

INTRODUCCIÓN

En el Centro de Análisis y Entrenamiento Político, CAEP, hemos tenido una obsesión desde siempre: que se hable de política en la mesa del comedor de las casas, como se habla de fútbol, de telenovelas o de reality shows. La obsesión no es en vano, creemos que una vez se pierde el miedo de abordar algún tema, se empieza a entender mejor. Eso es lo que pretendemos con la política y así pasa con los deportes y las series de televisión.

La política es quizá la suma de variables que mejor explica el comportamiento humano, a esa conclusión se ha llegado en diferentes escuelas alrededor del mundo: no sólo hablamos de votos o de campañas electorales, hablamos de transformación de vidas. La Escuela de Columbia viene estudiando desde la década de 1960 cómo incide el entorno en el que crecemos y nos movemos, para explicar a partir de ahí las actitudes políticas de los ciudadanos.

Esas actitudes no son nada diferente a su visión de cómo se organiza una ciudad o un país, cuáles son sus posturas frente al ordenamiento jurídico y a las normas de convivencia del día a día que están consagradas en la Constitución. Cada acto ciudadano es un acto político y por eso nuestra primera tarea como centro de pensamiento es mostrarle esa realidad a la gente.

Cuando presentamos la propuesta a la Fundación Konrad Adenauer (KAS) para desarrollar a lo largo de un año un proyecto en esta vía, recibimos su acompañamiento por una sencilla razón: la nueva política va más allá de las dificultades con la que siempre nos la habían querido mostrar, y al contrario hacerla simple logra que más personas se interesen en ella.

Ni la KAS ni el CAEP tenemos intereses electorales, nuestro común denominador ha sido acercar la política a la gente, procurar que el ciudadano de a pie -que sus preocupaciones pasan por conseguir el dinero suficiente para llevar comida a su casa y pagar el transporte en servicio público y la educación de sus hijos-, entienda que la política lo toca directamente aunque su única conexión con lo público sea votar cada cuatro años.

Por eso usamos una fórmula que ha venido teniendo bastante éxito: algo que ha sido definido como 'politainment', una mezcla entre política y entretenimiento (politics + entertainment); que logró que en 2019 pudiéramos acercar temas que parecen tan disímiles como el fútbol y la política, el café y la política, el arte y la política y otros tantos que se irán revelando en las siguientes páginas.

Pero no quedamos satisfechos con sólo unirlos y demostrar que la política está en la vida misma, sino que contactamos a verdaderas autoridades en cada uno de esos asuntos y les pedimos que en 15 eventos a través de un año le contaran a la gente cómo se relacionaban.

El proyecto se llama Vivir la Política y de manera presencial y virtual logramos impactar a más de 100.000 personas que tomaron contacto con algo que de seguro podría interesarles (deporte, gastronomía, redes sociales, arte...) y los invitamos a ver cómo eso que hacía parte de su vida, tenía que ver no sólo con su bienestar individual sino con el bien común: ¡eso es la política!

Este libro presenta crónicas o visiones de los protagonistas de estos momentos con imágenes capturadas en los diferentes lugares donde acudimos, este libro presenta cómo la política hace parte de la vida misma, del día a día.

Carlos Andrés Pérez M., PhD.
Director del Centro de Análisis y Entrenamiento Político, CAEP

FÚTBOL Y POLÍTICA

“Creo también que el fútbol y la política están en todo, o si no miren el pasado Mundial. En la selección de Francia, 8 jugadores no eran franceses, la mayoría eran inmigrantes o hijos de inmigrantes, la Selección Francesa reflejaba la diversidad de su país, un país que le ha abierto las puertas miles de personas que han ido en busca de mejores oportunidades para ellos y sus familias.”

FRANCISCO MATURANA
26 de marzo de 2019

“

**HABLAR DE POLÍTICA ES HABLAR
DE CONSTRUCCIÓN DE PAÍS, DE
TRANSFORMACIÓN”.**





FÚTBOL Y POLÍTICA

Conversaciones sobre fútbol y política, cinco enseñanzas.

Hace unos meses, en Medellín, me invitó el Centro de Análisis y Entrenamiento Político (CAEP) a un conversatorio sobre política y fútbol. Si bien en 1991 fui invitado a hacer parte de la Asamblea Constituyente y participé durante unos meses en esta, siempre he estado al margen de la actividad política. Pero debo admitir que gracias al fútbol he tenido grandes amigos que han desempeñado cargos públicos a nivel local, nacional e internacional.

Hoy en día y a mis 70 años, creo que aprendo más que nunca, por eso lo primero que debo decir, es que de esta conversación salí sin duda como una mejor persona y un mejor profesional, gracias a todos los aprendizajes que obtuve de esta charla con Guillermo Zuluaga y un auditorio espectacular.

Quiero entonces compartirles a continuación todos estos aprendizajes:

1. HABLAR DE POLÍTICA ES HABLAR DE CONSTRUCCIÓN DE PAÍS, DE TRANSFORMACIÓN.

Para mí, siempre ha sido complejo hablar de política y realmente no es lo que me apasiona, sin embargo, yo hablo de construcción de país y eso es política.

Cuando mi hija Daniela, me dijo: “Papi, quiero estudiar Ciencias Políticas” yo simplemente acaté a preguntarle: hija, qué son Ciencias Políticas y ella me dijo: “papi, la política es todo”. En ese momento fue cuando me di cuenta que mi hija estaba “clarita” en lo que realmente quería.

Si miramos día a día cómo nos comportamos, cómo aportamos al desarrollo de nuestro país, cómo nos convertimos en ciudadanos activos, si cumplimos las normas, si somos responsables con nuestra familia, con nuestro entorno, con nuestra ciudad, podemos ver que cada acto que hagamos es, por más pequeño que sea, importante para el desarrollo de nuestra ciudad. Cada acto es entonces un acto político.

2. EN LA POLÍTICA COMO EN EL FÚTBOL EL LIDERAZGO NO SE PUEDE EJERCER SOLO, SE NECESITA UN EQUIPO.

Para hablar de liderazgo casi siempre busco el ejemplo en jugadores de fútbol que han sido líderes o que en su momento se han destacado. Vamos a poner dos ejemplos: Messi y Maradona, dos destacados jugadores de la Selección Argentina pero que tuvieron que demostrar su liderazgo en años y contextos diferentes. Por eso yo no los comparo, me parece que no son iguales y el escenario de hoy es diferente, cada época es distinta y todo ha evolucionado. Para mí Messi es único y a veces en silencio dice mas cosas que si está hablando y hablando. Lío, me parece que ejerce su liderazgo a través de la humildad y el ejemplo. Diego (Maradona) lo hacía más a través de la palabra, el grito o el llamado de atención.

A mi me parece complejo que el mundo le exige a Messi que haga un equipo y yo me pregunto. ¿Por qué no mejor hacen el equipo y que Messi le ponga el perfume?

Dicho lo anterior siempre he creído que en la política como en el fútbol, el liderazgo no se puede ejercer solo, se necesita un equipo. Si uno se rodea de personas que son mejor que uno seguro llegará más lejos y ese camino, esa carrera, esa trayectoria, se verá más fortalecida.

Ser un excelente jugador no basta, se necesitarán siempre compañeros, amigos y colegas que te ayuden

crear un buen juego, con técnica y táctica, un juego que despierte ilusión, un juego que emocione.

3. CUANDO HABLAMOS DE CONSTRUCCIÓN DE PAÍS NO DEBEMOS OLVIDAR LA IDENTIDAD, EL ORIGEN Y NUESTRAS RAÍCES.

En 1988 cuando empezó todo el proceso, para mi inolvidable, con Atlético Nacional y posteriormente de la Selección Colombia, uno de los retos era conformar un excelente equipo que reflejara una identidad. En ese entonces, lo que hice fue un análisis de lo que realmente pasaba con los jugadores, un diagnóstico del fútbol y de los futbolistas colombianos que para la época teníamos.

Posterior a esto, mi tarea como Director Técnico era resaltar las cualidades que cada uno tenía. Por ejemplo: el costeño, me marcaba los goles o hacía su función y me decía luego “Profe, yo hice lo mío”. El valluno sabía de fiesta, tenía chispa, era técnico. Y el antioqueño me daba orden, equilibrio, eran recios y serios en el juego. Así, armé un conjunto.

Nuevamente digo, más allá de los talentos individuales, el reto es saber conformar un buen equipo, reconociendo las aptitudes y cualidades de cada persona pero a su vez armando un rompecabezas con lo mejor de cada uno para construir una buena sinfonía.

“PARA MÍ, SIEMPRE HA SIDO COMPLEJO HABLAR DE POLÍTICA Y REALMENTE NO ES LO QUE ME APASIONA, SIN EMBARGO, YO HABLO DE CONSTRUCCIÓN DE PAÍS Y ESO ES POLÍTICA”.





“

**SIEMPRE HE CREÍDO QUE EN LA POLÍTICA
COMO EN EL FÚTBOL, EL LIDERAZGO NO
SE PUEDE EJERCER SOLO, SE NECESITA UN
EQUIPO”.**

4. EL DEPORTE COMO HERRAMIENTA DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL.

Cuando me preguntan de política o de políticos debo resaltar a personas que han trabajado desde la política para el deporte, que han entendido que más allá de una actividad deportiva, recreativa o del mundo del espectáculo, el deporte es una herramienta de transformación social. Entendido eso, se nos viene a la cabeza personas como Nelson Mandela quien decía que: “El deporte tiene el poder para cambiar al mundo. Tiene el poder para inspirar. Tiene el poder para unir a la gente de la manera en que pocas cosas lo hacen. Les habla a los jóvenes en un lenguaje que ellos entienden. El deporte puede crear esperanza donde antes solo había desesperación. Es más poderoso que el gobierno en cuanto a romper las barreras sociales”.

Otro gran ejemplo para mi es un gran amigo, el maestro Tabaré Vázquez de Uruguay, quien invirtió siempre en el deporte, en el fútbol, pues entendía que cuando la selección iba bien, el país, y su popularidad subían. La selección de fútbol de un país, cuando da alegrías, el entorno es saludable en todo sentido y cuando todos halan para el mismo lado, el buen ambiente se siente. El deporte tiene la gran capacidad de unir, y más una selección nacional de fútbol. Cuando juega la Selección Colombia todos nos vestimos de amarillo, el de Nacional, Medellín, Millonarios, Once Caldas, Junior o América, el blanco, el negro, el rico o el pobre. Todos somos Colombia.

5. EN EL FÚTBOL Y LA POLÍTICA TODOS SUMAMOS.

Quiero aprovechar estas páginas y esta última reflexión para reiterarles que en el fútbol y la política todos sumamos. Y les traigo acá algunas reflexiones de líderes o ejemplos que así lo demuestran. Empecemos con un técnico de voleibol, Bernardo Rezende, que ha ganado todo. Él dice, que para ganar, se necesita simplemente hacer lo mejor. Un líder es aquel que hace mejor al otro. Por eso, la presencia de un líder es determinante en fútbol y en política.

Creo también que el fútbol y la política están en todo, o si no miren el pasado Mundial. En la selección de Francia, 8 jugadores no eran franceses, la mayoría eran inmigrantes o hijos de inmigrantes, la Selección Francesa reflejaba la diversidad de su país, un país que le ha abierto las puertas miles de personas que han ido en busca de mejores oportunidades para ellos y sus familias.

En este mismo mundial vimos el excelente ejemplo de liderazgo de la Presidente de Croacia, ella estaba en todo, siempre veía a su país jugar y su presencia era imponente en cada escenario. Ella se convirtió en aliciente y referente de todo un país. Esto incluso me lleva a pensar que la presencia de la mujer en el deporte es algo fundamental.

En Rusia por cada tres hombres había una mujer. Ya la mujer no te deja gritar tanto en el estadio, ya la mujer hace que nosotros los hombres seamos menos





impulsivos y agresivos. La mujer a generado cosas muy positivas desde su liderazgo y por ende el rol en la sociedad, el deporte y en la política cada vez es más importante y se debe valorar, respetar y apoyar más.

Finalmente quiero resaltar cada apoyo, cada presencia de las personas en este espacio y en todos los que yo he estado. En cada rincón del mundo que he ido, me encuentro un colombiano, que no sólo reconoce mi labor, sino que reconoce lo que hemos logrado en la historia. Ya no me hablan de Pablo Escobar como hace muchísimos años. La gente empezó a cambiar esos comentarios a través del Pibe y René Higuita, ya hoy ya me preguntan por James, por Falcao y eso me enorgullece. Eso somos los Colombianos.

Francisco Maturana



CICLISMO Y POLÍTICA

“Hoy se puede afirmar que se tiene un enorme potencial: casi un centenar de ciclistas compiten por el mundo y dan una imagen internacional con nuestros ciclistas cuando logran grandes resultados, los medios de comunicación en múltiples ocasiones se refieren a ellos como los embajadores de nuestro país en las carreteras del mundo”.

JULIO ROBERTO GÓMEZ
9 de mayo de 2019

“

**EL CICLISMO A TRAVÉS DE UNA
LARGA TRADICIÓN DE FIGURAS
HA LOGRADO ENTRAR EN LOS
CORAZONES DE LOS COLOMBIANOS”.**





CICLISMO Y POLÍTICA

Ejemplos interesantes de la relación política y ciclismo en varios departamentos de Colombia.

El deporte del Ciclismo en Colombia tiene una especial importancia, por muchos es considerado el deporte nacional, aunque por ley el deporte nacional es el Tejo un deporte autóctono de la región Cundi-Boyacense, pero el entusiasmo por este deporte lo hace uno con un gran arraigo en toda la población. El ciclismo a través de una larga tradición de figuras ha logrado entrar en los corazones de los colombianos.

Desde muy pequeños los niños de Colombia en la década de los años sesenta crecieron escuchando la radio, la proezas de Ramón Hoyos, Martín Cochise Rodríguez, Javier Suarez, Álvaro Pachón entre otros quienes se volvieron los súper héroes de algunas generaciones hace más de cuarenta años.

Las leyendas y la imaginación de los colombianos incorporaron en sus entrañas no solo estos nombres sino como en un proceso mágico se desarrolló una cultura del ciclismo la cual ha producido grandes generaciones de ciclistas de alto rendimiento. Convirtiéndose en una forma de vida de muchos colombianos quienes diariamente salen a las

carreteras a practicar este deporte, por recreación o por salud.

Hoy se puede afirmar que se tiene un enorme potencial: casi un centenar de ciclistas compiten por el mundo y dan una imagen internacional con nuestros ciclistas cuando logran grandes resultados, los medios de comunicación en múltiples ocasiones se refieren a ellos como los embajadores de nuestro país en las carreteras del mundo.

Lo interesante de este proceso son los efectos positivos en nuestra sociedad y la manera como se constituye este deporte en una demanda social que obliga al estado a desarrollar políticas públicas y programas que respondan a las necesidades planteadas por la creciente afición.

Es así como desde hace más de 20 años se han desarrollado diversos programas desde las entidades estatales para el desarrollo y el fomento del ciclismo. Las bondades publicitarias, los medios de comunicación asociados a las transmisiones deportivas y la práctica recreativa han venido creciendo exponencialmente.

HAY ALGUNOS EJEMPLOS INTERESANTES DE LA RELACIÓN POLÍTICA Y CICLISMO EN VARIOS DEPARTAMENTOS DE COLOMBIA.

En el departamento de Antioquia existe el programa de ciclismo Orgullo Paisa, con el objetivo de proporcionar a las jóvenes del departamento oportunidades de tener un proyecto de vida a través de la práctica de este deporte.

El programa tiene una permanencia en el tiempo, su duración no depende de los programas de gobierno, ha permanecido durante muchos mandatos por la importancia y reconocimiento logrado en la sociedad antioqueña.

El equipo desarrolla la imagen institucional de los gobiernos de turno pero mantiene una estructura deportiva con diferentes énfasis en programas de formación, presencia en los grandes eventos deportivos, formación de talentos en las diferentes regiones del departamento, estrategia de marketing social.

Lo cierto es que el ejemplo lo han replicado muchos departamentos en el país y a veces ha suplido la ausencia de la empresa privada en las grandes competencias del país. Esta circunstancia ha permitido crear una estrecha relación entre la política y el deporte del ciclismo.

Si bien es cierto no existe una clara formulación de una política pública alrededor del ciclismo, los diferentes estamentos del estado han desarrollado en la práctica todo un manual de programas permanentes

en apoyo a eventos deportivos, Tour Colombia 2.1, Vuelta a Colombia, Clásico RCN, son en una inmensa parte financiados por agencias del Estado, no solo las entidades dedicadas al deporte, sino alguna de ellas lo hacen como un vehículo promocional, una forma de acercar la comunidad a diferentes programas y proyectos, logrando con esto una mejor recordación institucional.

El progreso y la penetración del ciclismo en la comunidad lo ha vuelto un vehículo muy atractivo en los medios de comunicación, los equipos de marca se funden entre la empresa privada y las agencias del Estado, esta cultura del ciclismo hace que durante estos eventos deportivos, millones de personas se acerquen a las vías por donde transita la caravana, es un carnaval deportivo que da muchísimas posibilidades de mercadeo y publicidad.

En el gobierno de Antioquia encabezado por Luis Alfredo Ramos (2008-2011) se desarrolló un modelo interesante de la relación política y ciclismo. Se patrocinó la Vuelta a Colombia, el Caracol de Ciclismo en pista, el Clásico RCN durante los cuatro años de ese gobierno, además de invertir en las transmisiones de radio y televisión de todas las manifestaciones ciclistas. Igualmente se proyectó el equipo de ciclismo Orgullo Paisa como un equipo profesional de talla mundial.

Estos programas además de los procesos de formación de los nuevos ciclistas, permitió en cabeza del gobernador Ramos y del Gerente de Indeportes Julio Roberto Gómez tener altos niveles de popularidad y reconocimiento a la gestión deportiva.



“SI BIEN ES CIERTO NO EXISTE UNA CLARA FORMULACIÓN DE UNA POLÍTICA PÚBLICA ALREDEDOR DEL CICLISMO, LOS DIFERENTES ESTAMENTOS DEL ESTADO HAN DESARROLLADO EN LA PRÁCTICA TODO UN MANUAL DE PROGRAMAS PERMANENTES EN APOYO A EVENTOS DEPORTIVOS.”



Sin duda se revoluciona en términos de salarios y condiciones la estructura de los equipos de ciclismo: se proyectaron muchísimos ciclistas, como Carlos Betancourt, Sergio Luis Henao, Rigoberto Urán, Fernando Gaviria. Los resultados y la gestión de este proyecto son tomados hoy en día como un gran factor de éxito en los resultados deportivos de este deporte en el País.

Varios Departamentos como el de Boyacá, tienen equipos de ciclismo de marca que compiten a las de las empresas privadas en el país en los eventos ciclisticos. Igualmente algunas ciudades como Medellín han creado proyectos deportivos como el Team Medellín y varias empresas de servicios públicos y de economía mixta desarrollan estrategias comerciales y publicitarias a través de estos equipos de marca.

Esta es una de las formas más comunes de vinculación y relación entre el ciclismo y la política pública, pero existen otros beneficios para la sociedad que se han desarrollado en esta relación.

Estos procesos son los asociados a la salud y la prevención de la enfermedad a través de la actividad física, el ciclismo es una herramienta que permite lograr objetivos importantes en este aspecto, porque se convierte en una forma de movilidad sana, sin afectar el medio ambiente y reducir los grandes problemas que afectan a la comunidad especialmente en las grandes ciudades.

Acá presenciamos un interesante fenómeno con la construcción de los ciclos rutas que han vuelto un estilo de vida en donde la recreación y la vida sana se entrelazan, este es un ejemplo de programas donde se evidencia una fuerte relación entre política y ciclismo.

De otra forma los programas de actividad física encuentran en el ciclismo un excelente vehículo para desarrollar dichos programas y generar hábitos o estilos de vida saludable en la población.

El incremento de aficionados practicando ciclismo en sus diferentes manifestaciones es creciente, se están generando diversas actividades apoyadas por el Estado en su gran mayoría, como ciclo paseos, programados en varias ocasiones por ciclistas reconocidos donde los aficionados encuentran un espacio para compartir con las grandes figuras del ciclismo.

EJEMPLO DE ESTO FUE EL TOUR DE RIGO, CON LA PRESENCIA DE CICLISTAS COMO FROOME.

Las oportunidades que se abren para ampliar la relación de política y ciclismo crecen en sus más variadas expresiones. El turismo, la vida sana, la práctica de una actividad física sana se funden en estos ejemplos.

Por esto creo, estamos a las puertas de presenciar de forma más intensa una relación muy fuerte entre el Estado con sus programas y recursos y las ofertas

de la comunidad deportiva organizada. Gracias a un desarrollo de la actividad ciclística, su auge creciente, los grandes resultados de sus ciclistas en las competencias internacionales están dando luz a una amplia relación, al parecer sin freno de los programas estatales con la comunidad ciclística.

Hoy se pueden afirmar sin lugar a equívocos que el ciclismo hace parte de las demandas sociales de la comunidad en Colombia.

Se deberán -claro está- establecer estrategias y programas desde el Estado que proyecte en forma efectiva esta relación, pero ningún gobernante puede ignorar esta realidad, y seguramente incluirá en sus programas de gobierno el diseño de políticas para proporcionar oportunidades en términos de eventos, vías, espacios de vida sana, patrocinios de equipos y programas de iniciación deportiva en el tema del ciclismo.

Hay frases que escuchamos en el transcurrir diario, como la de: “Nuestros ciclistas le han dado más gloria al país que cualquier político” que nos dice claramente que hoy debemos acercar la política al ciclismo.

Nuestros ciclistas se forman en las veredas de los municipios del país y siempre buscando cómo abrir el camino para llegar a París (sitio donde termina la carrera más importante del mundo, Tour de Francia). Las banderas colombianas al lado de las carreteras por donde van el Tour de Francia, Giro de Italia y Vuelta a España engalanan las carreras y nos reconforta y sentimos el amor de patria viendo pasar a quienes

nos representan como embajadores.

Hoy los que practican la política en el país están dando mucho de qué hablar por temas de corrupción, qué buena oportunidad para que la política pueda facilitarle a nuestros ciclistas el desarrollo de su profesión y a su práctica en todos los niveles de competición. La política puede ser el impulsador de una nueva generación de ciclistas.

El ciclismo mundial está regido por la UCI (Unión Ciclista Internacional) y basado en el orden establecido, es donde los gobiernos municipales, departamentales y nacionales pueden participar activamente en el proceso de incorporar a los jóvenes a la actividad ciclística.

REVISEMOS ESE ORDENAMIENTO QUE TIENE LA UCI:

Estableció para los equipos, diferentes categorías:
Equipos World Tour.
Equipos Profesionales Continentales.
Equipos Continentales.
Equipos Regionales.
Equipos de clubes.

Hoy tenemos 18 equipos World Tour y estas licencias son entregadas a personas, entidades, asociaciones o sociedades, estos equipos deben tener como mínimo 23 ciclistas en sus nóminas. En estos equipos élites tenemos la presencia de 19 ciclistas.





Los equipos Profesionales continentales deben tener 16 ciclistas como mínimo en su nómina, existen 24 equipos y uno de ellos es patrocinado por Manzana Postobón (equipo integrado sólo por colombianos). Francia es el país que más equipos tienen, con 5. Le siguen Bélgica e Italia 4, España y Estado Unidos. Aquí es donde vemos la penetración que tienen los países en el circuito mundial. En esta categoría están los 16 ciclistas colombianos de Manzana Postobón y 9 ciclistas en 6 equipos europeos.

Los equipos continentales deben tener en sus nóminas de 8 a 16 ciclistas, ante la UCI están inscritos 177 equipos con presencia en 52 países de los cuales 7 son equipos colombianos. China tiene 11 equipos, Alemania y Japón tienen 9 equipos, seguidos por Portugal e Italia con 8. En esta categoría tenemos 107 ciclistas colombianos inscritos ante la UCI y de estos, 86 son de los equipos colombianos.

En Europa, las categorías inferiores están bien estructuradas, lo que no ocurre en Colombia, cuando los ciclistas jóvenes no ven oportunidades en los equipos de nuestro país, deben hacer un gran esfuerzo y emigrar a esta categoría de equipos y hemos podido establecer que hay aproximadamente 30, con edades inferiores a 23 años. A propósito, los equipos continentales de nuestro país contratan en su gran mayoría a ciclistas experimentados y el resto son menores de 23 años. Cuando hay carreras, es muy poca la participación que tienen los ciclistas menores de 23 años. Allí existe un vacío, porque no hay un calendario tan nutrido para esta categoría, como si lo hay en Europa.

Después vienen los equipos regionales, en donde las administraciones municipales o departamentales apoyan a estos ciclistas, en este caso, menores de 23 años y son enviados a competir en las carreras nacionales programadas por la Federación Colombiana de Ciclismo o por las ligas de ciclismo departamentales. En nuestro caso el departamento de Antioquia a través de la administración regional viene patrocinando desde 1.993, siempre con el interés de tener en sus filas ciclistas que pertenezcan a la región y para ello han establecido apoyos en los sitios donde más proliferación de ciclistas existen, logrando el crecimiento deportivo de muchos de ellos que han venido escalando en ese orden establecido por la UCI, hoy tenemos varios ciclistas que están en equipos World Tour. Hay otros departamentos que han querido emular el ejemplo del departamento de Antioquia, pero, no ha existido una voluntad política para que esto exista. El equipo recibe el nombre del Orgullo Paisa, siendo un equipo continental, con categorías inferiores.

El Orgullo Paisa, comenzó como un programa, con la base de escuelas de ciclismo, que siempre ha tenido como objetivo fomentar la práctica del ciclismo y desarrollar actividades que contribuyan con la formación de todos los ciclistas de todas las categorías: élite, sub-23, juvenil y pre juvenil, los recursos para el equipo se proveen a través de INDEPORTES Antioquia, que funciona como una secretaría del deporte, que recibe aportes de las empresas del departamento, como la Fábrica de Licores de Antioquia, IDEA, Lotería de Medellín y de la Gobernación como tal.



“

**LAS OPORTUNIDADES QUE SE ABREN PARA
AMPLIAR LA RELACIÓN DE POLÍTICA Y
CICLISMO CRECEN EN SUS MÁS VARIADAS
EXPRESIONES. EL TURISMO, LA VIDA SANA,
LA PRÁCTICA DE UNA ACTIVIDAD FÍSICA
SANA SE FUNDEN EN ESTOS EJEMPLOS.”**

Cuando un equipo como el Orgullo Paisa, tiene una licencia continental, le acredita para correr en el exterior y esto significa, que el equipo trasciende, donde los sueños de los ciclistas de cruzar fronteras, se les va cumpliendo.

Según los gobiernos de turno, siempre se vuelve en una incógnita su continuidad, como ocurrió en el 2012, por un recorte presupuestal, que al final se pudo resolver. La voluntad política es muy importante como el de crear conciencia de tener un equipo que represente a la región en un deporte que a través del tiempo, es uno de los de mayor reconocimiento mundial.

En el 2014, se autorizó una plantilla de 18 ciclistas, diez de ellos élites y ocho en la categoría sub-23, se le retiró el patrocinio a juveniles y pre juveniles. Se sumaron al movimiento “por un ciclismo ético”, que busca proteger la salud del deportista y promover el ciclismo basado en valores por una competición en condiciones de juego limpio y libre de dopaje, de manera que se contribuya con el crecimiento y la educación de los deportistas de alto rendimiento. Esta es una gran preocupación, porque nuestros jóvenes, se dejan convencer en utilizar sustancias prohibidas para obtener un mayor rendimiento, “recortando” el camino para obtener los mejores resultados, pero con trampa y arriesgando la salud.

El equipo sigue presentándose como la plataforma para que sus integrantes lleguen a los más importantes equipos europeos. Este equipo regresa a la categoría continental en el año 2015, después de

estar tres años desvinculados (voluntad política).

Un departamento ciclista como lo es Boyacá, no tiene un equipo continental y como en todas las administraciones sin una voluntad de tener un equipo permanente, que los represente. Muchos de los mejores ciclistas del departamento, han terminado vinculándose a equipos de otras regiones.

Por la gran acogida que tiene el ciclismo de ruta, en el que nos hemos destacado, hay grandes oportunidades de organizarnos y que las administraciones se vinculen en forma directa, fomentando la base en diferentes categorías, patrocinar a los clubes organizados que compitan a nivel regional y tener el patrocinio de equipos juveniles, sub-23 y élites a nivel amateur, con miras a tener un equipo continental.

Las administraciones deben procurar por establecer el desarrollo de deportistas de alto rendimiento y el ciclismo es un deporte, que por las condiciones de nuestros deportistas, más rápido llegan.

La participación activa de cada uno de nosotros, podemos ayudar a determinar políticas que conlleve a que nuestros ciclistas tengan el camino expedito para llegar a lo más alto, como lo ha hecho Nairo Quintana, que es nuestro mayor referente en los últimos años.

Nuestros ciclistas menores de 23 años con condiciones, han tenido que emigrar a Europa porque en nuestro país no hay un calendario que les permita competir con frecuencia, van a España, Italia o Francia con

calendarios llenos de esta clase de competencias durante el año y quienes terminan haciendo un gran esfuerzo en enviarlos son sus padres.

Tenemos una gran riqueza en nuestros ciclistas, pero una estructura muy débil por falta de recursos para sostener a un ciclismo pujante y con una gran proyección mundial.

¡LA POLÍTICA MÁS EL CICLISMO, PUEDE SER UNA COMBINACIÓN PODEROSA EN COLOMBIA!



CAFÉ Y POLÍTICA ▶▶▶

“Creo en la presencia de la política en todas las actividades que ejecutemos, pero políticas referentes a cada empresa o actividad como una forma del individuo hacer parte de nuestra sociedad, aportando para la construcción de nuestra vida como ciudadanos, como integrante de una familia como padre y esposo. Como ciudadano que espera mejorar la organización de la cual hago parte”.

LUIS BERNARDO MORENO
31 de julio de 2019

“

**ES EL CAFÉ, LA ACTIVIDAD QUE
PRIVILEGIAMOS PERO TAMBIÉN LA
VIDA ME PUSO EN EL CAMINO DE
LA POLÍTICA PARTIDISTA Y RESULTÉ
ELECTO ALCALDE, SIN HABERLO
PENSADO ANTES, TRATÉ DE HACERLO
COMO SIEMPRE: LO MEJOR POSIBLE”.**





CAFÉ Y POLÍTICA

Soy caficultor propietario desde 1.984 a la fecha y tuve la oportunidad de ser el alcalde de mi municipio, Ciudad Bolívar (Antioquia) en el periodo 2012-2015; por ello, anticipo la palabra café a la de política por orden cronológico y no por la importancia más de una u otra de las actividades o desempeños.

Creo en la presencia de la política en todas las actividades que ejecutemos, pero políticas referentes a cada empresa o actividad como una forma del individuo hacer parte de nuestra sociedad, aportando para la construcción de nuestra vida como ciudadanos, como integrante de una familia como padre y esposo. Como ciudadano que espera mejorar la organización de la cual hago parte.

Fue mi abuelo materno: Bernardo Vargas Herrera., quien me dio la orientación inicial sobre cómo tratar de ligar estas dos situaciones (la política y el café), su pasión era la caficultura, por encima de otras actividades agropecuarias o comerciales como la ganadería o las ventas de artículos propios de un almacén que hacían parte del desarrollo económico de nuestro pueblo, hizo parte de directorio político afín a su pensamiento (liberal), el café era y sigue

siendo nuestra forma de vida porque se volvió parte de nuestra idiosincrasia, la actividad y principal renglón económico de la época.

Es el café, la actividad que privilegiamos pero también la vida me puso en el camino de la política partidista y resulté electo alcalde, sin haberlo pensado antes, traté de hacerlo como siempre: lo mejor posible, solo que combinar acertadamente: CAFÉ Y POLITICA, no es fácil y si además incluimos a los ciudadanos, los cuales en su mayoría son muy demandantes (por necesidades o por ley), tiene por obligación, el mandatario de turno, que hacer una muy buena combinación de todas las habilidades y conocimientos que estén a su alcance y saber oírlos.

Privilegiando el café como motor de mi vida productiva económicamente hablando. Pienso en la importancia de LA POLITICA en la caficultura y la verdad es que está inmersa en las administraciones de todos estos pueblos cuyo motor económico es el CAFÉ. La interrelación del gobierno municipal con la institucionalidad cafetera, depende mucho de la buena relación o afinidad política con el mandatario de turno, y si bien me tocó estar con

dos representantes diferentes, con uno se hizo una programación amplia económicamente muy participativa, a veces los porcentajes variaban de lo común que es el 50- 50 como aporte económico y se aportaba según los recursos disponibles de cada institución, pero siempre con voluntad política y gremial. Lo aprendido en familia, fue una base muy importante para el posterior desempeño como administrador de lo público. Lo aprendido como funcionario público, lo sumo a lo privado.

Entiendo la política, como el arte de SERVIR, y tener el poder de ser el administrador del municipio, me mostró, en la escala que corresponde, todo lo que tiene de importancia EL CAFÉ, en la vida municipal. Se toman decisiones a diario basadas en la relación estrecha con el producto soporte de la economía no solo municipal sino también regional (suroeste).

En la historia de Colombia, el café, llegó a representar entre el 60 y el 80% del PIB de la economía nacional –década del 60– y ahora estaremos en 4° o 5° renglón de la economía nacional, pero seguimos siendo el 1° en el sector agropecuario y ello, nos hace importantes para cualquier toma de decisiones en el ámbito político. Desde la creación de la institucionalidad: FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS (F.N.C.) por parte de varios caficultores y del gobierno de turno en 1.927, se ve la influencia del sector hasta hoy, 92 años después y como a pesar de las plagas, del clima adverso, de precios por debajo del costo de producción, de plagas y enfermedades, de los diferentes administradores tanto gubernamentales como gremiales, hemos cohabitado con todos y cada

uno de ellos, desarrollando o aportando al bienestar de nuestros pueblos.

Seguimos siendo importantes como antes, importantes para el desarrollo del país y si bien ya no somos un estado dentro del estado, si participamos y somos tenidos en cuenta por cualquier gobernante. Los ciudadanos nos vemos en la necesidad de trabajar en forma grupal (colectiva) para hacer más fácil el desarrollo de los planes y proyectos pero a la vez, a los gremios, asociaciones, cooperativas y otras tantas asociaciones, pensamos que los encargados de administrar lo público, deben hacer sus administraciones, en el tiempo que lo determine su periodo y trabajar mancomunadamente con los diferentes estamentos políticos con los gremios o instituciones y EL CAFÉ, y su institucionalidad, lo ha tenido siempre presente.

Para un alcalde llevar a cabo con éxito su plan de desarrollo, debe tener en cuenta las ideas, proyectos y recursos del gremio cafetero y de los caficultores en forma individual (mano de obra informal) y aunque en los estatutos de algunas cooperativas, está prohibido hacer parte de la política local, departamental y nacional) se mandan razones por interpuestas personas, para poder tener ese nexo y lograr esa alianza estratégica, cumpliendo con los requisitos de cada momento para lograr ese cometido de mejora y bienestar en los ciudadanos.

Les recuerdo que hasta hace muy poco, cinco o tal vez unos años más, el gremio cafetero aportaba hasta el 100% de dichas obras públicas, pero debido

“PIENSO EN LA IMPORTANCIA DE LA POLITICA EN LA CAFICULTURA Y LA VERDAD ES QUE ESTÁ INMERSA EN LAS ADMINISTRACIONES DE TODOS ESTOS PUEBLOS CUYO MOTOR ECONÓMICO ES EL CAFÉ”.





a los malos precios del café, malos manejos de los recursos, las directrices de la institucionalidad cafetera determinaron aportar o mejor cofinanciar las obras y tener priorización según el caso. La dinámica de la globalización y lo volátil del precio de nuestro producto: EL CAFÉ, precio el cual no manejamos, nos hace pensar en una reestructuración de la institucionalidad basada en los caficultores y no en los gobiernos.

**EL CAFÉ ES DE LOS CAFICULTORES.
RESPETÉMOSLOS.**

Luis Bernardo Moreno



CAFÉ Y POLÍTICA ▶▶▶

“El arraigo del café en nuestra cultura es inmenso e innegable, y es algo que compartimos con todo el mundo. Desde los comienzos del colonialismo el café ha sido, al igual que el té, una bebida de pensadores; y en nuestra época, recurrimos a sus mágicos poderes en la mañana buscando en él energía”.

LUCERO VILCHEZ
31 de julio de 2019

“

EL CAFÉ CREA UN NEXO ENTRE LAS
PERSONAS EN TODO EL MUNDO
TRAYÉNDONOS CON SU CALIDEZ UN
ACERCAMIENTO ENTRE NOSOTROS
MISMOS.”





CAFÉ Y POLÍTICA

El cambio de una paradoja sobre nuestro café

Es extraño pensar que, en Colombia, teniendo uno de los mejores cafés del mundo, por muchas décadas los colombianos no supiéramos tomar café. Tomamos cafés preparados en una greca o café instantáneo. ¿Por qué lo hacemos teniendo tan buen café?

Un par de razones culturales saltan a la vista, la primera es que el colombiano, desde hace unas décadas, influenciado por la globalización y el estilo de vida occidental, se ha volcado a la inmediatez. Esto se traduce directamente en un reflejo de la gastronomía, un ejemplo claro es el asado, donde una gran mayoría de colombianos prefiere cortes delgados en mariposa, previamente aliñados y asados a fuego alto para que estén lo más pronto posible. Muy al contrario del aprovechamiento de un corte grueso a fuego lento donde se disfruta de un verdadero sabor para aquellos conocedores del asado. Lo que este ejemplo nos demuestra, es la gran necesidad de inmediatez del colombiano, y una explicación parcial de porque el café instantáneo es uno de los más vendidos en el país.

El segundo factor cultural, se encuentra determinado

en el principio erróneo del colombiano que siempre ha creído que el valor externo que predomina sobre el valor interno de una nación. Representaciones culturales tales como la de “sacar la vajilla solo para la visita” se traducen en la escala macro cultural, a que el colombiano saque de sus despensas lo mejor para mostrarlo al exterior, al extranjero y se quede con lo cotidiano de menor calidad para su uso diario.

Esta paradoja en la que poseemos el mejor café, pero nos tomarnos el de menor calidad, ha comenzado a disiparse como las nieblas cuando llega el sol del verano. Ahora, muchos caficultores están apostando al mercado interno con productos de calidad, que no solo cumplen con los estándares de calidad internacional, sino que también están creados con la intención de potencializar matices y sabores basados en las condiciones en las que se siembra, complementado con sus sabores con cultivos adyacentes para traer al café un extra, con el que podemos degustar el rango inmenso de posibilidades para nuestro paladar.

Usar nuevos métodos de extracción como la prensa

francesa, moka pot, aeropress, chemex, etc. Hacen que se facilite la apreciación del café en una nueva dimensión, lejano a las grecas del pasado, donde no se controlaba ni la calidad del agua o la temperatura que requemaban el producto hasta hacerlo irreconocible. Los métodos de ahora crean una experiencia más cercana con los granos y cosechas específicas que los nuevos productores nos proponen para el consumo interno.

Es en la cocina donde hay un gran reto para apropiarnos del café, no solo como bebida sino como ingrediente; pues el café, posee una presencia muy dominante que requiere de experticia a la hora de ser incluido en las preparaciones culinarias, al ser un producto tan aromático, suele ser invasivo en las preparaciones y llegar a balancear su acidez requiere de gran creatividad y conocimiento culinario para que no compitan con el café y sus alcances.

Es entonces que encontrar productos que se complementen muy bien con el café, es fundamental para llegar a ese balance perfecto de sabores, productos que han estado en nuestra tradición ancestral son en un comienzo la respuesta a lo que buscamos en pro de ese balance. Existe una alianza legendaria de la panela con el café, se puede usar para balancear los sabores de ambas partes, y porque no, crear una receta con carne de cerdo, aprovechando su neutralidad, enriqueciéndola con estos sabores de la panela y nuestra estrella colombiana, el café.

La magia que se crea llevando el café a la cocina, no solo como bebida sino como ingrediente es que éste

genera una potente sinergia con otros productos de nuestro país, como el maíz, el plátano o con el banano en el caso de los postres. Es una misión del cocinero, el chef colombiano encontrarle nuevos horizontes a este producto, aprovechando su versatilidad al poder ser trabajado no solo en bebidas frías o calientes, sino que se pueden crear recetas dulces y saladas. Sin olvidar que de este producto se pueden crear licores desde cremas de café, hasta rones y whiskies, que serían de mucho agrado a una población que cada vez demanda más innovación en sus productos de consumo.

Depende de la experticia, creatividad y amor por el café colombiano, que se creen nuevos productos nuevas recetas y nuevas interpretaciones que redimensionen el panorama mundial del café, esta vez comenzando desde el interior para llevando lo nuevamente a fuera, donde es reconocido y apreciado por todos.

Nos surgen entonces algunos cuestionamientos, una pregunta clara salta a la vista acerca de ¿cómo se creería que un “boom” del café premium, puede llegar a ser recibido en Antioquia?

Para responder a esta pregunta, debemos de considerar parte del panorama local de la producción del café. Es importante mencionar que el café siempre ha estado controlado por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, quién es la que establece estándares de calidad y se le paga al caficultor según estos parámetros. Es por esta razón que tenemos un muy buen café, pero también la razón por la que pocos caficultores se arriesgan a cultivar un





café premium, pues en muchas temporadas han cosechado y vendido a pérdidas con el producto que ahora poseemos.

Parece increíble pero así es, nuestros caficultores pasan por frecuentes temporadas en pérdidas, simplemente porque el precio internacional del café baja y la Federación solo puede comprarlo a un valor inferior a los costos de producción. Este temor de crear, invertir y cosechar algo que se encuentre mucho más arriba de nuestro ya alto racero de calidad, impide que muchos caficultores se aventuren a crear un café premium solo para que les sea comprado como un café de estándares normales y volver a tener pérdidas.

Pero el antioqueño, el caficultor en general viene de una raza de arrieros, personas culturalmente valientes que se abrieron camino por nuestras montañas en épocas duras y difíciles, y ese valor sigue intacto corriendo por nuestras venas, y es por ello que existe otro punto de vista más positivo en aras de un auge del café premium en Antioquia.

El punto positivo es que ya las bases para que este boom suceda, están comenzando a emplazarse. Algunos emprendedores han decidido comenzar a cultivar y desarrollar café de sobresaliente calidad para venderlo internamente en sus propios establecimientos.

Claramente este es el comienzo de lo que se viene, una ola de turismo centrado en el café, donde al turista y al ciudadano local, se le puede ofrecer no solo una muy buena experiencia tomando café, sino también,

llevarlo de visita a fincas cultivadoras mostrándole el proceso desde su base. Esto crea un desarrollo de marcas propias y una exposición de la cultura cafetera que nos vendría muy bien para mostrar lo que realmente somos, una cultura emprendedora y trabajadora.

El arraigo del café en nuestra cultura es inmenso e innegable, y es algo que compartimos con todo el mundo.

Desde los comienzos del colonialismo el café ha sido, al igual que el té, una bebida de pensadores; y en nuestra época, recurrimos a sus mágicos poderes en la mañana buscando en él energía, también es un aliado en las jornadas laborales o de estudio, pero además es un amigo en que nos brinda la excusa perfecta para proponer un negocio o el querer conocer a alguien. El café crea un nexo entre las personas en todo el mundo trayéndonos con su calidez un acercamiento entre nosotros mismos, el café es nuestra pócima contra la soledad, a la vez que nuestro combustible para producir y funcionar como sociedad.

ENTONCES, ¿CÓMO SE APROVECHA HOY EL CAFÉ EN LA COCINA?

Lo primero que debemos considerar es la adaptación del producto al gusto local. Así como la comida mexicana no es tan picante en otros países. De la misma manera el café debe de adaptarse al gusto particular de las regiones. Recetas como el capuchino

expreso con crema, son de un toque más fuerte y concentrado originalmente, pero en la región se toma un poco más suave, pues estamos acostumbrados a los cafés más livianos. Lo que condujo a una transformación de la receta original para que pudiera ser consumida (y vendida) en los puestos de café.

El café como ingrediente está llamado a ser un elemento adaptable y aprovechable en la cocina, pues además de ser una bebida, poco más se ha explorado con él. Claramente en esta ausencia se encuentran oportunidades para experimentar, para crear y para expandir la cocina a nuevos horizontes. Hay una oportunidad de incluir al café en nuestros recetarios tradicionales, extrapolarlo del plano de las bebidas y hacer de él algo más.

Un boom del café premium haría de esta región, una plataforma que no solo nos traería turismo de calidad, sino que abriría un laboratorio de oportunidades a aquellos que vean al café más que como un producto, que lo vean como un modo de vida. La ausencia de este tipo de café en el mercado no se debe ver como un factor desmotivador, se debe ver como nuestros arrieros vieron nuestras altas y duras montañas. Ellos sonrieron y caminaron hacia ellas para hacerlas su hogar.

RECETAS CON CAFÉ

BLONDIE, DECORADO CON MERENGUE SUIZO DE CAFÉ Y CREMA BATIDA.

Para el Blondie:

Ingredientes:

- Cobertura de chocolate blanco 150 gr
- Mantequilla 100 gr
- Azúcar 170 gr
- Huevos 2 und
- Sal 2 gr
- Harina 200 gr
- Polvo de hornear 1 gr
- Chips de chocolate negro 100 gr
- Nuez 100 gr

Preparación:

1. Crear la mantequilla con el azúcar y luego agregar el huevo de uno en uno
2. Derretir el chocolate blanco y agregarlo a la mezcla anterior
3. Adicionar los demás ingredientes secos y finalizamos con los chips de chocolate y macadamia
4. Llevar a uno horno a 170 grados por 25 min aproximadamente

Para el merengue suizo de café:

Ingredientes:

- Claras 80 gr
- Azúcar 160 gr
- Café instantáneo 5 gr





Preparación:

1. Mezclar las claras y el azúcar y llevar a cocer a baño maría hasta alcanzar una temperatura de 45 grados o hasta que la azúcar no se sienta
2. Llevar a una batidora y agregar el café instantáneo, empezar a batir hasta que tenga una consistencia firme (punto de pico).

Para la crema batida:

Ingredientes:

- Crema de leche o crema vegetal 400 gr
- Azúcar glass si es necesario

Preparación:

Batir la crema hasta que tenga una textura firme.

LIMONADA DE CAFÉ

Ingredientes:

- 1 unidad de limón Tahití
- 50 cc agua mineral
- 40 gr azúcar
- 30 ml café expreso

Preparación:

1. Lavar el limón y cortar retirando los polos y el centro
2. Licuar con el agua, el azúcar y el hielo, servir y

agregar el café espresso

3. Decorar el vaso con rodaja de limón.

Lucero Vilchez

RELIGIÓN Y POLÍTICA



"Dicha influencia recíproca entre religión y política ha llegado al extremo de cambiar en algunos casos el rumbo político y teológico de algunos estados".

BERNARDO GÓMEZ C.
13 de agosto de 2019

“

LA ESPIRITUALIDAD NO DEBE ENTENDERSE COMO UN DOGMA DE FE, NO ES PATRIMONIO DE NINGUNA RELIGIÓN, LA DIMENSIÓN ESPIRITUAL ES ANTE TODO UN DATO ANTROPOLÓGICO”.





RELIGIÓN Y POLÍTICA

Es indudable el vínculo relacional entre lo religioso y lo político que se evidencia a lo largo de la historia de la humanidad, relación que ha dejado huellas imborrables en la cultura y en la sociedad y que ha influido y continúa influyendo en la toma de decisiones de poder (Duch, 2014). Dicha influencia recíproca entre religión y política ha llegado al extremo de cambiar en algunos casos el rumbo político y teológico de algunos estados. Como ejemplo se puede citar el caso de Enrique VIII Rey de Inglaterra el cual tuvo su reinado en pleno siglo XVI, época de grandes aires reformistas, dicho soberano con el interés de liberarse de su compromiso marital con Catalina de Aragón, princesa española, exigió al papa la nulidad matrimonial para casarse con su amante; en vista de la negativa de Roma, promovió un cisma que forzó la fundación de una iglesia nacionalista la cual terminaría regida por el propio monarca. Es así como lo que comenzó como una disputa política y no teológica terminó originando profundas consecuencias tanto religiosas como políticas. (Comby, 1993)

Thomas Mann citado por (Duch, 2014) afirma “Desconocer la unidad del mundo significa considerar que religión y política son cosas completamente

distintas, que nada tienen ni tendrán que ver la una con la otra. La verdad, sin embargo, es que sin cesar se intercambian entre ellas el vestido.” (p.11)

A diferencia de los animales los seres humanos se caracterizan no solo por habitar en territorios geográficos, viven además inmersos en un mundo lleno de símbolos y significados profundos que les proveen de formas y contenidos tomados a su vez de los grandes meta relatos de carácter político, jurídico y religioso que les permiten tener un fundamento y el sentido necesario para vivir y trascender. (Duch, 2014)

Con respecto a esto Viktor Frankl citado por (Lucas, 2008) indica que el ser humano es ciertamente un animal, no obstante, es superior a estos ya que posee la dimensión humana; dicha dimensión lo hace radicalmente distinto a los demás seres, concibiéndolo en él la capacidad de formular constructos que dan significado a su entorno y la facultad de autotranscendencia, en estas dos cualidades radica lo distintivamente humano.

Es justo esta singularidad lo que hace posible que el hombre se eleve por encima de su instintivo egoísmo e interés particular y dé el paso a la esfera de lo político, generando en él dos elementos, el primero la

conciencia de lo público y el segundo la preocupación por el bienestar de los otros, en definitiva, la búsqueda del bien de la polis (Gallego, 2017). En esta misma lógica la dimensión espiritual empuja al hombre a la práctica religiosa que no es otra cosa que un esfuerzo por encontrar sentido y trascendencia que desemboca de nuevo en la búsqueda del bien, pero ahora basado en un postulado de fe originado en la revelación divina.

En referencia a la dimensión humana encontramos la afirmación de (Torralba, 2010) quien considera que es a través de esta peculiar dimensión que el hombre posee inteligencia espiritual, la cual le faculta para acceder a los más hondos significados de la existencia y lo lleva a preguntarse sobre el sentido y el fin de su vida, permitiéndole encontrar respuestas creíbles y razonables. Por tanto, concluye el mismo autor: “la espiritualidad no debe entenderse como un dogma de fe, no es patrimonio de ninguna religión, la dimensión espiritual es ante todo un dato antropológico”. En este mismo raciocinio (Comte-saponville, 2006) en su libro El alma del ateísmo pone en evidencia que las religiones pertenecen más al hombre que a la misma divinidad que profesan, por lo cual asegura: “Si Dios existe es trascendente. Las religiones forman parte de la historia, la sociedad y el mundo (son inmanentes).” (p.19) El autor abre el debate y plantea que es posible una espiritualidad sin Dios o mejor aún una espiritualidad liberada de lo religioso. Partiendo de este postulado y haciendo un paralelo entre política y religión cabe preguntarse ¿será también posible una política sin religión y una religión sin política? ¿qué tan conveniente es

que religión y política caminen de la mano? ¿Son irremediablemente inseparables? o ¿son en esencia lo mismo? ¿es posible delimitar una frontera? Y de ser así ¿cuál será la manera de hacerlo?

Es a propósito de estos interrogantes que ofrecemos el presente documento en el cual se encuentran expresadas diferentes opiniones sobre el tema, basadas en tres cosmovisiones distintas:

La primera visión expresada por Yeyron Valencia escritor y periodista, denota escepticismo y cierta prevención por lo religioso, en su presentación argumenta: “religión y política deben separarse y estar lejos la una de la otra”, funda su opinión en lo que a su parecer ha sido nefasto para la democracia de los pueblos el maridaje institucional entre religión y política.

La segunda no menos radical por parte de Memo Anjel, reconocido profesor universitario, de identidad judía el cual se define a sí mismo “no muy practicante” cree firmemente en la indisolubilidad de la religión y la política planteando que son lo mismo: “nos bajamos del altar para llegar a la palestra, pero los intereses humanos, las formas de crear sociedades, todo eso sigue en plena discusión”

La tercera visión un poco más conciliadora y universal propia del catolicismo maduro, curtido por el trasegar de la historia, que le ha permitido a la iglesia de Roma perdurar en el tiempo, representada por el sacerdote católico Carlos Arboleda destacado teólogo de la Arquidiócesis de Medellín.

El presente documento es el resumen de un interesante dialogo académico que permite vislumbrar el fascinante entramado de dos mundos que se entrelazan, se encuentran y se repelen al mismo tiempo, dando cabida al dilema ¿cuándo y de qué manera la religión hace uso de la política? y ¿cuándo y de qué formas lo político hace uso de la religión?

BIBIOGRAFÍA

Comby, J. (1993). Para leer la historia de la Iglesia . Navarra, Navarra , España: Verbo divino .
Comte-saponville, A. (2006). El alma del ateísmo . (J. Terré, Trad.) Barcelona, España: Paidós .
Duch, I. (2014). Religión y política. Barcelona: Fragmenta editorial.
Gallego, J. (2017). La pólis griega, orígenes, estructuras, enfoques. Buenos Aires , Argentina : Facultad de filosofía y letras (UBA).
Lucas, E. (2008). Viktor E. Frankl, el sentido de la vida . (B. M. Carrillo, Trad.) Barcelona , España: Plataforma editorial .
Torralba, F. (2010). Inteligencia espiritual. Barcelona, España: Plataforma editorial.

RELIGIÓN Y POLÍTICA



“La intimidación, el temor y la masificación, son los mejores métodos de control social, y la política y la religión los instrumentos ideales para desarrollarlo”.

YEYRON VALENCIA
13 de agosto de 2019

“

LA REALIDAD HISTÓRICA MUESTRA
CÓMO LAS SOCIEDADES SE HAN
DESARROLLADO EN UNA LUCHA
DE FUERZAS INCLUSO VIOLENTAS,
DONDE CADA UNO QUIERE IMPONER
SU VERDAD COMO ABSOLUTA Y LA
PROPIA EXPLICACIÓN DE LA VIDA,
EN UN AFÁN DESQUICIADO DE
DOMINACIÓN”.





RELIGIÓN Y POLÍTICA

La relación entre política y religión

LA EXISTENCIA HUMANA GIRA ALREDEDOR DE DOS NECESIDADES INHERENTES A SU CONDICIÓN:

1. La necesidad de entenderse para trascender su propia naturaleza y la animalidad propia que le compone.
2. La necesidad de resolver su vida en sociedad.

Estos dos componentes han hecho que el hombre haya encontrado la manera de responder a dichas necesidades a través de la religión y la política masificando una única manera dado a que el hombre entiende también que las propias necesidades son a su vez las de otros.

En conciencia sobre esta fragilidad humana, algunos descubren que la manera ideal de mantener la concentración de poder desde un mismo núcleo, es configurando la relación perversa entre religión y política; una relación encaminada a mantener esfuerzos para ganar terreno en la lucha histórica por el dominio de unos sobre otros, allanando la intimidad y persuadiendo la libertad, imponiendo ideas y maneras dogmáticas de entender la vida.

Así mismo, esta perversión se propone en resolver tanto las preguntas de origen existencial, hasta la manera de comportarse en el tránsito por la vida; todo desde una cosmovisión religiosa que masifica y establece cánones sociales y políticos, teniendo como principio fundamental y base de la estructura de poder, la relación entre lo divino y lo humano.

Aunque la expresión de la dimensión espiritual es del fuero íntimo; la relación entre política y religión permite violar dicha intimidad para entrar a gobernar en el pensamiento y determinar desde allí el comportamiento

individual. Esto ha creado un terreno fértil para que el fuero íntimo y la necesidad de resolver lo espiritual, sea utilizado por unos sobre otros con fines materialistas y reduccionistas del Ser, permitiendo privilegios reservados para un “Estatus Quo” de la sociedad.

La intimidación, el temor y la masificación, son los mejores métodos de control social, y la política y la religión los instrumentos ideales para desarrollarlo. Por ello, en la medida que ambos instrumentos permanezcan unidos, la capacidad del “Status Quo” que goza de privilegios notablemente diferenciales sobre la masa, será de mayor alcance y permanencia.

DESARROLLO DEL MÉTODO

La naturaleza humana está compuesta por diversos acontecimientos que van configurando la manera de ser, pensar, actuar y relacionarse consigo mismo y con los otros. Esta realidad combinada con la imposición del sistema, determina las necesidades cotidianas del hombre. Es así que la mejor manera que encuentra el instrumento de la religión y la política para posicionarse como gobernante de la intimidad, es hablando desde el lenguaje de las necesidades cotidianas, que aunque no las resuelve de fondo, al menos ofrece una vaga esperanza, imponiendo desde allí códigos de comportamiento, respuestas absolutas presentadas como verdades irrefutables, estilos de vida y maneras de pensarse desde una religiosidad moralista que castra la libertad del pensamiento diferencial, hasta el punto de hacer germinar en la persona sentimientos de vergüenza y

rechazo hacia su propia naturaleza.

Esta condición es una usurpación a la intimidad que en conocimiento de esa fragilidad humana, cabalga en la mente, valiéndose de los problemas cotidianos, de las necesidades existenciales, emocionales y de las mismas miserias que componen al hombre, para así colonizar con fines cosificadores, masificadores, reduccionistas y utilitaristas.

Por esta razón, el gran enemigo de ambos instrumentos (política y religión), es la educación crítica y el fortalecimiento de la ética, porque en la medida en que crece la educación crítica y humanista sin intervención de la religión o una ideología política, crece la conciencia de sí mismo y del otro, la convicción del respeto y el valor de la vida en todas sus expresiones y con ello la consideración humana.

EL IDEALISMO

La existencia tiene múltiples maneras de entenderse y así mismo de interpretarse, y tan diversa y compleja es la naturaleza del hombre, como las explicaciones que podemos encontrar de todo cuanto existe. Así las cosas y por sentido común no es posible responder de manera universal a la pregunta del origen de las cosas y menos estandarizar el camino a la trascendencia. Entendido de esta forma, la religión debe limitarse a cumplir el papel de su quehacer en la vivencia de sus dogmas, con sus seguidores y en su labor espiritual manteniendo prudente distancia del ejercicio político.

A su vez, la política debe tener como principio rector la justicia y el servicio para todos, sin discriminación en su condición, manteniendo como fundamento el respeto por la diferencia y la diversidad en la aplicación de los derechos fundamentales por la vida, la libertad y el respeto a la intimidad y desde allí, la construcción de consensos que contribuyan al respeto por el otro y la vida en sociedad.

Ambas deben permanecer en su esencia, independientes y con la ética de su ejercicio sin valerse de las debilidades humanas para crecer y fortalecerse o servir exclusivamente a un séquito.

La realidad histórica muestra cómo las sociedades se han desarrollado en una lucha de fuerzas incluso violentas, donde cada uno quiere imponer su verdad como absoluta y la propia explicación de la vida, en un afán desquiciado de dominación. Es así que parte del método se perfecciona descalificando la diferencia, porque el otro diferente es visto como una amenaza más no como una oportunidad para aprender y crecer.

Entonces, para ambos el fundamento compartido debe ser el reconocimiento de la diversidad y el respeto a la libertad. En la medida que esto sea entendido y superado, el devenir social deberá estar enmarcado desde la educación, la superación colectiva, la solidaridad y la construcción de una sociedad donde prime la fraternidad y las relaciones amor.

Con estos presupuestos y alejados de la perversidad

de querer imponer al otro una única forma de pensar y una única manera de vivir, se plantean desafíos desde la individualidad y desde la vida en sociedad que ayuden a clarificar el horizonte.

LOS DESAFÍOS

El primer desafío es individual. Hay que vencer la pereza para aventurarse a buscar respuestas a las propias inquietudes existenciales y al sentido de la vida, y no dejar en manos de las instituciones religiosas y políticas esta tarea; cosa que no es fácil lograr, dado a los temores infundados por la cultura religiosa en la que hemos crecido, donde la cosificación ha ganado tanto terreno en la sociedad, que no deja tiempo para pensar en lo trascendental, dejando así una tarea que es de carácter personal, en terceros ajenos a la propia individualidad, que son los clérigos y los políticos. Sin embargo, alcanzar dicho objetivo, es la única manera de empezar a trascender de lo instrumental y lograr superar la incertidumbre encontrando los elementos que justifiquen su propia existencia y ayude a construir su propia historia. Si dicho desafío se logra, se daría una ruptura del devenir, porque se le arrebataría el poder a que terceros gobiernen sobre la mente humana, dado a que cada individuo se empoderaría de sus propias decisiones.

A partir de esta tarea, se logra entender que la inmensa riqueza de la vida está en la diferencia y en las pragmáticas maneras de vivir, en la expresión particular de sentimientos y las diversas interpretaciones de la vida y las cosas.

Lo anterior nos pone en un escenario que desafía la vida cotidiana en la manera de cómo vivir, cómo construir posibilidades de convivencia en medio de la diferencia, superando las barreras de toda índole: económicas, políticas, religiosas, ideológicas, emocionales y de cómo resolver la cotidianidad construyendo entre todos una sociedad donde todos cabemos.

Como vemos, el punto de partida es la diferencia y entender que aquello que podría ser un obstáculo, estamos llamados a convertirlo y capitalizado como una oportunidad para construir colectivamente ambientes agradables y justos para todos.

Implica entonces el desafío de sacar lo mejor de sí y ponerlo en una apuesta en común, tratando de encontrar qué nos une y no profundizar en qué nos divide.

Es aquí donde la política y la religión empiezan a jugar un papel pedagógico preponderante en la vida cotidiana, dando a entender estos principios y gobernando para ello.

Ambas instituciones deben tomar el papel que les corresponde en su quehacer, pero compartiendo los principios fundamentales del respeto a la diferencia y a la libertad, preocupados más por la pragmática de su labor, respondiendo a las necesidades propias y diferentes entre sí de la vida humana. La política enfocada a la organización, a impartir justicia y a la toma de decisiones colectivas que beneficien a todos en una sociedad sin distinción alguna. Y por

su parte la religión respondiendo a las necesidades espirituales, a la relación con el otro y al encuentro de todos en la sociedad de manera más profunda y fraternal.

RELIGIÓN Y POLÍTICA



“En el judaísmo, la primera norma es admitir que estoy vivo y en el mundo; por eso se rezan las 18 bendiciones, que no piden, sino que agradecen”.

MEMO ÁNJEL
13 de agosto de 2019

“

LOS MANDAMIENTOS SEÑALAN EL CAMINO POLÍTICO Y ROMPER CON ALGUNO DE ELLOS GENERA CONFUSIÓN Y MIEDO, QUIEBRES SOCIALES Y DAÑO PERSONAL. SI SE CUMPLEN, EL HOMBRE ACTÚA DE MANERA POLÍTICA. SI NO, QUIEN LOS VIOLA, CREA SU PROPIA EXCLUSIÓN DEL GRUPO”.





RELIGIÓN Y POLÍTICA

RELIGION JUDÍA Y POLÍTICA
Donde el yo es un nosotros

LA LIBERTAD ES ESCOGER A QUIÉN OBEDECER.

Ludwig Levinsohn. La identidad judía.

LA TORÁ

En hebreo bíblico, la palabra más cercana a religión es Dat y la palabra política no existe más que en hebreo moderno y a consecuencia de las luchas de los judíos en el siglo XIX. Y Dat, que por gemetría¹ tiene un valor de ocho, se iguala en este valor a la palabra Torá, instrucciones para vivir. En estas instrucciones, la religión es política, pues la Torá habla de la vida y cómo ser en ella en relación con los otros y lo otro.

En términos de Maimónides, el filósofo sefardí (de origen español), la Torá es inamovible y de ella no se moverá nada. Es tal cuál es y fue escrita para ser eterna. No se amplía, no se contrae, está limitada por

ella misma y lo contiene todo. Y como se ha escrito a mano, solo se reparan las letras que hayan sufrido algún daño debido al tiempo. Así, la mente judía tiene en este libro un elemento totalizante que le permite discutir, hacerle preguntas y acotar, pero nunca salirse de ella.

Baruj Spinoza, en su Tratado teológico político, interpreta la Tora y la cuestiona, pero no la destruye, sino que le sirve para encontrar nuevas ideas, el concepto de conatus² y los rastros de un D's que se manifiesta en cada parte de la extensión de la naturaleza y el entendimiento de ella. Y si bien la discute y pone en entredicho muchas cosas (los milagros, por ejemplo), no la excluye, sino que mejor guarda silencio. Al igual que Amós Oz, el escritor israelí, que siendo ateo tampoco la dejó de lado, sino que buscó en ella lo que nos hacía humanos, como bien explicó en su libro Los judíos y las palabras³.

1. Sistema cabalístico en el que cada letra tiene un valor y al ser sumadas dan un número que a su vez se suma dando un número entre 1 y nueve.

2. Conatus: todo cuerpo persiste en ser él mismo y por ello es identificado. Este conatus es la resiliencia de la que hoy se habla en física.

La Torá, sea esta la palabra de D's, como la presumen y defienden los creyentes; o los ateos, que la entienden como la suma de la sabiduría de caldeos, babilonios, egipcios y judíos, sintetizada en lo esencial para saberse en el mundo y en relación con la Tierra y el Cielo, los dos únicos elementos posibles para entender que nos pasa y cómo debemos comportarnos, es la base de afirmaciones y negaciones, de construcción de realidad y caminos a seguir, en la Tierra un Yo y el Cielo un Tú: en la tierra la razón y en el cielo la fe; en lo que está cerca lo posible, en lo que no alcanzamos lo anhelable. Ya para entender (y la política es un entendimiento), Martin Buber, el filósofo del diálogo, establece como palabras primordiales el Yo y el Tú. Y son primordiales porque son las únicas que existen para sabernos en relación con y definir un Entre (Zwischen), que es la espacialidad, donde nos hacemos las preguntas para el diálogo.

La Torá son cinco libros cuyo contenido difiere de otros mitos fundantes en que no es una epopeya (el Gigamesh, por ejemplo) o la creación de dioses para obtener una justificación del imperio, como hizo Virgilio con la Eneida, a pedido de César Augusto. La Torá es la creación de una identidad y de una finalidad: no ser animales con miedo. En este punto, cada libro explica el paso de la oscuridad a la claridad, la libertad creada con normas y el reconocimiento entre quienes participan de un grupo. Es la creación de una comunidad que permite que no haya un yo sino un nosotros. Y la frase para explicar esto, es clara y concisa, es una premisa: no existe el judío, existen

los judíos.

¿Y cómo existen los judíos? Por la interpretación del mundo y la manera de tener a mano a otros que, con sus oficios y pensamientos, con la historia común y la evaluación de hechos, constituyen una unidad. En francés se diría un Esprit de corps, pero en los judíos va más allá: es la trascendencia a partir de la vida, que es la única posibilidad real. Y esa trascendencia solo es posible en grupo, bajo unas normas y unos elementos de identidad sacralizados, es decir, tenidos como inamovibles, pues son los que humanizan, mantienen vivo el diálogo y llevan a la interpretación de lo que pasa.

La norma es la mejor manera de no cometer un error. Y no se rompe, sino que se amplía para convertirla en mayor seguridad. En el judaísmo, la primera norma es admitir que estoy vivo y en el mundo; por eso se rezan las 18 bendiciones, que no piden, sino que agradecen y sitúan al judío en condiciones de diálogo con D's, o si se quiere con la vida. La segunda es hacerlo en grupo (para rezar se necesita de un mínimo de diez personas, un minián), puesto que en comunidad no solo nos reconocemos, sino que construimos. Ya se sabe, un hombre no hace una casa, pero diez hombres hacen diez casas.

La Torá contiene las normas y estas parten de reconocer que hay un mundo y fue creado en orden y bueno. Se ordenó el caos, se separó la luz de la oscuridad, se reconocieron las luminarias del cielo, se habló

del agua del firmamento (la lluvia) y la de los mares y ríos, se establecieron los vegetales y los animales y apareció el hombre para entenderse con ellos. Luego de estos versículos que comienzan con la frase “Creó los cielos y la tierra”, la totalidad, la tarea humana es entrar en razón y teniendo en cuenta que, si se admite la culpa, no se mata a otro y no se miente, la sociedad es posible. Estos tres pecados: desobedecer a lo que somos como naturaleza, asesinar a otro y mentir (los dos los cometió Caín), necesitan de normas para que no se repitan. Normas severas y pactadas para que la comunidad sea una e identificable, progrese y crezca en humanidad. Quizá por esto en Bereshit (el Génesis), el primer mandamiento será: no comerás carne con sangre, queriendo decir con estos que no somos como animales carnívoros, que comen sin diferenciar lo que comen y al final quedan con el hocico manchado y sin saber en realidad que comieron: huesos, cartílagos, piel, músculos, venas. Así, no es humano solo satisfacerse sino saber cómo hacerlo para no degradarse.

Las normas de la Torá, son sociales y cumplirlas hacen al hombre libre, pues el objetivo de estas es no tener miedo. La libertad es una construcción en sociedad y por ello, en el segundo libro, Shemot (Éxodo) aparece el decálogo. Y si bien este aparece en el código de Hamúrabi (en calidad de represión) o en el Libro de los muertos de Egipto (como juicio después de la muerte), en la Torá los mandamientos se dan en presente continuado y futuro inmediato: no mentirás, no robarás, no codiciarás...

LOS MANDAMIENTOS JUDÍOS COMO POLÍTICA

Los diez mandamientos solo son posibles en sociedad. En estado de soledad, estos no tienen sentido, así como no tiene sentido el hombre solo⁴, que ni siquiera sabe que es hombre porque no tiene a otro que le sirva de referencia⁵. Y como su contenido es social, es político y bien vale la pena entrar en ellos para entenderlos no como un mandato ni una represión, sino como la mejor manera de no andar por ahí asustado y a la defensiva.

El primer mandamiento pone en claro que hay un algo que creó todo y ese algo está por encima de nosotros y nunca seremos como él. Con esto, se pone de manifiesto que la soberbia envilece al hombre, que el querer ser como dioses nos destruye y acaba con cualquier entendimiento. Y esta primera norma, la de un creador que carece de nombre y forma, que está ahí, pero es inaccesible, nos sitúa en posición de creados y en relación con la naturaleza, que es lo que nos rodea y no sabemos hacer. ¿Quién hace una hoja, una molécula de agua bebible, un trozo de hierro, la raíz de un árbol, un cielo, un grano de tierra? La kipá, el pequeño gorro con el que se identifican los judíos, dice que tenemos un límite. Y que, por fuera de él, no somos.

Luego se pone de manifiesto que jurar teniendo a D's por testigo, es un acto vano. D's no puede asistir a un juicio en calidad de testigo. Si así fuera, la justicia

3. Escrito al alimón con su hija Fania Oz-Salzberger.

4. Sigmund Freud decía: el hombre solo no existe.

5. Emmanuel Lévinas, en su ética de la alteridad, dice: en el rostro del otro vemos lo que hemos hecho de él.

perdería su sentido. La justicia es una creación humana, seguramente fundamentada en el ensayo error y en las falsaciones de las que habla Karl Popper, y su sentido es que haya humanidad, entendimiento y reconocimiento de la culpa. El temor a D's no es temerle a Él, es temernos a nosotros, a la conciencia de los hechos, a las rupturas que generamos. Nadie puede decirse una mentira a sí mismo, a menos de que sea un psicópata. Y un psicópata no es una entidad social, es una exclusión de la sociedad.

Un tercer mandamiento, dice que no harás ídolos, lo que significa que no se puede dar un poder superior a lo que nosotros mismos hacemos. Si construimos algo, al construirlo y saberle las partes y materiales, el proceso de construcción y el uso, la cosa construida está bajo nuestro control, no nos supera y menos nos domina. En este momento (2019 de la cuenta gregoriana), los ídolos abundan: se habla de inteligencias electrónicas que nos dominan en procesamiento y velocidad de obtención de datos, de robots que nos gobernarán, de memorias que contienen todo lo que sabemos, de algoritmos que todo lo relacionan y en estas relaciones de actos, compras, fotos, conversaciones, búsquedas, ya nos perfilan y saben quiénes somos. Y enloquecidos con esto, como en el Homo Deus de Yuval Noah Harari, se nos olvida que fuimos nosotros los constructores de estas máquinas y que ellas fueron programadas solo con datos positivos (los que se han comprobado), que carecen de subjetividad y si algo no está en el programa que contienen marcan error, pues

6. Téraj, su padre, tenía un horno para hacer ídolos de barro.

no piensan (no se hacen preguntas) y solo tienen acceso a lo programado. Y en esta locura, adoramos ídolos y nos deshumanizamos. Huyendo de los ídolos Abraham⁶ se hace humano. Y así se diga que Abraham es solo un mito fundacional, lo claro es que su actitud es la de volverse un ser humano y creer que puede hacerlo, lográndolo. Y aclaro, la Torá no es un libro de historia, es un libro con ejemplos posibles. ¿Y qué es la política? El ejemplo.

Otro mandamiento interesante es la creación del Sábado (el Shabat), el día de descanso. Si el hombre no descansa, si de habitar lugares donde ejerce sus oficios no pasa a otro que solo es tiempo, cómo darse cuenta de que vive y que estar viviendo tiene sentido, pues para ese día detiene sus trabajos y se da así mismo un lugar en el mundo, comiendo lo mejor, vestido bien, y en disposición de ser amado. Y este sábado es uno después de cada seis días de trabajo y en él, el judío evalúa lo que es, lo que ha hecho y la situación que tiene en sociedad (no en cuestión de clases, en el judaísmo no existen las clases sociales) como ser social y aceptable por los otros. El Shabat, entonces, en términos políticos, en un saberse hombre que avanza, que crea, que tiene a otros a su alrededor y por ello es posible su existencia. Y ese día, que por ser el séptimo después de seis de trabajo, es una conquista social, un no ser un esclavo y una predisposición constante a diferenciarse de los animales siendo humano. El Shabat no es una prescripción religiosa, es un estar en condición política, de logro y tranquilidad, honrando

sus orígenes y siendo en los otros estando mejor. Los demás mandamientos tocan con no dañar la vida en sociedad: si se roba, quien lo hace teme ser descubierto y por ello esconde o se gasta de inmediato lo que roba, sabiéndose en la sombra de los otros, siempre sospechoso. Quien mata, carga con la culpa de matar y ya es un asesino por siempre, pues el asesinato no admite perdón y no porque la justicia señale siempre al asesino sino porque es este quien se señala, quien no escapa de su culpa. Si se afeita, se afeita el asesino: si camina, camina el asesino; si duerme, duerme el asesino etc. Al matar, el asesino se excluye de lo social y, aun arrepentido, su actitud política no está libre, pues es esclavo de su culpa. Pasa igual con mentir, pues la mentira rompe la confianza entre los hombres y la confianza es un hecho político, pues en ella se fundamentan las sociedades para entenderse sin que medie en este entendimiento la duda, la conjetura o el debió ser.

Los mandamientos señalan el camino político y romper con alguno de ellos genera confusión y miedo, quiebres sociales y daño personal. Si se cumplen, el hombre actúa de manera política. Si no, quien los viola, crea su propia exclusión del grupo. En términos kantianos (el filósofo lo explica muy bien en La metafísica de las costumbres), la sociedad es el contrato que los seres humanos hacen para no agredirse, vivir en condición de bienestar y lograr logros comunes. Esto también lo decía de alguna manera Aristóteles, pero en el judaísmo el asunto es más contundente: la política no es un asunto personal sino colectivo, para ella el hombre solo no existe sino la comunidad. Lo hecho por uno,

compromete a todos. Por esta razón existen los juicios rabínicos, entre los que se destaca el Jerem (la expulsión) cuando la comunidad se ve afectada de manera peligrosa, como pasó en la Holanda de Spinoza, donde todo era permisible menos no creer en D's. La comunidad de Ámsterdam hasta le ofreció una pensión a Baruj Spinoza para que silenciara sus teorías, pero este no quiso. Y admitió el Jerem que caía sobre él, sin quejarse ni hacer señalamientos a nadie. Con su expulsión de la comunidad, el filósofo sefardí aceptaba un hecho político. Se fue sin odios y sin buscar retaliaciones. Políticamente aceptó que la comunidad está por encima de lo particular y que un solo hombre no tiene por qué poner en peligro a la totalidad de un grupo. Así que no mintió ni trató de matar (si sufrió el atentado de otro), no codició ni se creó ídolos. Solo entró en un Shabat Intelectual y ahí se hizo un hombre que amplió la razón.

EL PIRKÉ ABOT

La política es una construcción y esta llega con la tradición, que no solo incluye comidas y vestuarios, rituales y fiestas, sino un comportamiento. Y este comportarse tiene que ver con uno mismo para ser aceptado por los otros. Hoy en día se habla del cuidado de sí (de la epimeleia) como forma de saberme en mí, cuidando de lo que me hace humano. Pero de nada vale cuidar de uno si no hay otro, si no es con relación al otro, que es quien me admite. Ese otro es el prójimo (el próximo), en quien me reconozco y con el cual hago intercambios, dialogo, aprendo y me creo como ser social.

Con relación a lo anterior, en el judaísmo existe un pequeño libro (algunos lo adicional al Talmud), titulado el Pirké Abot (el Tratado de los padres o de los principios), que comienza diciendo sobre qué pilares se construye un hombre y una comunidad para que sea políticamente viable: “Todo Israel tendrá parte en el mundo futuro, según esta dicho: mi pueblo lo forman todos los justos, Que heredarán el mundo eterno, el fruto de mi plantación, la obra de mis manos, con él me glorifico”. La interpretación de este inicio, sería: todo el grupo, la comunidad de acuerdo a la justicia, tendrá futuro pues ha heredado la creación (lo que hay) y habrá un reconocimiento de ello en los trabajos que harán, que cuidarán del hecho que se los ha proporcionado (la naturaleza). Pero no es solo este inicio lo que determina que el judaísmo haya entendido y lo vaya a cumplir con solo tener a mano las palabras. El capítulo primero, dice: “Moisés recibió la Ley en el monte de Sinái y la transmitió a Josué, este a los ancianos y estos últimos a los profetas, quienes la transmitieron a los miembros de la Gran Asamblea. Ellos hacían tres recomendaciones: juzgad con paciencia, formad muchos discípulos y haced un vallado a la Ley”. Ya a partir de ahí, de la paciencia que es el reconocimiento completo de algo, los discípulos, que de su aprendizaje serán maestros, y la Ley que es una y no se mueve porque está entera, comienza el hecho político. Simón el justo, por ejemplo, decía que el mundo se sostiene con tres cosas: el estudio, el culto y la beneficencia. Uno de sus alumnos, Antigón de Sóco, agregó que la ley debía observarse sin intereses, pues nadie era siervo de ella sino propia para no tener miedo, pues como dice otro discípulo, el mejor oficio es el que le hace

honor a la humanidad y en el bien no está la maldad. Sin maldad, la norma se ha cumplido y es buena. Un Rabino decía: el mundo es bueno porque D’s lo hizo bueno. Y si somos parte del mundo, tenemos que propender por la bondad, que es saberse justo y en justicia con los demás.

En este pequeño libro, todos aportan a lo inicial, sin cambiar lo dicho. Lo político básico, la ley que lo crea y por ello no muta, sino que se amplía, sostiene a la comunidad, le da identidad y la configura entre los pueblos, pero no para estar sola sino para intercambiar conocimientos y bienes, pero sin perder los fundamentos. Ya el Talmud dirá, el mundo lo sostienen 36 justos de todas las naciones.

El Pirké Abot, que nace de la Torá y de las discusiones del Talmud, pone al alcance de todos los judíos el sentido de la justicia, lo que ha de ser sin que haya merma ni propósito que no sea el bienestar de todos. Y este TODOS son los más próximos, con lo que se puede hacer una política práctica, pues están ahí, aportan, discuten, rezan, festejan y se acompañan en la alegría y el dolor. Esta política, realista, crea un mundo posible, una vida con sentido y unos conocimientos para entrar en intercambio con el otro. Y se podrá decir que es solo para una minoría. Y digo que sí, pues si la minoría está bien y otras también lo están, la mayoría estará bien. Esto lo reconoció Juan Jacobo Rousseau, que dijo que una democracia que supere los 700 miembros ya deja de serlo. No hay comunidades universales, hay grupos que se hacen en minoría, reconociendo a los miembros de su comunidad, educándolos y haciéndolos propicios para entrar en contacto con ellos. Leyendo sobre los



“LA POLÍTICA ES UNA CONSTRUCCIÓN Y ESTA LLEGA CON LA TRADICIÓN, QUE NO SOLO INCLUYE COMIDAS Y VESTUARIOS, RITUALES Y FIESTAS, SINO UN COMPORTAMIENTO”.

comanches (en Bailando con Lobos, la novela de Michael Blake), estos pielesrojas también pensaban algo similar. Primero nos hacemos nosotros y después entramos en contacto con los demás, para encontrar nuestros parecidos y limar las diferencias. Pero en este contacto no se dejaría de ser quienes somos, pues al dejarlo de ser no habría que compartir.

EL TALMUD, LA DISCUSIÓN

La palabra Talmud viene de la palabra Talmid, alumno, y quiere decir enseñanza. Este libro, que lo contendría todo sobre la vida en comunidad, fue redactado de acuerdo a los acuerdos a los que fueron llegando los rabinos que participaron en este libro, que no fueron hombres de poder sino artesanos (en la Torá se pide que cada hombre ejerza un trabajo manual) con muchas preguntas. Y en esto de hacer preguntas y revisar la ley para contestarlas, ampliaron el mundo de la Torá, pero sin mover una sola letra. La ampliaron en lo jurídico (la Mishná), en los ejemplos con ejemplos (las Hagadot), en la manera de ajustar los datos sin deformarlos (la Guemará) y en las preguntas sobre las preguntas (el Midrash), logrando un inmenso código que demoró más de diez siglos para llegar al fin, después de muchas acotaciones (Tosafot), como las de Rashi⁷, que fue quien lo finalizó.

En el Talmud se discute sobre semillas, mujeres, contrataciones, festividades, delitos y penas, santidades y purezas, buscando su sentido más completo para la aplicación en comunidad. Y

en este sentido, su lectura, que debe hacerse en parejas, configura lo político, la identidad y el grupo, estableciendo que una estructura política (si la queremos leer así) bien definida nace de una base (inamovible, la Torá) que se amplía sin deformarse y dota de seguridad al grupo (y en consecuencia al individuo), entendiendo por seguridad la vida, la historia, las tradiciones y el entendimiento del mundo desde unas raíces profundas. Como un árbol (esta figura simbólica es corriente en el judaísmo), la fortaleza del tronco, las floraciones, los frutos y las semillas, dependen de qué tan fuertes y profundas sean las raíces, que son las que buscan el agua (la vida). Si el árbol, tiene las raíces bien hundidas, la tormenta pasa sobre él y no lo arranca. Si las tiene por encima, cualquier viento lo tumba. Esta frase se lee en muchos textos judíos.

Pero lo más importante del Talmud, es que se fundamenta en la discusión, en el aporte y en los acuerdos. Y que esas discusiones se enseñan para que quien las lea sepa de dónde vienen las enseñanzas y que se logró con ellas.

¿Y qué es la política sino una discusión donde todos aprenden y, al llegar a un punto de acuerdo, lo practican llevándolo al hecho?

El judaísmo es una cultura de la vida y, como en la vida está lo único posible al hecho de ser hombres que nacen y mueren, la seguridad de preservación

está en la comunidad, en los aportes de cada uno, en la claridad de los conceptos que crean la identidad y en hacer que la pobreza se combata con trabajo, que es lo que significa que estoy viviendo y hago cosas. En el judaísmo la beneficencia es devolverle la solidez al otro. Y ese otro es, no por el grupo, sino en el grupo.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Este es un artículo corto, que contiene ideas básicas. Pero en ellas, que luego serán seguidas por otras (por otros libros que continúan la discusión, la Halajá, el Shuljan Aruj, los mismos textos de Kabalá⁸), los judíos se reconocen y se construyen generación a generación, siendo unidos por la Torá, que es su basamento para la vida y estar vivos. Y así, siendo askenazíes (judíos de origen en Europa Oriental), sefardíes (españoles), Mizrahim (de los países árabes) y etíopes, en lugar de dividirse se unen en lo que las instrucciones para vivir les ha dicho que sean para mantener una manera de comportarse y ser en una lengua común, el hebreo. Y es claro, la lengua contiene las palabras, los significados, y en estos la política, que es un relacionarse con el acto de vivir.

El credo básico del judaísmo es: Escucha Israel (la comunidad), nuestro D's es uno (la identidad). Bendito sea su reino por siempre jamás (el reino es el mundo y está bendecido porque de él dependemos).

Escrito en Medellín, donde el mundo parece estar creándose todavía.

7. Téráj, su padre, tenía un horno para hacer ídolos de barro.

8. Halajá, la ley como ley; El Shulján Aruj (la mesa está servida), la cotidianidad de un judío. Y la kabalá, la mística de las palabras.

RELIGIÓN Y POLÍTICA



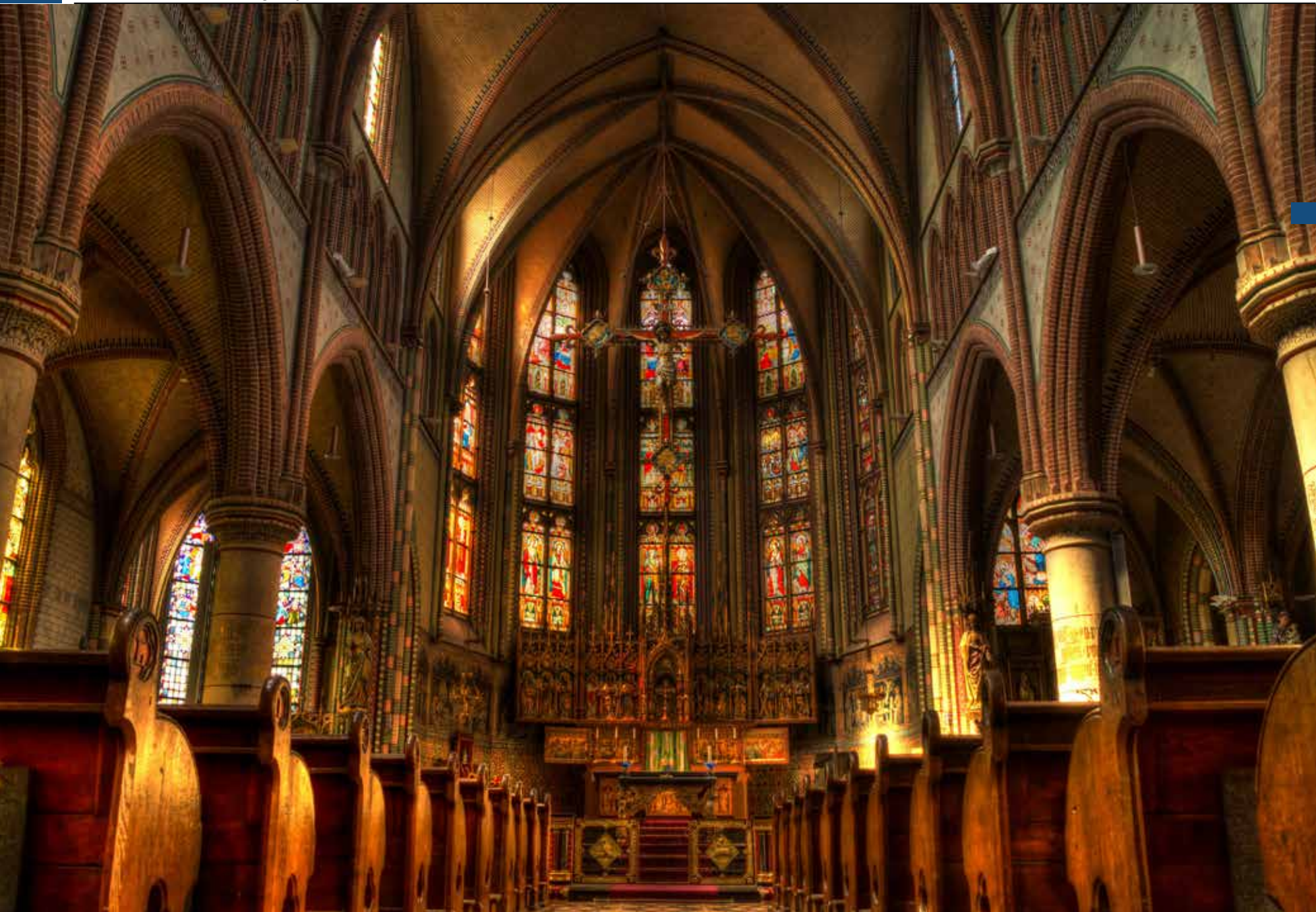
“la misma realidad se ha encargado de mostrar la importancia social y simbólica de las religiones en la sociedad y la dificultad para hablar de su desaparición”.

CARLOS ARBOLEDA
13 de agosto de 2019

“

LA PROLIFERACIÓN DE GRUPOS RELIGIOSOS PARTICIPANDO EN OBRAS DE DESARROLLO, DE ECOLOGÍA INTEGRAL, DE LOGRO DE OBJETIVOS CLAROS DE CRECIMIENTO HUMANO, DE ASISTENCIA HUMANITARIA, DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA ES UN SÍNTOMA DE QUE LAS RELIGIONES PUEDEN Y DEBEN PARTICIPAR EN LA VIDA PÚBLICA DE LOS PUEBLOS”.





RELIGIÓN Y POLÍTICA

Catolicismo y política

INTRODUCCIÓN

Uno de los signos de la comprensión actual de la realidad lo expresa muy bien el término de interconexión y el de complejidad. Ya no se puede mirar la realidad desde una ciencia en particular o desde un solo punto de vista por científico que parezca. Todo influye en todo, todo depende de todo, y su fragmentación o el descuido de uno de sus elementos ocasiona daños irreparables en la totalidad de lo humano ya se dé en la acción social o en la reflexión científica o humanista. Como también, querer hacer desaparecer las contradicciones, lograr la erradicación de la dialéctica, es una ideología ilustrada de confianza absoluta en la posibilidad de una uniformización cultural y un reconocimiento universal de la dignidad del ser humano, futuro que todavía no se ve en el horizonte en cuanto se confunde unidad con uniformidad y control. No se puede, por tanto, comprender la acción política separada o aislada de toda la realidad: sujetos, sociedad en su conjunto (economía, educación, familia, industria, cultura, arte...), hábitat o naturaleza o creación, y proyecto de sentido trascendente del ser humano.

Con el fenómeno de la religión ha ocurrido que desde el surgimiento del positivismo científico se ha tratado de hacerla a un lado como un elemento espúreo, precientífico y hasta oscurantista. Pero la misma realidad se ha encargado de mostrar la importancia social y simbólica de las religiones en la sociedad y la dificultad para hablar de su desaparición. En estas líneas se tratará de mirar algunos elementos reflexivos que permitan un diálogo sobre el tema de la relación entre religión y vida política, con el fin de indicar la importancia de la categoría religión en la sociedad, de meditar sobre la des-secularización que se aprecia en el mundo de hoy, del papel de las religiones en el espacio público, y de la nueva concepción de la relación religión y política en el pensamiento católico especialmente con el pontificado del papa Francisco a partir de un nuevo humanismo como él mismo lo ha llamado.

METODOLOGÍA

La metodología que se seguirá en esta reflexión es de tipo documental hermenéutico, partiendo de las concepciones de investigadores y autores

reconocidos y mirando su aplicación a las complejas relaciones que se dan en el mundo de hoy. Hay un criterio primero que se sigue y es el del cambio histórico que se va dando en el mundo con nuevas maneras de vivir, pensar y relacionarse que conlleva a una visión integral y compleja de la realidad. Ese cambio se puede notar también en la iglesia católica y en las religiones. También se tiene el criterio de una concepción del hombre abierto al sentido, concepción que no parta de principios inmutables o definiciones ya terminadas, sino de lo que aparece en la vida diaria, en el mundo de la vida, y que se constituye en un acontecimiento que da qué pensar, que es un llamado a la búsqueda de mayor humanidad, y que es una apelación del otro y los otros a la responsabilidad por la humanidad. Se complementa con el recurso a los datos de la historia y de las ciencias sociales, esenciales en un análisis de las relaciones entre religión y política.

LA RELIGIÓN COMO CATEGORÍA OLVIDADA Y EXPLOSIVA.

Desde el inicio mismo de la Ilustración, se consideró que la religión era ideología, superstición, opio y fantasía. La consideración sobre la religión siempre conducía a predecir su desaparición como un instrumento de dominación mental y de control moral. La historia, en esta visión, marcha hacia adelante bajo la dirección de la ciencia moderna, la razón cuantitativa y el conocimiento científico que llevan irremediablemente a un sistema capitalista e

individualista y que es el único sistema que permite el reconocimiento de los seres humanos en libertad e igualdad. La propuesta de Francis Fukuyama es pensar un perenne presente capitalista con una sola cultura (la de la democracia liberal)⁹. Habiendo desaparecido el sistema marxista, los únicos que desafían al capitalismo son la religión y el nacionalismo. De la primera profetiza que se convertirá en una religión privada y del segundo afirma que no es un sistema socioeconómico fuerte que afecte al sistema liberal (Fukuyama, 1988, p. 20-21):

“El fin de la historia será un momento muy triste. La lucha por el reconocimiento, la voluntad de arriesgar la propia vida por una meta puramente abstracta, la lucha ideológica a escala mundial que exigía audacia, coraje, imaginación e idealismo, será reemplazada por el cálculo económico, la interminable resolución de problemas técnicos, la preocupación por el medio ambiente, y la satisfacción de las sofisticadas demandas de los consumidores. En el período poshistórico no habrá arte ni filosofía, sólo la perpetua conservación del museo de la historia humana” (Fukuyama, 1988, p. 27).

Un ejemplo de este olvido lo puede dar la ciencia política que no tenía en cuenta la religión porque se creía que ella ya iba a desaparecer. Los científicos sociales tienden a olvidar el estudio de la religión pues se consideraba como lógico y necesario su declive dadas la industrialización, la burocratización y la racionalización (Norris & Inglehart, 2004, p. 3)¹⁰ como la habían estudiado Max Weber, Karl Marx o Emile

Durkheim, aunque este último profetizaba que otros dioses nacerían. Pero no sólo esos procesos darían al traste con la religión, sino que la misma mentalidad ilustrada propugnaba por un humanismo en el que el hombre tomara el destino en sus propias manos a través de la razón y la libertad individual. Pero no era sólo un problema de las ciencias sociales sino también de la ciencia política pues:

“Decir que la academia que estudia la política global en el campo de la ciencia política es secular, significa esencialmente esto: las principales teorías de este campo asumen que los estados, naciones, organizaciones internacionales, partidos, clases... que persiguen fines políticos, no persiguen fines religiosos y no están influenciados por actores religiosos. Tales teorías se sustentan sobre la premisa de que la religión desapareció de la política”. (Philpott 2002: 69)¹¹

Los estudios de la ciencia política sobre religión son escasos en ciertos momentos antes del año 2000 dada la opinión de que la religión no ejerce influencia sobre los fenómenos políticos. (Botelho, 2019, p. 21-22).¹² Los estudios cuantitativos de Philpott (2002), Wald e Wilcox (2006) e Kettel (2012),¹³ analizando revistas como International Organization, International Studies Quarterly, International Security, World Politics, American Political Science Review, encuentran que del total de artículos publicados sólo

del 0,38% al 2,34% corresponden a relaciones entre religión y política.

Pero se dan unos fenómenos que prenden las alarmas de los estudiosos: el surgimiento de movimientos tales como la Teología de la liberación en América Latina en la década de 1970; el Partido Likud (nacionalista de derecha) en Israel (1977); la Organización de la Conferencia de cooperación islámica (1973); la unión de religión y política de Ronald Reagan (1980); el surgimiento del pentecostalismo político y de los fundamentalismos y fanatismos como los atentados de las Torres Gemelas, ISIS, sectas destructivas, etc. Lo que se creía olvidado vuelve a resurgir con grandes consecuencias sociales y políticas.

“Hacia 1975... un nuevo discurso religioso toma forma, no para adaptarse a los valores seculares sino para devolver el fundamento sacro a la organización de la sociedad, cambiándola si es necesario. Este discurso, a través de sus múltiples expresiones, propone la superación de una modernidad fallida a la que atribuye los fracasos y las frustraciones provenientes del alejamiento de Dios... En quince años este fenómeno ha adquirido dimensión universal”. (Kepel, 1991, p. 14)¹⁴

La religión reaparece en la escena pública y lo hace de forma perturbadora, violenta, como una contestación

9. Fukuyama, Francis.(1988). ¿El fin de la historia? En: The National Interest. (Verano, 1988). http://www.cepchile.cl/dms/archivo_1052_1200/rev37_fukuyama.pdf

10. Norris, Pippa; Inglehart, Ronald. (2004). Sacred and Secular: Religion and Politics Worldwide, Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

11. Philpott, Daniel, “The challenge of September 11 to secularism in international relations”, World Politics, vol. 55, n.º 1, 2002, pp. 66-95.

12. Botelho Moniz, Jorge. As teorias da secularização na Europa: Novas perspetivas qualitativas e quantitativas sobre os fenómenos religiosos contemporâneos. Tesis de doctorado en Ciencia política.

Universidade Nova de Lisboa, 2019. <https://fcsb-pt.academia.edu/JorgeBotelhoMoniz/Thesis>

13. Wald, Kenneth; Wilcox, Clyde, “Getting religion: has political science rediscovered the faith factor?” American Political Science Review, vol. 100, n.º 4, 2006, pp. 523-529. Kettel, Steven, “Has political science ignored religion?” PS: Political Science & Politics, vol. 45, n.º 1, 2012, pp. 1-28.



contra todo el sistema. Esto es explosivo pues la religión puede ser incendiaria y provocar revueltas e insurrecciones. Los investigadores vuelven sus intereses sobre el nuevo fenómeno: es algo con lo que hay que contar en el futuro.

LA RELIGIÓN: ¿SECULARIZACIÓN O DES-SECULARIZACIÓN?

Las teorías de la secularización tal como las había presentado la sociología, se habían entronizado en el mundo académico. La desaparición de la religión parecía un hecho consumado y de hecho había países, sobre todo en Europa, donde la práctica religiosa, el prestigio de las iglesias y la validez explicativa de la teología, descendían apresuradamente. De alguna manera, se confirmaba la tesis de la desaparición de la religión. El 8 de abril de 1966, la portada de la revista Time preguntaba ¿Dios está muerto?, pero la misma revista el 26 de Diciembre de 1969 se repreguntaba: ¿Está dios volviendo a la vida? En 1980, el Time Magazine anunció que Dios estaba haciendo un regreso a la filosofía americana.¹⁵

El sociólogo Peter Berger lo había anunciado claramente: “En el siglo XXI, los creyentes serán encontrados en pequeñas sectas, reunidos juntos para resistir una cultura secular global”. (Berger, 1968, p. 3)¹⁶ Steve Bruce en su defensa del paradigma de la secularización, la define por sus características:

el control religioso de las funciones sociales pasa al estado, reducción del tiempo dedicado a cosas religiosas, las prescripciones religiosas se reemplazan por preceptos legales, paso de conciencia trascendente a orientación empírica y científica, abandono de las interpretaciones míticas o artísticas por descripciones técnicas, y separación de lo emocional en favor de lo positivista. Bruce, 2002, p. 2).¹⁷ Pero luego, el mismo Berger era el editor del libro The Desecularization of the World (La desecularización del mundo)¹⁸, donde afirma sin ambages que la asunción de que vivimos en un mundo secularizado es falsa y la teoría de la secularización está equivocada.

Ante esta situación se debe pensar si el renacimiento de la religión es ¿Resurgimiento o utilización?, ¿Es la reacción fundamentalista el último coletazo antes de morir?, ¿En verdad cae la teoría de la secularización?, ¿La crítica de la secularización purifica a las religiones? Son preguntas que se deben hacer para poder tener una visión más clara del asunto. De todos modos, hay una nueva presencia de la religión en la sociedad con muchas aristas pues se dan fundamentalismos, integristas y tradicionalismos de una parte, posiciones liberacionistas y revolucionarias de otra, y en el medio una gran cantidad de movimientos y tendencias que constituyen una galaxia variopinta de espiritualidades, toda una pluralidad de formas religiosas. Esto es una exigencia para las ciencias de la religión de afinar sus instrumentos categoriales,

14. Gilles Kepel (1991), La Revancha de Dios, Madrid: Ed. Anaya y Mario Muchnik.

15. “Modernizing the Case for God,” Time (Abril 7, 1980), 65-68.

16. Berger P (1968) A bleak outlook is seen for religion. New York Times, February 25, p 3

17. Bruce, Steve. (2002). God is dead: secularization in the West, Oxford: Blackwell

18. Peter L. Berger (ed). (1999). The Desecularization of the World. Grand Rapids, Mich.: William B. Eerdmans.

teóricos y actitudinales para verificar la presencia de todos los indicadores y variables de la secularización y de la desecularización. Para ilustrar esta idea se toma acá la sistematización realizada por Tschannen¹⁹ que se juzga bastante completa.

Este parte de unas declaraciones introductorias. La primera es que algunas de las raíces del proceso de modernización se pueden encontrar en la esfera religiosa misma, (Tschannen, p. 62) en lo cual acierta pues los análisis del relato de la creación en el cristianismo, por ejemplo, separan la creación de la esencia del mismo Dios y deja el mundo para que el hombre lo trabaje. Cita Tschannen también el proceso de formación de la ética protestante en Weber como un ejemplo de la idea. (Tschannen, 62,64). La segunda declaración es que la secularización no implica la desaparición de la religión. De hecho, hasta el momento, ésta no desaparece sino que se transforma (permanencias, cambios, evoluciones, novedades, rupturas).

Luego presenta los elementos integrales del paradigma de la secularización que han de tenerse en cuenta en un estudio científico de la misma:²⁰

Tabla N. 1. Elementos del paradigma de la secularización según Tschannen. Elaboración con base en el texto del autor (1992).

Elementos básicos de la secularización	Elementos correlativos.	Elementos correlativos flotantes
Diferenciación	Autonomización Privatización Generalización Pluralización Disminución de la práctica.	
Racionalización	Cientización Sociologización.	Colapso de la cosmovisión. Increencia.
Mundanización		

Todos esos elementos han de estudiarse en cada contexto para no sacar conclusiones sin haber estudiado el conjunto total. La teoría de la secularización había sido tomada como una explicación global, uniforme y simultánea aplicable a todo el mundo. A partir de los nuevos estudios se puede ver cómo la secularización no es radical, ni universal, ni marcha a la misma velocidad en todos los contextos. Incluso hay que pensar que puede darse un cambio en la misma religión hacia las espiritualidades que son distintas a las religiones institucionalizadas, y cómo éstas sufren procesos de cambio y contextualización como lo indican Arboleda y Castrillón.²¹ Una religión no es un sistema acabado y cerrado sino que está en interacción con su medio

geográfico, histórico y cultural, y por eso se puede adecuar a nuevos tiempos.

LA RELIGIÓN EN LA ESFERA PÚBLICA

Tanto la irrupción de las religiones en el espacio público (desde el polo fundamentalista hasta el polo liberal o liberacionista), como la no desaparición sino el resurgimiento de lo religioso, ha llevado a decir al sociólogo José Casanova que desde los años 80, las tradiciones religiosas de todo el mundo, desde el fundamentalismo islámico a la teología de la liberación católica, comenzaron a hacer su camino, a menudo con fuerza, fuera de la esfera privada y se metieron a la vida pública, causando la “desprivatización” (“las religiones se niegan a aceptar el papel marginalizado y privatizado que las teorías de la modernidad, así como las teorías de la secularización, le han asignado” (Casanova, 1994, p. 5) de la religión en la vida contemporánea. Así las instituciones religiosas dejan de ser meras instituciones de salvación de las almas individuales y ejercen su papel de fuerzas políticas y sociales, proponiendo la defensa de los derechos humanos, políticas sociales hacia los más vulnerables y haciendo preguntas sobre la ética de los mercados y la producción.²² Esto también conlleva que las religiones acepten que no tienen un papel absoluto y teocrático en la sociedad sino que su papel está orientado hacia el servicio de la humanidad, “la transformación de la Iglesia de una institución orientada al Estado a una orientada a la sociedad”. (Casanova, 1994, p. 220).

La proliferación de grupos religiosos participando en obras de desarrollo, de ecología integral, de logro de objetivos claros de crecimiento humano, de asistencia humanitaria, de participación política es un síntoma de que las religiones pueden y deben participar en la vida pública de los pueblos. La participación política de ciertos grupos religiosos indica que los creyentes toman en serio su condición de ciudadanía participativa y que no son seres alejados del mundo para buscar un paraíso extramundano. Las religiones van aceptando la realidad social del pluralismo y van aprendiendo a vivir en medio de la diversidad colaborando a la convivencia pacífica. Ese pluralismo requiere reconocer los diversos niveles de inteligencia del pluralismo en la sociedad: Nivel Amplio o Macro donde la autoridad civil reconoce legalmente la pluralidad. Esto es lo que se denomina la tolerancia religiosa y que queda enmarcada en el campo de lo jurídico. El Estado es laico y respeta las religiones, pero no acepta el dominio de alguna de ellas. El nivel Medio que consiste en la aceptación de la multitud de organizaciones religiosas o sea la denominacionalización de la sociedad. Esto se hace por parte del Estado, de la sociedad y se encarna en los valores culturales, y el nivel Micro donde el individuo como tal puede escoger sus creencias religiosas. Es el derecho a la libertad de religión, que también incluye la libertad de la religión (no tener ninguna religión). Es la expresión máxima de la libertad de cada sujeto que puede tener o no tener creencias religiosas. Una cultura pluralista implica una visión del mundo basada en la creencia de que la diferencia, y no la

19. Olivier Tschannen, Les théories de la sécularisation. (Genève: Librairie Droz, 1992).
20. Se usa en este trabajo el cuadro de elementos de la secularización que da Tschannen en el original de su obra. Olivier Tschannen. A History of the secularization issue, (Madison: University of Wisconsin, 1990) 41-46.

21. Arboleda, Carlos y Castrillón, Luis Alberto. (2015). “Experiencia originaria de Dios, desinstitucionalización y deconstrucción de las religiones.”. Escritos, 23 (50): p.83 - 108
22. Casanova, José. (1994). Public Religions in the Modern World. Chicago y Londres: University of Chicago Press.

semejanza, el disenso y no la unanimidad, el cambio y no la inmutabilidad, contribuyen a la buena vida (Riis, 1999: 20ss).²³

Para que se pueda dar verdadero pluralismo religioso es necesario que se den los tres niveles arriba expuestos. A la pluralidad como hecho sociológico debe corresponder el pluralismo como actitud social y cultural. En este campo se reconoce que el pluralismo se inicia en la diversidad, pero ésta sola no constituye el pluralismo, pues se requiere el cultivo del espacio público donde nos encontremos unos con otros en diálogo constructivo... el compromiso activo de cada uno y un nivel de conocimiento de lo religioso público y de diálogo interreligioso» (Eck, 1992).²⁴

La contribución de las creencias y religiones se hace en el espacio público civil. Este es distinto al espacio público religioso ocupado por una sola religión que busca imponer su verdad sin importar la diversidad. Y es también diferente a lo que quieren los modernistas extremos de un espacio público vacío sin trazas de creencias en la construcción de lo público. El espacio público civil se construye sobre la base de que la república descansa en ideas, valores, creencias, símbolos... compartidos por los ciudadanos y en cuya construcción las creencias religiosas pueden aportar. Pero este espacio civil rechaza toda formulación final, ortodoxa, sagrada y permanente de lo que fundamenta la convivencia civilizada según los

cánones de una sola o determinada confesión.²⁵

LA PARTICIPACIÓN EN POLÍTICA PARTIDISTA

En Colombia, la iglesia católica estuvo en el siglo XIX y principios del XX, muy unida al partido Conservador. Incluso hubo un momento en que se trató de establecer un partido católico, como se pidió en 1871:

El partido católico es la Iglesia militante en el orden social y político. El jefe de este partido es el jefe mismo de la Iglesia, el inmortal Pío IX, el excepcional Papa que ha condenado desde su cátedra infalible el liberalismo, el estado anormal de las sociedades producto del liberalismo y que el liberalismo apellida ‘civilización moderna’. La Santidad de Pío IX no sólo ha anatematizado el error sino que se ha dignado formular en el Syllabus el programa filosófico y político del partido católico [...].Vino enseguida el Concilio Vaticano y con su decisión inapelable sancionó el dogma de la infalibilidad del Pontífice, con lo cual el Syllabus ha quedado incorporado a los cánones de la Fe Católica y el partido católico en la legiones de la Iglesia. (“Editorial”, en: El Tradicionalista, No.3, noviembre 31 de 1871. Bogotá, p. 22.).²⁶

La declaración del partido católico fue motivo de rechazo por parte de sectores liberales de la sociedad²⁷ y de la Iglesia en forma posterior. Ésta, al radicalizarse en los años siguientes, no rechazó plenamente la idea de un partido católico. Habrá

que esperar a la primera década del siglo XX para que comience a disolverse la confusión. A partir de la guerra de los Mil Días, Roma comienza a preguntar si hay un partido católico en Colombia y los Obispos a responder que el Clero sólo seguía las instrucciones de la Alocución Acerbissimum de Pío IX del 27 de diciembre de 1852, de la Encíclica Incredibili del 17 de septiembre de 1863 y las proposiciones 26, 31, 51, 53, 55, 67, 73, 74, y 78 del Syllabus. (Cfr. La Ilustración y el Diario de Cundinamarca de 1871.)²⁸

Este proceso no fructificó y la Iglesia continuó apoyada en el conservatismo pero sin tener su partido católico propio. Sin embargo, ha habido intentos de formarlo. Pero la intervención directa en este campo se da con las confesiones evangélicas y pentecostales, sobre todo después de la apertura democrática provocada por la Constitución de 1991. Los grupos evangélicos tenían como objetivos: Representar los intereses corporativos de las iglesias evangélicas y reaccionar frente a los privilegios ostentados por la Iglesia Católica. Más recientemente, ante el surgimiento de las comunidades LGBTBI servir como canal de defensa de valores ultra-conservadores. (MOE, 2019, P. 5).²⁹ Los grupos pentecostales son los que más han crecido en América Latina y su intervención en política tenía como objetivos: Cristianizar la política y representar, defender y reivindicar la familia tradicional, la libertad religiosa y el derecho a la vida. La participación ha sido liderada solo por algunas iglesias, principalmente pentecostales (del

tipo empresas religiosas centralizadas multisedes), y por algunas denominaciones (especialmente las Asambleas de Dios). (MOE, 2019, p. 7-8). Los principales partidos de este tipo son: Partido Nacional Cristiano (PNC), Movimiento Unión Cristiana (MUC), Compromiso Cívico Cristiano con la Comunidad (C4), Movimiento Independiente de Renovación Absoluta (MIRA). Pero es todavía un fenómeno que requiere más investigación pues allí influyen factores económicos, políticos, ideológicos y coyunturales como el clientelismo.

POLÍTICA E IGLESIA CATÓLICA HOY

La historia ha mostrado que la Iglesia Católica ha tenido épocas de teocracia, de convivencia con el poder temporal y de retiro a lo solamente espiritual. En Colombia, durante la conquista y colonia ejerció un gran poder educativo y religioso apoyada por la corona española durante el régimen llamado del Patronato. En la época republicana del siglo XIX estuvo aliada con el partido conservador en su lucha contra el partido liberal. En la primera mitad del siglo XX fue una aliada del partido conservador hasta el fin de la hegemonía conservadora. Es con la Constitución de 1991 y el Concilio Vaticano II que comienza una nueva era de aprendizaje de la pluralidad, la diferencia, el diálogo ecuménico e interreligioso que va dando frutos de trabajo conjunto, respeto y tolerancia.

Pero es con el papa Francisco que se va llegando

23. Riis, Ole. (1999). Modes of Religious Pluralism under Conditions of Globalisation. International Journal on Multicultural Societies, 1 (1), 20-34.

24. Eck, Diana. (1992). True liberty cherishes difference. Los Angeles Times. Julio 5.

25. Arboleda Mora, Carlos. (2013). Ghetto o cruzada: deslaicizar la laicidad. Veritas, (29), 167-188.

26. “Editorial”, en: El Tradicionalista, No.3, noviembre 31 de 1871. Bogotá, p. 22.

27. Cfr. La Ilustración y el Diario de Cundinamarca de 1871.

28. AAM. Fondo: Nunciatura. Promemoria.

29. MOE Misión de observación electoral. (2019). Religión y política. Bogotá: MOE.

a una comprensión más madura de lo que se ha aprendido en estos años y se van dando unas pautas para el compromiso político de los cristianos:

- La política también es caridad. El poder político es esencialmente un servicio. Hacer caridad sin buscar la propaganda La política, tan denigrada, es una altísima vocación, es una de las formas más preciosas de la caridad, porque busca el bien común e ilumina las relaciones sociales, económicas y políticas.³⁰
- Ser levadura del amor en la política. La política debe ser valiente y prudente, no ser insignificantes.³¹
- Ensuciarse las manos: “Hoy hacen falta profetas de esperanza”, que no tengan “miedo de ensuciarse las manos”.³²
- No ser recluta de partido: Ser católico en la política no significa ser un recluta de algún grupo, una organización o partido, sino vivir dentro de una amistad, dentro de una comunidad.³³
- No a los partidos políticos católicos. Los partidos políticos católicos no son el camino, por el contrario, representan una forma de “aburrida melodía monocorde aparentemente correcta pero homogenizadora y neutralizante”.
- Sí a los católicos en política. Es necesaria la presencia de católicos en política pero, esto no implica un ‘maquillaje’ con rostros nuevos en las campañas electorales, sino de métodos originales para hacer

política con un estilo crítico y constructivo.

- Pecadores sí, corruptos no. La corrupción no se combate con el silencio, “Debemos hablar de ella, denunciar sus males, comprenderla para poder mostrar la voluntad de hacer valer la misericordia sobre la mezquindad, la belleza sobre la nada”. Implicarse con la esperanza y el entusiasmo necesario para que haya plenitud a nivel social. trabajo, techo y tierra, como derechos sagrados a los que toda forma de política debería aspirar.³⁴

El magisterio social de la Iglesia enseña que cada persona es un ser-en-relación, nacido para la vida social en la verdad y en la caridad. Ser vulnerable que necesita del cuidado de las familias y de las comunidades donde se aprende a amar porque se es amado. Estas familias y comunidades son múltiples pues están en el campo social (política, economía, educación, recreación, trabajo, cultura, ambiente internacional...), en el campo personal (sujeto que ama y es amado, respetado y único), en el campo del hábitat (naturaleza, mundo) y en el campo del sentido (espiritualidad, fe, proyecto humano). El servicio de la política está relacionado con todos esos campos pues se trata de armonizarlos y dirigirlos hacia la plena justicia, real libertad y solidaria fraternidad, alcanzando así la vida buena, la vida justa, la vida feliz y la plena humanización con sentido trascendente.

30. Francisco. (2019a). Exhortación apostólica postsinodal, Cristo vive, n.168. http://w2.vatican.va/content/francesco/es/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20190325_christus-vivit.html. Ramos Díaz, Ary Waldir (2019). 10 claves del Papa Francisco para la participación de los cristianos en la política. Abr 10, 2019. <https://es.aleteia.org/2019/04/10/10-claves-del-papa-francisco-para-la-participacion-de-los-cristianos-en-la-politica/> ; http://w2.vatican.va/content/francesco/es/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20131124_evangelii-gaudium.html

31. Francisco. (2019b). Papa al Clero en Rabat: el problema no es ser pocos sino ser insignificantes. Catedral de Rabat, 31.03.2019. <https://www.vaticannews.va/es/papa/news/2019-03/papa-francisco-encuentro-clero-marruecos-catedral-rabat-papmar.html>

32. Francisco. 2018. Audiencia Fundación Giorgio La Pira. 23.11.2018. <https://press.vatican.va/content/salastampa/es/bollettino/pubblico/2018/11/23/pira.html>

33. Francisco. (2019c). Audiencia Pontificia Comisión para América Latina 04.03.2019). <https://www.vaticannews.va/es/papa/news/2019-03/papa-francisco-mensaje-comision-america-latina.html>



CONCLUSIONES

Ante las tendencias secularizadoras laicistas, y ante las ideas teocráticas de algunos grupos, se puede proclamar “Ni ghetto, ni cruzada”. El cristiano no considera el mundo como algo ajeno a la Iglesia o a la iglesia enajenada del mundo, y mucho menos a la Iglesia como quien tiene toda la verdad y la autoridad para dirigir el mundo secular, o considerar que los no creyentes son unos «perdidos» o herejes. Esto sería transmitir un sistema de dominio y de poder y no un mensaje de salvación. Lógicamente, abandonar el mundo por defenderse de él o dejarlo abandonado al juicio divino, es una posición no católica y sí muy sectaria. Grande puede ser la tentación de reducirse a un ghetto alejado y recóndito, como también establecer una guerra contra el mundo para establecer el reinado de Dios. La solución es el encuentro, el diálogo y la cooperación en, con y en favor del mundo. La propuesta de una iglesia en salida, como hospital de campo, que se ensucia las manos, es una propuesta plenamente concorde con el Evangelio. Un verdadero diálogo entre fe y cultura permite una sinergia entre las dos que produce una mayor humanización de toda persona que es el objetivo final de toda la humanidad: ser plenamente humanos. No se trata de relativizar el mensaje sino de llevarlo a su fuente originaria, haciendo una teología de la experiencia viva y no una simple logomaquia dogmática, una lucha por la verdad de los conceptos.

La Iglesia puede ser hoy como una especie de laboratorio donde se muestra otra manera de hacer sociedad, «otro mundo es posible», siempre y cuando salga de sí misma y acepte vivir en la plaza pública donde se debaten los temas sociales, donde se forma la opinión pública y donde se piensa la convivencia social. Hablar y compartir sin imponer. Esto exige participación en la vida social y pública dando un testimonio en simplicidad y serenidad. Se trata de reconocer que se está en un mundo plural, diverso, competitivo ideológicamente donde la iglesia no se puede replegar sino mostrar su testimonio con pobreza de poder y con el brillo de su luz.

Finalmente, se puede decir: ni una Iglesia en un Estado teocrático donde las normas religiosas sean las normas del estado defendidas con las armas, ni una Iglesia ghetto, recluida con miedo y con temor como una contracultura o un grupo raro o esotérico. Más bien, una Iglesia que es luz, lámpara, grupo de profetas asertivos en la sociedad, sin privilegios ni favores pero tampoco con timideces. La Iglesia puede aportar a los fundamentos prepolíticos del Estado y contribuir a su desarrollo en justicia y libertad (Habermas & Ratzinger, 2008).³⁵ Pero también puede colaborar a la plena humanización, pues Cristo es la revelación plena de lo que es el hombre al hombre (Gaudium et spes, n. 22)³⁶

REFERENCIAS

Arboleda Mora, Carlos. (2013). Ghetto o cruzada: deslaicizar la laicidad. Veritas, (29), 167-188.

Arboleda, Carlos y Castrillón, Luis Alberto.(2015). “Experiencia originaria de Dios, desinstitucionalización y deconstrucción de las religiones.”. Escritos, 23 (50): p.83 – 108.

Berger P (1968) A bleak outlook is seen for religion. New York Times, February 25 p 3.

Botelho Moniz, Jorge. As teorias da secularização na Europa: Novas perspectivas qualitativas e quantitativas sobre os fenómenos religiosos contemporâneos. Tesis de doctorado en Ciencia política. Universidade Nova de Lisboa, 2019. <https://fcsh-pt.academia.edu/JorgeBotelhoMoniz/Thesis>

Bruce, Steve. (2002). God is dead: secularization in the West, Oxford: Blackwell.
Casanova, José.(1994). Public Religions in the Modern World. Chicago y Londres: University of Chicago Press.

Concilio Vaticano II. (1965). Constitución pastoral Gaudium et spes sobre la iglesia en el mundo actual. http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19651207_gaudium-et-spes_sp.html .

Eck, Diana. (1992). True liberty cherishes difference. Los Angeles Times. Julio 5.

Francisco (2013). Exhortación apostólica Evangelii gaudium del santo padre Francisco. http://w2.vatican.va/content/francesco/es/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20131124_evangelii-gaudium.html
Francisco. (2019a). Exhortación apostólica postsinodal, Cristo vive, n.168. http://w2.vatican.va/content/francesco/es/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20190325_christus-vivit.html.

Francisco. (2019b). Papa al Clero en Rabat: el problema no es ser pocos sino ser insignificantes. Catedral de Rabat, 31.03.2019. <https://www.vaticannews.va/es/papa/news/2019-03/papa-francisco-encuentro-clero-marruecos-catedral-rabat-papmar.html>

Francisco. 2017. Video mensaje de Francisco. “Encuentro de católicos que asumen responsabilidades políticas al servicio de los pueblos latinoamericanos”. <http://bit.ly/2j86i0V> .

Francisco. 2018. Audiencia Fundación Giorgio La Pira. 23.11.2018. <https://press.vatican.va/content/salastampa/es/bollettino/pubblico/2018/11/23/pira.html>

Francisco. (2019c). Audiencia Pontificia Comisión para América Latina 04.03.2019). <https://www.vaticannews.va/es/papa/news/2019-03/papa-francisco-mensaje-comision-america-latina.html>

Fukuyama, Francis.(1988). ¿El fin de la historia? En: The National Interest. (Verano, 1988). http://www.cepchile.cl/dms/archivo_1052_1200/rev37_fukuyama.pdf

34. Francisco. 2017. Video mensaje de Francisco. “Encuentro de católicos que asumen responsabilidades políticas al servicio de los pueblos latinoamericanos”. <http://bit.ly/2j86i0V>

35. Habermas, J. & Ratzinger, J. (2008). Entre razón y religión. Dialéctica de la secularización. México: FCE

36. Concilio Vaticano II. (1965). Constitución pastoral Gaudium et spes sobre la iglesia en el mundo actual. http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19651207_gaudium-et-spes_sp.html . O’Callaghan, Paul. (2009). Cristo revela el hombre al propio hombre. Scripta Theologica 41 (1): 85-111

VIRAJE DE LAS CAMPAÑAS HACIA LO DIGITAL ▶▶▶

“La comunicación digital política se ha convertido en uno de los temas de conversación obligados, cada vez que inician campañas políticas para elecciones locales, nacionales e internacionales hablamos de las apariciones en redes de los candidatos, de sus escándalos en las mismas y de sus discursos a través de ellas...Pero ¿realmente tenemos claro el concepto de comunicación digital política?”.

JUAN SEBASTIAN DELGADO
13 de septiembre de 2019

“

**LAS REDES SOCIALES POLÍTICAS
NO DEBERÍAN SER CANALES
QUE HABLEN EN TERMINOLOGÍA
POLÍTICA, SINO EN TÉRMINOS
COMUNES, PORQUE AUNQUE TODOS
REALIZAMOS ACCIONES POLÍTICAS
EN NUESTRO DÍA A DÍA”.**





VIRAJE DE LAS CAMPAÑAS HACIA LO DIGITAL

COMUNICACIÓN POLÍTICA: DE LA TIERRA, A LO DIGITAL

Corría el año 2008, habían pasado cuatro años desde el nacimiento de Facebook. Mark Zuckerberg aún no estaba en el top 10 de los hombres más ricos del mundo, y en los Estados Unidos iniciaban las campañas presidenciales.

Todos se imaginaban unas elecciones tradicionales, iguales a las que habían vivido hasta ahora, suponían que el principal diferencial entre candidatos sería que uno de ellos era afrodescendiente, algo que hasta el momento era impensable para quien pudiese llegar a la Casa Blanca.

El color de piel de Barack Obama no fue el único elemento que sobresalió, el uso de las redes sociales también lo hizo, y aunque fueran muy desconocidas para la época y poco usadas, pensando en procesos electorales, fue su uso exitoso lo que le permitió a Obama convertirse en un referente a seguir y dar el primer gran paso en lo que sería la 'nueva forma de hacer política'.

Esta historia seguramente muchos la conocen y no en vano se dio a Obama la nominación de 'El rey de las redes sociales'. Se podría decir que quienes

trabajamos en comunicación digital política nos la sabemos de memoria, incluso muchos han tratado de copiarla, unos con mejores resultados que otros, pero todos con una oportunidad enorme para nuestro campo de acción.

La comunicación digital política se ha convertido en uno de los temas de conversación obligados, cada vez que inician campañas políticas para elecciones locales, nacionales e internacionales hablamos de las apariciones en redes de los candidatos, de sus escándalos en las mismas y de sus discursos a través de ellas...Pero ¿realmente tenemos claro el concepto de comunicación digital política?

Para hablar de Comunicación Digital Política habría que desglosar inicialmente el término Comunicación, que procede del latín 'communicare' y que significa "hacer a otro partícipe de lo que uno tiene" y ahí está la primera clave para hacer un trabajo efectivo en redes sociales, debemos construir perfiles sociales para la gente, no sólo para el candidato o exclusivamente para un momento electoral, tener presencia en redes sociales es una decisión de vida del personaje

político que se debe mantener, gane o no una elección. La marca política que se construye a través de estos canales se debe alimentar constantemente con el ejercicio que el líder o el político realiza permanentemente.

En segunda instancia deberíamos tener en cuenta que el usuario de hoy, sea votante potencial o ciudadano político que puede decidir participar en cualquier momento desea tener una comunicación en doble vía, no simplemente ver información publicada en una cuenta en Facebook o en Twitter, que termina siendo más parecida a una bitácora de un personaje que busca desesperado ser elegido, que a una cuenta poderosa que busca satisfacer las necesidades de esos usuarios.

Después de pasar por el concepto de comunicación y de una presencia en redes sociales que responda a las necesidades de los usuarios, es necesario llegar a una tercera instancia, saber qué comunicar con base en las necesidades de la comunidad a la que vamos a dirigirnos.

Como se evidenció en las campañas políticas de Obama en 2012 y recientemente en la de Bolsonaro, presidente actual de Brasil, o Bukele, presidente de El Salvador, ambos contaron en sus estrategias con equipos de programadores, matemáticos y expertos en big data que cruzaron información y construyeron bases de información principalmente con datos demográficos, etarios, sociales, culturales y económicos de los posibles electores, que finalmente sirvieron para que su estrategia de comunicación

digital política estuviera orientada de primera mano a las necesidades del público, así mismo que supieran qué y dónde publicar.

Las redes sociales políticas no deberían ser canales que hablen en terminología política, sino en términos comunes, porque aunque todos realizamos acciones políticas en nuestro día a día, lo que se refiera a conceptos como 'elecciones', 'cargos', 'políticos', 'gobierno', entre otras, nos incomoda y genera que construyamos una pared mental que impide que el mensaje se nos quede grabado y peor aún, que no queramos compartirlo y mucho menos interactuar con él. No es solo entender al ciudadano a partir de datos, es una sumatoria de elementos que parten de la psicología, la antropología y la sociología, en otras palabras, es saber qué piensan, cómo se comportan y cuál es su contexto.

Once años después de que Barack Obama 'inaugurara' la tendencia de hacer política en redes sociales ha quedado claro que la comunicación en estos espacios sociales debe ser directa, e incluso, como lo visto en la campaña de Donald Trump, los social media se vuelven extensiones de la personalidad del candidato; no sólo se habla con la comunidad como si la persona estuviera de forma física, sino que lo hace tal cual como cuando lo ven en un mitin político. En otras palabras, debe primar la coherencia entre la realidad y la percepción que tienen las personas hacia el candidato y su campaña.

Continuando con el tema de coherencia es importante tener en cuenta que estas plataformas





“

CONTINUANDO CON EL TEMA DE COHERENCIA ES IMPORTANTE TENER EN CUENTA QUE ESTAS PLATAFORMAS SOCIALES NO SON OTRA REALIDAD, COMO ERRÓNEAMENTE SE PIENSA EN OCASIONES, SON IGUALES, EN OTRAS PALABRAS, SON UN REFLEJO DE LA ‘REALIDAD’ OFFLINE”.

sociales no son otra realidad, como erróneamente se piensa en ocasiones, son iguales, en otras palabras, son un reflejo de la ‘realidad’ offline.

Un actor político debe ser el mismo en cualquier escenario, sea online u offline, y aunque es claro que las redes sociales y especialmente plataformas como Instagram ayudan a que un candidato o gobernante mejore su aspecto, genere mayor empatía o conecte más desde lo emocional, las redes no se hicieron para construir personajes, sino para potenciar la imagen de personajes ya contruidos.

Todos, incluidos los políticos, utilizamos estos canales de comunicación para evidenciar lo mejor de nosotros, pero cuando tú eres uno en redes y otro fuera de ellas, tienes mayor probabilidad de generar desaprobación por parte de aquellos que te leen o que te ven.

Un ejemplo para complementar la idea es el caso de Germán Vargas Lleras, candidato a la Presidencia de Colombia en las pasadas elecciones de 2018, quien el 21 de diciembre de 2016, un poco menos de año y medio antes del día de elecciones y aun siendo Vicepresidente de la República, le dio un ‘coscorrón’ a uno de sus escoltas cuando este le impidió a una señora, aparentemente de la tercera edad, acercarse al él.

Este suceso probablemente habría pasado desapercibido de no ser por dos detalles, un ciudadano estaba grabando con su celular la visita de Vargas Lleras a su municipio y colgó el video en

sus redes sociales y lo segundo, detonante para que se viralizara más rápido, la reputación que ha construido el exvicepresidente a través de escenarios offline no es la mejor. Muchos ciudadanos tienen la percepción de que él es una mala persona, alguien con un carácter explosivo y que incluso ha tenido otros momentos de maltrato con sus subalternos.

Si, al contrario, la gente supiera - o sintiera - que es una gran persona, que es firme, pero cercano con su equipo de trabajo y con la ciudadanía en general y que genera empatía, es muy probable que el efecto ‘bola de nieve’ hubiera sido muchísimo menor, incluso es probable que más de uno lo hubiera defendido a través de canales online u offline.

Es por esto que quisiera completar la idea con lo siguiente, así como la coherencia entre lo on y lo off es importantísima, también es clave entender que no existe una reputación ‘en tierra’ y otra digital, la reputación es una sola, como lo define Jerusalem Hernández:

La reputación es la valoración que los grupos de interés de una organización hacen de ella y de su comportamiento corporativo, que está condicionada por sus expectativas, experiencias y conocimiento sobre la empresa, y que genera unas actitudes y un comportamiento favorable o desfavorable.

CLAVES DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA DIGITAL

En ese sentido y en busca de profesionalizar el ejercicio político en escenarios digitales y teniendo en cuenta el viraje que han dado las campañas políticas hacia estas plataformas, traigo seis claves que se deben tener en cuenta a la hora de construir estrategias de comunicación digital política.

LA EMPATÍA NO SON SOLO LIKES

Erróneamente me he encontrado en diferentes campañas que he asesorado, a candidatos, o sus equipos de trabajo, preocupados principalmente por el número de seguidores que tienen y todo el tiempo comparándose con su rival para ver cuál de los dos crece más en ese indicador, sin analizar otro tipo de métricas que sí permiten evidenciar qué tanto está conectando su mensaje con su audiencia.

¿Por qué sucede esto? Por varios motivos, el principal de ellos - y ya lo he tocado brevemente en fragmentos anteriores del artículo -, para dar la percepción de apoyo masivo. El tema de fondo aquí es que los likes, vistos como ‘me gustas’ a páginas de candidatos o gobernantes pueden llegar a ser el punto de partida en la generación de empatía, pero son una parte de ello, es decir, son un medio, no un fin.

Partiendo de que la empatía es el ‘Sentimiento de identificación con algo o alguien’ (Real Academia Española, 2019), pienso que la acción de seguir una cuenta o darle follow no es suficiente para identificarse con ella. La empatía va más allá.

Para generar empatía con la ciudadanía es importante, entender cuál es el perfil del público que me puede seguir en redes, cuáles son sus intereses y necesidades y por supuesto, qué tipo de contenido y en qué formato quiere verlo.

En ese sentido nos damos cuenta que, aunque los followers, o seguidores, son importantes, también es clave analizar variables relacionadas con las interacciones. Son estas las que me pueden dar una luz para saber qué tan empático está siendo mi candidato, o mejor, cuál es la percepción de empatía que están teniendo quienes lo siguen.

LA EMOCIÓN MUEVE LO QUE LA RAZÓN NO ALCANZA

¿El voto es emocional o racional? Esta es una pregunta que ha sido protagonista en más de un café político y que han tratado de solucionar candidatos, estrategias y hasta académicos.

Debemos partir del hecho de que estamos en una época en la que los candidatos no compiten con otros candidatos por la atención de los posibles votantes, sino que tienen una ‘lucha’ constante, más a través de redes sociales, contra empresas que se dedican a generar contenidos emocionales para los usuarios, ¿o usted, amigo lector, prefiere leerse un programa de gobierno, o una serie de propuestas, que ver un video de 30 segundos que lo haga reír, o que le hable de su serie favorita?

En ese sentido, el punto de partida en esta búsqueda de la emocionalidad y de la generación del voto a partir de allí es preguntarse ¿Qué emociones estoy generando yo? Y no hablo solo de cómo me visto, o qué palabras utilizo, o qué tan empático soy en un evento, hablo del tipo de contenidos que comparto a través de redes sociales, porque como mencioné cuando hablé de empatía, si seguimos hablando de forma política hay una alta probabilidad de generar una emoción negativa y desde allí no se consigue ningún voto, a menos que la emoción negativa que se genere sea contra el opositor.

Al respecto en 2017 la Asociación de Comunicación Política - ACOP- entrevistó a Daniel Eskivel, reconocido estratega político especialista en psicología política, quien sobre el tema afirmó: Somos mucho menos racionales de lo que creemos. La decisión de voto meramente racional no pasa de ser pura ficción teórica. Nadie decide nada solo con la razón. Nadie. En ningún ámbito. De hecho, las decisiones humanas, incluyendo las decisiones políticas, son esencialmente irracionales y emocionales. La razón viene luego a justificar y clarificar lo ya decidido”. (Eskibel, 2017)

Y por esta razón, entre otras, es que vemos cómo cada día las redes sociales políticas, cuando tienen una estrategia y análisis detrás incluyen dentro de su parrilla de contenidos, algunas publicaciones, que inclusive, pueden llegar a ser llamadas populistas, como el candidato abrazando a los niños, comiendo en un barrio, cantando, bailando, entre otra serie de actividades, que nos extraña que haga un político,

pero que en el fondo nos conectan, y que las amamos o nos gustan cuando las hacen otros perfiles, como por ejemplo los influencer.

Los políticos más empáticos en redes sociales han sido aquellos que tienen un poco de show en ellas, por ejemplo Nayib Bukele de El Salvador, Justin Trudeau de Canadá, Rania Al-Yassin de Jordania, o los mismos Barack Obama y Donald Trump de Estados Unidos.

HABÍA UNA VEZ UN POLÍTICO

Seguramente las tres primeras palabras de ese subtítulo les recuerden los múltiples cuentos que a través de su vida han escuchado o ustedes mismos han replicado. Esa precisamente es una de las características que tiene el contar historias a la hora de querer generar conexiones con los ciudadanos, las historias son de fácil recordación y multiplicación.

Recordamos lo que nos gusta, lo que nos identifica, y por supuesto lo que nos hace sentir bien, en resumen lo que nos genera emoción.

Las historias son en esencia eso, una serie de emociones que se generan, o transmiten a través de relatos, hoy llamado Storytelling, que desde el pasado hasta la actualidad se ha adaptado a las diferentes formas de comunicación humana, desde la oralidad, hasta la virtualidad.

Tengamos en cuenta que nos conectamos con las marcas, en este caso políticas, desde tres perspectivas, inspiración, aspiración y necesidad.

“LAS HISTORIAS SON EN ESENCIA ESO, UNA SERIE DE EMOCIONES QUE SE GENERAN, O TRANSMITEN A TRAVÉS DE RELATOS, HOY LLAMADO STORYTELLING, QUE DESDE EL PASADO HASTA LA ACTUALIDAD SE HA ADAPTADO A LAS DIFERENTES FORMAS DE COMUNICACIÓN HUMANA, DESDE LA ORALIDAD, HASTA LA VIRTUALIDAD”.





Encontramos ese ‘aspiracional’ por ejemplo en publicaciones de redes como, videos de la biografía - con historia triste o de superación detrás -, bajo la premisa “ustedes también pueden”.

Al mismo tiempo, aparece el ‘inspiracional’, no solo en los post contando el perfil de luchador, sino en cada una de las fotos en redes sociales donde sale abrazando a una persona de la tercera edad o a un niño, dándole alimento a una mascota, o apelando a su rol de padre e hijo. La premisa que aquí se busca es “yo soy como tú, quiero que te identifiques conmigo”.

Finalmente el tema de la ‘necesidad’ lo encontramos en las propuestas. Teniendo en cuenta las ‘nuevas’ formas de consumo de la información, es claro que ya publicar en cualquier plataforma digital una propuesta como lo hacíamos en campañas de hace 10 años es poco funcional, hoy en día para lograr conectar y que el ciudadano sienta realmente que su necesidad será solucionada, debemos entender de antemano no sólo cuál es su perfil - tema que ya había mencionado -, sino cuál es el formato de contenido que más les gusta. Pero más importante que eso, debemos aterrizar la propuesta.

Hoy tenemos múltiples formas de comunicar un mensaje, el usuario digital quiere ver unas redes dinámicas, cercanas y sobre todo humanas, quiere ver que le habla un ciudadano no un político. Un ciudadano que lo entiende, que lo escucha y sobre todo que sabe lo que necesita. Un ciudadano que le cuenta historias.

SIN TIERRA NO HAY AIRE

Hemos hablado de entender audiencias, de saber qué quieren, de conocer sus intereses y necesidades, y es claro que las herramientas de analítica digital nos dan muchos datos al respecto. Pero para tener mucha más claridad del electorado es fundamental integrar el trabajo online con lo offline.

Un error que en ocasiones se comete en campaña es pretender construir una estrategia digital de manera aislada, incluso he llegado a tener campañas en las que cuando pregunto por la estrategia general - cosa que siempre hago antes de empezar a trabajar - me han respondido, “nosotros no creemos en la estrategia”, o “esa la tenemos en la cabeza”, y no me plantean cuál es la ruta a seguir en términos generales (más allá de tener claro que todos queremos conseguir votos), dejando en evidencia que viven su campaña al día a día.

Debemos entender que los medios digitales como su nombre lo dice, son medios, no son fines, por ende, hacen parte de un entramado de acciones estratégicas de campaña, porque cuando la tierra va por un lado y lo digital por otro es cuando se generan resultados catastróficos, por ejemplo, muchos seguidores, o muchas interacciones, pero de un público que finalmente no termina votando.

Un caso muy sonado fue el de Antanas Mockus, quien con su ‘ola verde’, llegó a ser llamado un fenómeno por la gran campaña que estaba haciendo - teóricamente - teniendo en cuenta que sus cifras en digital eran muy

superiores a las de Juan Manuel Santos, su principal contendor, y las cuales le permitieron a Mockus que gracias a ello su nombre fue tendencia varias veces, sus apariciones en medios eran constantes y sus contenidos muy difundidos, pero que cuando llegó el ‘Día D’ y por una falta de conexión entre lo on y lo off solo se obtuvo la mitad de los votos esperados para ganar la Presidencia de Colombia.

Partamos de algo, las redes sociales son un reflejo de la realidad offline, pero no son otra realidad, son la misma, por ende, debemos estar atentos a lo que sucede en ambos escenarios, porque cuando ganamos una elección lo hacemos tanto para los cibernautas, como para aquellos que consumen sólo medios tradicionales de comunicación. Y es en ocasiones en esos espacios fuera de la red, donde salen los insights - o esas verdades reveladas - para construir contenido online.

LA TRIADA DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Algo que ha venido sucediendo y que une ese universo online con el offline es la opinión pública. Cada día se hace más notorio cómo medios de comunicación tradicional apelan a las redes sociales y a la opinión publicada allí, para definir cuáles serán los temas de los que hablarán. ¿Solo se basan en ellos? No. Pero sí han ido creando secciones en sus programas informativos para hablar sobre las tendencias, cuya fuente, en la mayoría de las ocasiones, es Twitter.

Hoy podríamos decir que ha ‘nacido’ una nueva triada de la opinión pública y que se presenta de la

siguiente forma, los líderes, empresarios, políticos o activistas digitales generan opinión, esta logra viralizarse en Twittera través de hashtags específicos de donde los medios de comunicación tradicional toman esta información, y luego la ‘aterrizan’ en el ciudadano que no es digital, pero que si consume canales como televisión, radio o prensa.

Esto ha cobrado importancia en países como Colombia, porque, aunque desde el Gobierno nacional se han planteado estrategias de WiFi gratuito lideradas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, aún, en el corto plazo, no lograremos tener ni una cobertura, ni un acceso de Internet, tanto fijo como móvil en el 100% de la población.

Asunto que responde principalmente a dos problemáticas, la primera de índole económico, los estratos que predominan en el país son los de niveles 1, 2, y 3, por ende, por lo menos en los dos primeros, el tema de capacidad adquisitiva impide que un alto porcentaje de la población perteneciente a este sector, acceda a los planes que las empresas de telefonía y comunicaciones ofrecen.

La segunda problemática es relacionada con la topografía del país. Muchas de nuestras ciudades son valles o están en medio de zonas selváticas, por ende, es complejo instalar la infraestructura para transmitir la señal de Internet, a diferencia de lo necesario para tener televisión TDT (Televisión digital terrestre), o radio, que tienen mayor penetración en estos lugares.

Teniendo en cuenta lo anterior, cobra mayor relevancia entender que los medios son precisamente eso, medios que transmiten a la ciudadanía lo que ocurre tanto en los escenarios online como offline y que por ende en campaña, o en gobierno siempre será importante generar opinión, pero no solo para los fans, sino para llamar la atención de los medios de comunicación tradicional.

“YO QUIERO TENER UN MILLÓN DE AMIGOS...”

Todos, o por lo menos casi todos los candidatos están buscando lo mismo, ganar, y es claro que para hacerlo deben llevar su mensaje a la mayor cantidad de ciudadanos posibles, es por esto que vemos cómo buscan generar empatía, cuentan historias, unen lo on con lo off y hasta generan opinión para que los medios los visibilicen en espacios poco digitales, pero de nada sirve si todos estos esfuerzos se quedan en el mismo grupo de públicos - cuando este no es lo suficientemente grande para llevarlos a la victoria -, aquellos que ya han manifestado su intención de voto y que les dan ‘palmaditas de apoyo’ en cada publicación que hacen, o en cada barrio que visitan. El mensaje debe trascender si se quiere ganar.

Esto ocurre mucho en las redes sociales, partamos del hecho de que los candidatos normalmente tienen dos tipos de usuarios que han dado like a sus páginas o perfiles: Los fans, aquellos incondicionales y que todo lo comentan de forma positiva. Y por otro lado tienen a los opositores, esos personajes que buscan generar malestar, que hacen denuncias y que están ahí para recordarle al candidato que hay algunos

ciudadanos que no están de acuerdo con él y que no lo quieren en el poder.

Y existe un tercer grupo, que normalmente no está en las redes de los candidatos, pero que es importante atraer en campaña, los indecisos, estos que aún no tienen claro por quién votar o a quien brindarle su apoyo y que en ocasiones son los mismos que dicen estar cansados de la política o los políticos. Estos personajes, en muchas ocasiones, son los amigos de nuestros seguidores. Y de ahí la importante de tener “un millón de amigos”.

Entre más fans reales tengan las cuentas de los candidatos, mayor probabilidad habrá de que ese mensaje escale al grupo de personas indecisas, en gran medida por la acción de share o compartir que realicen los seguidores de estas cuentas políticas. Por eso es tan importante la recomendación de no comprar likes, porque, aunque el tener una cifra muy alta puede dar la percepción de apoyo, el hecho de tener un número que no interactúa lo único que genera es que el mensaje se siga quedando en el mismo grupo de personas de siempre.

REFERENCIAS

Delgado Gil, Juan Sebastián (2019) Claves para entender la comunicación digital política, Medellín.

El Heraldo (2017) “Vicepresidente Vargas le pega cocotazo a escolta en Ciénaga de Oro. El Heraldo. 23 de diciembre de 2016” En <http://bit.ly/2mjvaYd/> (Visitado el 15 de septiembre de 2019).

Real Academia Española, 2019. “Definición Empatía”. En <http://bit.ly/2mbxpMT> (Visitado el 15 de septiembre de 2019).

Granados, Ignacio Martín (2017, febrero 1) “Entrevista a Daniel Eskibel”. En Asociación de Consultores Políticos - ACOP -, Madrid.

CIUDADANÍAS DIGITALES ▶▶▶

“La Comunicación Política es el “intento de control de la agenda pública donde actores compiten por el control de la agenda tanto política como mediática”.

NURY ASTRID GÓMEZ
20 de septiembre de 2019

“

GRANDES ESFUERZOS SE HACEN CADA AÑO POR CERRAR LA BRECHA, HOY EN COLOMBIA SOLO UNO DE CADA DOS COLOMBIANOS CUENTA CON INTERNET FIJO O MÓVIL, Y DE LAS 30.3 MILLONES DE CONEXIONES A INTERNET QUE EXISTEN, APROXIMADAMENTE LA MITAD SON CONEXIONES DE BANDA ANCHA EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL”.





CIUDADANÍAS DIGITALES

CO-RESPONSABLES DE LA DEMOCRACIA

‘Imprudencia’ en chat sacó al alto consejero de Duque del Palacio”, así titulaba el escándalo político de la semana el diario más importante del país, el día 12 de septiembre de 2019. Este hecho, para algunos sin trascendencia y más cercano al “chisme político” recordaba el afectado que “Nunca olvides que el mundo digital y real son uno solo. Lección Aprendida” en su cuenta de Twitter al no ser nombrado en alto cargo el cual tenía asegurado antes de la imprudencia.

Una imprudencia mayor sacó el 2 de agosto reciente al gobernador de Puerto Rico, Ricardo Roselló luego de dos años y medio al frente de la isla. El burgomaestre cedió su puesto luego de intensas protestas sociales, movilizaciones de artistas, arengas callejeras y una gran presión internacional. Tales manifestaciones ciudadanas fueron la reacción a la publicación de chats entre colaboradores y asesores del Gobierno con alta carga y contenido sexual, malos tratos y expresiones inadecuadas sobre influenciadores y artistas de la isla.



Imagen de www.eltiempo.com Víctor Muñoz

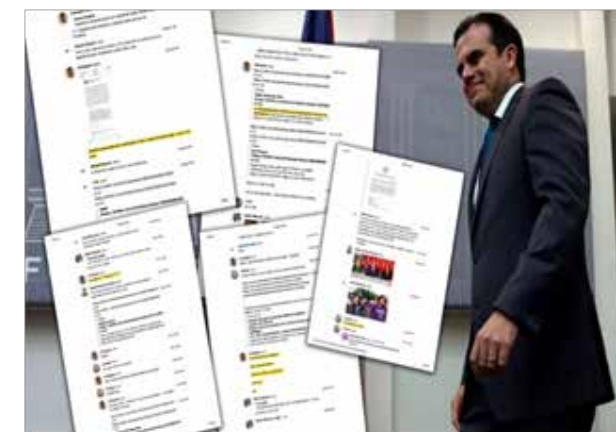


Imagen Ricardo Roselló y escándalo de chat

¿PORQUE INICIAR CON ESTAS DOS HISTORIAS?

En política todas las acciones son comunicación y toda la comunicación es política. La comunicación política para Mario Riorda, uno de los grandes autores de comunicación política de Latinoamérica, dice que simplemente que la Comunicación Política es el “intento de control de la agenda pública” donde actores compiten por el control de la agenda tanto política como mediática. Y es en ese sentido que “toda acción de comunicación no es política pero sí claramente toda acción política es comunicación”. No importa el actor (político, ciudadanía, medios de comunicación), están íntimamente ligados y lo que se haga en sinergia o tensión de esta triada, afecta el equilibrio de los sistemas político y social de un país.

Grandes esfuerzos se hacen cada año por cerrar la brecha, hoy en Colombia solo uno de cada dos colombianos cuenta con Internet fijo o móvil, y de las 30.3 millones de conexiones a Internet que existen, aproximadamente la mitad son conexiones de banda ancha en el contexto internacional. Lo anterior redundo en que el país hoy tiene una velocidad de descarga en promedio de 5.5 Mbps, de las más bajas en la región, la mitad de la velocidad promedio mundial, y una tercera parte de aquella de los países de la OCDE . Y continúa “según el Banco Mundial, aumentar en 10 puntos porcentuales la banda ancha fija se traduce en un crecimiento del PIB de hasta 1.38%, y según estudios del Departamento Nacional de Planeación, si triplicaremos la velocidad

de conexión a Internet podemos incrementar el PIB per cápita hasta en un 18%. El potencial de impactar el nivel de vida de los más vulnerables y lograr la participación de Colombia en la 4ta Revolución Industrial es inmenso, ¡pero tenemos que actuar!”

Sin embargo, no es suficiente con el cierre de brechas en infraestructura digital, en conectividad, en redes, en equipos de alta tecnología sino se avanza en la alfabetización, en la creación de una ciudadanía digital consciente, participativa y alfabetizada en nuevas formas de participación.

¿CIUDADANOS DIGITALES? E-CIUDADANOS

Casi todos utilizamos uno o más dispositivos simultáneamente y casi todos estamos en contacto con familiares, con la escuela, con el colegio, con los amigos, en parejas o principalmente con el trabajo a través de los medios digitales. Todos los días abrimos y usamos leemos blog, nos comunicamos por WhatsApp, abrimos el Facebook, compartimos diferentes tipos de contenidos, miramos memes, compartimos imágenes en Instagram y colaboramos en un montón de campañas que pueden ser virales a través de hashtag y difundimos información. Compartimos anécdotas y experiencia..., es decir estamos todo el día y todos los momentos conectados a través de un móvil a las redes sociales.

Pero ¿qué es la ciudadanía digital?, La ciudadanía digital puede definirse como normas de comportamiento que conciernen al uso de la tecnología. Puede decirse que se trata de la participación ciudadana a través

de entornos e interfaces de tipo digital o electrónico, a través de la Internet y las Redes Sociales . Para Colombia, la ciudadanía digital está promovida por el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación MinTIC y regulada por normas como Ley 1341 de 2009 (Ley TIC), artículo 18 para la regulación del Ministerio le corresponde –“definir, adoptar y promover las políticas, planes y programas tendientes a incrementar y facilitar el acceso de todos los habitantes del territorio nacional, a las tecnologías de la información y las comunicaciones y a sus beneficios”-, a través de Decreto 1414 de 2017. En su Artículo 24, establece como funciones de la Dirección de Apropiación de Tecnologías de Comunicación, entre otras: “dirigir la planeación, formulación, implementación, seguimiento y evaluación a las políticas, planes y programas que propendan por el acceso, uso, apropiación y aprovechamiento productivo de Tecnologías de la información y las comunicaciones, con el fin de fomentar su uso como soporte del crecimiento y aumento de la competitividad en los distintos sectores de la población”. Y las bases del Plan de Desarrollo Nacional y el Plan Estratégico Digital

Más allá de las inversiones logísticas y tecnológicas, debe garantizarse nueve elementos integradores y definitorios de la ciudadanía digital. Estos están expresados a nivel mundial por Digital Citizenship como una norma:

1. Acceso al mundo digital: este requisito es fundamental para convertirse en un ciudadano digital debido a dificultades como el estatus

socioeconómico o la localización algunos individuos pueden no tener acceso de forma regular las escuelas y las bibliotecas públicas pueden ayudar a paliar este programa. En Colombia, el acceso al internet es del 68% según informe del We are Social de Hootsuite (enero 2019), con penetración en estrato 1 es del 21.7%, mientras que para el estrato 6 es del 98%.

2. Comercio digital: Este concepto hace referencia a las capacidades de los usuarios para reconocer que una buena parte de la economía se regula en línea. También tiene que ver con la comprensión de los peligros y los beneficios de la compra en la red usando tarjeta de crédito y otros mecanismos de pagos.

3. Comunicación digital: este elemento trata con la comprensión de los distintos medios de comunicación en línea que abarcan desde el correo electrónico, mensajería instantánea, redes sociales y otros mecanismos.

4. Alfabetización digital: con esto hacemos referencia al conocimiento sobre cómo usar distintos dispositivos digitales; por ejemplo, un motor de búsqueda, con las redes sociales, cómo generar contenido.

5. Etiqueta digital o netiqueta: hace referencia a saber cómo comportarse a la hora de utilizar correctamente la comunicación digital es decir cada medio cuenta con sus propias reglas con sus propias normas y con su propio estilo que todos los ciudadanos debemos saber utilizarlo.

6. Leyes digitales: en este contexto se mueve la legislación aplicada a la descarga ilegal de contenidos, plagio, creación de virus, campaña

de spam, hackeo y robo de identidad, ciberacoso, etc. Todo aquello que se pueda mover en la red oscura.

7. Derechos y responsabilidades digitales: con este concepto hacemos referencia a los derechos del ciudadano digital, como la libertad de expresión, la privacidad, la Protección de Datos, el uso de su buen nombre y el no ser utilizado para campañas ilegales.

8. Salud digital: hace referencia a que cada uno de los ciudadanos digitales debe conocer muy bien qué es el estrés físico que produce el uso del internet, así como saber qué hacer para no crear adicción a estos medios.

9. Seguridad digital: este hace referencia a que los ciudadanos deben tomar medidas de seguridad necesarias para moverse en la red con tranquilidad. Por ejemplo, el cambio permanente de contraseña, no dar sus datos a cualquier persona en la red y leer muy bien cuando vas a algún tipo de contenido el hecho de todas las condiciones y reglas de uso de las aplicaciones.

¿CUÁLES SON LAS RESPONSABILIDADES DEL CIUDADANO DIGITAL?

Si los gobiernos tienen el deber de promover y facilitar el acceso a las tecnologías, el conocimiento y el adiestramiento en sus usos, los ciudadanos deben hacer buen aprovechamiento de ellas. La @RedPapaz junto a MinTIC y MinEducación Establecieron un código para el uso de las tecnologías de la información

y las comunicaciones con el fin de promover un uso sano, seguro y constructivo de las nuevas tecnologías para niños y adolescentes de todo el país. En este sentido se determinaron 10 conductas saludables para el uso de las tecnologías:

1. Utilizar las TIC respetando a los otros, respetándose y haciéndose respetar.
2. Ejercer el derecho a la libertad y respetar la de los demás.
3. Hacer uso de la identidad de manera segura en la interacción con otros y en los ambientes tecnológicos.
4. Proteger la integridad y seguridad personal y la de los demás.
5. Ser responsable con la propia intimidad y la de los demás.
6. Utilizar las TIC para el libre desarrollo de la personalidad y autonomía. A través de ella reconocer y hacer respetar creencias y pensamiento y los de los demás.
7. Utilizar las TIC para mejorar la calidad de vida asegurándose de procurar un ambiente sano y pacífico.
8. Ser consciente de que los menores de edad requieren especial cuidado y acompañamiento en el uso de las TIC.
9. No utilizar las TIC para promover, consultar, ver, comprar compartir actividades relacionadas con la explotación de menores pornografía infantil, prostitución infantil, trata de personas, promoción de conductas autodestructivas organizaciones y/o actividades al margen de la ley o cualquier otra conducta que atente contra

los derechos humanos .

10. Respetar los derechos de autor

Comportamientos, derechos, deberes, responsabilidades se mezclan en el lenguaje ciudadano. Pero más allá de la mera alfabetización y el acceso a la tecnología, una ciudadanía digital democrática permitiría un cambio en las conductas y las reglas de un país, de un gobierno, de una sociedad plena. En este sentido La comunicación política moderna, proponer un foco de estudio en la interacción digital, en el uso de canales alternativos y supone muchos elementos que están más allá del viejo manejo de los medios de comunicación. Uno de estos elementos es el reconocimiento de las nuevas formas de consumo de contenidos de audiencias jóvenes, desprovistas de interés político y con una necesidad de obtener respuesta instantánea de una democracia idealizada.

En sentido amplio, la comunicación política digital se origina y se desempeña como un mecanismo orientador del poder, orientador del gobierno, orientador en la retención del poder, orientador en la distribución del mensaje y orientador del imaginario ciudadano. Dicho mecanismo podrá estar en fuerzas económicas, medios de comunicación y no necesariamente en centros políticos. Pero sí a través de canales tan poderosos como las redes sociales que se convierten en las nuevas voces de las ciudadanías conectadas.

UNA HUELLA DIGITAL, LA MEMORIA ETERNA DE NUESTRA E-HISTORIA

Esaquí, en la gran nube, en millones de conversaciones donde la política se hace hoy. La gran caja de resonancia magnifica la cotidianidad de una mirada –y la reinterpreta, o la cambia de contexto–, replica numerales que viven por 4 horas, viraliza un video que puede destruir o ensalzar una figura pública y permite el “diálogo” pugilístico a favor y contra de un hecho, una persona, una palabra, una sentencia.

La comunicación entre actores políticos sigue igual, pero los canales, para su distribución diferencian, amplían, segmentan y filtran el mensaje según intereses – de quien emite- e intereses – de quienes reciben. El centro hoy son las redes sociales – canales digitales- de conversación instantánea, inmediata, anónima y sin restricciones aparentes. Un ejemplo de estos son las campañas electorales que prefieren en la difusión a menor costo con mayor impacto a través de facebook (2,121 millones cuentas en enero 2019, según estudio WeAreSocial y Hootsuite).



Edad de mayor uso en la red social Facebook

El estudio revela que este año WhatsApp, 2019, crece un 15% y ya reúne a 1.500 millones de usuarios (en 2018 contaba con 1.300 millones), mientras que Facebook Messenger se mantiene con 1.300 millones de usuarios. Por otro lado, Instagram ha pasado de 800 millones de usuarios en 2018 a 1.000 millones este 2019 (+25%). YouTube mantiene la segunda posición entre las redes sociales con más usuarios del mundo con 1.900 millones, un incremento de 400 millones a comparación del año pasado (+27%). Twitter por su parte, se queda arrinconada en la mitad de la tabla, perdiendo poco a poco usuarios (-2%) y menos de una sexta parte de los usuarios activos mensuales de Facebook, alentando aún más a quienes sostienen que se encuentra en una fase de declive.

En el mundo existen 3.484 millones de usuarios activos en las redes sociales, es decir, un 45% de la población mundial encuentra en estas plataformas la interacción con el mundo, de ellos 3.256 millones acceden a las redes sociales por medio de sus dispositivos móviles, un gran incremento en comparación de los resultados del año anterior, en el que un 39% de la población mundial utilizaba su móvil para acceder a las redes sociales, y actualmente un 42% de la población mundial lo hace desde estos dispositivos.

En cuanto a Facebook, Colombia ocupa el 15º lugar con 32 millones de cuentas activas y audiencia promedio superior a 25 años. Instagram es un fenómeno ya que en solo 2 años alcanzó más de 1.000 millones de cuentas concentrando la atención en jóvenes de 18 a 24 años. Colombia ocupa el puesto 19 con 11 millones

de cuentas reportadas a enero del presente año. Tal vez la red más polémica en política es twitter con 326 millones de cuentas activas y en Colombia con algo menos de 2.5 millones; sus usuarios suelen ser mayores de 35 años.



Colombia puesto 15 en cuentas de Facebook – WeAreSocial 2019

Es aquí donde personalismos políticos han encontrado su base ideológica: se construye o destruye gobiernos, reinventan ideologías, resucitan radicalismos y permite la enunciación de voces, antes anónimas, y hoy tan posibilitadas por el efímero hilo de tuit.

Es aquí donde hace ya más de 10 años, Barack Obama mostró el camino al diálogo social no mediado sino directo. A hoy se ha permitido casi de todo en la transformación digital y el auge de ciudadanías digitales.

Twitter es la red social en la que más peso tiene el

uso para información política. De hecho, el 64% de la gente utiliza Twitter, al menos una vez a la semana, para informarse de temas políticos. Y es que Twitter es el mejor lugar para ver lo que está pasando, seguir el desarrollo de una noticia en tiempo real, y ver todos los ángulos de un acontecimiento. El medio más efectivo; hoy no es una red social, es un medio para la información y distribución de noticias.

Por otro lado, Facebook es la red predilecta en la presentación de contenidos políticos, desde las fuentes políticas, hacia los ciudadanos: permite difundir información, crear marcos de interpretación, cambiar imaginarios, mover emociones y generar traductores sociales, replicadores lingüísticos de los mensajes políticos.

¿Y EN LA POLÍTICA Y LO POLÍTICO?

Las redes sociales son los mejores aliados de gobiernos y políticos en trayectoria. Mario Riorda, en su documental “En el nombre del pueblo”, dice en las redes sociales se han sentado las raíces de movimientos multitudinarios como el del rechazo contra la violencia contra la mujer, pero, así como se presta para reivindicar derechos de los ciudadanos, también se pueden utilizar para manipular a las masas, desviar la atención hacia temas de menor relevancia o favorecer una u otra corriente política que busca llegar al poder del Gobierno.

En su función de caja de resonancia, las cuentas sociales de políticos nacionales logran un efecto de vocería, moldear opinión pública y desatar

conversación con impacto mediático nacional. “En Colombia, sin embargo, el expresidente y premio Nobel de Paz Juan Manuel Santos ostenta 5,4 millones de seguidores, seguido del expresidente Álvaro Uribe Vélez, que alcanza 4,9 millones y de Gustavo Petro que en Twitter tiene un poco más de 3,5 millones de personas que siguen de cerca su opinión en esta red social. Los números de los personajes políticos colombianos en esta red social apenas son comparables con los de medios de comunicación como el diario El Tiempo, que llega a 6,7 millones de seguidores o Noticias RCN que suma casi 7,7 millones de usuarios de Twitter que siguen el perfil de ese medio. En todos los casos, salvo en los de El Tiempo y RCN que fueron primero, los perfiles fueron creados desde 2009, casi 10 años atrás. Vale la pena recordar, en todo caso, que el papa Francisco, tal vez uno de los líderes religiosos más mediáticos de esta década en todo el mundo tiene en Twitter 17,1 millones de seguidores, tan solo tres veces más que el presidente Santos y el expresidente Uribe”.

Especialmente Twitter se convierte en forma efectiva en resonador político. Su capacidad de crear tendencia y réplica en medios de comunicación es tal que gobernantes veteranos han pasado sus comunicaciones de gobierno para esta red. Donald Trump da cátedra en la forma de gobernar vía 140 caracteres, estructura casi siempre igual: una exhortación, un hecho, una crítica, una acción y un sentimiento. Tiene grandes ventajas usarlo: es corto, rápido, inmediato y, sobre todo, directo y sin intermediarios.



Dicha facilidad de acaparar atención ha sido emulada por otros gobernantes como Justin Trudeau apalancado de su imagen joven y atractiva en Instagram. En Nayib Bukele presidente de El Salvador, la distracción es indispensable en el espectáculo de un mago, con una magnífica táctica de campaña que continúa en gobierno. Se llama así mismo “el presidente más cool del mundo” con una audiencia superior a 1 millón de seguidores se convierte en un fenómeno millenian gobernando a ritmo de trinos: el domingo 2 de junio, día de su posesión, Bukele disolvió, todo a través de mensajes en la red social: cinco secretarías de la presidencia. Esa orden de menos de 280 caracteres eliminaría 600 plazas del Gobierno y en teoría ahorraría cerca de 15 millones de dólares en salarios el próximo año. Estilo, tono y ritmo de los “mandatos twitteros” gustaron a las audiencias, mayormente extranjera, que respondieron con “me gusta”.



Nayib Bukele -Presidente de El Salvador

Bukele, Trump, Uribe, Cosío-Cortés, Trudeau son estratégicos y tácticos en su comunicación digital: conocen sus públicos, reconocen y adoptan sus lenguajes, simplifican la comunicación y mantienen constante producción de contenido con alta carga emocional. Son dos décadas de velocidad y aceleración en todas las actividades y vínculos económicos, políticos y culturales; y de igual manera han incidido en las maneras de vivir, experimentar, narrar y recordar el pasado, el presente y el futuro. Otorga al ciudadano un apellido “digital” que cambia por completo la manera de relacionarse con él mismo, con su entorno y por supuesto, con la política y los políticos. Ellos lo saben y tarde o temprano reaccionan y activan canales directos, cercanos, inmediatos, instantáneos y aparentemente de tú a tú con interlocutores a quienes reclaman, ensalzan, premian, replican, insultan o ignoran. Un ir y venir de fanáticos digitales, sin voz propia, escudados en

anonimato, numerales y “compartir” información sin filtro...o con mucho filtro.

Ciudadanos organizados también responden ante la velocidad digital: “estas tecnologías han cambiado no solo las maneras en que los movimientos sociales y sus integrantes se comunican, colaboran y manifiestan, sino que también han impactado en los procesos políticos y en la movilización social... rápidas innovaciones tecnológicas han ampliado dramáticamente y acelerado los cambios en términos y estructuras de la acción colectiva, siendo cada vez más sensibles al flujo de eventos e información, y menos reflexivos que las organizaciones tradicionales o los grupos de interés...” Es histórica la masiva participación en la caída de los regímenes orientales a partir de la expansión tuitera conocida como “la primavera árabe” y las implicaciones sociales en protestas, manifestaciones y exigencias sociales. Puerto Rico sacó a su gobernador con presiones que iniciaron en las redes y extendieron un sentimiento de cansancio hasta las calles: presión que tuvo frutos en pocas semanas confirmando en hechos que “...la aparición de una lógica de acción conectiva basada en el intercambio de contenidos personalizados a través de las redes de medios, que aportan un principio de organización diferente de las nociones de acción colectiva basadas en suposiciones sobre la importancia de los recursos o de la identidad colectiva en los movimientos sociales”, concluye Barón.

FORMAS Y PRESENCIAS DIGITAL PARA NUEVAS AUDIENCIAS

Si los canales para la transmisión de información cambiaron solo es fruto en el cambio en la forma de búsqueda, consumo, interpretación y distribución de esta entre los ciudadanos. Se dice que los millenians empujaron el desarrollo tecnológico en cuanto su relación, con casi todo, se hace a través de un móvil. Generación y nativos digitales experimentan el mundo en imágenes, videos, textos cortos, numerales y contenidos filtrados en rosa o rojo. Hace pocos años la Revista Semana se preguntó ¿qué hacen los adolescentes colombianos en redes sociales? Y una consultora -FindaSense 2015- realizó un estudio que relevó que los adolescentes colombianos “son coleccionistas de momentos, su memoria es Google y el fenómeno Instagram les ha hecho desarrollar una nueva ‘memoria anticipada’ debido a que se imaginan el resultado de la experiencia que viven, la foto, incluso antes de que suceda”.

Los jóvenes que pertenecen a la generación Z, nacieron y crecen con Internet, son nativos digitales. La encuesta, que se realizó en Latinoamérica, dividió en dos grupos de 14 a 16 años y de 17 a 19 años. Entre las cifras más destacadas está que YouTube es la red social preferida en ambos grupos. Los chicos de 17-19 prefieren Facebook e Instagram. Mientras que el grupo de 14-16 se vuelcan por Snapchat, Askfm y Vine.

Consumir contenido político no les interesa. Menos del 10% de la red prefiere estos: escándalos, denuncias, expresiones emocionales... en forma de memes, videos, humor político, blogs, spot. No son las narrativas políticas quienes se han adaptado para acercar esta audiencia, son las formas y modos de

las narrativas: storytelling, el caso, metáfora, parodia, exageración de la realidad, poner la voz de otro. Pareciera que esta generación requiere traducción simultánea a través de sus “influenciadores de opinión”. En YouTube se encuentra contenido político ligero para los jóvenes. El canal “La Pulla” del Espectador, tiene más de 800 mil suscripciones y ha generado 232 videos cortos con un fin “En Colombia nos sobran motivos para rabiar. La Pulla es un espacio de opinión para aportar contexto y reflexión a la fugaz indignación de los colombianos. Emberráquese con argumentos. Emberráquese con nosotros” , dice su descripción. Creada en 2016 tiene reporta 75.234.690 visualizaciones a la fecha. Fenómeno similar son #HolaSoyDanny del periodista Daniel Samper quien migra, de columnas de opinión a esta red el 29 de abril de 2016 con 49.881.548 visualizaciones a su 170 videos y 670 mil suscriptores en el canal .

Si el lenguaje importa, la imagen lo dice todo. A partir de la explosión del humor, la parodia y los memes, se ha creado una tendencia para delimitar marcos interpretativos de la política. Pero, ¿por qué una imagen de sátira política para dar un mensaje?, una entrevista dada a El Espectador en septiembre 3 de 2018 , el profesor de la universidad de East London, Inglaterra, Tony D. Sampson dice que “aquellos que desean el poder tratarán de asegurarse de que la población esté compartiendo experiencias similares. La difusión de los estados de ánimo a través de las redes sociales jugó un papel en Trump y en el Brexit, por lo que la política que ha surgido de estos contagios recientes ha sido principalmente de la derecha”. Y continúa el artículo entrevistando al periodista

Ben Schreckinger “los memes crearon una gran cantidad de iconografía pro Trump. Además, hicieron énfasis, de manera implacable, en las acusaciones más repugnantes y sensacionalistas contra Clinton, obligando a los medios de comunicación a abordar temas que de otra manera ignorarían”. El meme se convirtió en una forma cómica de asumir nuestra realidad. “Cuando hay una polémica o sucede algo que nos parece ilógico o que nos incomoda, la mejor forma de convivir con eso es hacerle un meme. Es reírnos de eso que nos afecta o que nos ha sucedido. Hoy en día su importancia es alta, pues termina siendo un escape a la realidad con risas” concluye Mc Neil Persand Coll, director de Mercadeo de Que Boleta para ese artículo.





“

**LA CIUDADANÍA DIGITAL PUEDE DEFINIRSE
CÓMO NORMAS DE COMPORTAMIENTO QUE
CONCIERNEN AL USO DE LA TECNOLOGÍA”.**



Meme en campaña España - meme Brexit

Si el humor a través de los memes se convierte en una atractiva forma de Comunicación Política, el paso a las calles se da con Flash mob. Se trata de individuos que apoyados por las tecnologías de comunicación difunden mensajes a sus redes sociales de amigos y conocidos, los cuales hacen lo mismo hasta construir una gran cadena de comunicación, que es capaz de movilizar a miles de personas. Existe una serie de factores que se integran para dar vida a las movilizaciones instantáneas: el contexto de una sociedad pro-tecnológica, individuos que se pasan la vida frente a la pantalla de la computadora y que encuentran un espacio de acción común, sin que sea

necesario entablar relaciones sociales más complejas . Las formas políticas requieren manifestación presencial, de calle, cuerpo y persona para generar opinión más allá de lo digital. Una de estas expresiones se dio en España en el año 2006 con una reunión de más de 1 millón de personas. En las recientes elecciones argentinas, una canción “pegajosa” se convierte en un fenómeno y excusa para reunir cientos de personas en plazas públicas diferentes entornos a #SiVosQuerés la cumbia de campaña para convencer a los indecisos que se volvió viral promovida y cantada por que apoyan la candidatura de Matías Lammens en la Ciudad de Buenos Aires. En la red se encuentran videos cortos de las tomas públicas cantando y bailando la canción que se convierte en un himno de campaña, no tanto a favor de un candidato sino en contra de otros.

Tal vez una de las expresiones de ciudadanía digital más interesante surge en el 2015 con el Movimiento de Liberación Gráfica de Madrid apoyando la candidatura de Manuela Carmena a la alcaldía madrileña . Se presentan como “Club de fans del municipalismo en Madrid. Queremos que Manuela Carmena sea nuestra alcaldesa”. La plataforma promueve la participación ciudadana a través de las redes sociales Instagram, Facebook y Twitter. Lo que empezó con un proceso participativo formado por un grupo reducido de personas pronto creció para convertirse en un fenómeno social en el que han participado de forma desinteresada cientos de artistas, diseñadores e ilustradores aficionados y algunos profesionales. Para Antoni Gutiérrez-Rubí la campaña de Carmena

(alcaldía Madrid 2015) se basó en el ARTivismo: “... está demostrando el enorme talento anónimo, la extraordinaria potencia de la creatividad colectiva y el carácter movilizador del arte político y la influencia del streetart. La calidad, variedad y plasticidad de las aportaciones está generando un efecto estimulante y optimista alrededor de la campaña. Es el combate de la belleza contra las fealdades de la política. La democratización del talento ha hecho que consagrados y amateurs compartan redes, timeline y tumblr. Del tradicional manifiesto y la lista de los abajo firmantes, singulares, públicos y notorios... a los miles de anónimos que, sin estratificaciones protocolarias, sin aristocracias creativas, comparten una ilusión política con el arte como cohesionador. La autonomía desborda y libera. El desorden ordena y moviliza. No se trata de encuadrar, sino de que fluya.”



Carteles artísticos campaña Manuela Carmena
Alcaldía de Madrid 2015

A MODO DE CONCLUSIÓN

No son las tecnologías las que desatan los cambios en la comunicación ciudadana; son los cambios en las formas de relación ciudadana con lo político que acelera la creación y adopción de tecnologías. El fomento de nuevas relaciones comunicativas, cercanas, directas, sencillas y directas promoverán el surgimiento de una generación capaz de reescribir la democracia en letras mayúsculas que sea más que un titular de prensa.

Es responsabilidad y compromiso de quienes #VivimosLaPolitica dar pasos certeros a una alfabetización que supere lo meramente instrumental y demos un nuevo significado al e-ciudadano, a la ciudadanía digital, no la conectada, no la ensimismada en el móvil o la red, sino en una ciudadanía empoderada y haciendo uno de relaciones conectadas para superar los desafíos del desarrollo.



TRANSFORMACIÓN DIGITAL ▶▶▶

“En la actualidad, las nuevas tecnologías tienen la obligación de dirigir sus objetivos al requerimiento más demandado, el de mayor escasez: la optimización del tiempo. Todo producto que aporte esta virtud, tendrá una mayor probabilidad de tener éxito”.

PAUL NEWMARK J.
26 de septiembre de 2019

“

**EL CONCEPTO DE GLOBALIZACIÓN
NO PUEDE SER INTERPRETADO A
FUTURO: ES PRESENTE, ES CAUSA, ES
ORIGEN, ES DESTINO”.**





TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La importancia de la transformación digital en la política

La tecnología ha alcanzado un protagonismo de primera línea en el mundo actual: las diferentes aplicaciones mejoran procesos, agilizan nuestro día a día y, en su mayoría, son un facilitador que enriquece nuestras vidas.

Dentro de los avances tecnológicos – sin importar el rubro al que pertenezcan- hay riesgos implícitos: uno de los principales es la invasión a la privacidad que de alguna forma, con nuestro permiso o sin él, nuestras vidas están siendo analizadas y medidas en términos de patrones de comportamiento y consumo.

El contenido que compartimos, los artículos que compramos, las transacciones que hacemos... todo, realmente todo, es insumo para que los nuevos rock stars (los científicos de datos) puedan analizar cada patrón y utilizar esta data para la identificación de valores importantes en el momento de convertir a un prospecto en un cliente.

En la actualidad, las nuevas tecnologías tienen la obligación de dirigir sus objetivos al requerimiento más demandado, el de mayor escasez: la optimización

del tiempo. Todo producto que aporte esta virtud, tendrá una mayor probabilidad de tener éxito.

¿Quién identifica los patrones con mayor rapidez?
¿Quién diseña y desarrolla el algoritmo que persigue la data requerida, en el menor lapso? ¿Quién puede atender los intereses comerciales del cliente en el tiempo óptimo?

Dichos cuestionamientos son muy interesantes: pese a tener estructuras diferentes, todos terminan en el mismo factor: el tiempo. Hay lugares comunes que describen este principio, como el ya conocido “time is money”, y como uno más local (perteneciente al gremio de los economistas), pero no menos ilustrativo: en toda economía - contrario a lo que se piensa- el valor más importante no es el dinero, sino el tiempo. La razón es simple: con el tiempo se puede hacer dinero; el dinero no puede comprar tiempo.

Las respuestas a las preguntas expuestas cubren ciertos requerimientos de una industria, pero el factor tiempo definirá si estas implementaciones realmente repercuten favorablemente en el aspecto estratégico del negocio. La viabilidad de un proyecto

tiene que ver con el análisis y estudio de presupuestos, proveedores, necesidades específicas de la marca, de la compañía, de los usuarios... pero si el reloj no juega a favor en todas y cada una de las aristas que conforman la propuesta, el proyecto no tiene esperanza, mucho menos en una industria en auge que es medular en la evolución del mundo.

El tiempo de diseño y desarrollo, así como la duración de la implementación o ejecución, podría representar para una empresa liderar una industria, aumentar sus ventas, generar un crecimiento vertical o simplemente sobrevivir a las tendencias o avances del mundo en la actualidad...o no: esto último implicaría un fracaso rotundo e irreversible.

El concepto de globalización no puede ser interpretado a futuro: es presente, es causa, es origen, es destino. El mayor mérito que tiene la tecnología es la posibilidad de operar sin importar el tamaño de nuestro negocio o empresa, en cualquier lugar. ¡Ni siquiera las mentes más optimistas imaginaron jamás la idea de que un negocio pudiera gozar del don de la ubicuidad! Hoy en día es totalmente posible tener PyMes en todo el mundo generando negocios fuera de sus fronteras.

La inmediatez y la accesibilidad permiten a cualquier persona posicionarse globalmente. Ver cómo un grupo de jóvenes comercializa servicios o productos desde la comodidad de su hogar y facturando overseas hoy no constituye una sorpresa ni algo fuera de lo normal en el mundo de los negocios. En este escenario los actores tienen dos papeles a elegir: “el

ciego” (aquel que ignora las opciones brindadas por la tecnología y fungir como el empresario conservador) y “el mago” (el que está en pos de toda novedad tecnológica y aprovecha cada avance en pro de su negocio, no solo por las facilidades que habrá de disfrutar, sino también porque el uso de la tecnología influye de manera muy positiva en la imagen de una empresa).

La naturaleza del ser humano suele estar inclinada a la inquietud y a estar repensándose e innovar: esta es una de las principales características del hombre moderno; algunos lo señalan como algo instintivo propio de las nuevas generaciones. Con frecuencia comentan los antecesores de los empresarios actuales: “nacieron con el chip de la tecnología integrado a su sistema”. En medio de una revolución tecnológica, la humanidad está obligada a reinventarse constantemente. La tecnología puede ser el vehículo a muchos avances – según la postura que cada quien asuma ante ella- o podría generar muchas desilusiones por las aplicaciones que generen grupos de personas sin principios: tecnología sin ética cobra adjetivos y posibilidades aterradoras desde su simple planteamiento.

La ciencia ficción siempre será un referente de inspiración para los apasionados por soñar con soluciones que le den al ser humano la posibilidad de elegir, si quiere adoptar esa innovación en particular.

Cuando un desarrollo se muestra como un aporte a la vida, el usuario estará receptivo y verá en el producto un aliado que le afectará positivamente: “si ofrece fácil acceso, inmediatez y un costo que se transforma



“EN MEDIO DE UNA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA, LA HUMANIDAD ESTÁ OBLIGADA A REINVENTARSE CONSTANTEMENTE”.

en inversión, y no en gasto, se creará el llamado factor wow, seguido por una intención de adquirir ese servicio o producto, casi inmediata: más que deseo, necesidad.

Hoy en día es común escuchar temas como Machine learning, IOT, AI, entre otras. Estas tecnologías tienen libre acceso, pues pueden ser aprendidas tanto en instituciones formales como de manera muy sencilla, desde cursos E learning hasta tutoriales en Youtube. Vivimos en una era de accesibilidad a todo tipo de contenido donde el objetivo es calmar la sed de aprendizaje: en este orden de ideas, el curso de la vida moderna es un desierto donde la única esperanza de encontrar el oasis es estar a la vanguardia y mantener el paso hacia la evolución. No basta con dominar un programa, una aplicación, una novedad tecnológica; lo que hoy es revelación, en las próximas horas será solo el antecedente para estudiar un prototipo que desplace a su antecesor y que sorprenda: este último factor es uno de los insights más determinantes en la industria de la tecnología.

El ser humano se convirtió en una máquina voraz que quiere consumir contenido constantemente, que demanda inmediatez con peculiar voracidad; es una versión electrónica del consumismo desmesurado que caracterizan al Siglo XXI y que sufre el concepto del sabor del día. Por eso los medios están siendo exigidos de manera impresionante. En tiempos donde las noticias son generadas por la población, donde los medios llegan tarde y el público puede recibir información de diferentes fuentes en tiempo real, las opiniones son cada vez más personalizadas y

menos sesgadas: los filtros desaparecen: los intereses particulares empiezan a ser cada vez más limitados.

Lo anterior no apela a que eso no siga ocurriendo, pues ahora la tecnología también permite generar opiniones de cualquier individuo sin confirmación alguna, originadas en cualquier fuente sin el compromiso de verificación, ni índice alguno de autenticidad. Las fake news son una de las alternativas de disociación donde aquel que confunde reinará: el mejor ejemplo es el de las pasadas elecciones presidenciales en EEUU cuando el entonces candidato – hoy Presidente- Donald Trump, se vio tanto beneficiado (inicialmente) como afectado, en lo sucesivo.

Con una campaña política estratégicamente planeada se atacó al público con capacidad de voto en general, el posicionamiento de MAGA (Make America Great Again) generó un engagement directo con el votante y motivo al público con la capacidad de votar, pero no al votante activo a participar y posteriormente a elegir a un candidato sin experiencia política en el cargo más importante del mundo moderno.

Las personas del común veían cómo sus pares comentaban y apoyaban la causa. Esto generó una inercia que desencadenó una de las polarizaciones más significativas en la historia de EEUU. Detrás de esta vorágine podemos observar el protagonismo del análisis de datos y cómo este desencadenó una operación sistemática completamente efectiva para el caso de las encuestas: esto no señala a las de intención de voto, sino a los procesos previos donde

los candidatos buscan un objetivo para campañas que ayuden a los ciudadanos a encontrar un propósito y se puedan identificar con una propuesta alineada a sus interés personales y grupales.

Otras aplicaciones de la tecnología son la perfilación de votantes. Inicialmente los primeros pasos se hacían a través de encuestas para tener proyecciones de intención. Con esta data era posible identificar intereses, preferencias y geolocalización, siempre y cuando la masiva tarea fuera tabulada con exactitud, lo cual era difícil y mantenía un margen de error mediano, además de un ejército de personas para realizar la tarea, invirtiendo una cantidad de tiempo que generaría pérdidas en muchos aspectos.

Posteriormente llegó una primera fase de tecnología donde por medio de dispositivos se hacían encuestas puerta a puerta: con el objetivo de eliminar la tabulación se registraban las diferentes respuestas, finalmente resultados más exactos y con la posibilidad de acortar tiempos en los resultados.

Hoy en día ni siquiera es necesario contactar al ciudadano, sino que a través de sus smart phones, donde queda registrada información de los patrones de comportamiento como, por ejemplo historiales de búsqueda, preferencias en redes sociales, con texto predictivo se pueden identificar palabras utilizadas repetitivamente, como también intereses personales y esto sin dejar a un lado la importante tarea de los micrófonos y los mensajes de voz, que aportan importantísima información, entre muchos otros medios que cazan minuciosamente a la población,

tanto a nivel grupal, como individual.

El banco de información va creciendo desmesuradamente cada día, no solo en cuanto a la riqueza de la información, sino en el aspecto cuantitativo. Hoy en día difícilmente hay individuos fugitivos al detective electrónico, pues los datos son más públicos que privados y es aquí donde el tema de ética cobra total relevancia. A través de procesos como data analytics es posible identificar información vital con la cual es posible formular estrategias que permiten buscar objetivos claros en el público en general; casos como los mencionados por la prensa mundial: Cambridge Analytica o The Groundwork se han convertido en ejemplos reales de cómo la tecnología puede ayudar a trazar estrategias que no necesariamente son diseñadas por costosos equipos de campaña ni por extensas encuestas que buscan identificar necesidades populares.

Aquí la realidad se evidencia por medio de “rock stars”. Los científicos hacen que los patrones de comportamiento y comunicación se conviertan en datos que centrados con una geolocalización donde las palabras más comunes se puedan validar y cruzar con fundamentos que realmente hagan adherencia a una campaña.

El nuevo populismo del siglo XXI se reduce a un planteamiento tan simple como complejo: nada es accidental ni evidente. En un futuro muy cercano las propuestas que vamos a ver de candidatos a nivel global no van a ser formuladas a partir de que el candidato y su equipo de estrategia visiten



“

HOY EN DÍA DIFÍCILMENTE HAY INDIVIDUOS FUGITIVOS AL DETECTIVE ELECTRÓNICO, PUES LOS DATOS SON MÁS PÚBLICOS QUE PRIVADOS Y ES AQUÍ DONDE EL TEMA DE ÉTICA COBRA TOTAL RELEVANCIA”.

los diferentes lugares de la comunidad donde encuentren situaciones que necesiten algún tipo de intervención ni mejora, esto son temas del pasado. Lo que sucederá es que sistemáticamente se buscarán palabras mencionadas con frecuencia, las cuales serán organizadas por geolocalización donde le permitirán identificar a un equipo que lleve a cabo la analítica, objetivos claros para alinear necesidades con propuestas: el enfoque será ser populares conectados con los ciudadanos. Otro tema clave inherente a la actualidad es el manejo digital de la campaña y su producto visible más importante: el candidato.

El Engagement es necesario; el protagonista debe procurar proyectar una imagen positiva y limpia en redes sociales. Con este enfoque vienen temas de posicionamiento, como lo son el SEO y SEM en páginas web. Search Engine Optimization está enfocado en qué contenido puede mostrarse, cuidando su relevancia en el target y la posibilidad de que destaque, de manera que el futuro sufragante puede encontrar información fácil de digerir y que sea de utilidad en la elección.

Por otro lado, el Search Engine Marketing incluye una inversión en la que se posicionará, a través de buscadores (principalmente Google) el escalafón de posicionamiento de búsqueda relacionado con palabras clave donde en ese mercado las palabras van aumentando de precio, dependiendo del enfoque. Algunos ejemplos de estas palabras son: alcaldía, gobernación, candidato, consejo, presidente, etc. Estas pueden llegar a tener un costo representativo e importante en tiempo de elecciones.

Dependiendo de la creatividad y lo recursivo que se pueda ser dentro de los equipos de las campañas, podemos generar ese engagement, aun si el presupuesto es muy bajo. La creación de contenidos factibles para la conquista del don de ser virales, puede beneficiar en grande a un candidato o, si el contenido está mal, la consecuencia es letal (en el sentido figurado que explica el fracaso de la campaña).

Las redes sociales tienen memoria de elefante, pues lo que se publica no se olvida, sin importar el momento en el que se subió la información. Cualquier tipo de comunicación, inclusive tratándose de intercambios privados, ha sido expuesta con intenciones funestas en el momento exacto: esta información representa un arsenal de ases bajo la manga que, dependiendo de las circunstancias, se juegan o no. Como lo llaman los medios americanos “dirt” (mugre suciedad) utilizados en el momento perfecto pueden terminar tumbando al favorito o posicionando al peor: depende de cómo se jueguen las cartas. Con este tipo de ataques ha sido necesario desarrollar equipos de manejo de crisis de comunicación, que tratan de establecer estratégicamente siempre la mejor imagen del perjudicado, a veces con éxito, pero otras resultan en casos insalvables que terminan hundiéndose, otorgando el triunfo a la oposición, sin posibilidad de revancha: derrota irreversible.

Uno de los principales antagonistas en las redes sociales es el morbo: este siniestro elemento no discrimina, porque no importa la nacionalidad, raza, sexo, hoja de vida... todos serán juzgados con

o sin motivos. Y este fenómeno es liderado por la inmediatez y por la falta de lectura profunda que generan los medios digitales. Los posts son cortos y lo que fue noticia en la mañana en la tarde ya no es trending topic, (salvo que la información tenga la capacidad de mover el interés de toda la audiencia, para bien, o para mal) lo que importa es ser el tema de moda, aunque sea temporalmente. Uno de los factores que miden el engagement es la cantidad de likes, lo que representa que a veces se sacrifique la calidad o veracidad a cambio de la posibilidad de generar el potencial de viralización: que hablen bien o mal, pero que hablen.

En esta categoría los ejemplos son muchos y localmente uno de los casos más sonados hace unos años fue el de la candidata a la Cámara de Representes María Fernanda Valencia, quien prometió desnudarse en una sesión de fotos para una revista del mainstream colombiano, si quedaba elegida. Esta estrategia se planteó con el único objetivo de causar polémica, lo que habría de traducirse en posicionamiento. Dado el momento en que se llevó a cabo este plan, cuando en la historia política de Colombia no se aplicaba la tecnología a las campañas políticas: es un caso ilustrativo de los alcances de las redes y de sus usuarios. Hoy en día un caso similar podría ser imitado sin generar un impresionante costo en marketing, solo con un manejo adecuado de redes.

En términos de manejo de comunicación oficial, existe Twitter, donde vemos cómo la interacción con el público en general es en tiempo real; los medios no pueden ir al ritmo del flujo de información que

genera un medio como este. Los ciudadanos tienen la posibilidad de enterarse de la información casi de forma inmediata al suceso y de la fuente oficial, antes que los medios, lo que está convirtiéndose en un reto cada vez más difícil de manejar.

Vivimos un momento en la historia en que los medios impresos van en decadencia: su impacto se va apagando paulatinamente, como pequeños fuegos. Estos han perdido credibilidad y reputación, pues el acceso directo a la información evidenció la manipulación y el filtro que se ejerció durante tantos años.

Muchos presidentes están comunicando directamente lo que piensan, a veces sin filtro alguno, a través de twits que se viralizan en segundos. Los likes y los shares se multiplican por minutos creando ecosistemas virtuales donde la confrontación por medio del anonimato es lo común. Twitter tiene 262 millones de usuarios y es una perfecta plataforma para generar contenido anónimo, pues solo se requiere un email para crear una cuenta, a esto se suma que aproximadamente 70 millones podrían ser cuentas falsas o fake accounts, de acuerdo con The Washington Post, lo cual es muy difícil de identificar con veracidad.

No obstante lo anterior, las cuentas oficiales son perfectos medios de comunicación donde el número de seguidores se convierte en la nueva moneda transaccional, pues para generar interacción, los influencers aprovechan su posicionamiento y ofrecen esos números como “posibles” votantes o por

lo menos unas secuencias de interacción heredadas que podrían tener mucha visibilidad y posibilidades de convertirse en trending topic con mayor facilidad. La agilidad con la que se publica contenido implica un reto muy difícil de mantener, pues en ese afán se pueden cometer muchos errores e imprecisiones. Existen muchos ejemplos donde se evidencian salidas en falso de candidatos o figuras públicas con comentarios que por el calor del momento o la situación son llevados a un contexto de extensión y terminan siendo un verdadero dolor de cabeza que debe ser manejado como una crisis, contra la cual solo un buen equipo destinado al manejo de este tipo de situaciones puede salvar – sin omitir que el factor tiempo es vital y a veces es demasiado tarde para resarcir una mala publicación – deben ser muy este tipo de casos.

Hoy en día es mucho más rentable contratar un científico de datos que un equipo de asesores especializados: en primer lugar, por cuestiones económicas, pues es significativamente más productivo, en comparación con el resultado y la información que se puede obtener.

Con un buen análisis de contenido es posible encontrar los resultados, siempre que sean trabajados adecuadamente, lo que se traduce en resultados óptimos que permitirían predecir el éxito. Con inteligencia artificial es posible procesar información en masa corriendo bases de datos donde se identifiquen variables o patrones repetitivos y con esta información se crean las propuestas alineadas y atractivas con las cuales un candidato puede ser más

atractivo que otros.

Asimismo, no menos importante, está lo que la tecnología puede hacer negativamente a una campaña o candidato en términos de imagen: uno de los casos más ilustrativos de esto fue el de Nixon, cuando la tecnología análoga hizo un aporte increíble con cintas de grabación que fueron utilizadas como elemento probatorio en el escándalo de Watergate, nada muy distinto a casos recientes de escándalos, como el de Paul Ryan, actual Speaker of the House of Representatives cuya posición es equivalente a la de Presidente de la Cámara de Representantes. Este último caso exhibía las múltiples denuncias de acoso sexual que contenían fotografías “comprometedoras”, a manera de evidencia. Como estos, podríamos dedicar un centenar de notas ejemplificando el poder sobre las masas ejercido por las redes sociales.

La responsabilidad con la que administramos lo que hacemos incluye tanto el manejo de medios digitales, como las redes sociales; también los dispositivos que utilizamos... todos somos posibles víctimas de hackers, quienes en el momento menos esperado pueden tener acceso a nuestra información a través de conexiones remotas inalámbricas. Su objetivo es encontrar información de muy alto valor: una base de datos es en la actualidad la llave del mundo, un enorme instrumento de poder, de manipulación, de extorsión y también, claro, de estrategia mercadológica política, de segmentación y de un sinfín de utilidades que son medulares en esta Era Digital.



Por más privacidad y seguridad que presuman las marcas de dispositivos digitales, ninguno está exento de ser invadido por los delincuentes electrónicos, que van perfeccionando sus fechorías a la par con los avances tecnológicos. El robo de identidad es el delito de nuestros tiempos. A partir de ese siniestro, el delincuente es dueño de nuestra vida, incluyendo nombre, historia, finanzas, lugar en la sociedad, etc. Tan peligroso es un robo de identidad como un secuestro: en ambos casos la víctima está totalmente a merced de su depredador y su vida entera podría ser destruida sin marcha atrás. Es de suma importancia cuidar nuestras redes sociales: no son juegos de niños; cada publicación representa una huella indeleble que nos puede llevar a la gloria o a su opuesto: un community manager es el gurú del Siglo XXI y la tendencia es profesionalizar este oficio al que todavía no se le da la seriedad que amerita.

Los robos más comunes son por medio de conexiones remotas con redes wifi o bluetooth donde se identifican claves o se hackean accesos a cuentas cloud donde inocentemente los famosos guardan sus documentos. Una forma muy efectiva de no permitir el chantaje es publicar las fotos o documentos por iniciativa propia y exponer a los hackers públicamente, de esta forma los esfuerzos fraudulentos pierden importancia y son utilizados como un incentivo muy poderoso de marketing digital para aumentar exposición y viralizar el derecho a la privacidad de todo ser humano.

Finalmente el llamado es a provocar ese cambio de mindset, a transformarse digitalmente a utilizar la

tecnología para apoyarse en ella, a ser creativos y encontrar oportunidades donde realmente se pueda conectar con el ciudadano. El pivot mental debe ser de todos, los candidatos, el gobierno, las instituciones y nosotros, el pueblo pues tenemos el poder del voto para elegir objetivamente a quien nos represente.

The background image shows a lecture hall from the audience's perspective. A speaker is standing at the front, gesturing towards a large projection screen. The screen displays the text 'Redes sociales y movilización ciudadana'. To the right of the screen, there are banners for 'Universidad de Medellín' and 'FACULTAD DE Ciencias Sociales y Humanas'. The audience is seated in rows of chairs, facing the front. The entire image is overlaid with a dark blue filter.

REDES SOCIALES Y MOVILIZACIÓN CIUDADANA▶▶▶

“Los éxitos electorales cosechados en el último lustro por formaciones populistas con un discurso antisistémico y simple, se ha traducido en el aumento de su representación política tanto en Europa como en Latinoamérica”.

JAVIER JUÁREZ RODRÍGUEZ
10 de octubre de 2019



REDES SOCIALES Y MOVILIZACIÓN CIUDADANA

INTRODUCCIÓN

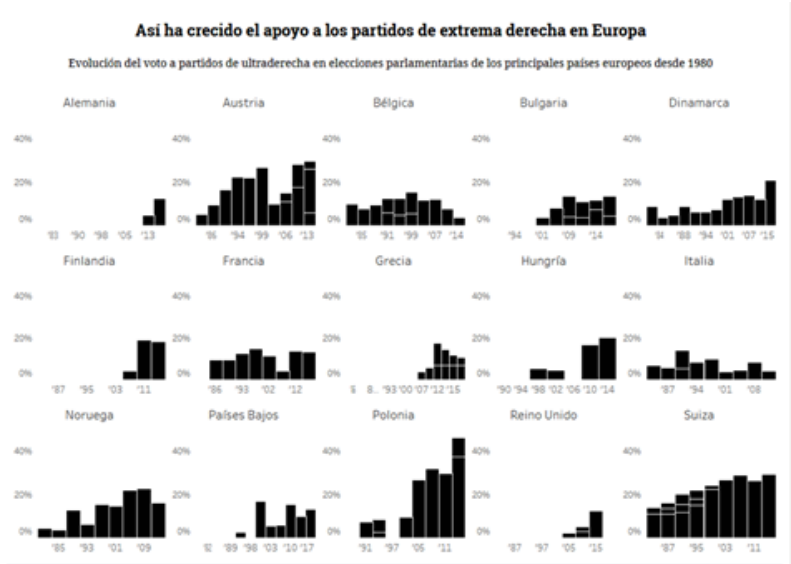
Durante la última década hemos asistido a un período vertiginoso de cambios políticos y sociales a nivel mundial, experimentándose un notable auge de nuevas formaciones, movimientos y liderazgos personalistas sustentados en gran medida en mensajes simples y directos, así como en estrategias discursivas agresivas fundamentadas en el componente emocional, potenciando la irracionalidad y los instintos más primarios. Estamos ante lo que John Judis (2018) califica como una etapa de proliferación de “partidos y candidatos populistas”, los cuales “están movilizándose” (p.17) para, con un mensaje claramente antisistema entrar en los sistemas democráticos ya establecidos. Una nueva realidad cuyas consecuencias aún no hemos llegado a calibrar realmente ni a medio ni a largo plazo.

Si bien es verdad que en este contexto de cambios constantes podemos hallar políticos y formaciones con discursos y propuestas marcadamente populistas tanto a la izquierda como la derecha del espectro político internacional, no es menos cierto que en los últimos años (especialmente entre 2014 y 2019) han

sido estos últimos los que han conseguido mayor apoyo y repercusión. En el caso del viejo continente, países como Francia, Italia, Alemania, Suiza, Austria, Hungría, Polonia, España, Dinamarca, Noruega o Suecia, o en el caso del americano en países como Estados Unidos, Costa Rica o Brasil, han visto como formaciones/líderes políticos con un marcado discurso antisistema, xenófobo, aporofóbico, antifeminista y ultranacionalista han aumentado su respaldo electoral, e incluso han llegado a ser la opción más votada en sus respectivos países. Este auge de nuevas formaciones y políticas personalistas han logrado una enorme trascendencia tanto en Europa como en Latinoamérica a lo largo del último lustro, propiciando un declive progresivo de las fuerzas “tradicionales” y llegando, incluso, a cuestionar el fondo y las formas de la política internacional.

El presente trabajo analiza los factores y espacios que ejercieron como eficaces embriones de una mutación político-social que ha derivado en un preocupante período de incertidumbre internacional, agudizado por el apogeo de formaciones y personalidades con un nítido mensaje ultranacionalista (que no patriótico) agresivo y excluyente (Violi, 2019). Estructurado

en cinco bloques temáticos diferenciados, el artículo aborda los factores que han favorecido el crecimiento de los discursos ultraderechistas tanto en países que son pulmones económicos de la Unión Europea (como Francia, Alemania, España o Italia), así como en Latinoamérica. El análisis retrospectivo es determinante para entender la situación actual y los éxitos cosechados por los mensajes del miedo (Castells, 2017) basados en el odio, así como por una creciente y peligrosa campaña de diaforobia (miedo/rechazo al diferente) que ha tenido en las redes sociales y las nuevas formas de comunicación horizontal un bastión en el que cambiar, poco a poco, la forma de hacer y entender la política a nivel mundial.



Evolución del voto de la extrema derecha en Europa. Fuente: El Diario.es
Disponible en: https://www.eldiario.es/internacional/extrema-derecha-Europa_0_683131814.html

UN ANTES Y UN DESPUÉS DE 2011: AUGE DE LA MOVILIZACIÓN CIUDADANA A TRAVÉS DE LAS REDES CON DISCURSOS ANTIHEGEMÓNICOS

Los éxitos electorales cosechados en el último lustro por formaciones populistas con un discurso antisistémico y simple, se ha traducido en el aumento de su representación política tanto en Europa como en Latinoamérica; muestra de ello es el frente común de las formaciones de la ultraderecha en las Elecciones Europeas celebradas en mayo de 2019 o las victorias cosechadas por Donald Trump o Jair Bolsonaro más allá del Atlántico.

La situación político-social actual, marcada por un aumento de poder y apoyo de formaciones ligadas a personajes y movimientos de la derecha ideológica más reaccionaria y virulenta, tiene su matriz, paradójicamente, en movimientos sociales organizados situados en la izquierda ideológica que exigieron, sobre todo a partir del año 2009, un avance en los derechos y la democratización de los Estados. Una década después, estos movimientos han ido diluyéndose en unos casos, mutándose en otros y/o siendo absorbidos en menor medida, por formaciones y caudillismos políticos con un marcado tono excluyente y antisistema.

El presente político a nivel internacional consolida una etapa de cambios e inestabilidad que, como señalábamos, comenzó a derrumbarse a principios de 2009, cuando la enésima crisis económica

internacional hizo tambalear los esquemas políticos clásicos y despertó del letargo a una ciudadanía cansada de la política “tradicional” y que comenzó a organizarse para replantear la validez de unas normas que, hasta entonces, habían regido la realidad económica y la política internacional. El conocido como “movimientos de los indignados” supuso la materialización de una sensación de hastío y hartazgo que ninguna de las grandes formaciones políticas, ni conservadoras ni socialdemócratas, supieron calibrar y mucho menos dar respuesta.

España fue en muchos aspectos la bandera de esa respuesta organizada y conjunta de una población que exigía nuevas respuestas ante nuevas realidades, que demandaba cercanía, participación activa y mensajes renovados. El movimiento 15-M, constituido en 2011 tras meses de intensas campañas y activismo en las redes, fue una contestación transversal e intergeneracional a un sistema insuficiente, a una realidad devastadora que necesitaba una revisión estructural de todo aquello que había fracasado hasta entonces y que había derivado en una sociedad cansada, pero al mismo tiempo contestataria. Las redes sociales se consolidaron en el baluarte perfecto para la interacción de un movimiento que se extendió por todas y cada una de las ciudades del país y que derivó en un modelo que posteriormente fue repetido y puesto en marcha con notable éxito en países como Grecia, Chile o Costa Rica, entre otros. 2011 supuso el inicio de una red mundial de movimientos e iniciativas que, al menos a priori, buscaron “democratizar” discursos e instituciones con propuestas que supieron detectar de forma acertada

los problemas latentes pero, muy probablemente, no tan exitosamente las recetas necesarias para atajar esos déficits democráticos denunciados. Aquellos movimientos fueron, sin duda y visto con perspectiva, una oportunidad perdida en gran medida por quienes trataron de canalizar políticamente aquel desencanto social. Las formaciones surgidas a raíz de estos movimientos, asociadas entorno a nuevos movimientos de la izquierda europea y latinoamericana, derivaron con el paso de los años en un conglomerado de siglas y pactos que poco a poco fueron dejando diluir el halo de esperanza puesto sobre ellas, con iniciativas en ocasiones poco eficientes y políticas que, en unos casos, no llegaron a colmar las muchas expectativas puestas sobre ellas y en otros, repitieron los errores y esquemas de los partidos “tradicionales”, derivando, en ocasiones, en corrientes personalistas que fueron perdiendo progresivamente apoyo y representatividad.

Esta nueva realidad ha derivado a lo largo de los últimos años (sobre todo entre 2014 y 2019) en la conformación de nuevos liderazgos políticos que, repitiendo los esquemas formales exitosos de las tendencias de izquierdas surgidas a raíz de los movimientos de los indignados, pero cambiando los contenidos por discursos ligados a la extrema derecha ideológica, han conseguido atraer a buena parte de un electorado descontento y frustrado, gracias, en gran medida, a discursos y propuestas marcadamente populistas que, como señala Judis (2018), han contado con dos rasgos comunes: el uso de un lenguaje que conecta con la gente común para conseguir una movilización masiva contra sus



“

EL PRESENTE POLÍTICO A NIVEL INTERNACIONAL CONSOLIDA UNA ETAPA DE CAMBIOS E INESTABILIDAD QUE, COMO SEÑALÁBAMOS, COMENZÓ A DERRUMBARSE A PRINCIPIOS DE 2009, CUANDO LA ENÉSIMA CRISIS ECONÓMICA INTERNACIONAL HIZO TAMBALEAR LOS ESQUEMAS POLÍTICOS CLÁSICOS Y DESPERTÓ DEL LETARGO A UNA CIUDADANÍA CANSADA DE LA POLÍTICA “TRADICIONAL”.

adversarios y una gran aceptación como consecuencia de las crisis políticas (p.19-20).

El populismo constituye un lenguaje político en auge en períodos de crisis y pérdida de credibilidad institucional como el actual (Castells, 2017) y tanto en el caso de los movimientos populistas de derechas como de izquierdas se pueden observar similares estrategias comunicativas y discursivas que difieren en sus contenidos pero no en la forma de difundirlos, estando presente tanto en Europa como en el continente americano (Judis, 2018).

APOGEO DE LOS POPULISMOS DE EXTREMA DERECHA

En el caso de los populismos con una base discursiva y programática de “derechas”, podemos afirmar que, en efecto, la derechización de la política y el éxito del populismo ultraconservador están consiguiendo un enorme respaldo electoral, dando un vuelco a la geopolítica mundial contemporánea. Analizando sus estrategias discursivas, podemos diferenciar siete ejes vertebradores:

1. *Ultranacionalismo y nuevas políticas migratorias*

Tanto en Europa como en Latinoamérica, las formaciones y los representantes de la extrema derecha están logrando un notable ascenso representativo basando su estrategia discursiva en mensajes ultranacionalistas, abiertamente diaforofóbicos y

agresivos con el diferente, además de marcadamente xenófobos. A partir de este sentimiento que va más allá del patriotismo, se hilan el resto de banderas basadas en un discurso del miedo, en este caso dirigido hacia la población inmigrante, con mensajes que rozan, cuando no incurren directamente, en la xenofobia, el racismo y la aporofobia (Cortina, 2018). Mensajes cimentados en muchos casos en datos falsos y/o manipulados, identificando la inmigración con delincuencia, violencia y pobreza, que han contado con una notable repercusión y, pese a no estar basados en datos oficiales, han llegado, gracias a las redes, a la ciudadanía y los medios de comunicación, poniendo en el debate los temas planteados por estas formaciones y marcando constantemente la agenda política pública de los medios de comunicación.

Esta estrategia de auge de los sentimientos patrios y situar al migrante y al diferente en un escalón inferior, no se ha limitado al ámbito europeo. Las delicadas situaciones políticas y sociales que atraviesan países como Nicaragua o Venezuela han provocado duras posiciones de las formaciones conservadoras ante los movimientos migratorios derivados a Costa Rica y Colombia, respectivamente. Junto a ello, personajes como Jair Bolsonaro han conseguido una gran aceptación social, llegando incluso a ser la opción más votada, con un discurso basado en el orgullo nacionalista, un fenómeno también presente en Europa con formaciones como Vox (España) Frente Nacional (Francia) o Amanecer Dorado (Grecia).

Vox pide expulsar a 52.000 inmigrantes en situación irregular en Andalucía

Noticia publicada por La Vanguardia el 8 de enero de 2019.

Disponible en:

<https://www.lavanguardia.com/politica/20190108/454019077452/vox-pide-expulsar-a-52000-inmigrantes-en-situacion-irregular-en-andalucia.html>

2. *Acoso al feminismo y las políticas de igualdad*

Otro de los ejes estratégicos de estas formaciones populistas y ultraconservadoras ha sido su ataque frontal al feminismo, las políticas de igualdad y la formación en género. Al igual que sucediera en Latinoamérica, la estrategia de llevar al epicentro del debate político la inexistente “ideología de género” ha sido y es otro de los ejes estratégicos en el discurso de la extrema derecha mundial. Sus planteamientos abiertamente misóginos y su discurso agresivo y persecutorio ante la diversidad sexual ha estado y está presente en los liderazgos de ultraderecha en países como Estados Unidos, Italia, Brasil, Costa Rica, Colombia o España, entre otros, acompañados en la mayoría de los casos por una efectista campaña sustentada en datos y noticias falsas (fake news) así como un lenguaje muy bien pensado y sincronizado internacionalmente.

3. *Religión y monismo moral*

La defensa de las “tradiciones” y los sentimientos

patrios ha sido, a su vez, agitada con una estrategia creciente de mensajes y postulados ultrarreligiosos. A pesar de que el siglo XXI ha venido consolidando la evolución democrática hacia Estados laicos donde se defiende la libertad de credo, estas nuevas formaciones se han mostrado abiertamente no solo partidarias de la defensa de la Religión como parte de la identidad nacional (católica en la mayoría de los casos europeos y latinoamericanos, donde a su vez se vive en estos últimos un auge de líderes político-religiosos ligados a Iglesias cristianas y evangélicas) sino de la unión entre Iglesia y Estado, a lo que se suma, además, un discurso que en muchos casos raya la islamofobia.

La derecha extrema mundial ha marcado claramente las líneas de lo moralmente correcto e incorrecto, imponiendo, o al menos intentándolo, un monismo moral (Cortina, 2009) excluyente y persecutorio. En el caso latinoamericano, estas estrategias han tomado una gran relevancia a lo largo del último lustro y se han consolidado como parte esencial de los discursos de candidatos abiertamente homófobos y LGTBIfóbicos, opositores frontales de los aún escasos avances logrados en materia de derechos sexuales y reproductivos.

4. *Menosprecio a las políticas medioambientales*

El negacionismo del cambio climático es otro de los ejes discursivos de estas nuevas formaciones, apostando por un lenguaje agresivo y directo para dirigirse a



todo aquel que pone en cuestión la necesidad de replantear las políticas medioambientalistas.

5. Miedo- Inseguridad

La búsqueda de un enemigo común ha sido un elemento repetido en los discursos ultraderechistas. El fantasma de Venezuela, unido a la identificación del extranjero con pobreza y delincuencia han conseguido enarbolar la bandera de la inseguridad y el miedo para tratar de movilizar un voto basado en el temor, el rechazo y el odio.

6. Apropiación de lo simbólico

Uno de los grandes “logros” de estos movimientos ha sido conseguir “adueñarse” de palabras claves en el debate político y hacerlo, además, de una forma rápida y relativamente efectiva. A través de sus discursos han logrado equiparar e identificar términos como democracia o libertad a su ideología, algo que parecía, al menos a priori, una contradicción de difícil encaje y que, con el paso de los años, ha logrado calar al menos entre su electorado, poniendo, además, a debate aspectos que, al menos hasta no hace tanto, ya estaban fuera del mismo y que hoy vuelven a estar en entredicho como, por ejemplo, la necesidad de defender y respetar los derechos humanos.

7. Antisistema en el sistema

Si bien es cierto que estas formaciones populistas y ultraconservadoras presentan sus propias particularidades y elementos diferenciadores a

la hora de defender sus propuestas y discursos dependiendo de las circunstancias de cada Estado, es cierto que el ya mencionado auge del sentimiento ultranacionalista ha derivado, en muchos de los casos, en un discurso antisistema sustentado en muchas ocasiones en una crítica incisiva a los organismos internacionales.

En el caso europeo, esta estrategia pasa por una defensa abierta de la regresión a las formas y esquemas del siglo pasado que transita, irremediamente, hacia la quiebra de los tratados existentes, el fin de la moneda única y el regreso a una Europa atomizada. Estos discursos, muchas veces agresivos y basados en datos manipulados, han tomado fuerza en el viejo continente y cada vez son más las formaciones que ponen en entredicho la viabilidad y la oportunidad de los acuerdos políticos internacionales actuales.

MEDIOS, REDES SOCIALES Y DEMOCRACIA

No cabe duda de que los medios de comunicación se han consolidado a lo largo del último siglo en una herramienta fundamental para la consolidación de sociedades libres y democráticas; sin información no hay democracia real, y en este punto los medios y los periodistas suponen piezas esenciales en la consolidación del Estado de Derecho. La aparición de las redes sociales, así como de medios de información digitales, abrieron a finales del siglo pasado la puerta a una nueva etapa y, consecuentemente, nuevos retos comunicativos. Tanto las redes como los medios digitales han derivado en “nuevas” realidades que

deben ser analizadas y estudiadas detenidamente, tales como la proliferación de noticias falsas empleadas, a su vez, como herramientas políticas válidas para algunas formaciones. Sin embargo, ni las redes ni los nuevos canales de información pueden ni deben ser considerados como un peligro para la conformación de sociedades democráticamente informadas, al contrario. Su uso es lo que hace válidos o no a estos canales.

Para ello, los trabajos y reflexiones de referentes en el ámbito de la ética en general, como Adela Cortina (2009), o la ética periodística en particular, como Javier Darío Restrepo (2005), José Ángel Agejas (2002) o Ryszard Kapuscinski (2002) así como investigadores internacionales expertos en comunicación política como, por ejemplo, Noam Chomsky (2018), son más necesarios que nunca para reflexionar sobre el papel de los grandes medios, las redes sociales, la ética y la democracia, así como analizar el auge de fenómenos preocupantes como la desinformación, la manipulación, la posverdad o la propaganda negra.

En el uso de estrategias comunicativas empleadas en la política actual, destaca un fenómeno altamente alarmante como son las noticias falsas (ligadas, a su vez, a fenómenos como la desinformación, la manipulación y la infopolución) la propaganda negra o la posverdad (entendida por la RAE como la “distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales”) en una etapa que algunos, como Oliver Naschtwey (2018), califican como la era “posdemocrática”. La posverdad ha consolidado como la nueva política a una nueva (in) comunicación

y, lamentablemente, una nueva sociedad, más frágil, más desinformada y, consecuentemente, menos libre. Puede parecer contradictorio que en pleno siglo XXI, con tantos medios y posibilidades tecnológicas, pueda plantearse la posibilidad de que la ciudadanía esté menos informada que años atrás, pero es una realidad que debe ser estudiada, analizada y solventada. Esta posverdad viene, a su vez, íntimamente ligada a fenómenos como las noticias falsas (Fakenews) la desinformación, la infopolución (Galdón, 2007) y la propaganda. Como señala Cristina Corbillón (2018) “en estos escenarios de la posverdad lo que se pretende al igual que en la propaganda es influir en la opinión pública y, modificar su conducta a favor de los intereses de cualquier colectivo mediante una gran carga ideológica” (p.21) empleando para ello para estrategias poco éticas que incluyen la manipulación y la mentira.

El empleo de estas estrategias como arma y estrategia política, usando las redes sociales como un nuevo ágora de difusión y creación del Estado de Opinión, creando medios de comunicación ad hoc; una realidad que debe ser analizada con urgencia. Como señala la investigadora Jessica Elena Baidez (2018) hemos llegado a un punto en el que “los medios de información están viviendo una batalla tecnológica en la que todo vale para acaparar audiencia en la red: cuentas falsas, bots, bulos o Fake News” que “forman parte del nuevo lenguaje comunicativo digital en la que se mezcla información y comunicación” (p.2), lo que pone en peligro el papel vertebral de los medios de la democracia como garantes de una sociedad informada de forma completa y correcta.

“ESTA ESTRATEGIA DE AUJE DE LOS SENTIMIENTOS PATRIOS Y SITUAR AL MIGRANTE Y AL DIFERENTE EN UN ESCALÓN INFERIOR, NO SE HA LIMITADO AL ÁMBITO EUROPEO”.



“LA DERECHA EXTREMA MUNDIAL HA MARCADO CLARAMENTE LAS LÍNEAS DE LO MORALMENTE CORRECTO E INCORRECTO, IMPONIENDO, O AL MENOS INTENTÁNDOLO, UN MONISMO MORAL (CORTINA, 2009) EXCLUYENTE Y PERSECUTORIO”.



También en la política este fenómeno se ha convertido en algo habitual, mediante la difusión viral de noticias falsas, imágenes manipuladas o datos distorsionados o sacados de contextos, una estrategia cuasi generalizada y que presenta numerosos y lamentables ejemplos, siempre empleados por los actores políticos para conseguir unos determinados fines electoralistas. Redes sociales como Facebook o Twitter se han convertido en plataformas para la difusión de mensajes en cadena manipulados, o WhatsApp en el caso de la telefonía.

CADENA DESMENTIDA POR MALDITA ES
VOX ahora mas que nunca...!!
Por favor, este mensaje es muy importante.
Nos estamos jugando ser una nación o convertimos en el basurero de Europa.
Gracias a un acuerdo alcanzado entre la Merkel y Pedro Sánchez, nos vamos a hacer cargo, a cambio de una miseria, de todos los inmigrantes ilegales de Alemania. Al parecer, el gobierno francés, el tal Macron, está a punto de alcanzar el mismo acuerdo. Esto supondría que en breve plazo nos invadirían cinco millones de ilegales procedentes de la Unión Europea y España se convertiría en un país inhabitable. Hay que hacer que todos los españoles conozcan estos hechos. Las tv, todas en manos de Podemos y del PSOE, guardan un silencio sepulcral. Pásalo y que de la vuelta a toda España.

Ejemplo de mensaje viral difundido por el entorno de VOX (España) en 2018 para expandir noticia falsa relativa a la inmigración

CONCLUSIONES

Ante esta nueva realidad, marcada por la incertidumbre y una falsa y manipulada polarización social, la comunicación y la educación cobran un papel fundamental en la defensa de la democracia. La apuesta por una política basada en la mentira, la agresividad y el enfrentamiento ha sido una jugada exitosa electoralmente hablando, pero tremendamente nociva y peligrosa para el conjunto de la sociedad, propiciando una masa informe desvalorizada e individualista, guiada por los instintos más primarios y supeditada a una supervivencia basada en el miedo, el odio y el enfrentamiento.

Lo que está en juego va mucho más allá de una política económica o un tratado. Lo que está en juego es la democracia. Por ello, resulta fundamental recuperar un discurso sólido y nítido que marque las líneas rojas y que lo haga a través de una pedagogía sustentada, a su vez, una ética cívica (Cortina, 2007) que defienda los valores democráticos, que levante trincheras frente a los discursos excluyentes y que defienda de manera innegociable los derechos humanos. Por ello, es primario y urgente que todas las formaciones democráticas superen las diferencias de máximos y aboguen por un acuerdo, aunque sea de mínimos, que forje las bases de una educación y una sociedad incluyente, plural, diversa y dialogante; un acuerdo en el que, ineludiblemente, deben estar también las formaciones situadas en la derecha democrática, cuyas acciones deben comenzar por comprometer una separación nítida y frontal a estas formaciones y estrategias tóxicas para la democracia.

Estamos ante una etapa de cambios, de pulsos a la democracia que requieren, más que nunca, una firmeza contestataria que pasa, irrefutablemente, por una apuesta sólida y nítida por una educación pública de calidad y democrática, que afiance a sociedades vertebradas en torno al respeto a la diversidad y que haga del diálogo, los argumentos y la verdad la bandera de una sociedad libre de violencias, odios y discriminaciones.

Javier Juárez Rodríguez, PhD.

BIBLIOGRAFÍA:

- AGEJAS, José Ángel; Serrano, Francisco José (Coords) (2002) “Ética de la comunicación y de la información”. España, ediciones Ariel.
- BAIDEZ, Jessica (2018) Fake News. Evolución, ámbitos de desarrollo y su repercusión en cibermedios nacionales. Casos: El País, El Confidencial, El Diario y Maldita. Trabajo fin de grado Universidad Complutense de Madrid.
- CASTELLS, Manuel (2017) Ruptura. España. Alianza.
- CHOMSKY, Noam; RAMONET, Ignacio (2018) “Cómo nos venden la moto. Información, poder y concentración de medios”. Colombia, Ediciones Icara.
- CORTINA, Adela. 2009. Ética de la razón cordial: Educar en la ciudadanía en el siglo XXI. España: Nobel.
- CORTINA, Adela. 2018. Aporofobia. El rechazo al pobre. España. Paidós.
- CRIADO, JOSÉ (2017) Las razones del éxito de PODEMOS: populismo, comunicación audiovisual y marketing político, en Anagramas, Volumen 15, N° 30 pp. 65-80.
- DE SOUSA, Boaventura (2018) “Izquierdas de todo el mundo uníos”. Colombia. Ediciones Desde Abajo.
- GUEDÁN, Manuel (Ed) (2016) “Podemos. Una historia colectiva”. España. Ediciones Akal.

- GUY, Hermet (2003) El populismo como concepto, en Revista de Ciencia Política, vol. XXIII, núm. 1, 2003, pp. 5- 18.
- HOYOS, Juan José (2018). “El método salvaje. El encuentro con El Otro en el periodismo narrativo”. Bogotá, Colombia. Ediciones Desde Abajo.
- JUÁREZ, JAVIER (2014) Las mujeres como objeto sexual y arma de guerra en espacios de conflicto armado de México y Colombia y el papel de los medios de comunicación, en Historia y Comunicación Social. Vol. 19 (2014) 249-268
- JUDIS, John (2018) “La explosión populista. Cómo la gran recesión transformó la política en Estados Unidos y Europa”. Colombia. Editorial Nomos.
- KAPUSCINSKI, Ryszard (2002). “Los cínicos no sirven para este oficio: sobre el buen periodismo”. Barcelona: Anagrama. Colombia.
- MULLER, JAN (2017) “¿Qué es el populismo?”. España, Grano de sal.
- NATCHWEY, Oliver (2017) “La sociedad del descenso. Precariedad y desigualdad en la era posdemocrática”. Colombia, Paidós.
- RESTREPO, Javier (2005) “El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística”. Colombia, Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano
- RUBIO, Diego. (2017). “La política de la posverdad” en Política Exterior, ISSN Vol. 31, N° 176, 2017, (pp.

58-67)].

- VAN DIJK, Teun (1990) La noticia como discurso. España: Paidós.
- VIROLI, Maurizio (2019). Por amor a la patria. España. Deusto.



ARTE Y POLÍTICA▶▶▶

“Lo cierto es que los museos en el campo mundial han vivido en las últimas tres décadas también un proceso de auto análisis que les ha llevado a cambiar sus planteamientos para moverse de un escenario de conservación a otro de interacción”.

MARIA DEL ROSARIO ESCOBAR
7 de noviembre de 2019

“

**LA HISTORIA DEL MUSEO DE ANTIOQUIA
DA CUENTA DE UN PROCESO RIQUEZIMO
QUE EN UNA SIGUIENTE ETAPA QUE SE
ENMARCA A PARTIR DE 1999 Y HASTA HOY
HA AMPLIFICADO SU QUEHACER DE UNA
MANERA VALIENTE Y RETADORA HASTA DE
SUS MISMOS CIMIENTOS”.**





ARTE Y POLÍTICA

Museo de Antioquia: arte, política y ciudadanía

Hace ya casi tres décadas que nos preguntamos por el valor y el protagonismo que debe tener el arte y la cultura en los procesos sociales que lleven al cambio de paradigmas y respuestas ante los problemas de violencia, inequidad, construcción de ciudadanía y participación en Colombia. Nos hemos hecho esta pregunta ante la necesidad de crear una polifonía de respuestas, pues otros escenarios de la historia del país han sido lentos en sus planteamientos o han optado por repetir incesantemente las viejas fórmulas creando así un escenario de tensión que termina siendo un campo fértil para que nuevamente sea el campo cultural el que aporte hechos de un inmenso valor y creatividad. La brecha entre lo propuesto y su impacto, está en el hecho de que los alcances obtenidos aún no penetran otros espacios de la sociedad. El puente de comunicación y reconocimiento aún está por tenderse.

Lo cierto es que los museos en el campo mundial han vivido en las últimas tres décadas también un proceso de auto análisis que les ha llevado a cambiar sus planteamientos para moverse de un escenario de conservación a otro de interacción y gracias a ello

han generado nuevas prácticas, nociones críticas, crisis económicas, nuevos eventos y una diversidad de miradas que los han convertido en el centro de los análisis académicos y hasta uno de los focos más rutilantes del turismo cultural. Todo ello por el deseo de no claudicar en la eme de mausoleo.

En Medellín el proceso de nuestros museos no ha estado ausente de la primera pregunta, la de la pertinencia de una Institución en un contexto que demanda lo mejor de cada uno para la búsqueda de una nueva realidad ciudadana; y la segunda: la de la reinvención de la idea misma de conservación y comunicación de una colección de arte. El resultado, en ambos casos es de una riqueza cultural enorme pues el proceso está activo.

La historia del Museo de Antioquia da cuenta de un proceso riquísimo que en una siguiente etapa que se enmarca a partir de 1999 y hasta hoy ha amplificado su quehacer de una manera valiente y retadora hasta de sus mismos cimientos. Para hacerlo corto, a sus casi 120 años, esta Institución experimentó una renovación urbana que le permitió exhibir su

colección en el antiguo Palacio de Calibío y retomar con fuerza su posición en el centro de Medellín como eje de su acción y efecto mismo de su historia.

La creación de la Plaza Botero, una decisión sin precedentes en la ciudad moderna, privilegió la ubicación de 21 esculturas en el lugar que antes ocupaba un edificio que fue demolido para la generación de nuevo espacio público en el centro de la ciudad, y con ello, se consolidó un eje de ciudad que buscaría a partir de ese momento a las comunidades desde programas como Museo y Territorio; exposiciones emblemáticas como Destierro y Reparación, Antioquias y Contraexpediciones; los remontajes de las salas permanentes y que llevan los nombres de El barro tiene voz, Historias para repensar y Promesas de la Modernidad; todas presentan un hilo de continuidad en la necesidad de presentar desde el Museo una respuesta crítica a los problemas que atraviesa el país, y son también una invitación a entender la propuesta curatorial desde los siguientes principios críticos: posición que mira desde una visión problemática las nociones y preconcepciones alrededor de los paradigmas en torno al territorio y la historia que se comparten desde el arte, la apropiación social del arte y, por último, un liderazgo sobre la ciudad y en particular sobre el su centro, lugar de influencia fundamental de nuestra Institución.

Bajo esas premisas, el siguiente paso tomado por el Museo ha sido el de integrar todos estos conocimientos, principios y experiencias, para que a partir de su infraestructura y su trasegar, se trace un nuevo frente permanente en el esfuerzo de

consolidar una institución comprometida con la misión de cambio social a partir de las plataformas que el arte puede ofrecer para la creación de un escenario de diálogo y reconciliación a partir de la dignidad y el reconocimiento de los múltiples otros, excluidos, vueltos invisibles y hasta empobrecidos, que pueblan todos los escenarios de la vida social de nuestro contexto.

MUSEO 360

Retomamos nuestra historia institucional, que es también la historia misma de la ciudad. En el antiguo Palacio de Calibío se asentó la Alcaldía y el Concejo de la Ciudad; este magnífico edificio, patrimonio de la nación, con su vocación pública inicial, está dotado con una fachada compuesta de puertas que una vez sirvieron de centros de atención a la ciudadanía. Con el cambio de vocación del edificio, al ser adquirido por Empresas Públicas de Medellín para volverlo su central telefónica hasta 1999, esta fachada abierta se cerró e inclusive se reforzó desde adentro con muros de concreto que protegían lo que adentro se conservaba.

Con el paso del Museo, esta tradición de cierre de la fachada se conservó y con ello se reforzó la estructura de caja blanca que privilegia el cuidado de la colección, siendo esta una de las funciones fundamentales de un museo cualquiera este sea.

Tantos años del Palacio de Calibío y su actitud concentrada hacia adentro tuvo como resultado, entre otras cosas, la comunicación del Museo como tal especialmente hacia Carabobo, dejando pendiente

las demás calles y carreras: Cundinamarca, Calibío y la Avenida de Greiff. Dos eventos nos sirven de antecedente para esta nueva actitud: la tienda Mola y el MDE.

En los primeros años de ocupación del Museo en este nuevo edificio, una tienda de artesanías colombianas ocupó la zona de Cundinamarca Norte. Mola, era su nombre y funcionó con bastante éxito siendo la primera que en la ciudad recogía el diseño local. Esta iniciativa cerró y luego fue hasta el MDE 07 que con la denominación de la Casa del Encuentro se propuso la creación de un bar a la manera de los mismos negocios de la zona y dos ediciones después, el MDE 15 se apropió de ese antiguo espacio de la tienda como nueva zona de exhibición temporal.

El tercer ingrediente del proyecto 360 lo aporta una pregunta fundamental por la relación entre el Museo y su comunidad circundante. Formular esta inquietud de una única manera es un proyecto permanente, lo que sí es posible hacer de una vez y para este texto y abrir la inquietud por el cómo. Es decir, cuáles son las formas reales en las que el arte puede asumir la tarea de la reconciliación en un país en el que es urgente vivir en tiempo presente.

El centro de Medellín es diverso, múltiple, mutante y hasta escurridizo. La constante es su variabilidad. Nada está quieto, y si algo se detiene es porque o acecha o participa en la cadena de supervivencia a la que está sometido todo allí. Las gentes caminan a pasos largos, las carretillas se disputan con los carros, los peatones también. Los buses no corren, vuelan. Y

así, la dinámica es más bien una hiperactividad que algunos llamarían caos y otros lógica. Un museo no es así, su tiempo es el del reposo y la conservación. El nuestro, el de Antioquia, es una presencia rotunda, callada y profunda. Pero lo cierto es que de alguna forma esta velocidad lo toca o lo cambia.

El Proyecto 360 modifica el ritmo tradicional al permear la calle con el adentro de la Institución, el público con las comunidades, el arte con las preguntas diarias, pero por sobre todas las cosas, la ciudad y sus contradicciones. Para ello pasamos por el edificio y sus calles, tocamos la colección, nos abrimos desde adentro para proponernos como un faro de luz en el sentido más literal haciendo posible conectarse con el Museo al pasar por él.

Hace dos años decidimos abrir todas las puertas que fuera posible en las tres fachadas sobre Calibío, Cundinamarca y la Avenida de Greiff. Esta periferia de nuestro edificio hacía las veces de un muro sólido en la que las puertas hacia fuera ya lucían casi como parte de una muralla, y hacia adentro, algunas estaban canceladas por viejas paredes de concreto que fueron construidas para proteger del terrorismo o la inseguridad el interior del edificio. Como un símbolo y una nueva realidad, las abrimos. Por delante de las maderas, se ubicaron vidrios que permiten ver a través de ellos y crear nuevas salas de exhibición, son un poco más de setecientos cincuenta metros cuadrados nuevos para el arte y, como ya se ha dicho, para trabajar con las comunidades.

Esta actitud, expresada en y desde el edificio, también se irradia hacia Calibío, la Casa del Encuentro y el

“

**EL CENTRO DE MEDELLÍN ES DIVERSO,
MÚLTIPLE, MUTANTE Y HASTA ESCURRIDIZO.
LA CONSTANTE ES SU VARIABILIDAD. NADA
ESTÁ QUIETO, Y SI ALGO SE DETIENE ES
PORQUE O ACECHA O PARTICIPA EN LA
CADENA DE SUPERVIVENCIA A LA QUE ESTÁ
SOMETIDO TODO ALLÍ”.**





“EL MUSEO DE ANTIOQUIA ES UNA DE LAS INSTITUCIONES CULTURALES MÁS INTERESANTES PARA ABORDAR DESDE UN ESTUDIO JUICIOSO Y TAMBIÉN PARA TRABAJAR EN ELLA, PUES POSEE UNA SERIE DE TENSIONES QUE SE CONVIERTEN EN ESPACIOS DE CREACIÓN Y QUE LA LLEVAN A AMPLIAR SUS LÍMITES, SUS BORDES, YENDO MÁS ALLÁ DE LA IDEA TRADICIONAL DE MUSEO DE ARTE”.

parqueadero, y es por eso que recibe el nombre 360. Es una visión circular, abrazadora, totalizante y de las áreas que el Museo impacta. La circunferencia como un principio, una actitud y una búsqueda de reciprocidad e igualdad.

Hemos acompañado estos movimientos físicos con nuevos programas: Residencias Cundinamarca, Diálogos con Sentido, la Escuela en el Museo, Vive la Plaza, entre otras. En todos ellos, los artistas convocados tienen la tarea de llevar de nuevas maneras la colección y su propia obra a generar una conversación creativa con las comunidades que se citan para este fin. El resultado, siempre creativo, ha resultado ser una plataforma de reconocimiento de gran vitalidad para mujeres y niños, principalmente. Así como para oficios y quehaceres que han sido vecinos del Museo pero que hoy han pasado a ser cogestores de nuestra agenda y nuestra voz.

EL CAMPO CREATIVO DEL MUSEO Y SUS TENSIONES

El Museo de Antioquia es una de las instituciones culturales más interesantes para abordar desde un estudio juicioso y también para trabajar en ella, pues posee una serie de tensiones que se convierten en espacios de creación y que la llevan a ampliar sus límites, sus bordes, yendo más allá de la idea tradicional de museo de arte, para expandirse hacia espacios de experimentación que aún están por contarse.

Por una parte, coexiste una doble condición en la experiencia del tiempo: es centenaria en su colección y su tradición, y al mismo tiempo se ubica en el presente como lugar de análisis y espacio de convocatoria. En virtud de ello, hace ya más de una década que se ha concentrado en plantear sus discursos desde cuatro principios rectores, a saber: análisis crítico de la historia, estudio crítico de la noción de territorio, el centro como lugar de trabajo primordial, y la apropiación social del arte.

También, desde la gestión, su alcance es público pero se administra desde lo privado. Al haber nacido bajo un propósito de la Gobernación de Antioquia en el siglo XIX, luego ser rescatada por la Sociedad de Mejoras Públicas a mediados del siglo XX, y a comienzos del presente siglo, constituirse en un símbolo de una ciudad que emergía de la violencia a partir del arte y la cultura, sus señales están todas asentadas en proyectos ciudadanos de raíz profunda, pero, como es tradicional en Medellín, está amparada más en la sociedad civil que en el proyecto estatal. Y esto puede constatararse en otros proyectos culturales como la Orquesta Filarmónica de Medellín, el Teatro Pablo Tobón Uribe y el Museo Cementerio San Pedro. Así, el esfuerzo de su sostenibilidad recae en su capacidad de interlocución con ese propósito inicial y las formas que ha venido asumiendo según los retos de ciudad y de país a lo largo de más de un siglo.

Otra de sus tensiones creativas radica en su colección misma. Con más de seis mil objetos, el Museo de Antioquia tiene el privilegio de contar con la Colección Botero, que fue razón de su transformación

más significativa en los últimos veinte años. Durante los primeros diez años, desde el año 1999 y hasta el primero MDE en 2007, esta institución fue denominada comúnmente como el Museo Botero, luego ha ampliado la definición de su quehacer mediante la exploración de la contemporaneidad y las prácticas artísticas en relación con la comunidad, existiendo en los tres pisos y sótano del edificio discursos y posturas que con los años han venido integrándose cada vez mejor.

Y en última instancia, quisiera resaltar un cuarto reto: la mediación en un Museo para la formación de públicos. En virtud de este desafío, hemos empezado a consolidar una estructura de construcción de contenidos y pensamiento a partir del nivel de experiencia que cada visita pueda ofrecer a adultos y a niños por igual. Consideramos que uno de los principales propósitos es convocar a cada vez más audiencias a un Museo con capacidad crítica, que complementa las instancias de formación y se consolida como un espacio de pensamiento y construcción de ciudadanía en medio de una comuna que requiere espacios para el diálogo horizontal y en donde la dignidad esté en el primer orden de todos los mensajes.

HÍBRIDO

Hay una condición múltiple en la configuración de este Museo y es por ello que su definición ha sido bastante interesante. En un principio, bajo el nombre de Museo de Zea, fue propósito de su fundador, el intelectual Manuel Uribe Ángel, constituir un centro de cultura

y educación que sirviera de repositorio, biblioteca y lugar de exhibición. Siete décadas después, y por iniciativa de los artistas de la época, pasó a llamarse Museo de Antioquia y con ello recibió la tarea de interactuar con la historia y los artistas que hasta el momento hacían parte del campo artístico nacional desde una mirada regional que se representaba en el edificio de 2.220 metros cuadrados, antigua Casa de la Moneda del Banco de la República en Medellín y a partir de aquel momento la sede principal, con una sede alterna ubicada en la Calle El Palo, destinada a talleres y actividades educativas.

Con la presencia de las Bienales de Arte de Coltejer y la llegada del Museo de Arte Moderno de Medellín, se marcó otra etapa para la ciudad y para esta Institución, en la que durante las décadas ochenta y noventa atestiguó cruenta violencia del narcotráfico. Particularmente el Museo de Antioquia se vio alterado por la convulsa situación del centro de la ciudad: en 1989 sufrió de cerca un atentado con carrobomba, sin consecuencias para la infraestructura y la colección.

A finales de los años 90, y gracias a la donación Botero, esta institución vivió un segundo nacimiento al pasar sus instalaciones al Palacio Municipal y ocupar 18 mil metros cuadrados renovados por la Alcaldía de Medellín y completados por la construcción de la Plaza Botero. Un proyecto de este tipo no se había visto en la ciudad tal vez desde la construcción de la Biblioteca Pública Piloto en los años sesenta. La noticia que tuvo en vilo a Medellín sobre la decisión de dónde se ubicaría el Museo, fue sobrepuesta por la demolición del edificio que había sido recientemente construido para el Metro y que daría lugar a un inusitado espacio



libre lleno de esculturas, las mismas que Fernando Botero había llevado a los Campos Elíseos. Todo esto significó una inversión de cuarenta mil millones de pesos, y Medellín emprendía el primer proyecto de urbanismo, cultura y cambio social que ha marcado las siguientes décadas.

Con todo esto, esta institución pasó a vivir un segundo aire, del cual contamos casi veinte años que han sido realmente un debate intenso sobre su rol en la sociedad, su interlocución en el campo del arte y su papel en el centro de la ciudad.

Diez años después del Museo Botero, el Museo de Antioquia pasó a enunciarse como la Institución creadora del MDE, el Encuentro de Medellín, que en su primera versión convocó en torno a las prácticas artísticas contemporáneas y la idea de la hospitalidad a un evento que buscaba darle continuidad a las bienales y ubicar a esta Institución en el marco de la contemporaneidad. Desde este momento, cada uno de estos encuentros ha significado un punto de reflexión a partir del discurso público que propone la Alcaldía de la ciudad: educación y urbanismo, para los siguientes del 2011 y 2015, respectivamente.

VECINDARIO

La realidad circundante de todos los días en esta ciudad y su centro ha puesto el punto de inflexión en este debate sobre el Museo que somos y el reto de su quehacer más allá del arte. La comuna 10, llamada La Candelaria, corresponde al centro y corazón de la ciudad. En ella están los edificios históricos que han

sobrevivido al progreso urbano que ha sometido a algunas de las principales joyas arquitectónicas locales a desaparecer con toda su carga simbólica y su memoria, pero al mismo tiempo están algunos de los problemas sociales más graves: explotación sexual infantil, habitantes de calle, delincuencia, ilegalidad, ocupación indebida del espacio público, microtráfico, pésimos indicadores de calidad del aire, y en consecuencia, un altísimo nivel de ocupación en el día por transeúntes pero pocos habitantes en la noche, haciendo de este sector particularmente vital pero escaso en el tejido social y la institucionalidad.

En un contexto así, ha florecido este Museo que ha decidido afrontar desde sus contenidos y programas y desde la reconversión de su edificio mismo, la puesta en valor de sus colecciones, su tradición y su compromiso con el presente. Todo ello, en un laboratorio social y artístico en donde confluyen tantas variables para darle sentido a una posibilidad de hablar del país y de la ciudad de una manera completamente diferente.

Los programas que se han creado para el Museo 360 tejen desde la comunidad y a partir del Museo esa intención que en cien años no ha claudicado: una institución que sirva de espejo y reflejo a la comunidad para la que fue creado. Ese propósito ha tenido diversas facetas durante todos estos años, hoy luce con un rostro traslúcido de un edificio abierto, poroso, que responde directamente al entorno con un eco.

LAS GUERRERAS DEL CENTRO Y LAS COMUNIDADES EXPERIMENTALES

Un capítulo especial nos merece el proyecto Nadie sabe quién soy yo, dirigido por la artista Nadia Guerrero y parte del programa Residencias Cundinamarca. Este performance, hoy, hace parte ya de la vida cultural de la ciudad y se manifiesta como una iniciativa independiente del Museo de Antioquia luego de casi seis meses de presentaciones continuas en el Auditorio de la Casa del Encuentro y la Esquina del Movimiento dentro de la exposición 69 noches.

Ha sido una pregunta constante para el Museo las formas de conversación y relación con las mujeres y adolescentes que viven y trabajan en los alrededores de la Plaza Botero. Sus caras, vidas y cotidianidades están ligadas al ritmo institucional, pues no sólo compartimos el espacio, también el tiempo y de la alguna forma, el destino de la ciudad. Residencias Cundinamarca, en su nombre mismo, incluye esa pregunta y esa conexión. Las Guerreras del centro la llevó a un aspecto máximo, directo y desafiante, pues la consolidación de este grupo que ahora se quiere llevar a corporación cultural, nos mostró la capacidad fuerte comunicativa del arte, pero también el lugar del Museo en la reconciliación y la dignidad.

Por ello, hoy exploramos la noción de comunidades experimentales como una comprensión cercana a la idea de laboratorio de creación en torno a aquellos que son convocados por nosotros y los artistas para generar un espacio nuevo de encuentro que nos

vincula en torno al diálogo en un espacio y tiempo determinado. Aunque nuestro compromiso es permanente con las comunidades de la ciudad, nuestro horizonte de trabajo está enmarcado en procesos de investigación y experimentación a la manera que el arte lo propone y así, bajo esta premisa, lo constante se acompaña de lo efímero para generar un movimiento intensamente creativo, centrado en el proceso y en el acto mismo de encuentro entre aquellos que difícilmente lo hacen en el espacio de la ciudad. Públicos, estudiantes, docentes, artistas y comunidades – creadoras, unidas en torno a la exposición, el espacio de creación, el laboratorio experimental y el análisis crítico.

De esta manera, el Museo alcanza un objetivo pertinente, activo y siempre transformado y transformador. Esto también lo hemos visto en proyectos de residencia como la Biblioteca Troglodita de Juan Moreno que incluyó y hasta devoró para transformar a la institución misma con sus archivos, bodegas y hasta reciclaje; El proyecto Estómago del Honorable Cartel que convocó en torno al comer y la serigrafía comestible; Veracruz Estampa que llegó con un proyecto de serigrafía y estampación y hasta llegó a renombrar la institución llevándola a pensarse en femenino como una Musea y de nuevo la postura de género se hace presente.

Con todo esto queremos decir desde el Museo de Antioquia que seguimos sumando, que nos proponemos para hacerlo desde una mirada resistente y con valor, como este país lo requiere. De la reconciliación queremos tender los puentes,

las mesas, los banquetes, los espacios y el tiempo, porque de este último es de lo que el Arte más sabe y la cultura lo único que lo alienta. En tiempos de velocidad, aceleramiento e impaciencia, queremos oponer este abrazo circular, lento, envolvente, sereno, y sobre todo, sincero.

Maria del Rosario Escobar



ARTE URBANO



“Para la gran mayoría del pueblo colombiano y en especial los paisas; no es extraño escuchar historias sobre la guerra, la muerte y la violencia que ha representado a la comuna 13 de Medellín en las últimas décadas”.

CIRO, CASA KOLACHO
28 de noviembre de 2019

“

EN MUCHOS MOMENTOS DE LA HISTORIA
DE NUESTROS BARRIOS POPULARES LOS
MILES DE NIÑOS Y NIÑAS DE ESTOS LUGARES,
CRECÍAN CON POCAS OPCIONES DE VIDA;
EL HOMBRE CON DOS PRINCIPALMENTE:
TRABAJAR O SER PARTE DE LA GUERRA
DESDE LO LEGAL O LO ILEGAL”.





RELACIÓN DEL ARTE URBANO EN EL DESARROLLO SOCIAL Y POLÍTICO

Por: Ciro de Casa Kolacho

Para la gran mayoría del pueblo colombiano y en especial los paisas; no es extraño escuchar historias sobre la guerra, la muerte y la violencia que ha representado a la comuna 13 de Medellín en las últimas décadas. Un territorio que desde los años ochenta fue víctima de un abandono institucional por parte del estado colombiano, y que a raíz de ese abandono, esta zona ubicada en el centro occidente de la ciudad empezó a presentar una serie de violencias sociales (violaciones, asesinatos, hurtos, extorsión, etc...) y unas violencias armadas con la llegada de las guerrillas a este sector que luego se transformarían en una guerra parcial en los noventa con la aparición del paramilitarismo en la disputa por territorios.

Tanto así que se terminaría convirtiendo en una guerra total a inicios de la década de 2.000 cuando el gobierno se suma al conflicto y desarrolla entre el año 2.001 y el año 2.002 una serie de operaciones militares (21 en total) en contra de las guerrillas y contando en varias de estas operaciones con la participación de estructuras ilegales del paramilitarismo, que luego se instalarían en esta zona con la mirada atemorizada

de la comunidad y la complicidad del gobierno municipal y nacional.

CADA UNO DE ESTOS PERIODOS DE VIOLENCIA LLENÓ DE MIEDO CADA RINCÓN DE ESTE TERRITORIO DE LA CIUDAD.

A raíz de esa violencia, la comuna 13 de Medellín ha cargado con una serie de estigmas sociales por parte de una gran mayoría de la población de Medellín y del país, muchos de los habitantes de la comuna debían negar de donde eran; ya que si se daban cuenta que eran de esta zona, les negaban una beca para estudiar, les negaban el trabajo o si ya los habían contratado podrían ser despedidos por vivir en este lugar.

Pero en medio de todas estas dificultades sociales y de violencias armadas, empezaron a surgir diferentes formas de resistencia, diferentes formas de hacer memoria histórica en este territorio; una de ellas, la más fuerte, era la del movimiento Hip-hop, que a través de música, baile, pintura y escrachar vinilos empezaron a romper estereotipos sociales y

culturales que eran impuestos por las condiciones sociales que estaban impuestas en ese entonces. En medio del conflicto armado los artistas empiezan a realizar una serie de eventos, como conciertos, tomas callejeras de forma artística; empezaron a pintar y bailar en las calles como una manera de poder crear otras alternativas de vida, de tomar los espacios que por mucho tiempo se les fue negado por la violencia, y al mismo tiempo, el seguir resistiendo a cada una de las dinámicas violentas que el territorio vivía y que por mucho tiempo había estado en silencio ante los ojos del resto de la ciudad, del país y del mundo entero.

En el año 2002, el conflicto armado en este territorio se hizo cada vez más fuerte; pero, en ese mismo año varios artistas del territorio enfocados al movimiento Hip-hop conocidos como la EHHCO (Elite Hip-hop Centro Occidental) deciden realizar un concierto; el 21 de septiembre del 2002 se desarrolla el evento Operación Hip-hop, “porque en la trece la violencia no nos vence” era su eslogan. En el 2004 el concierto cambia de nombre y empieza a llamarse “Revolución sin Muertos”.

Estos artistas se organizaron y empezaron a desarrollar proyectos artísticos dentro de sus territorios como lo fueron la creación de escuelas artísticas, se empezaron a capacitar en la organización, en crear proyectos que empezaran a beneficiar a las comunidades; estos artistas empezaron a visibilizarse como un referente positivo para sus territorios haciendo parte de diferentes espacios de incidencia social, en debates sobre construcción política de los territorios a través

del arte.

la mujer nacía y crecía para ser solo ama de casa, dedicarse a las labores del hogar y procrear; el PEOR de los casos ser el trofeo de guerra de los grupos armados (legales o ilegales), pero, ahí llegó el arte, el hip-hop, y nos dijo que no, nos dijo que podíamos bailar, pintar, cantar, soñar, que podíamos estudiar; romper esos moldes y estereotipos sociales y culturales que senos imponían. Que no vinimos a vivir en el barrio, que habíamos venido a habitar el Barrio, que no vinimos a repetir la historia, que vinimos a crear nuestras propias historias.

Por muchos años estuvieron capacitándose, formándose, creando una y otra estrategia para que su territorio no se dejara vencer de la violencia, que la gente visibilizara las miles de problemáticas sociales que había dejado la guerra entre guerrillas, paramilitares y el Gobierno Nacional. Que la gente pudiera entender que necesitábamos otras formas para salir adelante;

ASÍ COMO EL ARTE SE ORGANIZÓ, TAMBIÉN LO HICIERON LAS MUJERES, LOS AFROS, DEPORTISTAS, ENTRE OTROS PROCESOS.

El hip-hop se toma una gran fuerza y una gran voz a la hora de hablar de la comuna 13; los chicos que en un momento habían sido señalados de ser los vagos, los drogadictos o los más desadaptados terminaron siendo quienes impulsaron la resistencia,





la transformación social y las nuevas alternativas de vida en los barrios de la comuna. Estos jóvenes terminaron siendo el nuevo referente de los niños y las niñas de sus barrios; ya estos no soñaban con ser miembros y partícipes de la guerra (desde lo legal o lo ilegal), hoy sueñan con ser artistas, deportistas, sueñan con poder estudiar y tener otras opciones de vida. Estos artistas, crearon otras formas de entender, estudiar, analizar y reconstruir su territorio.

A través de bailar, pintar y cantar en las calles de sus barrios le dieron la oportunidad a su zona de tener una nueva cara al mundo. La comuna 13, la temida zona más peligrosa de Latinoamérica en los noventa; hoy se reconoce por su arte, por su memoria, por esas nuevas luchas sociales, por esos artistas que incluso dieron la vida por reconstruir su territorio. KOLACHO era uno de los artistas que fue asesinado en el año 2009 y para seguir su lucha, se creó la Casa de hip-hop Kolacho; un centro cultural que enfoca el arte como estilo de vida y de resistencia a la violencia; hoy en este espacio se dictan talleres de Rap, Breack Dance, DJ y Graffiti de manera gratuita a quien quiera aprender.

Hoy a través de un recorrido conocido como GRAFFITOUR, los artistas de Casa Kolacho se han propuesto mostrar esa otra comuna 13, esa comuna que ha luchado, que ha resistido, que ha soñado con un mundo mejor. Desde el arte los artistas decidieron mostrar como el arte ayuda a construir otros territorios, de construir otras formas de desarrollo social y político de los territorios. El arte es una herramienta que siempre está al alcance de cada habitante de la zona;

a raíz de estos recorridos, de los graffitis, del baile, de la música que estos artistas impulsaron en su momento, hoy se ha desarrollado una economía comunitaria que ha ayudado a mejorar las condiciones de vida de una gran cantidad de habitantes de la comuna 13.

Hoy hablamos que a raíz de una lucha social desde hip-hop la comuna pasó de tener mensajes de guerra en sus paredes, mensajes como “los niños buenos, se acuestan temprano, a los malos los acostamos nosotros” haciendo referencia a la muerte; esos mensajes cambiaron, se

transformaron por mensajes de esperanza, de resistencia, de luchas sociales, pero, también estos artistas no olvidan esos momentos duros, esos momentos de violencias que les dejaron muertes, desaparecidos, desplazados; hoy a través de las paredes también hablan de esa memoria que muchos políticos quieren que olvidemos, pero que nosotros no dejamos que eso suceda porque aún hay muchas familias que esperan la verdad, que esperan a sus seres queridos, hoy aún hay miles de artistas que siguen luchando por que esas historias de guerra no se repitan, que muchas de las voces que fueron silenciadas no se queden en el olvido. Hoy hay miles de artistas que pintando, bailando y cantando en las calles le siguen diciendo al mundo que ahí están, que ahí en esos barrios populares los jóvenes a través del hip-hop siguen luchando por construir una mejor calidad de vida para sus territorios.

olvidemos, pero que nosotros no dejamos que eso suceda porque aún hay muchas familias que esperan la verdad, que esperan a sus seres queridos, hoy aún hay miles de artistas que siguen luchando por que esas historias de guerra no se repitan, que muchas de las voces que fueron silenciadas no se queden en el olvido. Hoy hay miles de artistas que pintando, bailando y cantando en las calles le siguen diciendo al mundo que ahí están, que ahí en esos barrios populares los jóvenes a través del hip-hop siguen luchando por construir una mejor calidad de vida para sus territorios.

Hoy la comuna trece es un uno de los lugares más reconocidos y recomendados a visitar en el mundo; hoy la comuna es visitada por personas de cada rincón del mundo, por artistas, deportistas, por personas del común que quieren ver y entender como ha sido el arte quien están logrando transformar la comuna; hoy hasta políticos del mundo entero vienen a admirar como la organización social y artística pudieron sacar a delante un territorio olvidado por el Estado, que fue víctima de la guerra entre gobierno, guerrillas y paramilitares; hoy ellos intentan ver como es el arte que pinta y baila en las calles logro más que las políticas armamentistas, más que las políticas de guerra.

Hoy a los habitantes de la 13 les gusta que venga el extranjero, le encanta que venga el colombiano, ama que vengan los de Medellín pero a quienes habitan en este territorio, el arte logró algo que muchas veces no lo imaginaron, el arte logró que hoy dejaran de negar de dónde eran por miedo a ser despedidos

o estigmatizados por ser de ese lugar, hoy la gente sale a trabajar, a estudiar o caminar la ciudad y el país con una gorra o una camiseta que dice comuna 13; el arte logro que la gente de esta zona de la ciudad cuando le pregunten de donde es, diga con orgullo...
YO SOY DE LA 13.



