

Revista | **Formación
Política**



Universidad del
Rosario



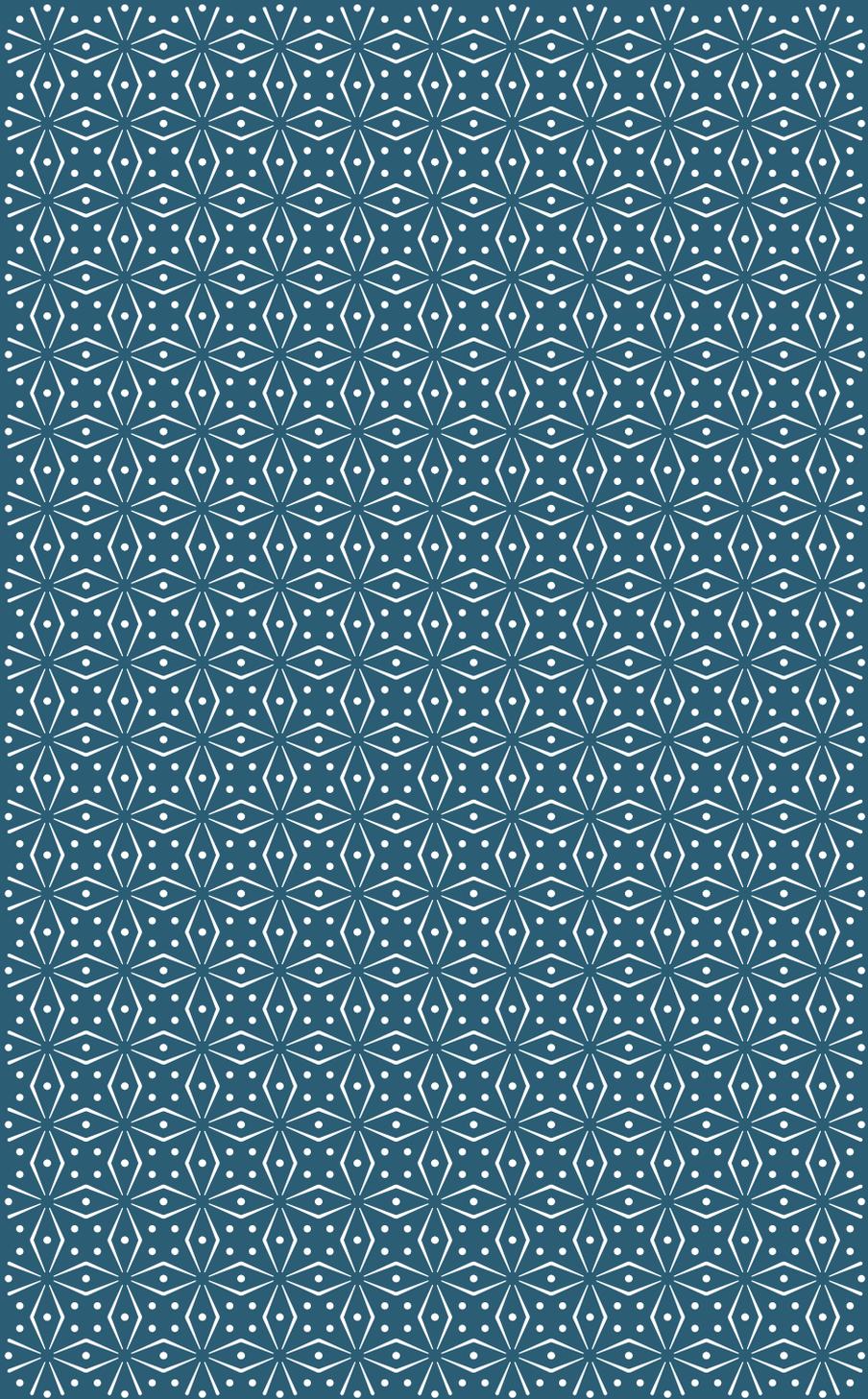
Universidad de
los Andes



Universidad
de **Ibagué**



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA



- © Universidad Nacional de Colombia
- © Universidad de los Andes
- © Universidad de Ibagué
- © Universidad del Rosario

ISSN 2805-9999

Edición

Editorial Universidad Nacional de Colombia

direditorial@unal.edu.co

<https://portaldelibros.unal.edu.co/>

Comité editorial:

Francisco Montaña
Alexis de Greiff
Alexander Cruz
Camila de Gamboa
Constanza Castro
Diana Oliva Muñoz
Juan Camilo González
Juan Felipe Córdoba
Lisímaco Parra
María Juliana Molina
Natalia Rebetz

Consejo asesor:

Dra. Vera Grabe
Gral. Óscar Naranjo
Dra. Liliana Caballero
Dr. Francisco Miranda
Dra. Juanita Ochoa
Dr. Jorge Hernán Cárdenas

Editora *Revista Formación Política*: Valentina Corradine Velásquez

Coordinación editorial: Robinson Andrés Rodríguez

Edición del número: Ingrid Sánchez-Bernal y Valentina Martín

Corrección de estilo: Hernando Sierra

Dirección de arte: Mauricio Arango

Diseño de carátula: Silvia Camargo

Diagramación: Andrea Kratzer

Imágenes tomadas de Freepik



Creative Commons Atribución-Non Comercial-
Sin obras derivadas 4.0 Internacional (CC
BY-NC-ND 4.0) | <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Impreso en Bogotá, D. C., Colombia

editorial
UNAL

CEP
CENTRO PARA LA
EDUCACIÓN POLÍTICA

Ruido, poder y posverdad: el eclipse del periodismo

Diego Aretz

Periodista, investigador y documentalista colombiano, máster en Reconciliación y Estudios de Paz de la Universidad de Winchester, ha sido columnista de medios como Revista Semana, Nodal, El Universal, y colaborador de El Espectador. Ha trabajado con la Unidad de Búsqueda y con numerosas organizaciones defensoras de derechos humanos.

Resumen

En un escenario saturado de información, donde la emoción desplaza al dato y la mentira se pasea sin rubor por la esfera pública, este ensayo propone una lectura crítica del periodismo en la era de la posverdad. A través del caso colombiano, y en diálogo con fenómenos globales, se indagan las tensiones entre medios, poder y ciudadanía, revelando cómo la concentración mediática, la lógica algorítmica y la fragilidad institucional transforman el debate público en un campo de batalla simbólico. Sin concesiones ni nostalgias, el texto abre preguntas urgentes sobre el rol de la prensa, la calidad de la democracia y el lugar de la verdad en tiempos de ruido persistente.

Abstract

In a saturated scenario of information, where emotion displaces data and lies roam shamelessly through the public sphere, this essay proposes a critical reading of journalism in the post-truth era. Through the Colombian case and in dialogue with global phenomena, it explores the tensions between media, power and citizenship, revealing how media concentration, algorithmic logic and institutional fragility transform public debate into a symbolic battlefield. Without concessions or nostalgia, the text opens urgent questions about the role of the press, the quality of democracy and the place of truth in times of persistent noise.

Palabras clave: democracia, medios de comunicación, periodismo, posverdad, redes sociales.

Keywords: Democracy, Media, Journalism, Post-truth and Social Media.

“Somos libres para vivir en la mentira”, escribió Steve Tesich en un ensayo publicado en *The Nation*, en 1992. Acababa de caer la Unión Soviética, Estados Unidos celebraba su victoria moral sobre el totalitarismo y, sin embargo, Tesich advertía que algo más profundo se había roto: el pacto entre verdad y libertad. Su frase —tan precisa como inquietante— anticipaba el espíritu de la época de las democracias del siglo XXI, en donde la mentira no es una desviación de la política sino su centro operativo, y donde los medios —los viejos y los nuevos— ya no se enfrentan a esa mentira, sino que la producen, la amplifican o la encubren.

Estamos en la era de la “posverdad”, ese territorio movedido donde las emociones pesan más que los hechos, y donde lo que importa no es que algo sea cierto, sino que parezca verosímil para la “tribu”. La expresión fue elegida como palabra del año por el *Oxford Dictionary* en 2016 (Oxford, 2016), después del Brexit y la elección de Donald Trump. Desde entonces, la posverdad no ha hecho más que consolidarse como gramática de lo político. No es simplemente una mentira, ni una exageración: es un ecosistema donde los datos no bastan y donde el relato, aunque falso, ordena el mundo. Es una política sin hechos, y unos hechos sin valor.

Un estudio del Instituto Reuters de 2022 muestra que la confianza global en los medios está en niveles históricamente bajos: solo el 42 % de los encuestados en 46 países dijo confiar en las noticias que consume (Newman *et al.*, 2022). En América Latina, ese número es menor. La consecuencia es devastadora: una ciudadanía desinformada o sobreinformada, expuesta a narrativas manipuladas, incapaz de distinguir entre evidencia y propaganda. Y en esa confusión, florecen los populismos, las teorías conspirativas, las guerras culturales y la antipolítica.

La mentira ya no necesita esconderse: desfila con orgullo, se viraliza, se monetiza.

Pero esto no ocurre en el vacío. La democracia necesita medios libres, y los medios libres necesitan una ciudadanía dispuesta a exigirlos, protegerlos y financiarlos. En Colombia, ese pacto entre ciudadanía, medios y democracia ha sido frágil, intermitente y lleno de sospechas. La prensa ha cumplido un papel ambivalente desde su origen: nació como instrumento de combate político, más que como vigía del poder. Basta recordar *La Bagatela*¹ de Nariño, ese primer diario que fue también

¹ Véase: <https://babel.banrepcultural.org/digital/collection/p17054coll26/id/1544/>

una trinchera, un manifiesto, una apuesta por una nueva república. Aquellos liberales radicales —los “magníficos rebeldes” de nuestra primera revolución intelectual y política— entendieron algo fundamental: sin palabras públicas, sin debate informado, sin ideas en circulación, no hay pueblo, solo muchedumbre.

Antonio Nariño, traductor de *La declaración de los derechos del hombre*², no solo creía en la libertad de prensa como un derecho, sino como un deber revolucionario. Su prensa no era imparcial, ni pretendía serlo: era una prensa de combate, de ideas, de ruptura. Era un instrumento para formar ciudadanos, no consumidores. Y es curioso —y triste— que más de dos siglos después, sigamos sin resolver el dilema entre prensa como servicio público y prensa como entidad privada; es decir, entre información como derecho, y noticia como mercancía.

Desde entonces, el periodismo colombiano ha oscilado entre la épica y la cooptación. Ha servido de contrapeso en momentos cruciales —*El Espectador* de Guillermo Cano y el camino que también ha logrado sostener Fidel Cano y su actual equipo, la *Revista Semana* de los noventa, las investigaciones recientes de *La Silla Vacía*, de *Cuestión Pública*

o de *Vorágine*—, pero también ha sido cómplice de los poderes económicos y políticos que dice vigilar. La propiedad concentrada de los medios, la dependencia de la pauta oficial, y la precariedad laboral de los periodistas, han erosionado su autonomía.

El estudio “Who Owns the Media?” del *Center for International Media Assistance* (s. f), advierte que la concentración de medios en América Latina es uno de los principales obstáculos para la pluralidad informativa. En Colombia, el 70 % de los medios nacionales pertenece a cuatro grupos empresariales. ¿Cómo puede la prensa investigar con independencia si depende financieramente del Estado y de los grandes conglomerados privados?

Frente a eso, la idea de unos medios públicos verdaderamente independientes —como la *Deutsche Welle* [DW]³, en Alemania; la *National Public Radio* [NPR]⁴, en Estados Unidos, o la *British Broadcasting Corporation* [BBC]⁵, en el Reino Unido— aparece como una necesidad y una posibilidad urgente. No se trata de repetir sus modelos, sino de entender su lógica: medios financiados con recursos públicos,

2 Véase: <https://babel.banrepcultural.org/digital/collection/pl17054coll26/id/1544/>

3 Véase: <https://www.dw.com/es/actualidad/s-30684>

4 Véase: <https://www.npr.org/>

5 Véase: <https://www.bbc.com/>

pero blindados institucionalmente contra la injerencia gubernamental. Medios al servicio del ciudadano, no del partido de turno. Medios donde la calidad, la diversidad y la investigación profunda tengan prioridad sobre el escándalo y el clic fácil.

En Alemania, la DW cumple un rol central en la proyección de valores democráticos. Está financiada por el presupuesto federal, pero su carta fundacional establece una clara separación de poderes editoriales. La BBC, aún con sus crisis y tensiones políticas, sigue siendo un modelo de periodismo público riguroso. La NPR, en los Estados Unidos, es financiada por donaciones, fundaciones y algo de presupuesto estatal, pero mantiene una estructura que garantiza la diversidad de voces. ¿Por qué no hemos podido —o querido— construir en Colombia un sistema similar? ¿Por qué nuestros medios públicos aún se definen más por la coyuntura política que por su misión constitucional?

En Colombia, la Radio Televisión Nacional de Colombia [RTVC] ha tenido momentos de dignidad y ha producido contenidos culturales de valor, pero su independencia sigue en duda. Las denuncias de interferencias en contenidos, los cambios abruptos de directores según el presidente de turno, y la falta de financiación sostenida impiden construir una televisión y una radio

pública que informen, eduquen y sirvan de contrapeso. Porque eso es lo que deberían ser los medios: un poder que vigila a los otros poderes, que incomoda al poder, que lo desnuda.

Ahora bien, no se puede hablar de medios sin hablar de redes sociales. Las plataformas digitales —Facebook, X (antes Twitter), TikTok, Instagram, y YouTube— se han convertido en nuevas ágoras donde se juega buena parte del debate público contemporáneo. Ahora no solo informan, también configuran percepciones, crean climas de opinión, y determinan elecciones. La política ya no se hace en los periódicos ni en las plazas, sino en los hilos virales, en los memes, en los lives de TikTok o Instagram.

Según el informe *The Rise of Digital Influence* del Atlantic Council (2022), más del 60 % de los votantes jóvenes en América Latina se informan principalmente por plataformas digitales. En Colombia, las campañas ya no se piensan en programas de gobierno sino en narrativas de identidad, en indignación calculada, en hashtags diseñados para captar la atención de los públicos. Es la política como espectáculo algorítmico.

Estas plataformas, sin embargo, no son neutrales. Están diseñadas para maximizar el tiempo de permanencia, no para promover la deliberación democrática.

Su lógica es la de la atención, no la de la verdad. Y en esa lógica, la polarización es rentable. Como advierte la investigadora Zeynep Tufekci (2015): "Las redes no están diseñadas para informar, sino para emocionar. Y lo que más emociona es el miedo, el odio, la indignación".

En este contexto, vale la pena observar un fenómeno significativo en la historia reciente de Colombia: el aumento sustancial de la participación electoral en las elecciones presidenciales a partir de 2010. En las elecciones de 2006, votaron poco más de 12 millones de personas; para el 2010, esa cifra subió a 14.7 millones; en 2014, a 15.8 millones; y en 2018, alcanzó los 19.6 millones. Finalmente, en 2022, la participación llegó a su punto más alto: 22.6 millones de votantes. Se trata de un incremento de más de 10 millones de votantes en apenas 16 años. Más allá de los factores demográficos o coyunturales, este fenómeno coincide con la consolidación del uso masivo de redes sociales como herramientas de comunicación política.

No es descabellado pensar que esta explosión de participación electoral está relacionada con la transformación del ecosistema informativo. A partir de 2010, con la expansión de Facebook, X (antes Twitter), YouTube y más tarde Instagram y TikTok, la política colombiana comenzó a

mutar: los discursos dejaron de circular exclusivamente por los grandes medios y comenzaron a viralizarse en redes sociales. Las campañas ya no eran únicamente campañas de plaza o de televisión, sino campañas digitales, emocionales, personalizadas y altamente segmentadas. Se multiplicaron los "influencers políticos", las cadenas de WhatsApp, los debates en vivo por Facebook y los hilos virales que, más que informar, buscaban movilizar.

Este nuevo escenario tiene dos caras. Por un lado, ha democratizado el acceso al discurso público: más voces, más canales, más participación. Pero por otro, ha contribuido a la expansión de la desinformación, la polarización y la manipulación emocional del electorado. El aumento de votantes no significa, necesariamente, un aumento de deliberación democrática. Como lo sugiere el filósofo Jacques Rancière (1995), "la política no es solo contar cabezas, sino contar palabras, razones, argumentos". Y si las redes amplifican más el ruido que la razón, entonces el auge de la participación puede esconder también un deterioro en la calidad del debate público.

Las cifras muestran una paradoja: más ciudadanos votando, pero en medio de un ambiente más hostil, más polarizado, más emocional, más manipulado por tecnologías opacas de segmentación y propaganda digital.

La democracia, entonces, no solo se juega en el número de votos, sino en las condiciones de posibilidad del juicio crítico.

Y esas condiciones dependen, en buena medida, de contar con medios libres, responsables, capaces de ofrecer contexto, desmontar narrativas falsas y resistir la lógica tóxica de la viralización. Entonces surge el dilema: ¿Cómo regular sin censurar? ¿Cómo garantizar derechos digitales sin caer en la vigilancia estatal o en la censura corporativa? El debate está abierto. La Comisión Europea ha comenzado a trazar una ruta con el *Digital Services Act*, que obliga a las plataformas a actuar con mayor transparencia y responsabilidad sobre los contenidos nocivos y la desinformación. Pero en América Latina, el riesgo es otro: que los gobiernos utilicen el pretexto de la regulación para silenciar voces críticas.

El *Freedom House* advierte que, en países como México, Brasil, Venezuela o El Salvador, se han impulsado leyes que, bajo el manto de combatir la desinformación, limitan la libertad de expresión y fortalecen la censura estatal. En Colombia, el Congreso ha discutido iniciativas similares, sin consenso. Es urgente una conversación seria, plural, sobre regulación digital. No para controlar la opinión, sino para proteger la democracia.

Estamos, entonces, en una paradoja. Nunca fue tan fácil comunicarnos y tan difícil entendernos. Nunca hubo tanta información circulando y tanto ruido aturridor. Nunca hubo tantos medios y tan poco periodismo. Nunca hubo tanta libertad formal y tanta manipulación estructural.

¿Qué hacer con esta contradicción?

Habitarla, tensionarla, no resignarse a ella.

Como escribió el filósofo Byung-Chul Han (2012), “la transparencia total no produce verdad, sino ruido”. Necesitamos menos transparencia entendida como exhibicionismo, y más verdad entendida como bien común. Menos saturación informativa y más curaduría crítica. Menos *influencers* y más periodistas.

En última instancia, la pregunta es simple y hasta parece ingenua: ¿Tiene futuro la democracia? La respuesta, aunque incompleta, empieza aquí: si la tiene, será con medios libres. Pero si no hay medios libres, no habrá democracia. Podemos engañarnos un rato, vivir en la mentira como advirtió Tesich, pero no para siempre. La libertad sin verdad es solo otra forma de servidumbre.

En este contexto, la noción de contrapeso adquiere un valor esencial. La democracia no es solo un sistema electoral, sino una arquitectura compleja de controles y equilibrios. Cuando uno de esos pilares se debilita —ya sea el poder judicial, el legislativo, los medios, las universidades, la sociedad civil— todo el edificio tiembla. La función crítica del periodismo está íntimamente ligada a esa lógica de contrapesos. Un medio libre no es solo un canal de información, es un muro de contención frente al poder. Por eso los gobiernos autoritarios o populistas buscan primero controlar los medios y luego silenciar la crítica.

Podría ser ilustrativo hablar de la batalla que hoy libra el trumpismo contra Harvard como una señal de alerta. No es una disputa menor sobre admisiones universitarias o libertad académica, es un intento deliberado por deslegitimar a los espacios de producción de conocimiento, por reducir la política a una guerra cultural permanente, donde cualquier institución que cuestione al líder es vista como parte de una élite enemiga. Harvard, como otras universidades, representa no solo un lugar de formación sino un contrapeso simbólico al poder. Lo mismo ocurre con los medios: cuando son reducidos a “enemigos del pueblo”, como hizo Trump con CNN y *The New York Times*, no es solo retórica, es

estrategia. Es populismo puro: desarmar al adversario, deslegitimar la crítica, blindarse ante el escrutinio, algo parecido ha sucedido en Colombia.

Este no es un fenómeno exclusivo de Estados Unidos. Lo hemos visto con Bolsonaro en Brasil, con Bukele en El Salvador, con López Obrador en México, con Ortega en Nicaragua. En Colombia, la desconfianza sistemática hacia la prensa y las universidades ha sido explotada tanto por la derecha como por sectores de izquierda. Incluso se construye la idea de que todo medio crítico está comprado, que toda universidad privada e incluso pública es elitista, que toda ONG tiene una agenda oculta. Y en ese clima de sospecha, el populismo crece, el periodismo se acorrala, y el ciudadano se queda sin referencias confiables.

Estamos, sin duda, ante un tiempo de amenazas democráticas. Pero también, quizás, ante una oportunidad histórica: demostrar que las democracias no solo existen por sus formas, sino por su fondo. Que no son solo rituales electorales, sino sistemas vivos de contención al poder. Que pueden resistir los embates del autoritarismo y del populismo de extremos, si fortalecen sus pilares: prensa libre, justicia independiente, educación crítica, y ciudadanía activa.

La pregunta no es si las democracias sobrevivirán, sino si serán capaces de renovarse.

De reconstruir los puentes rotos entre instituciones y ciudadanía. La democracia no muere de golpe, muere lentamente de ruido. Muere de saturación, de indiferencia. Y, sobre todo, muere cuando los medios, en lugar

de iluminar la esfera pública, la oscurecen. Por eso la tarea es política, sí, pero también cultural. Y profundamente ética. Si queremos defender la democracia, tenemos que defender el periodismo. No el periodismo como espectáculo, ni como algoritmo, ni como negocio: el periodismo como bien público. Como derecho ciudadano. Como servicio esencial. Como último refugio frente al cinismo del poder.

Bibliografía

- Atlantic Council. (2022). *The Rise of Digital Influence: How the Internet is Reshaping Political Campaigns in Latin America*. <https://www.atlanticcouncil.org/wp-content/uploads/2022/10/The-Digital-Divide-Atlantic-Council-GeoTech-Center-Oct-2022.pdf>
- Center for International Media Assistance [CIMA]. (s.f.). *Who Owns the Media?* <https://www.cima.ned.org/resource/applying-standards-media-owners-and-journalism-ethics/>
- European Commission. (2022). *Digital Services Act*. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>
- Freedom House. (2023). *Freedom on the Net 2023*. <https://freedomhouse.org/sites/default/files/2023-10/Freedom-on-the-net-2023-DigitalBooklet.pdf>
- Han, B. C. (2012). *Transparenzgesellschaft*. Berlin: Matthes & Seitz. (Nota: traducido al español como *La sociedad de la transparencia a*, Herder, 2013)
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., y Nielsen, R. K. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>
- Oxford University Press. (2016). *Word of the Year 2016 is...* <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>
- Rancière, J. (1995). *La Méésentente: Politique et philosophie*. Paris: Galilée. (Nota: traducido al español como *El desacuerdo*, Ediciones Nueva Visión, 1996)

Tesich, S. (1992). *A government of lies*. The Nation. <https://archive.org/details/steve-tesich-government-of-lies-article>

Tufekci, Z. (2015). *Algorithmic harms beyond Facebook and Google: Emergent challenges of computational agency*. Colorado Technology Law Journal, 13(203), 203–218. <https://scholar.law.colorado.edu/ctlj/vol13/iss2/4/>

Revista | Formación
Política