Recepción / Received: 7 de enero de 2023
Aprobación / Approved: 11 de abril de 2023

OPEN ACCESS

PROCESO DE COMUNICACIÓN PARA LA FORMACIÓN DE REPRESENTACIONES Y JUICIOS POLÍTICOS SOBRE EL PRIMER GOBIERNO DE IZQUIERDA EN COLOMBIA

Communication process for the formation of political representations and judgments on the first leftist government in Colombia

David Esteban Garzón Vásquez[a]

[a] Universidad Autónoma de Manizales. Bogotá, Colombia. *davesgarzon@autonoma.edu.co*

Resumen

El régimen político colombiano estuvo cerrado para los gobiernos nacionales de izquierda hasta el 2022. La Constitución Política de 1991 abrió el espacio para que fuerzas políticas alternativas pudieran materializar la protección de derechos y gestionar un camino hacia la paz entre las distintas visiones de sociedad del siglo XXI. En este contexto, la investigación buscó determinar el proceso comunicativo para la formación de las representaciones y los juicios políticos de la ciudadanía sobre el primer gobierno de izquierda en el país durante sus primeros 100 días de gestión. A través de una metodología mixta se acudió a la técnica Delphi con expertos, se realizaron pruebas, encuestas, entrevistas y grupos focales con 40 participantes mayores de edad, provenientes de los principales departamentos y residentes en el exterior, con características que pretendieron simular el censo actual. Se encontró que 1) el grado de efectividad del gobierno en la comunicación de sus mensajes, de acuerdo a su diseño, es del 59%. 2). La ciudadanía busca información política 4.6 días a la semana principalmente por internet (65%) y televisión (50%), con un interés alto (5.1/7), aunque consideran que su formación política es regular (4/7). 3) el nivel de conocimiento real que tiene la ciudadanía sobre la coyuntura política es del 64%. 4) Ante las reformas anunciadas por el gobierno, las principales emociones positivas son el interés (29%), la sorpresa (18%), la alegría (18%) y la confianza (13%), mientras las negativas son la tristeza (8%), el temor (6%), el asco (6%) y la ira (3%). 5) Los relatos que resultan de la controversia política frente a los 100 días del Gobierno Petro se sintetizan en que el 41% tiene una visión positiva, el 32% negativa, el 16% neutral y el 11% no responde. 6) Por último, se encontró que el estado de ánimo afecta el juicio político por mecanismos cognitivos asociados al priming, la facilidad cognitiva y el efecto halo. Se espera que los hallazgos contribuyan a diseñar mejores comunicaciones por parte del gobierno, una ciudadanía

imagonautas Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de Reconocimiento 4.0 Internacional de Creative Commons. La licencia completa se puede consultar en https://creativecommons. org/licenses/by/4.0/deed.es

más crítica con la comunicación de masas y sea posible sobreponerse a un país caracterizado por estabilidad democrática, superpuesta con violencia y desigualdad.

Palabras clave (fuente: tesauro de la Unesco): Comunicación política, impacto de la comunicación, percepción, reacción del público, Colombia.

Abstract

The Colombian political regime was closed for left-wing national governments until 2022. The 1991 Political Constitution opened the space for alternative political forces to materialize the protection of rights and manage a path towards peace among the different visions of society in the 21st century. In this context, the research sought to determine the communicative process for the formation of the representations and political judgments of the citizenry on the first leftist government in the country during its first 100 days in office. Through a mixed methodology, the Delphi technique was used with experts, and tests, surveys, interviews and focus groups were conducted with 40 participants of legal age, from the main departments and residents abroad, with characteristics that were intended to simulate the current census. It was found that 1) the degree of effectiveness of the government in communicating its messages, according to its design, is 59%. 2). Citizens seek political information 4.6 days a week, mainly through the Internet (65%) and television (50%), with a high level of interest (5.1/7), although they consider their political education to be regular (4/7). 3) The level of real knowledge that citizens have about the political situation is 64%. 4) Faced with the reforms announced by the government, the main positive emotions are interest (29%), surprise (18%), joy (18%) and confidence (13%), while the negative ones are sadness (8%), fear (6%), disgust (6%) and anger (3%). 5) The narratives resulting from the political controversy regarding the 100 days of the Petro Government can be summarized in that 41% have a positive view, 32% negative, 16% neutral and 11% do not respond. 6) Finally, it was found that mood affects political judgment through cognitive mechanisms associated with priming, cognitive ease and the halo effect. It is hoped that the findings will contribute to design better communications by the government, a more critical citizenship with mass communication and it will be possible to overcome a country characterized by democratic stability, superimposed with violence and inequality.

Key words (source: Unesco Thesaurus): Political communication, communication impact, perception, audience reaction, Colombia.

Introducción

En su mayor parte, la historia republicana del régimen político colombiano se ha caracterizado por su estabilidad democrática, superpuesta con violencia y desigualdad (Villegas, 2009). El estado ha sido ineficaz en controlar el monopolio de la fuerza en el territorio, articular al mercado y cobrar impuestos. Esta incapacidad se refleja en la expresión violenta de conflictos y en la clientelización de las instituciones. Por tanto, la estabilidad institucional coexiste con prácticas autoritarias que favorecen la frontera entre lo legal y lo ilegal. En consecuencia, se asfixia el centro democrático mientras unos actores políticos interpretan el régimen como propiciador del desorden, al tiempo que otros lo señalan como una dictadura disfrazada.

De igual manera, en el terreno económico se observa continuidad con algunos sobresaltos controlados. Más allá de algunas minorías, primordialmente campesinas y obreras, hubo entendimiento y cooperación entre la mayor parte de la sociedad civil urbana y las organizaciones

políticas lideradas por las élites partidistas, lo cual les otorgó gobernabilidad. Aunque en el siglo XIX, resultado de la lucha entre élites criollas federalistas y centralistas (Kalmanovitz, 2008), la fluctuación constitucional por las guerras civiles debilitó el desarrollo económico, durante el siglo XX conservadores y liberales bajo el modelo industrial lograron su despegue. No obstante, luego de contener el populismo de Gaitán y Rojas, en las últimas décadas del siglo el modelo aperturista generó una desaceleración (Ortiz, 2014) con una marcada dependencia a los precios internacionales de las materias primas.

Ahora bien, en el plano social existe una relación entre aquel populismo fallido y la emergencia de las violencias políticas en Colombia (Palacios, 1971) que, potenciadas por el narcotráfico, lograron atravesar el siglo XXI. De esta manera, el cambio de siglo refleja una tensión entre la legitimidad democrática, que buscó la reforma constitucional de 1991, y la eficiencia para disminuir el tamaño del estado e insertarse en el mercado mundial, presionada por la fragmentación de las élites incapaces de representar la complejidad de la nación contemporánea (Orjuela, 1998).

En Colombia la Constitución Política de 1991 posibilitó una modificación del sistema político para abrir el camino de la izquierda como una opción de poder. Sin embargo, posiblemente debido a las consecuencias negativas de las acciones armadas de las guerrillas sobre el estado y la ciudadanía, los partidos de izquierda participaron como candidatos con pocas opciones a la Presidencia de la República (Quintana, 2013). Si bien es cierto que a nivel local se habían dado cambios progresivos en distintas alcaldías del país (Basset, 2008), el quiebre se evidenció a partir de 2018 cuando Gustavo Petro pasó a la segunda vuelta electoral.

Petro tiene una larga trayectoria política que parte de su militancia en el grupo guerrillero M19 (1984), ha sido Personero (1980) y Concejal de Zipaquirá (1986), asesor de la Gobernación de Cundinamarca (1990), asesor económico de la Asamblea Nacional Constituyente (1991), Representante a la Cámara (1991, 1998, 2002), agregado diplomático en Bruselas (1994), Senador (2006, 2018), candidato (1997) y Alcalde de Bogotá (2012), candidato (2010, 2018) y Presidente de Colombia (2022). En consecuencia, es un político con experiencia y un discurso personalista anti-establecimiento que, amparado en la nueva Constitución Política, ha dedicado su vida a enfrentar las oligarquías y las élites tradicionales, en particular, por sus comportamientos mafiosos y corruptos (Silva, 2014).

Algunas contradicciones estructurales dieron forma al primer gobierno de izquierda en Colombia. Luego del neoliberalismo y la nueva constitución propuesta por Gaviria (1990-1994), de la cooptación del estado por el narcotráfico en el gobierno de Samper (1994-1998), del intento fallido de negociación con las FARC y la puesta en marcha del Plan Colombia bajo la tutela de Pastrana (1998-2002), del restablecimiento de la seguridad en la administración Uribe (2002-2010), de la firma del proceso de paz con las FARC en Santos (2010-2018) y de las multitudinarias movilizaciones sociales contra Duque (2018-2022), es elegido el actual presidente Petro (2022-2026).

Por ende, en reacción al conflicto con la dirección del estado colombiano (Roncancio, 2022), la fuerza política del gobierno actual proviene de los movimientos sociales que han dado su respaldo a un programa político autodenominado progresista, luego de una sucesión de élites nacionales de derecha o centro que han liderado al país en toda su historia republicana, sin excepción. Esta condición extraordinaria e inédita en Colombia, un gobierno de izquierda popular, por un lado, genera enormes temores sobre la continuidad del régimen democrático a la mitad de la población (McCoy, 2022) y, por el otro lado, grandes expectativas de cambio a la otra mitad que le concedió el voto.

En este contexto institucional, económico y social, y en esta coyuntura política que experimenta el país, la presente investigación se propone indagar por el proceso de comunicación para formación de las representaciones y los juicios ciudadanos en torno a las políticas públicas del primer gobierno nacional

de izquierda en Colombia. La importancia de este análisis proviene de varios sucesos. En primer lugar, porque no existen antecedentes de un gobierno nacional similar en Colombia. Así, se hace necesario hacer un seguimiento del ciclo de las políticas públicas, por lo pronto, en etapa de agendamiento. En segundo lugar, el antecedente más cercano fue el gobierno Petro en la Alcaldía de Bogotá, el cual exhibió una baja capacidad de comunicación. Por tanto, es importante indagar por la forma en que, en esta ocasión, se pretende controlar la discusión acerca de la agenda pública nacional. En tercer lugar, se desconocen los impactos que pueden tener los mensajes del gobierno en la ciudadanía altamente polarizada. Por eso, resulta fundamental indagar por los mecanismos cognitivos que explican la formación de juicios políticos.

En concreto, son seis los objetivos propuestos. 1) Establecer el grado de efectividad de la administración nacional para comunicar su Programa de Gobierno. 2) Reconocer los medios, la frecuencia y motivación de la ciudadanía para buscar información política. 3) Comprobar el nivel de conocimiento que tiene la ciudadanía sobre la coyuntura política. 4) Identificar las reacciones emocionales de la ciudadanía frente a las reformas planteadas para materializar el Plan de Gobierno. 5) Analizar los relatos que resultan de la controversia política frente al apoyo, rechazo o neutralidad a los 100 primeros días de gestión del Gobierno Petro. 6) Indagar sobre el efecto del estado de ánimo en la formación de juicios políticos y mecanismos cognitivos relacionados.

No sobra advertir, sin importar cómo sea representado el nuevo gobierno, la Constitución Política reconoce a la ciudadanía derechos para controlar al poder (artículo 40) y mecanismos de participación (artículo 103) que vinculan las promesas de la campaña electoral, con los compromisos entre los electores y los gobernantes. Si bien el voto programático y la revocatoria del mandato solo están legalmente establecidas para las entidades territoriales (artículo 259), el programa de gobierno presidencial permite concretar responsabilidades sobre el futuro en cuanto a la gestión del desarrollo nacional en el ciclo de la gestión pública.

Lo anterior es relevante toda vez que, en Colombia, el sistema político presidencialista implica que el ganador "se lo lleva todo" (Mainwaring y Shugart, 1996), esto es, determina el Programa de Gobierno, define la agenda del proceso legislativo (a través de sus ministros y la negociación de los recursos del Estado) y tiene alta incidencia en los organismos de control (nombramiento o selección en Fiscalía, Procuraduría, Defensoría, entre otros). Frente a la descentralización, también controla las transferencias económicas que se le dan a los gobiernos territoriales y recoge la mayor cantidad de impuestos. Por tanto, para bien o para mal, la capacidad del gobierno nacional de regular y redistribuir las políticas públicas es bastante alta, con alta independencia frente al control ciudadano directo o indirecto.

Propuesta teórica

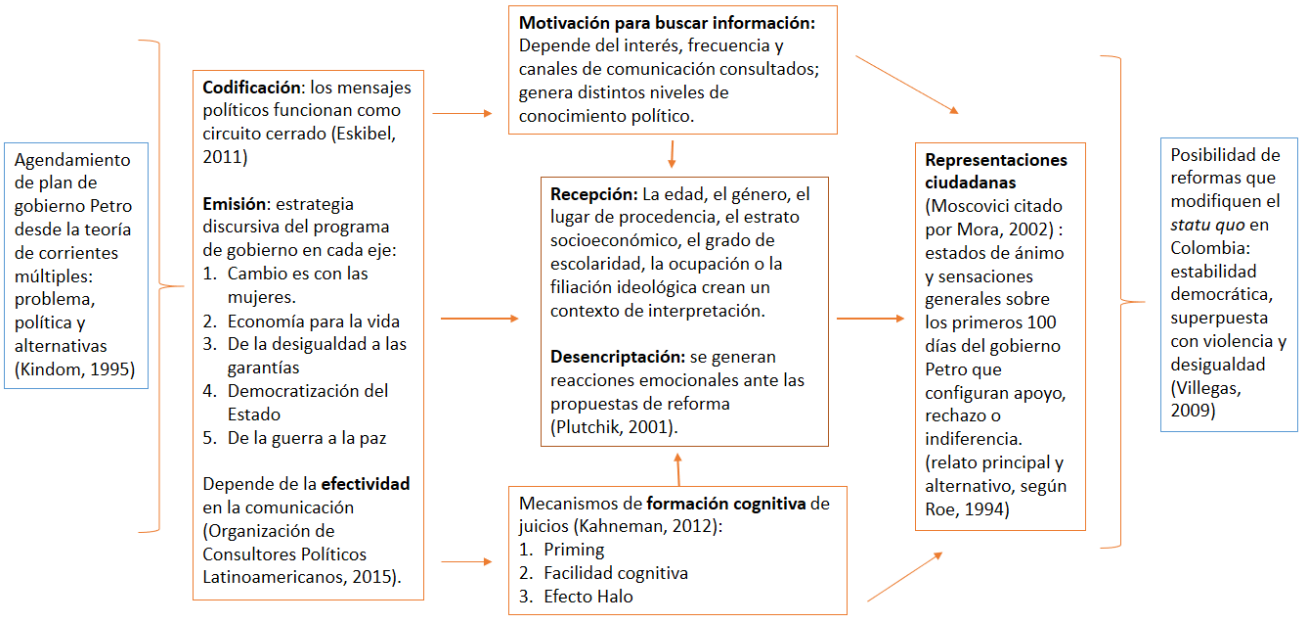
La presente investigación estima, desde las teorías de la toma de decisiones relacionadas con el agendamiento en las políticas de las administraciones públicas, que este nuevo gobierno de izquierda generará cambios radicales en un país acostumbrado a los incrementos progresivos (del tipo propuesto por Lindblom, 1989). En este sentido, se propone que en la actual coyuntura se está dando una coincidencia entre las tres principales corrientes de una política pública (Kindon, 1995): el problema, la política y las alternativas.

Frente al problema, numerosos estudios y documentos nacionales e internacionales han diagnosticado los aspectos subjetivos y objetivos que explican la violencia colombiana, por lo que existe un acuerdo –al menos académico- en la necesidad de reformas al *statu quo* (Buendía, 2003). Frente a lo político, en los primeros días del nuevo mandato presidencial se ha conformado una amplia coalición de gobierno multipartidista y hasta los más rotundos opositores han acordado hacer una oposición cordial con mecanismos

abiertos de diálogo (Ortiz y Mejía, 2022). Frente a las alternativas, los gobiernos socialdemócratas de América Latina y Europa ya han avanzado reformas concretas para otorgar mayor protagonismo a los estados en la búsqueda del desarrollo sostenible; más aún, la reciente pandemia también obligó a tomar medidas urgentes, en el mismo sentido, a todo el espectro político de los gobiernos mundiales (OCDE, 2020).

En este escenario de cambio en las políticas públicas, se propone interpretar en el marco de la comunicación política, las representaciones ciudadanas de los colombianos frente a las propuestas de reforma del Gobierno Petro en sus primeros 100 días, como se muestra en la figura 1. Se parte de la idea (Moscovici citado por Mora, 2002) según la cual las personas interpretan su realidad a través de una serie de interacciones comunicativas con los demás, formando un cuerpo organizado de conocimientos. Tales códigos de pensamiento grupal posibilitan un lenguaje común que identifica los valores, las actitudes y los comportamientos, según el contexto en el que se vive. Estas representaciones pueden observarse cuando se debaten temas políticos, al generar similitudes y diferencias, pero también apoyos o rechazos a los gobiernos.

Figura 1. Esquema gráfico que resume la propuesta teórica.



Fuente: elaboración propia

En el caso de esta investigación, el interés se centra en indagar por las representaciones ciudadanas en torno al Programa de Gobierno del presidente Petro, *Colombia potencia mundial de la vida* 2022-2026, propuesto en su campaña presidencial. Los ejes de las políticas públicas que orientan las transformaciones para el país durante su mandato son: 1) el cambio es con las mujeres, 2) de una economía extractivista a otra productiva, 3) de la desigualdad a la garantía de derechos, 4) democratización del estado, y 5) dejar atrás la guerra para entrar a la paz.

A partir del enfoque narrativo de las políticas públicas (Estévez y Arenas, 2020), se establece que, en una sociedad de consumo mediada por las TIC, los relatos que pretenden posicionar los actores públicos

y privados cumplen un papel relevante en el ciclo de las políticas públicas. Más aún, cuando un gobierno de una orientación ideológica inédita en un país tradicionalmente conservador intenta llevar a cabo reformas a través del sistema político democrático. Por eso, se propone que el gobierno debe ser efectivo al comunicar las reformas que materializan los ejes de su programa. En términos del diseño de una pieza de marketing político, esto supone (Organización de Consultores Políticos Latinoamericanos, 2015): 1) capturar la atención, 2) presentar una idea visual y clara, 3) describir las consecuencias dramáticas del problema, 4) desacreditar las soluciones u omisiones de los contendientes, 5) ofrecer una solución viable y efectiva, 6) invitar a la acción.

En segunda instancia, aunque el emisor de un mensaje haya generado unos códigos y significados, el receptor los decodifica y traduce según sus propios lenguajes, que acá se han definido como representaciones. La edad, el género, el lugar de procedencia, el estrato socioeconómico, el grado de escolaridad, la ocupación o la filiación ideológica, entre otras, son variables que afectan la manera particular en que produce la comunicación, es decir, en que el receptor decodifica lo que el emisor encripta. De esta manera, cada persona construye un particular mapa de realidad, que genera interpretaciones, confusiones y cambios a la información en una decodificación aberrante (Eco, 1985).

En tercer lugar, procede la búsqueda y selección de la información. Los ciudadanos suelen buscar información focalizándose en los políticos o en los problemas. La calidad de la información depende del interés, la frecuencia y los canales de comunicación que se utilicen para formarse una opinión política. Se propone que los políticos usan un lenguaje excluyente dirigido a una minoría de iguales y formadores de opinión pública que forman un circuito cerrado de información técnica que sólo con excepciones logran un alto impacto en el público (Eskibel, 2011).

En cuarto lugar, la psicología establece algunos mecanismos cognitivos que suelen afectar el proceso de toma de decisiones, los cuales pueden afectar la formación de juicios políticos. Algunos son (Kahneman, 2012): 1) Las acciones y emociones pueden ser influidas por acontecimientos inconscientes, esto debido a que, una idea (corporal o sensorial) evocada suscita otras compatibles en cascada, las cuales están conectadas y se fortalecen mutuamente (*priming*). 2) Para resolver un problema se tiende a tomar el camino que genere menos tensión en lo cálculos realizados para analizarlo, esto es, un mensaje parecerá verdadero cuando sea una experiencia repetida, haya una exposición clara, se esté contento, resulte familiar y parezca bueno (facilidad cognitiva). 3) Existe una tendencia, basada en las primeras impresiones, a aceptar o rechazar a las personas como un todo en conjunto con sus acciones futuras, independientemente de que no se cuente con los datos para corroborar la estimación (efecto halo).

Entre otros, tales mecanismos pretenden mostrar (Kahneman, 2012) que los sujetos construyen sus juicios partiendo de la memoria asociativa para formar interpretaciones coherentes de los fenómenos, basadas en impresiones e intuiciones. Así, el pensamiento racional (estadístico) resulta escaso, pues requiere atención y esfuerzo para buscar, cuantificar, comparar y evaluar la información relevante; por tanto, se aprueban las creencias y se salta a las conclusiones, desde donde se construyen historias que el sujeto considera buenas o adecuadas. Esto se agrava toda vez que se confía excesivamente en tales creencias, además, por la incapacidad de reconocer tanto la propia ignorancia, como la incertidumbre de los fenómenos sociales.

Finalmente, a partir de un enfoque interpretativo, se postula que las políticas públicas se construyen, más que del diseño institucional y de la evidencia empírica de sus méritos, a partir de factores discursivos, argumentativos y retóricos. En consecuencia, es necesario entender cómo se replantean los problemas desde las representaciones y a través del debate para proyectar la toma de decisiones y los escenarios políticos que tendrá el gobierno Petro en el resto

de su administración. De esta manera, se propone identificar las reacciones emocionales frente a las reformas planteadas por cada eje propuesto por el gobierno. Se plantean ocho emociones básicas que permiten identificar experiencias compartidas por las personas, estas son (Plutchik, 2001): la alegría, la confianza, el miedo, la sorpresa, la tristeza, la aversión, la ira y el interés. Tales emociones, junto con sus justificaciones son insumos para: 1) identificar los principales relatos en relación con la controversia política, 2) identificar relatos alternativos a los que dominan la controversia y, 3) comparar los relatos principales y alternativos para generar un metarrelato (Roe, 1994).

Es así como la estructura teórica planteada posibilitará reconocer el proceso de comunicación que determina la formación de representaciones ciudadanas sobre las políticas públicas del primer gobierno de izquierda en Colombia o, en otras palabras, entender los mecanismos de construcción del juicio político que permiten identificar el apoyo, el rechazo y la neutralidad frente a las propuestas de reforma socializadas durante los primeros 100 días de la administración Petro.

Metodología

Con el propósito de analizar el proceso de comunicación para la formación de las representaciones ciudadanas sobre el Programa de Gobierno del presidente Petro se establece un enfoque mixto para las diferentes etapas del estudio. Para examinar la codificación y emisión, la primera fase evaluó piezas comunicativas del gobierno Petro. Luego, con el propósito de analizar las representaciones del mensaje en la ciudadanía, en la segunda fase se inspeccionaron los conocimientos políticos previos y las motivaciones para interesarse en la política. En la tercera fase, se observó el contexto desde el cual los participantes interpretaron el mensaje (recepción), además de sus reacciones emocionales a las piezas que afectaban distintos ámbitos públicos (desencriptación). Finalmente, para identificar el efecto de algunos mecanismos psicológicos de la formación cognitiva de juicios (priming, facilidad cognitiva y efecto halo) se experimentó con un grupo pequeño de la muestra utilizando estímulos que generaban tranquilidad o estrés antes de realizar las pruebas requeridas. Se detalla a continuación el proceso.

En la primera fase, para determinar la efectividad en el uso de estrategias de marketing político por parte del gobierno, se realizó un panel de expertos dentro de consensos (Sánchez y Jamarillo, 2009). Así, se seleccionaron 4 piezas comunicativas sobre los ejes más relevantes plan de gobierno elaboradas por los ministerios encargados de cada temática. De acuerdo con la técnica Delphi, se elaboró un cuestionario para que 5 expertos en Ciencia Política valoraran la eficiencia en la comunicación (Organización de Consultores Políticos Latinoamericanos, 2015). Posteriormente, se presentaron los resultados al grupo de expertos y se generó un consenso frente a la calificación general. Esta fase fue importante para identificar la calidad técnica de los mensajes antes de ser mostrados a los ciudadanos para conocer sus representaciones, puesto que existen estilos, mediaciones y técnicas de comunicación política que permiten cuantificar su efectividad, al menos teóricamente (Ríspolo, 2020).

Para el resto de fases, utilizando las tecnologías de la información y la comunicación, se realizaron pruebas, encuestas, entrevistas estructuradas y grupos focales, mediante un muestreo por conveniencia a 40 personas mayores de 18 años en Bogotá, 8 departamentos del país y colombianos residentes en el exterior (México, Bélgica y Venezuela). Por limitación de recursos y la enorme cantidad de datos la muestra no es representativa, no obstante, se buscó emular las características del censo nacional en cuanto a la población colombiana. Esto es, relativamente más mujeres que hombres, más adultos que jóvenes y personas mayores, mayor concentración en los estratos 2, 3 y 4 que en los demás, más población en la zona andina y ciudades que en las demás regiones o el exterior, con distintos tipos de ocupaciones y escolaridades (en este punto la muestra tiene un sesgo hacia

personas con educación superior). En seguida, se detallan las etapas restantes.

Con esta muestra, en la segunda fase, utilizando pruebas escritas que presentaron afirmaciones falsas y verdaderas acerca de la coyuntura, se establecieron niveles de conocimiento que demostraron los participantes sobre la situación política del país. Adicionalmente, se indagó por la motivación para la búsqueda de información. Es decir, el interés, la frecuencia y los canales de comunicación consultados para informarse políticamente. Se espera que estos datos tengan alguna incidencia en la primera parte: formación del juicio político y las representaciones.

Luego de conocer el interés y el conocimiento sobre la política, en la tercera fase, se realizó una encuesta con preguntas sociodemográficas como la edad, el género, el lugar de procedencia, el estrato socioeconómico, el grado de escolaridad, la ocupación o la filiación ideológica para establecer el contexto de las representaciones desde el cual se construye un mapa individual de la realidad (Eco, 1985). También, se adelantaron entrevistas semiestructuradas presentando a los participantes 8 noticias relevantes relacionadas con las principales reformas propuestas por el gobierno y se pidió que reaccionaran emocionalmente a cada una (Plutchik, 2001), además de verbalizar las razones de sus sentimientos. En último lugar, para captar las representaciones sociales generales, Se les pidió que relacionaran su experiencia de los primeros 100 días del gobierno de Petro con otra experiencia personal previa que tuvieran almacenada en su memoria (podría ser algo real o imaginario). Se espera con estos datos identificar el proceso de formación de juicio político relatado en el marco teórico.

Finalmente, en una cuarta etapa, con 12 individuos de la muestra se hicieron cuasiexperimentos para controlar el estado de ánimo previo a la realización de las anteriores actividades. Así, en grupos focales se indujo a los participantes a situaciones de estrés o tranquilidad. Con esto se pretende indagar sobre algunos de los mecanismos cognitivos que pueden influir en la toma de decisiones (Kahneman, 2012) que a través del proceso del juicio forman las representaciones políticas. Se espera que tales representaciones agregadas configuren uno o varios relatos ciudadanos de apoyo, rechazo o indiferencias a las propuestas del Programa de Gobierno del presidente Petro que implica reformas sustantivas para Colombia.

Los análisis del conjunto de datos se llevaron a cabo mediante el análisis de contenido (Oliver, 2008), son presentados como una estadística descriptiva y se matizan utilizando el análisis de narrativas en política pública (Roe, 1994).

Resultados

Como se mencionó en la metodología, esta investigación ha generado distintos resultados de acuerdo a la fase. En este orden se presentarán los hallazgos. Se comenzará por la emisión de la información, para pasar por la recepción y el procesamiento hasta llegar a la formación de representaciones políticas.

En primer lugar, de acuerdo con el panel de expertos, por consenso la calificación acerca de la efectividad de las piezas comunicativas del Gobierno Petro en sus 100 primeros días fue cumple parcialmente. Se destacaron aspectos relacionados con el uso de la simbología nacional, la formulación técnica, la relevancia de las reformas y la sintonía con lo popular, así como elementos por mejorar, como el exceso de abstracción o generalidad, la falta de un mensaje concreto y cercano al lenguaje cotidiano que le de claridad al ciudadano sobre el propósito y el funcionamiento de las políticas. También merece la pena resaltar que, para bien o para mal, los personajes se llevan a atención más allá del mensaje, en este sentido, no es posible separar a las personas (ministros o similares) del contenido. La siguiente tabla detalla la valoración cuantitativa realizada.

Tabla 1. Efectividad de las piezas comunicativas del Gobierno Petro (en porcentaje).

Resumen de valoraciones de los expertos en los 7 criterios, para las 4 piezas evaluadas							
	Captura la atención con el título	Presenta una idea potente que provoca una imagen visual clara	Sintetiza el problema concreto que preocupa al público objetivo	Describe las consecuencias dramáticas y conflictivas del problema	Desacredita las soluciones u omisiones de los contendientes políticos	Ofrece una solución viable, posible y efectiva que muestra beneficios	Cierra con una invitación a la actuación, al respaldo o a la movilización
CUMPLE	70%	50%	90%	45%	10%	60%	90%
CUMPLE PARCIAL	25%	40%	10%	45%	60%	40%	5%
NO CUMPLE	5%	10%	0	10%	30%	0%	5%

Fuente: elaboración propia

En términos generales, puede decirse que cumple con el 59% de los criterios, debido a que la comunicación del gobierno identifica los problemas que le preocupan al ciudadano, ofrece soluciones relacionadas y captura la atención. No obstante, cumple parcialmente el 32% de los criterios e incumple el 9%, ya que los mensajes visualmente no son claros, tampoco logra dramatizar las consecuencias de no resolver los problemas, ni compararlos con las alternativas de solución de los contendores políticos. En cuanto a las temáticas, la siguiente tabla muestra algunas diferencias.

Tabla 2. Efectividad de las piezas comunicativas por sectores del Gobierno Petro (en porcentaje).

	Minsalud	Minenergía	Alto Comisionado Paz	Vicepresidencia
CUMPLE	51%	57%	71%	57%
CUMPLE PARCIAL	40%	31%	26%	31%
NO CUMPLE	9%	11%	3%	11%

Fuente: elaboración propia

La Oficina del Alto Comisionado para la Paz logra los mejores puntajes, puesto que utilizó un formato de entrevista, lo que le permitió concretar qué, cómo, quiénes y porqué es distinto el proceso denominado "Paz Total". Los demás sectores presentan puntajes medios similares y las piezas utilizadas fueron comunicados de prensa. En el caso del Ministerio de Salud, si bien se presenta el contexto histórico problemático de la exclusión en el sistema de salud de poblaciones vulnerables, no se detallan las soluciones ni las medidas a aplicar. Por su parte, el Ministerio de Minas y Energía avanza en detallar la hoja de ruta de la transición energética en Colombia, pero no es contundente en relación con los beneficios, pues aún es un tema polémico. Finalmente, la Vicepresidencia muestra el cambio de metodología en la participación para la construcción del Plan de Desarrollo, dando espacio a las minorías relegadas, no obstante, más allá de lo simbólico, no se materializa el proceso para volver realidad el esfuerzo del diálogo vinculante.

En segunda instancia, una vez emitido el mensaje, se procede a relatar tanto la motivación como los medios que se utilizan para la búsqueda de información política, como se puede ver en la siguiente tabla.

Tabla 3. Interés, canales y frecuencia en la búsqueda de información política.

	Promedio	Izquierda	Derecha	Centro	Ninguna	Mujeres	Hombres	Estratos 1 y 2	Estratos 3 y 4	Estratos 5 y 6
Nivel de interés con lo que sucede en el país durante el gobierno de Petro (escala 1 a 7)	5,1	6	6	3,8	4,8	4,7	5,6	5	5,6	4
¿Por cuáles medios preferentemente se informa sobre la situación política del país? (por subgrupos los más relevantes)	Internet (65%), TV (50%), Radio (25%), prensa y académicos (20%), famil-iares y amigos (17,5%),	TV, internet	TV, internet	TV, internet	TV, internet	TV, internet	TV, internet	TV, internet	TV, internet	internet
¿Cuántos días consulta intencionalmente información sobre la situación política del país? 1 a 7	4,6	5,6	4,6	4,1	4,2	4,5	4,7	4,3	5,1	3,4
¿Ud. cree que es un ciudadano informado políticamente? 1 a 7	4,0	5,3	4,3	4,1	3,3	3,7	4,5	3,7	4,3	3,6

Fuente: elaboración propia

Al respecto, las personas que participaron en el estudio manifiestan un nivel de interés alto (5.1/7) sobre lo que está sucediendo en el país en este nuevo gobierno de izquierda. Dentro de los subgrupos analizados, presentan un interés mayor al promedio quienes se reconocen de izquierda (6) o de derecha (6); mientras que un menor interés los de centro (3,8) y, los estratos 5 y 6 (4). Cuando se les pregunta por los medios para consultar información política, en orden de importancia se encuentra Internet (65%), TV (50%), Radio (25%), prensa y académicos (20%), familiares y amigos (17,5%). Cabe señalar que la única diferencia entre los subgrupos es el estrato 5 y 6 en el que predomina el internet sobre la televisión. De otro lado, al ser consultados sobre el número de días que intencionalmente se consulta información política el promedio es de 4.6, siendo lo que más consultan los de izquierda (5,6), los estratos 3 y 4 (5,1), y los que menos consultan los estratos 5 y 6 (3,4). Finalmente, al indagar en una escala de 1 a 7 por el nivel de información política el puntaje promedio es de 4, siendo quienes dicen no tener ideología (3,3), las mujeres (3,7), los estratos 1 y 2 (3,7) y, 5 y 6 (3,6) los que se autoperciben menos informados; a la inversa, los de izquierda (5,3) y los hombres (4,5) los que creen que están mejor informados.

En el mismo sentido, se revela el grado de conocimiento político por parte de la ciudadanía sobre los temas de coyuntura más relevantes en los primeros meses del cambio de gobierno, como se resume en la siguiente tabla.

Tabla 4. Nivel de conocimiento sobre acciones del Gobierno Petro (en porcentaje).

[Francia Márquez es vicepresidenta y Ministra de la Igualdad.]	[En Colombia se prohibió la explotación de petróleo, gas y carbón.]	[El gobierno hará más énfasis en la promoción que en la atención a la salud.]	[El gobierno impulsa negociaciones y sometimientos con grupos armados ilegales.]	[El gobierno comprará tierras a los particulares para hacer su reforma agraria.]	[Los partidos que apoyan al gobierno son una minoría en el Congreso.]	[Estados Unidos hace oposición a las propuestas de Petro (drogas, paz, ambiente).]	[En la actualidad se restablecieron relaciones diplomáticas con Venezuela.]	[El presidente Petro gobierna radicalmente, no negocia ni hace concesiones.]	[La crisis económica actual y futura es exclusiva responsabilidad de Petro.]
16% V	62% A	22% A	78% V	92% V	54% V	62% V	95% V	70% V	90% V
11% NS	14% NS	32% NS	19% NS	5% NS	19% NS	24% NS	5% NS	19% NS	5% NS
73% F	24% F	46% F	3% F	3% F	27% F	14% F	0% F	11% F	5% F

Fuente: elaboración propia

De forma agregada, de las 10 afirmaciones sobre las que se solicitó determinar si eran falsas o verdaderas a los participantes, el 64% acertó, el 21% cometió errores y el 15% no sabe. Ahora bien, los temas con mayor nivel de conocimiento de coyuntura política están relacionadas con la reforma agraria, el restablecimiento de relaciones diplomáticas con Venezuela y la responsabilidad frente a la crisis económica; al contrario, donde se evidenció mayor desconocimiento fue en situar a la vicepresidenta en un cargo que aún no existe (Ministerio de la Igualdad) y en las recientes medidas anunciadas para el sector salud. Por su parte, la temática que más se reconoce desconocer tiene que ver con la postura de los Estados Unidos frente al nuevo gobierno.

En cuarto lugar, luego de determinar la efectividad en la comunicación de mensaje y de reconocer en la ciudadanía la manera particular en que se busca información, además de determinar el nivel de conocimientos previos, se realizó una encuesta sociodemográfica que arroja las características de la población participante, como se resume en la tabla siguiente.

Tabla 5. Características sociodemográficas de los participantes en el estudio.

Género	Edad	Escolaridad	Región	Estrato	Ocupación
Masculino (42.5%)	Joven (25%)	Básica (2,5%)	Andina (65%)	1 (7,5%)	Profesional (52,5%)
Femenino (57,5)	Adulto (60%)	Secundaria (27,5%)	Caribe (15%)	2 (22,5%)	Trabajadores de Servicio y comercio (20%)
	Mayor (15%)	Superior (70%)	Pacífica (15%)	3 (30%)	Gerente (12,5%)
			Exterior (5%)	4 (25%)	Trabajo doméstico (7,5%)
# participantes 40				5 (7,5%)	Personal de apoyo (5%)
# departamentos 8, 3 residentes en el exterior				6 (7,5%)	Agricultor y pesquero (2,5%)

Fuente: elaboración propia

De lo anterior se puede decir que el muestreo por conveniencia de esta investigación encarna particularmente a las mujeres (57,5%), los adultos (60%), con educación superior (70%), residentes de la región andina (65%), de los estratos 2, 3 y 4 (77,5%) y profesionales (52,5). No obstante, existe representación de otros géneros, edades, escolaridades, regiones, estratos y ocupaciones.

Con este grupo poblacional se procedió a realizar entrevistas semiestructuradas por las cuales se les expusieron 8 noticias que habían causado alto impacto durante los primeros meses del Gobierno Petro y se les solicitó que, además de indicar la primera emoción que sintieran, expresaran las razones. Por cada noticia los resultados son los siguientes.

Tabla 6. Reacciones emocionales ciudadanas a las principales reformas anunciadas (en porcentaje).

	Reacción emocional							
Noticias	Triste	Asquead@	Iracundo@	Sorprendid@	Atemorizad@	Confiad@	Alegre	Interesad@
Despenalización del aborto	15%	2,5%	0	22,5%	10%	12,5%	5%	32,5%
Compra tierras a Fedegán	0	2,5%	2,5%	27,5%	15%	7,5%	20%	25%
Legalización marihuana	20%	5%	2,5%	15%	5%	22,5%	2,5%	27,5%
Salud indígena propia	7,5%	2,5%	2,5%	7,5%	2,5%	12,5%	40%	25%
Sustitución cultivos ilícitos	5%	7,5%	5%	25%	7,5%	12,5%	7,5%	30%
Prohibición plástico 1 uso	5%	2,5%	0	12,5%	0	12,5%	37,5%	30%
Acabar servicio militar obligatorio	12,5%	12,5%	5%	17,5%	2,5%	12,5%	7,5%	30%
Creación Ministerio igualdad	0	10%	2,5%	20%	2,5%	7,5%	27,5%	30%
Promedios	8%	6%	3%	18%	6%	13%	18%	29%

Fuente: elaboración propia

A grandes rasgos, las principales reformas anunciadas en los primeros 100 días del Gobierno Petro fueron recibidas con interés (29%), generaron sorpresa (18%), alegría (18%) y confianza (13%), al mismo tiempo que, algunos otros, sintieron tristeza (8%), temor (6%), asco (6%) e ira (3%). En consecuencia, es posible agrupar al 47% de los participantes en un estado de expectativa, al 31% como esperanzados en los cambios y, al 22% en situación de desconfianza. Sin embargo, un análisis más detallado de cada pregunta muestra ciertos matices en las argumentaciones.

Precisamente, al indagar por las razones de las reacciones en torno a la despenalización del aborto, algo menos de la mitad (44,7%) tienden a presentar justificaciones conservadoras, ante la libertad de la mujer y su cuerpo. Por otro lado, las emociones positivas (55,3%) reflejan posturas progresistas y en apoyo a la igualdad, libertad, dignidad y protección de las mujeres.

Con respecto a la compra de tierras al principal gremio de ganaderos (Fedegan) como parte de una reforma agraria, algo más de la mitad (53%) consideran razones positivas relacionadas con la generación de empleo, la sostenibilidad y la reparación de la violencia. En contraposición, las reacciones negativas (23,5%) esgrimen el populismo, la ineficacia para producir empleo, reducir la desigualdad o combatir la corrupción. Por otra parte, los sectores neutrales (23,5%) pueden estar sorprendidos, desinformados o visualizar efectos tanto positivos como negativos.

En cuanto a la regulación de la marihuana para uso recreativo, los argumentos en contra tienen la mayor proporción (45.5%), relacionados con el aumento del consumo, la delincuencia juvenil y las afectaciones a la salud. Al contrario, quienes están a favor (36.5%) comentan estar de acuerdo con el enfoque preventivo, piensan que es mejor estrategia para luchar contra la ilegalidad y supone un aspecto positivo para la economía. Por su parte, las consideraciones neutrales (18%), se relacionan con el desconocimiento del tema o la falta de evidencias frente a las nuevas políticas.

Referente al fortalecimiento de un sistema indígena propio de salud, la mayoría de las personas (80%) reconoce la deficiencia actual y tiene confianza en que el gobierno genere un esquema de atención diferencial que se requiere para garantizar la mejora de la calidad de vida en territorios tradicionalmente vulnerables. En el sentido opuesto, otra parte (11,4%) argumenta que tales medidas no son justas para el resto de la ciudadanía, pues los indígenas no tienen más derechos que los demás, lo cual configura acciones populistas del gobierno. Por último, están quienes (8.6%) a pesar de considerar que las reformas son necesarias, entienden que históricamente las acciones de los gobiernos no han mejorado la situación y desconfían de que este nuevo lo logre.

En torno a los programas para sustituir cultivos ilícitos, la mayoría (50%) postula que es coherente con evitar la contaminación con glifosato, sirve como transición de la guerra a la paz, mejora la calidad de vida de los campesinos y la legalidad de la agricultura. En contraste (23,4%), otros piensan que no se puede ser permisivo con un delito que provoca violencia, no existen suficientes recursos para hacer sostenible la política y, en últimas, regalar implica un incentivo negativo al trabajo. Por su parte, los neutrales (26.6%) manifiestan desconocimiento, relacionan el efecto según cómo se adelante la implementación o, que los campesinos dependen de los cultivos ilícitos para sobrevivir.

Frente a la prohibición del plástico de un solo uso, la mayor parte de las personas (76,3%) está de acuerdo toda vez que se requiere cuidar el medio ambiente, combatir el cambio climático, hacer un cambio cultural y tener responsabilidad social. Otro grupo de personas se consideran neutrales (18,4%), pues el cambio no puede ser radical, no existen alternativas claras de sustitución y debe tenerse en cuenta que el problema más que en uso está en la disposición. De otro lado, quienes están en desacuerdo (5,3%), dicen que es una medida hipócrita porque a la vez que prohíben cobran impuestos.

Relacionado con el servicio militar obligatorio, la mayoría de las personas (64,4%) lo rechazan debido a que es peligroso para los jóvenes pobres del país, por lo que se apoya la propuesta alternativa del Gobierno Petro de crear un servicio social para la paz y que cada cual decida lo que considera conveniente, mas no ser obligado. En el lado opuesto, otras personas (35,6%) no consideran que sea una propuesta viable de implementar, más bien la consideran populista.

En lo que concierne a la creación del Ministerio de la Igualdad, algo más de la mitad (61%) es empático a la propuesta, dado que se necesita visibilizar a “los y las nadies”, generar mayor igualdad y equidad entre los seres humanos, aunque más allá de una ley se requiere un cambio de mentalidad. A contracorriente (33,5%) están quienes piensan que las garantías jurídicas ya existen, por lo que esta medida es un gasto innecesario, además se tienen otros problemas más relevantes como el desempleo o la pobreza. Por su parte, hay otro neutrales (5,5%) que consideran debe fortalecerse la inclusión y la igualdad, pero dudan si la creación de un nuevo ministerio resuelve el problema.

En última instancia, luego de captar las reacciones a cada propuesta de política pública atrás mencionada, para visualizar el conjunto de las representaciones sociales generales, se les solicitó a los participantes asociar su experiencia de los 100 primeros días del gobierno de Petro con una experiencia personal previa almacenada en su memoria (podría ser algo real o imaginario). Los resultados se sintetizan en la siguiente figura:

Figura 2. Mapa de palabras clave sobre la experiencia del Gobierno Petro en sus primeros 100 días.

Fuente: elaboración propia

La figura muestra en palabras claves las asociaciones que hicieron los participantes del Gobierno Petro con sus experiencias previas. Organizadas en términos cuantitativos y agrupando las visiones, se tiene que el 41% tiene una visión positiva de respaldo al presenciar un país renaciente con cambios hacia la esperanza, tolerante, renovable, alegre, tranquilo, igualitario, con un líder valiente que propone una revolución del amor que privilegia a los pobres y la humanidad. En el intermedio, el 16% con una postura neutral, el gobierno le genera sorpresa y expectativas frente al futuro, por lo que se requiere esperar para evaluar los resultados, no obstante, el cambio debe ser impulsado por la ciudadanía. En el extremo opuesto, el 32% visualiza un país cansado producto de la zozobra, el caos, la incoherencia y la incertidumbre de un populismo que engaña, promete mas no ejecuta, cuyos efectos económicos ya están a la vista, orientados en mismo camino de Venezuela. Otro grupo que representa el 11% no respondió a la pregunta.

Por último, cabe anotar, también se realizó un cuasiexperimento con dos grupos focales a los que se aplicaron las mismas preguntas anteriores, pero induciéndolos inconscientemente con anterioridad a las respuestas, bien a la felicidad (sujetando un lápiz con su boca por un minuto) o, bien al enojo (negando con su cabeza por un minuto). Adicionalmente, se intentó preseleccionar los grupos según las personas se percibieran más estresadas o más tranquilas antes de realizar de empezar la sesión.

Se conformaron grupos pequeños (6 personas) de adultos (entre 30 y 60 años), homogéneos en las demás variables sociodemográficas. Los resultados muestran que el grupo de personas "felices" tienden a apoyar el gobierno Petro, lo asocian con una esperanza de cambio positivo y demuestran emociones relacionadas con la alegría, el interés y la sorpresa. Solo en una persona se observó neutralidad frente al gobierno Petro, emociones como el asco y la ira, pero con la situación del país en general (resultado de los gobiernos anteriores). De otro lado, el grupo de personas "estresadas" se dividen en dos tendencias: una tiende a rechazar el gobierno Petro, no confía en sus acciones y demuestra emociones relacionadas con el temor, la tristeza y el interés; La otra tendencia tiende a ser neutral, esperar los resultados, asumir mayor compromiso ciudadano y demuestra emociones de interés, sorpresa y alegría.

Así las cosas, este apartado reveló los principales hallazgos que se obtuvieron en las distintas fases del estudio, utilizadas para recrear el proceso con formación de representaciones políticas de los 100 primeros días del Gobierno Petro; esto es, la emisión de la información, la búsqueda, recepción y su procesamiento por parte de la ciudadanía. En la siguiente sección se procederá a interpretar los resultados.

Discusión

La construcción de políticas públicas, además de ser un proceso que aspira a ser científico (Lasswell, 1956), es una construcción social compleja y primordialmente política (Lindblom, 1989). De ahí que el enfoque de las corrientes mútiples (Kingdon, 1995) ayude a comprender el dinamismo cuando

un gobierno pretende cambios que exceden los pequeños incrementos y se presenta una ventana de oportunidad. En esta investigación se afirma que, en el Gobierno Petro en Colombia, confluyen el reconocimiento social de la necesidad de cambio de rumbo (estallido social en 2021), la existencia de alternativas de solución legítimas a nivel internacional (agenda de la socialdemocracia) y los cambios políticos que permiten hacer viables los procesos (ganar elecciones y construir una coalición mayoritaria de gobierno).

En este marco, el gobierno se encuentra en el análisis de los asuntos públicos que van a ser considerados para la intervención administrativa. No obstante, en la formación de la agenda (Elder y Cobb, 1996) compiten diversos actores y definiciones de los problemas que harán parte de la negociación para materializar las reformas propuestas. Por lo tanto, esta investigación elaboró una propuesta para reconocer la formación de representaciones políticas de la ciudadanía sobre el primer gobierno de izquierda en Colombia. Se propuso que a través de las interacciones comunicativas las personas interpretan la realidad organizando cooperativamente sus conocimientos y estructurando un lenguaje común que expresa los valores, actitudes y comportamientos (Moscovici citado por Mora, 2002), en este caso, frente al apoyo, rechazo o neutralidad al Gobierno Petro.

Como se mostró en los resultados, a la fecha de la medición (primeros 100 días del nuevo gobierno nacional) tales representaciones agrupadas muestran un respaldo de 41%, una posición neutral de 16%, un 36% de rechazo y un 11% desconocido, lo que configura los relatos principales y alternativos que dominan la controversia política (Roe, 1994). Estos datos son relativamente similares a los recolectados por las encuestadoras nacionales Invamer y CNC (Portafolio, 11 de noviembre de 2022), pues la aprobación de la gestión fue del 49,7% y 62%, respectivamente, mientras la desaprobación fue del 42,7% y 26%, respectivamente. Lo cierto es que existe una tendencia al respaldo de la mayoría en todas las mediciones, sin embargo, no hay consistencia en las cifras exactas. Como diferenciación, acá se avanza en reconocer a quienes tienen una posición neutral, pues serán decisivos tanto en la gobernabilidad como en las siguientes elecciones.

Más allá de los porcentajes de respaldo o aprobación, lo que se busca en esta investigación es entender cómo se forman y qué caracteriza a las representaciones en sus matices. Por esto, la primera parte consiste en analizar el tipo de información que emite el gobierno. De acuerdo con la tabla 1, se encontró que la efectividad de la comunicación del gobierno es parcial, si se toman como referencia los criterios de la Organización de Consultores Políticos Latinoamericanos (2015). Ya otros analistas han dicho que los mensajes de los ministros son contradictorios y han provocado efectos negativos, tanto para el mercado como para que la ciudadanía comprenda las reformas (Garcés, 2022). Debe precisarse que el estilo de gobierno es la concertación, por tanto, no hay una línea roja en ninguna de las carteras que sea demarcada, más bien, las declaraciones diarias del presidente son las que permiten aclarar y corregir las interpretaciones (Flórez, 2022). En este sentido, la estrategia discursiva para comunicar el Programa de Gobierno puede no cumplir con los manuales de marketing político, pero es coherente con un estilo menos vertical de liderazgo presidencial, al menos en sus formas.

El segundo elemento del modelo teórico remite a la búsqueda de la información política por parte de la ciudadanía. La tabla 3 muestra que el interés promedio por la política es alto y las personas buscan informarse, en orden de frecuencia, por internet, televisión, radio, prensa, académicos, familiares y amigos. Al respecto de los principales medios utilizados, la inmediatez de las redes sociales crea un discurso pseudopolítico emocional y banalizante caracterizado por la espectacularización informativa, la personalización y la desideologización, lo cual permite a los políticos establecer una comunicación directa, eludiendo a los medios tradicionales, sin lograr una interacción real con la ciudadanía (Gallardo y Enguix, 2016).

En relación con la televisión abierta, en Colombia existen altos niveles de riesgo que atentan contra el pluralismo y la independencia, debido a intereses económicos, comerciales y políticos, debilidad en las herramientas de supervisión, carencia de infraestructura y tecnología para generar igualdad de acceso, bajos controles normativos de información plural en la producción, pocas garantías laborales para los comunicadores e incidencia de los gobiernos en el contenido de la información (Comisión de regulación de comunicaciones, 2022).

De tal forma, la búsqueda y selección de la información aun cuando exista motivación, presenta problemas adicionales con lo que el ciudadano debe sortear, propios de los canales de información. Esto se refleja tanto en la autopercepción del nivel de formación política (4/7) como en la medición realizada sobre los niveles reales de conocimiento acerca de algunos de los principales hechos que sucedieron durante los primeros meses del Gobierno Petro, donde el 64% acertó, el 21% cometió errores y el 15% no sabe. En síntesis, se tiene una ciudadanía motivada por conocer los hechos políticos que supone el nuevo gobierno, aunque relativamente desinformados, lo cual interfiere en un mensaje que, desde la misma administración, se comunica con efectividad parcial. Adicionalmente, otra posible explicación está relacionada con el lenguaje técnico que utilizan los políticos, lo cual limita aún más la comprensión de la ciudadanía (Eskibel, 2011).

El tercer elemento implica que durante la recepción del mensaje el primer filtro para valorar la información depende de variables de contexto. Como se mencionó, la muestra por conveniencia del estudio que incluyó más mujeres que hombres, más personas adultas que jóvenes o mayores, más personas en las cabeceras urbanas que en las rurales y mayor proporción en los estratos 2, 3 y 4 residentes en los 8 más grandes departamentos del país, es similar a los datos que revela en Censo Nacional de Población y Vivienda (DANE, 2022). Aunque se ha construido una base de datos con diferentes individuos no es lo suficientemente robusta para generalizar de forma segmentada, por lo que se continuará con un análisis agregado. Cabe destacar que el estudio tiene un sesgo hacia las personas con estudios superiores.

Así, suponiendo que se refleja el contexto colombiano (no estadísticamente pero sí en las representaciones individuales de las personas de la muestra), se procedió a observar cómo se desencriptan los mensajes desde las distintas reacciones emocionales de un ser humano al recibir un estímulo sensorial, en este caso, 8 piezas comunicativas polémicas que difundieron los sectores del gobierno donde se impulsan las principales reformas. Como ya se detallaron los porcentajes de cada emoción y las razones que la sustentan, acá solamente se presentará un comentario psicológico general acerca de su papel en la formación de representaciones políticas. Lo primero a destacar es que las reacciones emocionales pueden no corresponderse con la aprobación o desaprobación del gobierno, dado que una persona puede tener una misma emoción, pero las razones que verbaliza ser diferentes.

Lo cierto es, en lo que atañe a los 100 primeros días del Gobierno Petro, que los participantes han generado expectativas, lo cual activa el interés por explorar y buscar recursos informativos, como se comentó atrás. Cabe mencionar que, si bien existe una parte de los participantes que ya han seleccionado un bando, a favor o en contra, otro porcentaje importante se puede interpretar como neutral y solamente manifiesta interés y sorpresa, a la espera de más y mejores datos para procesar la información.

Al detallar las reacciones emocionales, ante lo inesperado se reacciona con sorpresa, lo que contribuye a incrementar la atención para poder orientarse. Luego, en el plano positivo, el incremento de energía por acontecimientos placenteros activa la alegría, lo que implica la continuación de los actos que la generan. Así mismo, la esperanza y seguridad en los cambios positivos activa la confianza, la cual es útil para aumentar los lazos sociales y la solidaridad. En contraposición, en el plano

negativo, para prevenir de un potencial peligro se activa el miedo que posibilita actuar con cautela ante una amenaza. También, el asco ante entidades o acciones peligrosas, lo cual impulsa el rechazo como mecanismo de protección. Ante la frustración y el engaño algunos movilizan la ira, la que activa la fuerza para desbloquear el obstáculo. Otros, se identifican con la tristeza, la cual les hace ver sus propios límites y buscar cambios en la situación persona para afrontar las pérdidas. Todas estas reacciones que la literatura acerca de las emociones reseña (Plutchik, 2001), se ven corroboradas en el presente estudio al analizar los discursos de apoyo, rechazo o indiferencia frente a las propuestas del presidente Petro, por tanto, merecen atención en las estrategias de comunicación de los gobiernos y en sus posibles efectos frente al ciclo dinámico de las políticas públicas.

Esta discusión conlleva a la última etapa de la investigación relacionada con los cuasiexperimentos. De manera abreviada, en la teoría de la psicología del juicio y la toma de decisiones (Kahneman, 2012), existen dos tipos de pensamiento, el rápido o intuitivo y, el lento o deliberado; el primero, es más influyente en las elecciones y juicios de lo que cualquier persona le gustaría admitir. En este sentido, los resultados de la presente investigación mostraron que las personas emocionalmente estimuladas (hacia la felicidad o, el estrés) tienden a tomar partido, es decir, a estar a favor o en contra del Gobierno Petro. Solo hay un pequeño grupo de personas "estresadas" y aún menor en las "alegres" que, a pesar de su emocionalidad, esperan recolectar y evaluar más información para decidir su juicio.

Lo anterior confirma que también en política hay una alta predisposición al *priming*, a la facilidad cognitiva y al efecto halo. Esto quiere decir, para el caso de los participantes del estudio, que un estado de ánimo particular (alegría o enojo) origina ideas afines (aprobación o rechazo) en cascada. Luego, al analizar las reformas propuestas por el gobierno, se confirman las creencias, si es algo que ya se ha vivido o imaginado (familiaridad) y coincide con visión del problema previamente establecida. Finalmente, la persona que emite el mensaje (alto directivo del gobierno) también cuenta ya con una lectura previa positiva o negativa que refuerza la premisa inicial.

Esto es problemático si, como se dijo atrás, se observa que la búsqueda de información se realiza principalmente por internet o los medios tradicionales de televisión y radio, debido a que estos canales tienden a caracterizarse por tener una línea editorial con una marcada tendencia ideológica o por utilizar un algoritmo que personaliza la segmentación de la información que se recibe, profundizando la distancia con una formación de juicios políticos basados en la estadística y una visión imparcial de los hechos que pueda ser nutrida por medios que provean información plural.

Luego de presentar a lo largo del documento el contexto, la estructura teórica, los resultados y sus interpretaciones, se procederá a finalizar con las conclusiones. En este apartado se propuso que, aún en un entorno político propicio al cambio como el colombiano, se debe tener en cuenta que la construcción de la agenda en la fase inicial del ciclo de políticas públicas presenta una alta competencia entre actores, intereses y expectativas. Por ahora, existe una corta mayoría que apoya el Plan de Gobierno Petro, pero la administración aún empieza y requiere viento de cola. Para esto, por parte del gobierno, se deben diseñar estrategias de comunicación de las reformas de acuerdo a las técnicas del marketing político; por parte de la ciudadanía, se debe tener una visión crítica de los medios de comunicación de masas debido a los riesgos inherentes que atentan contra el pluralismo informativo, así como mejorar la calidad de su formación política para evitar reforzar el pensamiento intuitivo.

Conclusiones

En Latinoamérica y el mundo, los comunicadores son los productores de las celebridades políticas en las que se aspira convertir a los gobiernos. La labor está ahora en el campo de las percepciones y no

de las realidades, debido a que la ciudadanía poco cree en la democracia representativa y prefiere ser entretenida y seducida (Rincón & Uribe, 2015). En este contexto, del que poco se habla en el ámbito académico, la presente investigación buscó dar luces para entender el proceso de comunicación para la formación de las representaciones y los juicios políticos del primer gobierno nacional de izquierda en Colombia.

De esta manera, se avanzó en seis objetivos: 1) la efectividad para comunicar el Programa de Gobierno, 2) el interés y la motivación de la ciudadanía para informarse políticamente, 3) el nivel de conocimientos ciudadanos sobre la coyuntura política, 4) las reacciones emocionales de los ciudadanos ante las propuestas de reforma, 5) los relatos de apoyo, rechazo o neutralidad frente al gobierno nacional y 6) los efectos del estado de ánimo en los mecanismos cognitivos para la formación de juicios políticos.

Así, a través de entrevistas, pruebas, encuestas, grupos focales y cuasiexperimentos, se analizó un modelo teórico que describe la comunicación entre el gobierno y la ciudadanía. Comienza con la emisión de piezas comunicativas del Plan de Gobierno elaboradas por los Ministerios o similares, los cuales usualmente son mensajes codificados para el uso técnico (Eskibel, 2011). Por su parte, previamente la ciudadanía busca información política en distintos medios dependiendo de su nivel de interés por los asuntos públicos y la selecciona de acuerdo con su contexto sociodemográfico. Con este marco cultural, reacciona emocionalmente (Plutchik, 2001) ante las propuestas de reforma política que identifica a través de los medios y, finalmente, construye sus relatos sobre la controversia política (Roe, 1994) o sus representaciones como un estado de ánimo que configura un apoyo, rechazo o neutralidad a la gestión inicial de los 100 primeros días del Gobierno Petro. Hay otros aspectos sicológicos (Kahneman, 2012) que intervienen, como el *priming*, la facilidad cognitiva o el efecto halo que inciden también en la formación de juicios políticos. Los resultados mostraron un alto grado de polarización que coincide con la mayoría de encuestas realizadas en el país, además de un mediano porcentaje, sujetos neutrales, que evaluarán los resultados de gestión y terminarán siendo influyentes tanto en la gobernabilidad como en las siguientes elecciones.

El Gobierno Petro, más allá de la figura del presidente, tiene fallas en sus comunicaciones, por lo que debe priorizarlas como un aspecto relevante al interior de los sectores que ejecutan las principales políticas públicas (por ejemplo, en el Ministerio de Minas y Energía, en el Ministerio de Salud y en la Vicepresidencia). Por tanto, debe diseñar mensajes más claros que sean sencillos de comprender, en lo referido a presentar soluciones viables con consecuencias de alto impacto, donde se muestre una comparación con otros escenarios alternativos que ya se han intentado y demostraron no funcionar correctamente o tener altos impactos inesperados (Organización de Consultores Políticos Latinoamericanos, 2015).

El éxito de un gobierno popular en Colombia es relevante porque, como se dijo al inicio, se busca superar un régimen político caracterizado por su estabilidad democrática, superpuesta con violencia y desigualdad (Villegas, 2009). Desde la teoría de las corrientes en política pública (Kindon, 1995) existen las condiciones para adelantar reformas sociales, económicas, políticas, culturales y ambientales para equilibrar el pulso entre legitimidad y eficiencia, que en el país ha estado inclinado hacia la segunda (Orjuela, 1998).

En esta dirección, el Gobierno Petro ha intentado aumentar la participación en la etapa de formulación de las políticas públicas con una estrategia denominada diálogos regionales para la construcción del Plan de Desarrollo Nacional que se implementará a partir de 2023. Su gran reto es que pretende atacar lo que la mayor parte de los gobiernos anteriores ha percibido como no problemas (Bachrach & Baratz, 1962), es decir los asuntos que se evitaron históricamente que entraran a la agenda pública por ser considerados no prioritarios, irrelevantes, inconvenientes o costosos. Aunque existen tecnologías de solución desde gobiernos socialdemócratas en otras latitudes,

particularmente en Colombia aún es menester diseñar instituciones adecuadas al contexto. Se espera que los aportes producidos por esta investigación puedan servir de insumo para una comunicación más efectiva en esa dirección. Más aún, cuando se aproxima una tormenta económica cargada con alta inflación, estancamiento económico y endeudamiento en dólares en 2023.

Como limitación se anota que la intención principal del documento es, particularmente, develar la formación, el juicio político (lo que acá se entiende por representaciones) y sus potenciales efectos en dinámico y complejo ciclo de una política pública, más que la comunicación política propiamente dicha. Por esta razón, las bases teóricas no se enfocan principalmente en analizar el mensaje, las mediaciones, los estilos ni las técnicas de comunicación del gobierno. Aunque sin duda, puede ser objeto de una indagación subsiguiente que contribuya a develar el impacto positivo o negativo en la gobernabilidad del presidente.

Adicionalmente, aunque los hallazgos aquí mostrados no son generalizables en términos estadísticos, para el conjunto de Colombia, por utilizar un muestreo por conveniencia y por ser una investigación de carácter mixto, son útiles para reconocer el proceso de formación de representaciones y juicios políticos e intentan innovar mostrando desde varias disciplinas sus diferentes etapas, además de técnicas metodológicas que pueden ser profundizadas por ulteriores estudios. Cabe resaltar que acá se han explorado variables experimentadas en distintos estudios separados, pero hace falta camino para consolidar una teoría explicativa de las representaciones políticas. Más aún, teniendo presente que el ser humano, a pesar de su orgullo racionalista, continúa biológicamente diseñado por la evolución y sigue tomando decisiones basado en intuiciones que son funcionales para evaluar el riesgo, determinar la bondad o maldad de los actos ajenos y huir o permanecer en consecuencia.

Referencias

Bachrach, Peter & Baratz, Morton (1962). Two faces of power. *American Political Science Review*, 56(4), 947-52.

Basset, Y. (2008). La izquierda colombiana en tiempos de Uribe. *Nueva sociedad*, 214, 4-13.

Comisión de regulación de comunicaciones (abril, 2022). *Informe Ejecutivo Estudio Riesgos Al Pluralismo Informativo En Televisión*. Recuperado de la Comisión de Regulación de Comunicaciones: https://crcom.gov.co/es/biblioteca-virtual/informe-ejecutivo-estudio-riesgos-al-pluralismo-informativo-en-television

DANE (8 de febrero de 2022). *Censo Nacional de Población y Vivienda* 2018. DANE Recuperado 8 de diciembre 2022. https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018

Eco, U. (1985). *Obra abierta*. Barcelona: Planeta-Agostini.

Elder, D. y Cobb, R. (1996), "Formación de la agenda. El caso de la política de los ancianos", en Aguilar Villanueva L. (edit.), *Problemas públicos y agenda de gobierno*. México, Porrúa.

Estévez, A. M., & Arenas, A. P. (2020). El Enfoque Narrativo de Políticas Públicas. *Cuadernos del INAP (CUINAP)*, (37).

Eskibel, D. (2011). Mecanismos mentales de procesamiento de la información política. *Comunicación y pluralismo*, (10), 11-24.

Flórez, Juan (17 de noviembre de 2022). *La agenda privada de Petro*. Recuperado 1 de diciembre 2022, La Silla Vacía: https://www.lasillavacia.com/historias/silla-nacional/la-agenda-privada-de-petro-vicky-davila-ex-m19-y-pocos-lideres-sociales/

Gallardo Paúls, Beatriz y Enguix Oliver, Salvador (2016). *Pseudopolítica: el discurso político en las redes sociales*. València: Dept. Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació de la Universitat de València

Garcés, Mariana (2 de noviembre de 2022). El gobierno Petro y las comunicaciones. Las dos orillas. https://www.las2orillas.co/el-gobierno-petro-y-las-comunicaciones/

Gómez Buendía, H. (2003). El conflicto, callejón con salida. Informe nacional de desarrollo humano, Colombia 2003. *Bogotá: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. PNUD.

Kahneman, D. (2012). *Pensar rápido, pensar despacio*. Debate.

Kalmanovitz, S. (2008). Constituciones y crecimiento económico en la Colombia del siglo XIX. *Revista de Historia Economica-Journal of Iberian and Latin American Economic History*, 26(2), 205-241.

Kingdon, J. W. (1995), *Agendas, alternatives and public policies*. New York, Harper Collins.

Lasswell, H.D. (1956). *The Decision Process: Seven Categories of Functional Analysis*. College Park, MD: University of Maryland Press.

Lindblom, C. E. (1989). The science of muddling through. *Readings in managerial psychology*, 4, 117-131.

Orjuela, Luís Javier, (1998). El Estado colombiano en los noventa: entre la legitimidad y la eficiencia. *Revista de estudios sociales*, (1), 56-60.

Mainwaring, S y Shugart, M. (1996). Presidencialismo y sistema de partidos en América Latina. En: *Revista Uruguaya de Ciencia Política*, v.9, pp.9-40.

McCoy, J. (2022). Reflexiones sobre el populismo y la polarización en América Latina y sus consecuencias para la democracia. *Desafíos*, 34(2), 1-19.

Mora, M, (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. En *Revista Athenea Digital, Núm*. 2 otoño 2002, *pp*.7.

OCDE (2020, 27 de abril). *Respuestas OCDE de política de competencia ante la crisis del* COVID-19. Recuperado de OCDE el 17 de junio de 2022 de: *https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/respuestas-ocde-de-politica-de-competencia-ante-la-crisis-de-covid-19-d99c6f1f/*

Oliver, J. G. (2008). El análisis de contenidos: ¿qué nos están diciendo? *Revista de calidad asistencial*, 23(1), 26-30.

Organización de Consultores Políticos Latinoamericanos (2015, 1 de abril). Guía para una comunicación política exitosa. Recuperado el 10 de agosto de 2022 de Fundación Konrad Adenauer: https://www.kas.de/es/web/uruguay/einzeltitel/-/content/guia-para-una-comunicacion-politica-exitosa

Ortiz, C. H. (2014). Política y crecimiento económico en Colombia, 1906-2009. *Revista de Economía Institucional*, *16*(31), 195-222.

Ortiz, J. Mejía, E. (2022, 8 de septiembre). *Así se acomodaron los partidos tradicionales en la coalición de Petro*. Reduperado el 10 de octubre de 2022 de La Silla Vacía: https://www.lasillavacia.com/historias/silla-nacional/asi-se-acomodaron-los-partidos-tradicionales-en-la-coalicion-de-petro/

Palacios, M. (1971). El *populismo en Colombia*. Editorial Siuasinza.

Plutchik, R. (2001). The nature of emotions: Human emotions have deep evolutionary roots, a fact that may explain their complexity and provide tools for clinical practice. *American scientist*, 89(4), 344-350.

(Portafolio, 11 de noviembre de 2022). 100 días en el poder: Encuesta Invamer 'raja' a Petro y CNC lo salva. Recuperado el 10 de diciembre de 2022 de Portafolio: https://www.portafolio.

co/economia/gobierno/100-dias-de-petro-como-presidente-encuestas-revelan-nivel-de-aprobacion-573947

Quintana, O. M. (2013). A dos décadas de la Constitución Política de 1991. *Araucaria. Revista iberoamericana de filosofía, política y humanidades*, 15(29), 99-116.

Rincón, O., & Uribe, C. (2015). *De Uribe, Santos y otras especies políticas: Comunicación de gobierno en Colombia, Argentina y Brasil*. Ediciones Uniandes-Universidad de los Andes.

Ríspolo, F. (2020). El campo de la comunicación política: el lugar de la comunicación de gobierno. *Postdata*, 25(1), 41-50.

Roe, E. (1994). *Narrative policy analysis: Theory and practice*. Duke University Press.

Roncancio, G. G. L. (2022). Movimientos sociales y Estado colombiano: una relación conflictiva. *Revista nuestrAmérica*, 10(19).

Sánchez Pedraza, R., & Jaramillo González, L. E. (2009). Metodología de calificación y resumen de las opiniones dentro de consensos formales. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 38(4), 777-786.

Silva, R. (2014). Antanas Mockus y Gustavo Petro: la dimensión de lo actitudinal en dos trayectorias políticas. CIES-2014, (1), 1-32.

Villegas, M. G. (2009). Caracterización del régimen político colombiano (1956-2008). En Villegas y Revelo (Ed.), *Mayorías sin democracia: Desequilibrio de poderes y Estado de derecho en Colombia, 2002-2009* (pp. 16-83). Colección Dejusticia.

Cita recomendada

Garzón Vásquez, D. E. (2023). Proceso de comunicación para la formación de representaciones y juicios políticos sobre el primer gobierno de izquierda en Colombia. En: *Imagonautas*, Nº 17 (12), pp. 264 - 284.