

La lucha por el relato: medios visuales, Estado y desinformación en Colombia.

Resumen

En este artículo se escudriña en el desafío complejo de la democracia contemporánea en Colombia: el manejo del relato informativo o desinformativo por parte del Estado en circunstancias de profunda polarización social y mediática existente en el territorio.

Haciendo un seguimiento, delimitado temporalmente, por los gobiernos de Iván Duque (2018–2022) y Gustavo Petro (2022–2024), se observa el actuar de cada administración dentro de sus rasgos ideológicos, sus estilos comunicativos y sus relaciones con los medios televisivos, intentando responder al aumento de narrativas engañosas, manipuladas o directamente falsas en los medios visuales de televisión pública o privada, un espacio donde la imagen en movimiento junto a la palabra, construye y disputa sentidos en la opinión pública del país y así moldea la gobernanza del mandato de turno.

El análisis se centrará en los modos y las estrategias empleadas desde la institucionalidad para enfrentar o ahondar este fenómeno, observando cómo dichas intervenciones han modelado no solo el flujo de información, sino también la manera en que la ciudadanía percibe la verdad, la métrica de acciones oficiales, la legitimidad del poder y el rol de los medios como garantes de la democracia o como instrumentos de propaganda.

Mediante una metodología cualitativa, articulando el análisis de discursos oficiales, marcos regulatorios, piezas audiovisuales y casos mediáticos emblemáticos, se reconstruyen las tensiones entre comunicación gubernamental, derecho a la información y libertad de expresión en la televisión colombiana.

El estudio revelará que, aunque ambos gobiernos entendieron el problema de la desinformación y actuaron frente a él, lo hicieron desde enfoques muy diferentes, marcados por lógicas de confrontación, cooptación o institucionalización del discurso público. En algunos casos, estas acciones abrieron debates legítimos sobre la responsabilidad del Estado frente al caos informativo; en otros, suscitaron controversias sobre el riesgo a la censura, la manipulación del relato y la ruptura de la confianza en las instituciones democráticas con tradición política.

Este trabajo no pretende ofrecer una respuesta definitiva, sino abrir preguntas urgentes sobre el equilibrio entre gobernabilidad, gobernanza no manipulada, comunicación y verdad sobre el relato de lo público, en una era donde lo que se ve y se escucha pueden tanto esclarecer como opacar la realidad.

Palabras clave: Desinformación, información, medios de comunicación, Colombia, Estado, televisión pública, televisión privada, estrategia.

Abstract

This article delves into one of the most complex challenges facing contemporary democracy in Colombia: the management of informative or misleading narratives by the State in a context of profound social and media polarization throughout the country.

Focusing on a specific timeframe —the administrations of Iván Duque (2018–2022) and Gustavo Petro (2022–2024)— the study examines how each government, with its distinct ideological leanings, communicative styles, and relationships with television media, responded to the growing spread of deceptive, manipulated, or blatantly false narratives within visual media—both public and private television. This arena, where moving images and words combine, has become central to the construction and contestation of meaning in public opinion, ultimately shaping the governance of each presidential term.

The analysis centers on the methods and strategies employed by state institutions either to confront or exacerbate this phenomenon, exploring how such interventions have influenced not only the flow of information but also the public's perception of truth, the metrics of official actions, the legitimacy of power, and the role of the media as either guardians of democracy or instruments of propaganda.

Using a qualitative methodology that integrates the analysis of official discourses, regulatory frameworks, audiovisual content, and emblematic media cases, the article reconstructs the tensions between governmental communication, the right to information, and freedom of expression in Colombian television.

The study reveals that although both administrations acknowledged the problem of disinformation and took steps to address it, their approaches were markedly different—guided by logics of confrontation, co-optation, or institutionalization of public discourse. In some instances, these actions sparked legitimate debates about the State's responsibility in the face of informational chaos; in others, they gave rise to controversies around the risks of censorship, narrative manipulation, and the erosion of trust in long-standing democratic institutions.

Rather than offering a definitive answer, this work aims to raise urgent questions about the fragile balance between governability, non-manipulated governance, communication, and truth in the construction of public narratives—especially in an era where what is seen and heard can either clarify or obscure reality.

Keywords: Disinformation, information, media, Colombia, State, public television, private television, strategy.

Introducción

En las dos últimas décadas, la desinformación ha dejado de ser un problema marginal de redes sociales para convertirse en un desafío real que enfrentan las democracias actuales. Ya no se trata simplemente de la propaganda con sello estatal, como ocurría en los regímenes del siglo XX. Hoy, las noticias falsas, son más maleables, más adaptables, más rápidas y eficaces cuando circulan a velocidades vertiginosas, disfrazándose de verdad sin trasfondo y se camuflan sin verificación en los espacios más íntimos del debate público y privado.

Existe una convergencia entre medios televisivos tradicionales, plataformas digitales y redes sociales que han creado un ambiente súper mediático en el que la orilla entre lo verdadero y lo falso son cada vez menos diferenciables, entonces la lucha del relato informativo se vuelve una herramienta poderosa que incide juiciosamente en la calidad del debate público, en la participación ciudadana y, en última instancia, en la legitimidad del poder y su ejercicio.

América Latina ha sido territorio febril para esta enfermedad crónica: una que se nutre de grietas estructurales, de contextos de polarización agresiva, de sistemas educativos desinteresados y de un ciudadano que, muchas veces, no tiene herramientas para descifrar críticamente lo que consume.

Los casos de Brasil, México, Argentina y Estados Unidos son bastantes ilustrativos. En estos países, el relato de la desinformación ha jugado un papel protagónico no solo en procesos electorales, sino también en momentos críticos como la pandemia del COVID-19 en el año 2020, donde la circulación de información distorsionada impactó directamente en decisiones de salud pública.

Asimismo, durante algunas protestas sociales, muchas veces los relatos mediáticos, fueran desde cuentas oficiales, medios de comunicación o perfiles anónimos, distorsionaban los hechos, generando visiones encontradas sobre la legitimidad de las demandas presentadas por los ciudadanos.

Colombia, sin evasión, reúne todas las condiciones de la fragmentación mediática, la concentración de los grandes medios en manos de privados, el ausentismo de recursos económicos de los medios públicos y regionales, así como la ausencia de una política robusta de alfabetización mediática han abierto un campo fértil para que las narrativas engañosas florezcan y se instalen con fuerza en el imaginario colectivo o su desviación al relato cierto.

En el caso colombiano, el visor se empaña aún más. Aquí, la tensión entre los medios públicos y privados no es solo una disputa por audiencias, sino también por autoridad simbólica: por quién tiene el derecho o el poder de definir lo que se considera verdad en la opinión pública.

Del mandato presidencial de Iván Duque (2018–2022), se implementó una estrategia que, al menos en papel, intentaba combatir la desinformación mediante campañas educativas y acuerdos con grandes plataformas digitales. Sin embargo, estas iniciativas fueron recibidas con desgano, ya que simulaban herramientas para reforzar la narrativa oficial sin sostener una verdadera conversación plural o una verificación real de la información compartida.

Por otro lado, la llegada del mandato de Gustavo Petro (2022–2026) marcó un cambio significativo en el rumbo de la estrategia. Su administración se ha apropiado de una comunicación más directa con la ciudadanía, especialmente por las redes sociales, donde el presidente se presenta como el principal comunicador, complementado con los canales oficiales. Al mismo tiempo, ha promovido el fortalecimiento de medios públicos como RTVC, con el objetivo de un contrapeso frente al dominio nacional de los canales privados. Estas formas han sido vistas por algunos como un intento de democratizar el panorama informativo, pero por otros se han generado preocupaciones sobre la independencia editorial, el uso político de los elementos comunicacionales del Estado y el riesgo de la transformación de una plataforma ideológica.

En este contexto, es necesario reconocer que el relato de la desinformación no es únicamente un problema de contenido falso o erróneo, es una realidad estructural, con raíces políticas, sociales y culturales desarrolladas. Va más allá de las fake news. Se manifiesta en las omisiones, en las ambigüedades deliberadas, en el uso estratégico del silencio o de la exageración, en la escogencia tendenciosa de qué se muestra y qué se oculta. Siendo lo más preocupante que en muchas ocasiones, es el mismo Estado el que, directa o indirectamente, contribuye a la circulación del relato, ya sea para deslegitimar a sus opositores, para fortalecer su narrativa o para encubrir tensiones internas.

La propuesta de este análisis académico, desde una perspectiva cualitativa, comparativa y crítica, es diluir las estrategias adoptadas por los gobiernos de Iván Duque y Gustavo Petro frente al desafío del relato de la desinformación, particularmente en el campo de los medios visuales de televisión entre 2018 y 2024.

La elección de este enfoque responde a la centralidad que hoy tienen las imágenes y videos, los formatos audiovisuales y las narrativas visuales en la construcción de la opinión pública. En un escenario donde el movimiento del color impacta más que la letra impresa negra, además de entender cómo el Estado comunica, qué decide mostrar, cómo lo encuadra y a través de qué canales lo hace, resulta clave para evaluar la salud de la democracia actual.

La justificación se da no solo por su actualidad, sino por su alta relevancia en términos de derechos fundamentales: el derecho al acceso a la información, la libertad de expresión y la participación política de los ciudadanos. Una democracia sana requiere de medios diversos, críticos, independientes y accesibles. Cuando estos principios se ven amenazados por la instrumentalización política de la información, lo que está en juego no es solo el periodismo, sino la gobernanza y confianza en las instituciones.

La estructura del artículo mira a este compromiso analítico. En primer lugar, se presenta la revisión teórica que permita enmarcar el relato de la desinformación como un fenómeno arraigado y no meramente eventual. Luego, se describe la metodología cualitativa adoptada, que articula análisis de discursos, revisión normativa y estudio de casos mediáticos. Posteriormente, se abordan las políticas de comunicación implementadas por ambos gobiernos, con especial atención a su dimensión visual televisiva. Finalmente, se ofrece una discusión evaluativa y una serie de recomendaciones orientadas a la construcción de una política pública del relato comunicativo más democrático, más transparente y más conectado con las necesidades y realidades de la ciudadanía.

En tiempos donde la verdad es un aire en disputa, donde las certezas se fragmentan o esconden y los relatos compiten ferozmente por el control de la narrativa pública en lo privado, resulta urgente reinventar el papel del Estado no solo como garante de la información, sino también como actor dentro del ecosistema mediático. Porque en esta lucha por el sentido del relato, la forma en que se comunica el poder es, también, una forma de ejercerlo y mantenerlo.

Marco teórico

Comprender el relato de la desinformación en un país como Colombia exige mucho más que un análisis técnico o de carácter comunicacional. Requiere, más bien, un enfoque amplio y decididamente interdisciplinario que permita observar cómo este fenómeno se entrelaza con estructuras de poder, dinámicas culturales, condiciones materiales y disputas simbólicas. En este sentido, abordar la desinformación no es simplemente preguntarse por la veracidad de los contenidos, sino explorar cómo se construye socialmente lo que entendemos como “verdad”, quiénes la producen, cómo circula, y a quién beneficia ese concepto dentro de la sociedad.

Este marco teórico se modula en cinco ejes que hablan entre la teoría crítica, los estudios culturales, la sociología del poder y la epistemología de la comunicación. Cada uno de estos tópicos permiten problematizar el relato de la desinformación como parte de una arquitectura discursiva mucho más vasta, donde lo que está en juego no es solo la calidad de la información, sino las

formas mismas de construir sentido común en una sociedad estremecida por una marcada desigualdad, polarización y descreencia institucional.

1. La desinformación como violencia simbólica.

Más allá de su definición productiva, la difusión deliberada de información falsa con fines de manipulación, la desinformación debe entenderse como una forma de violencia figurativa. Esta noción, trabajada por Pierre Bourdieu, nos invita a ver cómo el poder no siempre se impone de manera explícita o coercitiva, sino que actúa a través del lenguaje, los símbolos y los discursos que se presentan como “naturales” o “legítimos”. En este contexto, la narrativa de la desinformación no solo desinfla la verdad, también forma nuestras percepciones colectivas, oculta la aparición de otras narrativas de la verdad y aviva visiones de lo real que benefician a intereses económicos, de poder o políticos.

Autores modernos como Bennett y Livingston (2018) han analizado este fenómeno dentro de lo que ellos llaman un nuevo orden comunicativo global, donde las fronteras entre información, opinión y entretenimiento se vuelven borrosas. En este entorno agresivo, el valor de una afirmación ya no se mide por su veracidad, sino por su capacidad de resonar emocionalmente y de ajustarse a las dinámicas del mercado de la atención. La mentira no usurpa el lugar de la verdad, sino que la esconde a través de falacias discursivas elaboradas, repetitivas y emocionalmente atractivas. Esta forma de violencia figurativa, silenciosa, es muy efectiva y aún más peligrosa en contextos donde el acceso a información diversa y de calidad es desigual, casi inexistente, como sucede en Colombia. En este sentido, la desinformación no es simplemente un defecto del sistema, sino un reflejo de sus estructuras más arraigadas en el conflicto de intereses humanos.

2. Posverdad, la denominación emocional en el discurso político.

El término *posverdad*, que fue elegido como palabra del año por Oxford Dictionaries en el 2016, demuestra un cambio en la manera en que se construye el discurso político en la actualidad. En esta era, los hechos verificables pierden importancia frente a las emociones sugestionables, las creencias radicalizadas y las feroces afinidades ideológicas. La lealtad y la firmeza hacia un relato o una figura política mesiánica se han convertido en un acto de identidad más que en una decisión basada en un entendimiento racional de valoración.

La filósofa como Arendt y el filósofo como McIntyre han señalado que la “*verdad política*” no es un concepto neutro ni objetivo, sino una materialización que se riñe constantemente en el círculo del poder. En sociedades friccionadas como la

colombiana, esto se expresa de manera especialmente aguda, ya que los discursos se organizan no con el objeto de persuadir al adversario, sino para fortalecer la fidelidad del propio grupo, generando vacíos de pensamientos cada vez más insoportables a otro diálogo.

Los medios televisivos, aprovechándose en redes sociales de los algoritmos, han dado preferencia a los impactos emocionales de los usuarios que a la información objetiva, agrandando el refuerzo negativo de estos sesgos de información, visibilizando la fragmentación del relato en espacios amplios públicos. Así, la desinformación no solo circula más rápido, sino que se vuelve más creíble para quienes ya están predispuestos a aceptarla, no por su coherencia, sino porque confirma lo que quieren creer.

3. Medios, esfera pública y control ideológico.

El papel de los medios de comunicación en la definición de la opinión pública ha sido objeto de debate desde los estudios fundacionales sobre la esfera pública. Jürgen Habermas propuso una visión normativa de los medios como espacios que deberían facilitar el debate racional entre ciudadanos libres e iguales. No obstante, autoras como Nancy Fraser y Chantal Mouffe han problematizado esta visión idealizada, señalando que la esfera pública está atravesada por relaciones de poder, exclusiones y asimetrías en sus composiciones.

En Colombia, esta crítica adquiere singular relevancia. La concentración mediática en manos de un puñado de conglomerados empresariales limita la diversidad informativa y genera un sesgo sistemático en la representación de los conflictos sociales, económicos y políticos del país. Esta situación deriva lo que McChesney denomina “pobreza democrática de los medios”: la información circula, sí, pero no representa la pluralidad del país real.

En este contexto, el Estado puede desempeñar un papel dual. Puede ser un garante de pluralismo y acceso equitativo a la información, o puede convertirse en un actor más dentro de la riña por el control del discurso o la lucha del relato. La creciente presencia del gobierno en redes sociales y su uso estratégico de medios públicos no siempre se traduce en democratización del acceso a la información. En algunos casos, se acerca peligrosamente a prácticas de instrumentalización del aparato comunicativo con fines partidistas o propagandistas.

4. Comunicación gubernamental y poder simbólico.

La comunicación del gobierno, entendida como política pública y como práctica discursiva, constituye una forma privilegiada de ejercer poder simbólico. Tal como plantea Ramírez (2017), los mensajes institucionales no solo informan: producen sentidos, legitiman decisiones y delimitan los márgenes del discurso permitido.

El mandato del presidente Iván Duque, tuvo la característica en la comunicación de su gobierno en centrarla con narrativas de institucionalidad, progreso y seguridad, apoyándose con alianzas en medios privados y en campañas de alfabetización mediática que, aunque necesarias, resultaron insuficientes y a menudo estaban teñidas de una visión oficialista.

Por el contrario, la presidencia de Gustavo Petro ha preferido una estrategia comunicativa más directa y reactiva, donde el presidente es la voz principal de los mensajes a través de sus redes sociales, convirtiendo a los medios públicos en espacios para contrarrestar la narrativa de los medios tradicionales privados y a veces dirigiendo información ideológica específica a su base electoral.

Las estratagemas de los dos, aunque diferentes en su forma e implementación, tienen una tendencia similarmente preocupante y es la centralización del discurso, la disminución del disenso y la transformación del debate público en un campo de guerra entre narrativas oficiales y las opositoras, sin mediaciones alternas ni controles garantes de una pluralidad verdadera.

La falta de una entidad autónoma que regule el funcionamiento de los medios estatales con criterios de independencia, participación y transparencia refuerza esta era de *posverdad* en el país. Sin mecanismos institucionales concretos, los medios de comunicación públicos corren el riesgo de convertirse en el instrumento del gobierno de turno, debilitando así su función pedagógica, crítica y democratizadora. Por tal motivo la Comisión de Regulación de Comunicaciones se encuentra capturada también por parones de burocracia y paternalismo gubernamental.

5. Alfabetización mediática: una herramienta democrática.

Por esta realidad vigente, la alfabetización mediática no debería verse como una simple política novedosa y opcional, sino como una necesidad urgente para nuestra democracia. Enfocarse más allá en solo enseñar a detectar noticias falsas, también debería fomentar una conciencia crítica sobre cómo se produce, qué circula y porqué se consume los diferentes puntos de información.

Según Buckingham (2003), esto abarca entender los lenguajes de los medios, analizar las intenciones detrás de los mensajes y reflexionar sobre cómo los medios moldean nuestra percepción del mundo real.

En Colombia, los esfuerzos institucionales en este ámbito han sido desarticulados, insuficientes y, en muchos casos, meras formalidades. No existe claridad de una política nacional de alfabetización mediática integral que articule a los diferentes actores sociales como el Estado, sistema educativo, medios, organizaciones civiles, todos en un proyecto común. Esta carencia deja a amplios sectores de la población en situación de vulnerabilidad frente a discursos autoritarios, populistas o manipuladores que se disfrazan de verdad.

Educar en medios es, por tanto, educar para la ciudadanía. Es formar sujetos capaces de disentir, de argumentar, controvertir, de convivir en la diferencia y de exigir información veraz, diversa y contextualizada en cimientos veraces. Sin alfabetización mediática, cualquier esfuerzo contra la desinformación será meramente reactivo, y no transformador.

Metodología

El enfoque **cualitativo, interpretativo y documental**, se hace uso en esta investigación, lo cual no es un simple tecnicismo, sino una declaración epistemológica: no se pretende cuantificar fenómenos ni construir estadísticas, sino **entender**, con la mayor claridad posible, cómo los gobiernos de **Iván Duque (2018–2022)** y **Gustavo Petro (2022 hasta el 2024)** han gestionado desde la comunicación institucional el fenómeno complejo, ambiguo y políticamente cargado del relato de la desinformación o si ellos han sido chispa para encender el conflicto comunicativo.

El núcleo no está en cuántas veces ocurrió algo, sino en **cómo se construyó discursivamente**, con qué fines, bajo qué códigos, y dentro de qué enredo simbólico sigue ocurriendo en el relato del país.

Tomamos lugar, entonces, en una visual que reconoce que **los discursos no son tan inocentes**, que todo mensaje oficial encarna una arista del mundo que lo construye, una forma de narrar lo cierto, de distribuir la credibilidad y, en última instancia, de ejercer el poder. Siendo así que la metodología elegida privilegia la profundidad sobre la expansión, la interpretación sobre la medición y la lectura crítica sobre la objetividad neutralizada.

1. Tipo de investigación y diseño metodológico.

El estudio se enmarca en la **investigación cualitativa de tipo descriptivo-comparativo**. Se trata de una meta por observar, describir y poner en diálogo las estrategias de comunicación institucional de dos gobiernos con proyectos políticos opuestos, pero medidos al mismo reto: **¿cómo posicionarse frente a**

la desinformación en un entorno mediático fragmentado, populista, digitalizado y emocionalmente volátil?

Siguiendo a **Flick (2014)**, la investigación cualitativa permite adentrarse en la complejidad del sentido que los actores dan a sus acciones o reacciones, en este caso, ¿cómo los gobiernos significan la noción de verdad, cómo definen al “enemigo desinformador” y qué mecanismos emplean para legitimar sus narrativas?

El enfoque comparativo, por su parte, no busca contrastar para establecer ganadores o perdedores, sino para **detectar patrones, diferencias, tensiones y continuidades** entre dos estilos de gobernar, dos modos de concebir la comunicación y dos momentos históricos distintos y consecutivos.

La metodología dialoga con lo que **Yin (2016)** llamando al estudio del caso múltiple: un análisis en profundidad de fenómenos concretos, enmarcados en sus contextos específicos, sin pretensiones de extrapolación estadística, pero sí con el objetivo de ofrecer claves interpretativas transferibles a otros escenarios similares.

2. Técnicas de recolección de información.

La recolección de información se basó en un proceso **documental riguroso y cernido**, priorizando fuentes oficiales, académicas y mediáticas con alta relevancia institucional y actualidad contextual. No se trató de acumular documentos sin criterio, sino de seleccionar aquellos que ofrecieran ventanas claras a las lógicas comunicativas de ambos gobiernos.

Las fuentes utilizadas fueron:

- **Documentos oficiales:**
 - *Planes Nacionales de Desarrollo (2018–2022 y 2022–2026).*
 - Políticas TIC, lineamientos de campañas como **En TIC Confío** y directrices de la **Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC).**
- **Discursos públicos:**
 - Alocuciones presidenciales, comunicados oficiales, intervenciones en medios y publicaciones en redes como X, YouTube y Facebook.
- **Material audiovisual:**
 - Emisiones de noticieros tanto de canales públicos (como **RTVC y Señal Colombia**) así como privados (**RCN, Caracol, CM&**).
 - Videos de campañas institucionales, piezas gráficas y clips virales producidos por o para el gobierno, entrevistas.
- **Informes de organizaciones y observatorios:**

- Documentos analíticos de organismos como **FLIP, CIVIX, Ceper, Transparencia por Colombia** y universidades que monitorean la libertad de prensa, la circulación de noticias falsas y la calidad democrática del sistema informativo.
- **Bibliografía académica:**
 - Obras clave de autores como **Bourdieu, Bennett, Habermas, McChesney, Fraser y Buckingham**, entre otros. Sus marcos conceptuales sirvieron de guía para la lectura estandar del material.

Este material, amplio y variado, permitió observar tanto el discurso explícito como las capas simbólicas, emocionales y visuales que lo acompañan.

3. Técnicas de análisis.

El análisis se realizó a partir de una **lectura cualitativa de contenido**, concebida no como una codificación mecánica sino como una práctica hermenéutica: leer entre líneas, atender a los silencios, detectar tensiones discursivas y explorar los significados posibles detrás de lo dicho y de lo mostrado.

A partir del material reunido, se identificaron las siguientes dimensiones de análisis:

- **Temáticas recurrentes:** palabras, conceptos y valores que se repiten en los discursos (como “orden”, “verdad”, “manipulación”, “libertad”, “institucionalidad”, “cambio”, “guerra mediática”, etc.).
- **Formas de enunciación:** se analizó el tono de los discursos, distinguiendo entre el lenguaje técnico-burocrático, el discurso emocional, la apelación simbólica o la confrontación directa.
- **Recursos visuales y representativos:** se consideraron aspectos como el tipo de escenografía utilizada, el uso de música épica o solemne, la selección de imágenes, los códigos de vestuario, los fondos institucionales y otros elementos que refuerzan el ánimo gubernamental.
- **Relación con los medios:** se identificaron momentos de colaboración, confrontación, censura o cooptación entre el aparato gubernamental y los medios privados, así como el rol táctico de los medios públicos y sus audiencias.

Toda esta información fue sistematizada en una **matriz comparativa**, que permitió observar de forma ordenada las similitudes y divergencias entre ambos periodos de los gobiernos.

4. Periodo de análisis.

El estudio se delimitó al periodo comprendido entre **2018 y 2024**, abarcando los cuatro años constitucionales del gobierno de **Iván Duque** y los dos primeros años de la presidencia de **Gustavo Petro**. Aunque esta última administración aún se encuentra en curso, se estableció como **fecha de corte diciembre de 2024**, con el fin de mantener un marco temporal estable que permitiera la comparación sin caer en juicios prematuros sobre procesos aún en construcción.

Se reconoce que muchas de las políticas de Petro están en evolución, por lo cual los hallazgos deben entenderse como una fotografía de un momento en movimiento, más que como un resultado definitivo.

5. Criterios de validez y rigurosidad.

La investigación, aunque cualitativa, se soportó en **criterios de validez interna**. Se implementó una **triangulación de fuentes**, cruzando información proveniente del gobierno, de los medios y del ámbito académico. Este ejercicio no solo permitió contrastar versiones, sino también detectar omisiones y contradicciones.

También hay cuidado en la **distancia analítica** frente a cualquier filiación ideológica. Aunque se abordan dos gobiernos con agendas obviamente diferenciadas, el objetivo no fue juzgar ni comparar en términos morales, sino **comprender críticamente** sus discursos y las implicaciones de sus estrategias comunicativas.

6. Limitaciones del estudio.

Como todo proyecto de investigación, este trabajo tiene **limitaciones** que deben ser reconocidas con sinceridad:

- No se realizaron entrevistas ni encuestas, lo que limita el acceso a las percepciones directas de actores gubernamentales, periodistas o ciudadanía.
- El análisis de redes sociales se centró exclusivamente en publicaciones institucionales, sin incorporar técnicas algorítmicas ni minería de datos que permitirían un acercamiento más amplio al impacto y la circulación de los mensajes.
- No se midió el impacto social real de las estrategias comunicativas (cambios de opinión, niveles de confianza, etc.), ya que esto requeriría un diseño mixto o cuantitativo más robusto y que demandaría más recursos.

Pese a estas restricciones, el estudio aporta una mirada **robusta, crítica y necesaria** sobre cómo el poder comunica, cómo se defiende lo llamado “el relato de la desinformación” y cómo, en ese proceso, edifica y disputa los sentidos públicos en una democracia actual y polarizada como la colombiana.

Resultados y discusión

Capítulo 1: La estrategia comunicativa durante el gobierno de Iván Duque (2018–2022).

1.1. Narrativa oficial y visión de país.

Durante el mandato constitucional de Iván Duque, se construyó una narrativa institucional que buscaba transmitir estabilidad, continuidad y modernización. Su lema, “El futuro es de todos”, condensaba una visión de país donde el desarrollo tecnológico y el crecimiento económico se presentaban como motores del progreso. En un terreno social marcado por una histórica desigualdad, el descontento creciente y en fermentación, especialmente entre jóvenes, sectores populares, discursos de progresismo y comunidades históricamente excluidas, la visión de ese futuro no se desarrollaba para todos.

El relato oficial evitó adentrarse en los conflictos sociales latentes. En momentos de tensión, como el Paro Nacional o estallido social del 2019, la estrategia comunicativa privilegió una estética del orden y la ley: imágenes de vandalismo, llamados al respeto institucional y énfasis en la autoridad. Como lo muestran estudios de CIVIX (2024) y Martínez (2021), esta cobertura omitía sistemáticamente los motivos de las protestas, desconociendo reclamos legítimos como el acceso a la educación, altas tasas de impuestos, el empleo digno o el rechazo a la violencia estatal. La desinformación, en este contexto, operaba no solo como falsedad, sino como omisión selectiva y silenciamiento estratégico.

1.2. Regulación, campañas y alianzas institucionales.

El gobierno de Duque impulsó campañas educativas como “En TIC Confío”, orientadas a promover el uso responsable de Internet y detectar noticias falsas. Sin embargo, estas iniciativas carecieron de una mirada introspectiva sobre el propio rol del Estado y los medios aliados en la producción del relato de la desinformación. La autorregulación propuesta por la CRC (Comisión de Regulación de Comunicaciones), lejos de amparar al ciudadano, dejaba sin

supervisión independiente el poder de moderar contenidos, abriendo un campo ambiguo donde lo “nocivo” podía terminar siendo lo “incómodo”.

Adicionalmente, la cercanía entre el Ejecutivo y ciertos conglomerados mediáticos fortaleció una narrativa unidireccional, con escaso espacio para el juicio. Más que contrarrestar la desinformación, se institucionalizó un modelo de comunicación vertical, donde las alianzas públicas-privadas funcionaron como canales preferenciales de legitimación gubernamental.

1.3. Rol de los medios públicos.

RTVC, el sistema de medios públicos, mantuvo un perfil técnico y poco confrontacional. Se invirtió en infraestructura y cobertura, pero no se promovió un periodismo de investigación ni se incentivó la participación ciudadana. Los medios públicos se comportaron como transmisores neutros, o en apariencia, de la narrativa oficial, perdiendo la oportunidad de constituirse en referentes de información plural y veraz.

1.4. Percepción de la ciudadanía.

La percepción ciudadana frente a estas estrategias fue ambivalente. Mientras algunos sectores valoraban la insistencia en el orden y el crecimiento económico, muchos otros veían en la comunicación oficial una máscara que ocultaba los verdaderos problemas del país. Organizaciones como el Ceper documentaron una creciente desconfianza hacia los medios tradicionales, alimentada por la sensación de que estos actuaban más como voceros del poder que como vigilantes democráticos.

Capítulo 2: Comunicación política en el gobierno de Gustavo Petro (2022–2024).

2.1. Una narrativa de ruptura.

La llegada de Gustavo Petro a la presidencia supuso un giro en la manera de comunicar desde el Estado. Su discurso se posicionó explícitamente contra las élites políticas, económicas y mediáticas, proponiendo una narrativa de transformación directa con la ciudadanía. A diferencia de sus antecesores, Petro no se apoyó principalmente en los grandes medios, sino en una comunicación cercana a través de redes sociales, particularmente desde su cuenta en X, que asumió el rol de canal oficial, diario presidencial y tribuna de debate.

Este estilo disruptivo le permitió conectarse emocionalmente con sectores históricamente marginados, pero también generó un tipo de comunicación concentrada, personalista y reactiva. El riesgo de esta estrategia radica en que,

al convertir el perfil presidencial en fuente única de verdad, se debilita la institucionalidad comunicativa y se confunde la figura del presidente con la voz del Estado.

2.2. Reconfiguración del sistema de medios públicos.

Una de las apuestas más visibles de esta administración fue la transformación de RTVC. Bajo liderazgos como el de Hollman Morris, se buscó dar voz a sectores alternativos y reforzar la dimensión crítica de la comunicación pública. Se impulsaron nuevos programas, análisis de coyuntura, espacios de debate y contenidos pedagógicos. No obstante, este esfuerzo vino acompañado de una fuerte carga ideológica que, para algunos críticos, convirtió los medios públicos en órganos de propaganda gubernamental y adoctrinamiento.

La preocupación, como lo ha señalado la FLIP, no está tanto en la línea editorial progresista, sino en la falta de garantías para la independencia de estos medios. La pluralidad informativa exige diversidad y libertad, incluso dentro del sector público.

2.3. Iniciativas regulatorias y digitales.

El gobierno propuso la creación de una Agencia Nacional de Verificación como parte de su estrategia contra la desinformación. Aunque la iniciativa aún está en fase de discusión, ha generado inquietudes sobre su potencial uso para limitar voces disidentes. Además, las campañas educativas han sido menos constantes y con menor institucionalización que en la administración anterior, dependiendo en gran medida de los pronunciamientos del presidente y su círculo cercano más sectario.

2.4. Opinión pública y reacciones.

Las estrategias comunicativas de Petro han consolidado su base social, pero también han agudizado la polarización. La frontalidad con la que enfrenta a los medios tradicionales y la recurrencia al discurso de victimización refuerzan un clima de confrontación permanente. Para buena parte de la opinión pública, esta postura supone una forma de transparencia y autenticidad; para otros, constituye una amenaza a la institucionalidad democrática y al pluralismo informativo.

Capítulo 3: Un análisis comparativo entre dos gobiernos

La comparación entre los gobiernos de Duque y Petro revela una paradoja: aunque se sitúan en extremos ideológicos opuestos, ambos han utilizado la comunicación institucional como instrumento de control simbólico más que como herramienta de deliberación democrática.

Categoría	Iván Duque (2018–2022)	Gustavo Petro (2022–2024)
Narrativa central	Orden, legalidad, institucionalidad	Cambio, justicia social, confrontación
Canales preferidos	Medios privados	Redes sociales, medios públicos
Relación con medios tradicionales	Colaboración, baja crítica	Ruptura, confrontación directa
Uso de medios públicos	Marginal, técnico	Activo, ideologizado
Campañas contra desinformación	“En TIC Confío”	Propuesta de agencia verificadora
Participación ciudadana	Limitada, institucionalizada	Discurso de inclusión, sin mecanismos claros
Percepción pública	Manipulación y apatía	Polarización y propaganda
Riesgos principales	Captura mediática, opacidad	Censura encubierta, concentración discursiva

Ambos estilos revelan un patrón preocupante: la tendencia a centralizar la producción de sentido y a reducir la crítica a ruido mediático o “fake news”. En lugar de fomentar una ciudadanía crítica y activa, se promueven lealtades simbólicas que refuerzan las lógicas del poder.

Capítulo 4: Reflexiones finales y retos democráticos

4.1. El dilema del Estado comunicador

¿Debe el Estado ser un moderador del debate o un jugador con discurso propio? Esta pregunta sigue abierta. Ni Duque ni Petro han apostado por fortalecer una comunicación pública realmente independiente. En ambos casos, los medios — ya sean públicos o aliados— han servido como extensiones de los proyectos políticos en el poder.

4.2. La desinformación como síntoma

La proliferación de noticias falsas no puede combatirse solo con filtros o campañas. Es un síntoma de algo más profundo: una crisis de confianza en las instituciones, en los medios y en la política misma. En esta fractura, los discursos emocionales y polarizantes encuentran terreno fértil para multiplicarse.

4.3. Riesgos del control informativo

Regular la desinformación desde el Estado implica un equilibrio delicado entre proteger la verdad y garantizar la libertad de expresión. El riesgo de que el poder político defina unilateralmente qué es “información verdadera” es demasiado alto en una democracia con instituciones frágiles.

4.4. Hacia una política pública de comunicación democrática

Urge repensar el papel del Estado en la comunicación. Colombia necesita una política estructural que garantice el pluralismo, el acceso equitativo y la alfabetización crítica. Esto implica:

- Apoyar medios comunitarios y regionales.
- Blindar la independencia de los medios públicos.
- Incorporar la alfabetización mediática desde las escuelas.
- Garantizar transparencia en la pauta oficial.
- Crear observatorios ciudadanos con voz vinculante.

Solo así será posible enfrentar la desinformación no como una guerra de relatos, sino como una oportunidad para reconstruir el diálogo democrático y el tejido social.

Conclusiones

Desde esta actividad académica hemos podido observar, desde una perspectiva estimada, a los entramados más complejos de la comunicación institucional en Colombia durante los últimos seis años. Al observar las estrategias empleadas por los gobiernos de Iván Duque y Gustavo Petro frente a la desinformación, se revela un paisaje donde lo simbólico se vuelve terreno de disputa política, donde los relatos oficiales no son simples herramientas informativas, sino instrumentos activos de poder.

La desinformación no se presenta como un simple error del sistema, sino más bien como una consecuencia e incluso como un síntoma del estado de un ecosistema comunicativo que está marcado por la desigualdad, la falta de justificación sustentable en lo racional, la concentración absoluta de los medios y la fragilidad democrática del decir público.

No se trata solo de un problema de contenido falso o malintencionado; la desinformación se ha convertido en una práctica cotidiana de invisibilización, sobreexposición o manipulación de significados, muchas veces normalizada desde el propio Estado y sus gobiernos. La investigación revela que, aunque los estilos de comunicación de Duque y Petro son radicalmente diferentes—uno más institucional y el otro más disruptivo—ambos administran una preocupación

eje y es controlar la narrativa, establecer la agenda y definir los límites de lo que se puede decir en relación a su poder y ejecución.

Durante el gobierno de Iván Duque, la estrategia se caracterizó por una aparente sobriedad. A través de alianzas con grandes medios, se construyó una narrativa de estabilidad, crecimiento y legalidad, que tendía a silenciar o minimizar los conflictos sociales en crecimiento. Por ejemplo, durante el Paro Nacional (estallido social) de 2019, la comunicación oficial evitó profundizar en las causas del descontento ciudadano. En su lugar, priorizó una estética del orden, la fuerza y la represión, lo que transformó el conflicto en una amenaza a quienes alzarán la voz. En este caso la desinformación no fue tan visible, sino operando por omisión, por lo que no se mostró, por los encuadres cuidadosamente escogidos que borraban el rostro de los manifestantes y amplificaban el de la autoridad en sus despliegues de restricción.

La administración presidencial de Gustavo Petro tomó un rumbo completamente diferente. Se alejó de los medios tradicionales, criticó su parcialidad y decidió comunicarse directamente con la ciudadanía de una manera más emocional y agresiva. Las redes sociales, especialmente la cuenta personal del presidente en X, se convirtieron en el corazón de su estrategia de comunicación. No obstante, esta búsqueda de cercanía también trajo nuevos retos y fueron la centralización del discurso, la personalización excesiva del mensaje y la sobreabundancia de contenido sin verificación. En este modelo, el exceso de información puede resultar contraproducente, ya que no deja espacio para la reflexión ni para construir un sentido de manera pausada. La desinformación no solo proviene del silencio, sino también del ruido que se genera al comunicar.

Este cambio, de la omisión estratégica a la saturación del relato, ha trastocado el ecosistema informativo colombiano en un campo de batalla digital. La información circula cada vez más en burbujas cerradas donde los algoritmos refuerzan creencias previas y filtran cualquier distanciamiento de ese mismo creer. En este ámbito, la deliberación democrática se corroe. Ya no se trata de argumentar, sino de reafirmar; no de escuchar, sino de imponerse. La política se convierte en una guerra de relatos donde la identidad pesa más que la evidencia o el sustento lógico, común, y el disenso se interpreta como traición, como el enemigo del bienestar real.

Uno de los hallazgos más preocupantes de esta investigación es el deterioro del sistema de medios públicos como un espacio común. Aunque el gobierno de Petro ha intentado darles un nuevo significado, dotándolos de una agenda más crítica y popular, este esfuerzo ha estado marcado por tensiones internas y una preocupante tendencia al control ideológico sesgado. No hay mecanismos claros que garanticen su autonomía frente a la intervención progresiva del poder Ejecutivo. Siendo entonces que lo público tiene la peligrosidad de volverse un sinónimo de lo gubernamental, debilitando su función democrática como garante del pluralismo y de los contrapesos democráticos.

En esta situación el Estado colombiano no se presenta como un actor que enfrenta la desinformación, sino también como un protagonista en la difusión del discurso público sectario. La línea entre comunicar y persuadir, entre informar y manipular, es muy delgada. Este escenario se profundiza cuando se suma la escasa alfabetización mediática de la ciudadanía. Gran parte de la población consume información sin herramientas críticas para interpretarla, juzgarla o contrastarla. En un país con inequidades educativas abundantes, esta situación perpetúa un consumo informativo emocional, fragmentado y vulnerable a la desinformación más elaborada: aquella que parece verdad, pero que oculta más de lo que dice.

La debilidad institucional convierte cada cambio de gobierno en un reinicio del discurso, donde se desmantelan los logros previos y se improvisan nuevas estrategias. La falta de continuidad, la escasa participación ciudadana en la definición de lineamientos y la ausencia de mecanismos de evaluación con un enfoque en derechos, impiden que se consolide una cultura política fundamentada en el diálogo informado, la diversidad de perspectivas y el respeto a las diferencias.

Desde un enfoque epistemológico, esta investigación también propone un cambio conceptual en la forma de entender la desinformación. No se trata solo de un conjunto de noticias falsas. Es, en esencia, una tecnología del poder que genera exclusión simbólica, moldea subjetividades obedientes y limita lo que se puede pensar de lo que se simpatiza o de lo que se combate. La desinformación, entendida de esta manera, no es un error del sistema: es una condición estructural de un orden comunicativo desigual, donde unos pocos deciden qué se comunica, cómo se comunica y desde qué lugares se considera legítimo hablar.

Frente a esto, no son suficientes las soluciones tecnocráticas o las plataformas de verificación. Lo que realmente se necesita es un proyecto político y cultural que apueste por la democratización profunda de los aparatos sistemáticos informativos. Esto implica:

- Descentralizar los medios y fortalecer los comunitarios, independientes y regionales.
- Blindar la autonomía de los medios públicos mediante marcos jurídicos sólidos.
- Implementar políticas de alfabetización mediática desde la educación básica.
- Regular con transparencia la pauta oficial y su uso estratégico.
- Crear observatorios ciudadanos con capacidad vinculante en asuntos de comunicación.

En definitiva, el desafío que plantea la desinformación en Colombia no es solo técnico, ni siquiera solo comunicacional. Es, sobre todo, un desafío para la

democracia. Nos invita a reflexionar sobre cómo queremos comunicarnos, quién tiene voz y qué tipo de conversación política estamos dispuestos a crear. En esencia, luchar contra la desinformación, luchar por el equilibrio de un relato fundamentado en verdad justificable en bien común, es abogar por una ciudadanía más informada, crítica y capaz de soñar con otros futuros posibles en nuestro país polarizado.

Fuentes y bibliografía

Este artículo se elabora a partir de una investigación documental meticulosa, que integra el análisis de fuentes primarias oficiales del Estado colombiano junto con una revisión crítica de informes especializados, estudios académicos y documentos técnicos y legales que poseen un alto valor descriptivo. El trabajo no se limitó a recopilar información disponible, sino que buscó interpretar, contrastar y articular distintas voces y perspectivas que dan cuenta del complejo entramado entre comunicación institucional y desinformación en Colombia, en el periodo comprendido entre 2018 y 2024.

Para ello, se establecieron dos niveles de análisis claramente diferenciados, pero complementarios:

1. Fuentes institucionales y gubernamentales (Colombia, 2018–2024)

En este primer nivel se examinó una amplia gama de documentos producidos por el Estado, incluyendo los Planes Nacionales de Desarrollo de ambos periodos presidenciales: el de Iván Duque (2018–2022), titulado “*Pacto por Colombia, pacto por la equidad*”, y el de Gustavo Petro (2022–2026), bajo el lema “*Colombia, potencia mundial de la vida*”. Estos planes no solo orientan la acción gubernamental, sino que condensan una visión de país y de comunicación institucional que resulta clave para entender el lugar que ocupa la información en las prioridades del poder ejecutivo.

Asimismo, se realizó una revisión sistemática de los contenidos producidos por el sistema de medios públicos (RTVC), analizando materiales emitidos a través de canales como Señal Colombia, Canal Institucional, Radiónica y Canal Trece, con especial atención al noticiero *Colombia Informa*, durante el periodo 2022–2024. Estos espacios fueron abordados no solo como vitrinas de información estatal, sino como escenarios donde se disputa el sentido mismo de lo público, lo oficial y lo veraz.

También se incorporaron discursos presidenciales y publicaciones realizadas por los mandatarios en sus cuentas oficiales de redes sociales, especialmente en X (antes Twitter). Estos mensajes, cada vez más centrales en la comunicación política contemporánea, permitieron rastrear cómo el lenguaje del poder se adapta a los formatos digitales, y cómo estos canales se transforman en plataformas de disputa simbólica.

Además, se consideraron documentos técnicos y líneas estratégicas formuladas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) y la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), particularmente aquellas relacionadas con la alfabetización digital, el acceso a la información y los esfuerzos estatales por enfrentar la desinformación.

2. Informes especializados y estudios académicos

En el segundo nivel, se incluyeron informes elaborados por organizaciones de la sociedad civil que han monitoreado activamente el fenómeno de la desinformación en Colombia. Entre ellas se destacan la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP), Transparencia por Colombia, el Instituto de Ciencia Política Hernán Echavarría Olózaga y CIVIX Colombia. Sus investigaciones aportaron datos clave, alertas tempranas y marcos interpretativos que enriquecieron la mirada crítica de esta investigación.

En paralelo, se acudió a estudios académicos realizados por centros de investigación como el Centro de Estudios en Periodismo (CEPER) de la Universidad de los Andes, así como a artículos publicados en revistas indexadas como *Revista de Comunicación y Medios* de la Universidad del Norte. Estas fuentes permitieron conectar el análisis empírico con debates teóricos de fondo, aportando una comprensión más densa sobre los vínculos entre medios, poder y ciudadanía.

Finalmente, para ubicar el fenómeno de la desinformación en un horizonte más amplio, se integraron aportes de autores internacionales como Robert McChesney, Jürgen Habermas, W. Lance Bennett y Steven Livingston, cuyas obras ofrecen herramientas conceptuales valiosas para pensar la crisis de la comunicación democrática en el contexto global contemporáneo. Desde las nociones de esfera pública y acción comunicativa, hasta el diagnóstico de un nuevo “orden de la desinformación” en tiempos de polarización y posverdad, estas referencias ayudaron a construir un marco analítico robusto que trasciende lo local sin perder anclaje en lo concreto.

Bibliografía aplicada

A continuación, se presenta el listado de obras, informes y documentos utilizados de manera directa o referencial en la elaboración de este artículo, organizados por procedencia:

Fuentes nacionales (Colombia)

- Ceper – Centro de Estudios en Periodismo. (2024). *Evaluación del riesgo por desinformación: El mercado de noticias en Colombia*. Universidad de

- los Andes. <https://www.uniandes.edu.co/es/noticias/periodismo-y-comunicaciones/riesgos-de-la-desinformacion-en-colombia>
- CIVIX Colombia. (2024). *Desafíos digitales: El panorama de la lucha contra la desinformación en Colombia*. <https://civixcolombia.org/wp-content/uploads/2024/07/Desafios-Digitales-En-Panorama-de-la-Lucha-contra-la-Desinformacion-en-Colombia.pdf>
 - Instituto de Ciencia Política Hernán Echavarría Olózaga. (2023). *Desinformación: Riesgos para la estabilidad democrática en Colombia*. <https://icpcolombia.org/wp-content/uploads/2023/09/DESINFORMACION-RIESGOS-PARA-LA-ESTABILIDAD-DEMOCRATICA-EN-COLOMBIA.pdf>
 - Martínez, C. (2021). Desinformación en contextos de polarización social: El paro nacional del 21 de noviembre de 2019. *Revista de Comunicación y Medios*, 19(1), 129–145. https://scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222021000100129
 - Transparencia por Colombia. (2024). *La desinformación en Colombia y el acceso a la información pública*. <https://transparenciacolombia.org.co/wp-content/uploads/2024/09/Vf-La-desinformacion-en-Colombia-y-el-acceso-a-la-informacion-publica.pdf>
 - Presidencia de la República. (2018–2024). *Discursos oficiales y alocuciones presidenciales*. <https://www.presidencia.gov.co>
 - Departamento Nacional de Planeación. (2018). *Plan Nacional de Desarrollo 2018–2022*. <https://colaboracion.dnp.gov.co>
 - Departamento Nacional de Planeación. (2022). *Plan Nacional de Desarrollo 2022–2026*. <https://colaboracion.dnp.gov.co>
 - RTVC Sistema de Medios Públicos. (2022–2024). *Colombia Informa y programación institucional*. <https://www.rtv.gov.co/>

Fuentes internacionales y teóricas

- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Habermas, J. (2006). *Teoría de la acción comunicativa: Complementos y estudios previos*. Madrid: Trotta.
- McChesney, R. W. (2015). *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times* (2nd ed.). The New Press.
- Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Polity Press.
- Oxford Dictionaries. (2016). *Word of the Year 2016: Post-truth*. <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>