia. *Revista Guillermo de Ockham*, 19(1), 95–110. <https://doi.org/10.21500/22563202.4310>

Lovink, G. (2022). *Stuck on the Platform: Reclaiming the Internet*. Valiz.

Martín, J. (2022). *El retorno de lo nuevo. Arqueología de los medios y práctica artística*. Abada Editores.

Misión de Observación Electoral - MOE. (s.f.). *Medios de Comunicación y Plebiscito de Refrendación de los Acuerdos de Paz*. <https://bit.ly/3cbqVrK>

Poell, T., Nieborg, D. B., & Duffy, B. E. (2021). *Platforms and cultural production*. John Wiley & Sons.

Red de comunicadores Boca de Polen A.C (2019). *Periodismo Comunitario: Guía Práctica para comunicadoras y comunicadores populares*. <https://bit.ly/3cbqVrK>

Valenzuela Echeverri, C. E. (2015). Periodismo alternativo: lecciones y desafíos Experiencias locales de prensa alternativa en Bogotá. *De Prácticas y Discursos*, 4(5), 1. <https://doi.org/10.30972/dpd.45809>

Waisbord, S. (2019). *Communication: A post-discipline*. John Wiley & Sons