

Capítulo 3

Verdad racional y factual en el marco de los acuerdos de paz

Mg. Cindy Giseth Ordoñez

Psicóloga, Licenciada en Ciencias Sociales.

Especialista en Educación, Cultura y Política.

Magíster en Intervención Social.

Doctorante en Ciencias Sociales y del Comportamiento.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6621-9580>



A continuación, se hará el análisis en cuatro pasos. Primero, se realiza un diálogo de los conceptos de verdad racional y verdad factual, se relacionan con las campañas en el marco del plebiscito por paz, se identifica y se expone qué tipo de verdad prevalece en el ámbito político. Segundo, se identifican y desarrollan las formas de dominación detrás del discurso ideológico del uribismo; tercero, se define el concepto de posverdad y se relaciona con hechos concretos que denotan este fenómeno en el marco del plebiscito por la paz y las elecciones presidenciales del 2018. Por último, se desarrolla un análisis con el insumo de los anteriores apartados para comprender las implicaciones en el campo social, político, económico, cultural, ambiental, educativo, de la salud, laboral, tributario y pensional que tiene el discurso de la posverdad como un arma de sometimiento para mantener la hegemonía de la ultraderecha en el poder.

Verdad racional y factual en el marco de los acuerdos de paz

Para entender el discurso que esgrimen las partes en conflicto en la defensa de sus posiciones frente al proceso de paz, es necesario comprender que detrás de sus argumentos se esconden dos tipos de verdad: racional y factual.

De acuerdo con la definición de Hanna Arendt, La verdad racional refiere más a cómo deberían ser las cosas, y la verdad factual, a cómo son realmente. Para esta autora, la verdad racional es científica y filosófica. En cambio, la verdad factual se desarrolla sobre todo en el campo de la política y la demagogia. «En otras palabras, la verdad factual configura al pensamiento político tal como la verdad de razón configura a la especulación filosófica» (Rincón Soto, 1999, p. 100).

La verdad de hecho, los acontecimientos, siempre son falseados de acuerdo con los intereses políticos. Más adelante veremos ejemplos concretos; por el momento, es importante señalar que la verdad factual puede ser invisibilizada, modificada o manipulada, vulnerando la verdad racional:

Notamos, así como el poder puede acabar con la verdad factual o, de hecho, ésta siempre corre el riesgo de ser invisibilizada de una manera parcial o incluso total. En cambio, los axiomas y teorías, en cuanto verdades racionales, son mucho más sólidos que los acontecimientos, ya que éstos últimos se producen en la esfera siempre cambiante de los asuntos humanos. (Rincón-Soto, 1999, p.99)

Arendt, por su parte, (como se cita en Rincón-Soto, 1999) señala que podemos hablar de verdades científicas, matemáticas y filosóficas (verdad racional), distinguiéndolas de la verdad de hecho. Así las cosas, no cabe duda de que el poder político puede hacer mucho daño a la verdad de hecho, que resulta mucho más vulnerable que la verdad de razón. (Rincón-Soto.1999, p.98)

De esta manera se entiende cómo un proceso de paz que representa una salida racional y pacífica a muchos años de conflicto interno, fundamentado en argumentos sólidos y propuestas viables (verdad racional) se vio saboteado, falseado, menoscabado y totalmente rechazado por una parte de la nación, que dirigida por su autoridad carismática y en contubernio con los sectores poderosos y los medios de comunicación privados, logró desvirtuar el mensaje original para engañar y evitar que mucha gente acudiera al llamado de la paz, con el fin de salvar sus intereses económicos y políticos.

Hanna Arendt entiende que recurrir a conceptos fuertes como «verdad» para referirse al dominio de la política es peligroso, toda vez que lo que se juega es la apertura ilimitada del mundo para una libertad humana, que se entiende como total espontaneidad. Las acciones humanas –dice ella– no deben ser medidas por criterios ajenos a la opinión y juicio de sus espectadores.

Atendiendo a las apreciaciones de Hanna Arendt sobre la verdad, es preciso denotar el carácter peligroso que ella le atribuye, y que en este marco las acciones humanas no deben ser medidas sino por la opinión de los espectadores. El lío está cuando el juicio de estos espectadores está completamente alienado por quien detenta las principales acciones del juego de poder. En el caso del proceso de paz, la verdad parecía tenerla quien más la ventilara o quien tuviera el apoyo de los medios de comunicación masiva.

La verdad, hecha opinión, se impuso a través de engaños, que se convirtieron en banderas de lucha. Frases que afirmaban falsas sospechas, con una carga de miedo o pánico colectivo, se propagaron como la peste: «Seremos una segunda Venezuela», «El comunismo se tomará el poder» «Los guerrilleros tendrán sueldo». Estas frases, por citar las más difundidas, se convirtieron en la opinión de muchas personas que defendían estos puntos de vista a capa y espada, sin profundizar mucho o casi nada en ellos. Se dejaban influenciar por aseveraciones que tenían la presunción de tener sentido común o por la autoridad conferida de quien provenían, en este caso, el mismo Uribe. Mucha gente no se daba cuenta de que estaban jugando con su psicología.

Los defensores del Sí en el plebiscito, acérrimos detractores de los argumentos de los del No, eran fácilmente desarmados por estos últimos, al ver que sus razonables argumentos y firme moral no podían competir con una campaña hecha a partir de zozobra y

miedo, lo que tuvo un efecto arrasador no solo para mentes débiles, sino para personas de todas las clases sociales y niveles de cultura.

La verdad aquí se diluye en las opiniones. El taxista o el oficinista que defendía el No en el plebiscito estaba seguro de sus argumentos porque se los confió un amigo o su jefe; con eso bastaba para creer. El que los medios de comunicación mostraran una inclinación a favor del No despertó una certeza que, en muchos, era incluso inamovible frente a argumentos fundamentados y a investigaciones comprobadas.

Esta es una versión de la verdad, como dice Arendt, en la que se impone la creencia de que «nadie yerra o se equivoca, como tampoco nadie es ignorante en asuntos políticos, toda vez que sólo cuentan las opiniones de la gente, y éstas son siempre mudables» (Sahuí Maldonado, 2012, p. 2).

«Confunde y reinarás» reza el refrán, y en el caso del Centro Democrático, partido que lideró la campaña por el No en el plebiscito por la paz en 2016, se evidencia la confusión deliberada en la forma en que este se encargó de entretener una serie de mentiras (verdad factual) que poco a poco fueron calando en el subconsciente de la mayoría de la población colombiana, logrando que esa verdad factual modificara la verdad racional, (representada en los acuerdos) a través de un discurso del miedo y de la desinformación, que fue convirtiéndose poco a poco en una verdad absoluta, repetida hasta la saciedad por crédulos seguidores.

Pero en política, y en Colombia, esto no es nuevo. Ha sido tradicional y hasta folclórico el engaño en las campañas políticas o aun en los conflictos judiciales. Quizá quien encarna con más contundencia esta tendencia histórica sea el mismo Álvaro Uribe Vélez. De acuerdo con lo que declaró el senador Gustavo Bolívar, la Misión de Observación Electoral (MOE) divulgó en noviembre de 2013 que «el expresidente Álvaro Uribe tenía 276 investigaciones por casos como las ‘chuzadas’ del DAS, Agro Ingreso Seguro o la entrega de notaría para aprobar su reelección en el Congreso» (Matiz, 2019).

Las investigaciones de las cortes contra Álvaro Uribe, en tantas cosas como narcotráfico, paramilitarismo, falsos positivos o ejecuciones extrajudiciales, chuzadas, la yidispolítica, la ñenepolítica, sobornos de Odebrecht, testigos falsos, por nombrar solo algunas de las cosas más ventiladas por la prensa, notamos que pese a que hay prolijas pruebas e investigaciones y hasta libros y documentales de profesionales avezados en el tema, nada de esto prospera contra él. ¿Por qué? No es suficiente tener de aliado a todo el músculo económico y financiero del país e infundir miedo y terror a sus enemigos, sean estos tenaces contradictores o simples disidentes. También debe convencer a todos que lo que hace es bueno, que es realmente un héroe, un padre de la patria.

¿Cómo la ha logrado? Modificando la verdad racional a través de la verdad factual. Basta solo un pequeño discurso o una frase en Twitter para desmentir investigaciones probadas de más de diez años, y para que muchos de sus seguidores lo defiendan ferrocamente, obnubilando sus escándalos y probables delitos. Esta es la verdad factual, que modifica la verdad racional. El amor y la lealtad se levantan, por una parte, de sus seguidores, y por la otra, del odio, el miedo y el pánico por parte de sus oponentes. Hasta las mismas cortes sienten miedo al verse sometidas al juego de poder que ejerce la mano oscura de la propaganda uribista.

Que la mentira sea usada para hacer política y que prevalezca es algo que no nos debe asombrar. Alexandré Koyré (2015) dice que «Nunca se ha mentido tanto como ahora. Ni se ha mentido de una manera tan descarada, sistemática y constante». Así que el problema no es la mentira, sino su uso ideológico. El crear masas delirantes que funcionen como un ejército beligerante, convencido de su causa.

Koyré Dice también que «la mentira política existe desde siempre; que las reglas y la técnica de lo que antaño se llamaba “demagogia”, y hoy es llamado “propaganda”» (2015, p.1), denotando también que si la mentira es el arma, los medios de comunicación masiva, donde se difunde gran parte de la propaganda, son quienes la accionan.

Pero hay más: no importa la cantidad de mentiras ni lo absurdas que sean; se deben repetir para que hagan eco a una gran masa de imbéciles o de personas ignorantes, perezosas de pensar por sí mismas. No requiere de mayor esfuerzo mental seguir y repetir falsas noticias: «Así como no hay nada más refinado que la técnica de la propaganda política moderna, no hay tampoco nada tan burdo como el contenido de sus aserciones, que manifiestan un desprecio tan absoluto y total por la verdad». (Koyré, 2015, p. 2).

No todo tipo de política miente. De acuerdo con el autor, solamente las dictaduras se basan en la mentira: «los totalitarismos están fundados sobre la primacía de la mentira». (Koyré, 2015, p. 3).

Pero ¿por qué se miente tanto? La razón es el poder:

La mentira es un arma. Por lo tanto, es lícito emplearla para la lucha. Incluso sería estúpido no hacerlo. Por supuesto, a condición de no utilizarla más que contra el adversario y no volverla en contra de los amigos y aliados. (Koyré, 2015, p. 4).

Hay muchas razones para mentir, pues mentir es un arma de poder. La hegemonía uribista necesita del poder para mantener sus negocios en los territorios, para explotar los recursos licitando y concesionando con multinacionales mineras, petroleras, hidroeléctricas o dedicadas al agronegocio, a los monocultivos de palma de aceite. Sobre todo, se necesita poder para controlar los territorios y rutas del narcotráfico. El narcotráfico a Uribe no solo le da dinero, también le da poder. Con el poder del narcotráfico y de los magnates empresariales se pueden comprar todos los votos necesarios para poner a cualquiera en la presidencia. Es lo que se hizo, es lo que se quiere esconder a toda costa. Los intereses del Ñeñe Hernández, de Sarmiento Angulo o de Odebrecht son los mismos de Uribe. Uribe realmente no es el rey, es el Alfil. Es el representante político de una clase económica poderosa: los narcotraficantes, los banqueros, las multinacionales, y en ese orden descendente, de los ganaderos, los terratenientes, los feudos políticos y sus ejércitos privados o paramilitares.

La razón de mentir con todas las armas es permanecer en el poder y en su posición, privilegiada no solo desde el punto de vista económico, sino también judicial, puesto que su fuero, no solo legal, sino carismático, pareciera que lo hiciera invicto, invulnerable o inmune frente a la justicia ordinaria.

Seguir la guerra es entonces la vía para mantener el control de los territorios, de los negocios y de las alianzas estratégicas. Por eso había que usar artimañas para convencer la gente de que votara No en el plebiscito.

Y lo logró. Ganó el No, ganó la mentira que se impuso como verdad. ¿Pero cómo lo hizo? ¿Desde cuándo decir mentiras era tan efectivo? La respuesta en un tanto compleja, para llegar a ella es necesario identificar las formas de dominación que ejerció en el discurso, y su fuente ideológica.

No solamente ganaron el plebiscito, sino que, sabiendo que era inconstitucional, tratarían a toda costa de hacer trizas el Acuerdo, llegando a la presidencia en 2018, con Iván Duque, un figurín tecnócrata de su partido que apenas estaba surgiendo en el contexto político.

Duque llegó a la presidencia con las mismas estrategias usadas en el plebiscito de 2016. Pero ¿cuáles son esas mentiras y qué ideología o plan hay detrás de ellas?

Para contestar a esas preguntas, se analiza a continuación el discurso uribista, con el fin de identificar las formas de dominación existentes y así comprender por qué Álvaro Uribe es tan temido y amado, y, sobre todo, por qué es tan obedecido e influyente, y cómo este poder repercutió para lograr convencer a un gran número de personas para

que votaran No en el plebiscito por la paz y retomar el poder de su partido al encaminar y asegurar la presidencia de Iván Duque en 2018.

Formas de dominación detrás del discurso ideológico del Centro Democrático

Para identificar las formas de dominación en el discurso uribista hay que remitirse a tres autores: a Weber, Gramsci y Noam Chomsky. Asimismo, hay que identificar la relación del discurso con los once principios de propaganda nazi de Joseph Goebbels.

De acuerdo con Max Weber, debe entenderse por ‘dominación’ «la probabilidad de encontrar obediencia dentro de un grupo determinado para mandatos específicos (o para toda clase de mandatos)» (Weber. 2002, p. 3).

Según Weber, existen tres tipos puros de dominación legítima: de carácter racional, tradicional y carismático:

1. De carácter racional: que descansa en la creencia en la legalidad de ordenaciones estatuidas y de los derechos de mando de los llamados por esas ordenaciones a ejercer la autoridad (autoridad legal). 2. De carácter tradicional: que descansa en la creencia cotidiana en la santidad de las tradiciones que rigieron desde lejanos tiempos y en la legitimidad de los señalados por esa tradición para ejercer la autoridad (autoridad tradicional) y 3. De carácter carismático: que descansa en la entrega extra cotidiana a la santidad, heroísmo o ejemplaridad de una persona y a las ordenaciones por ella creadas o reveladas (llamada) (autoridad carismática). (Weber, 2002, p. 3)

Si analizamos el expresidente y exsenador Álvaro Uribe Vélez, representa para su partido y adeptos, sobre todo una autoridad tradicional y carismática. Tradicional porque se ha unido con los sectores religiosos, quien lo creen un rey puesto por Dios, un llamado, un mesías que debía mantenerse en el poder para retomar el orden y la seguridad. Y carismática por su estilo de discurso, por su apariencia de señor educado y respetado y por sus convicciones fuertes de exterminar la guerrilla a través de la llamada seguridad democrática o capitalizar el país (más bien feriarlo) con mercado internacional, que ha convencido muchas personas.

Y aun cuando él ya no detente el poder ejecutivo como lo hizo en dos períodos consecutivos, muchas personas lo siguen considerando su presidente, e incluso le otorgan el mote de «presidente eterno». Y sigue siendo el jefe natural del partido, tiene la facultad de poner candidatos y hacer que estos lleguen a presidentes o a cualquier otro cargo, como si fueran títeres.

Por lo tanto, Álvaro Uribe ejerce los tres tipos de dominación, de acuerdo con la definición de Weber, pero la que más ejerce es la carismática:

En el caso de la autoridad carismática se obedece al caudillo carismáticamente calificado por razones de confianza personal en la revelación, heroicidad o ejemplaridad, dentro del círculo en que la fe en su carisma tiene validez. (Weber, 2002, p. 3).

El carisma que se le otorga como caudillo, como mesías o como «presidente eterno», en un «reconocimiento» que, según Weber, constituye psicológicamente una entrega plenamente personal y llena de fe surgida del entusiasmo o de la indignancia y la esperanza (Weber, 2002, p. 21).

Tal es la fuerza de la dominación carismática que se opone, según Weber, tanto a la dominación racional –especialmente la burocrática– como a la tradicional, especialmente la patriarcal y patrimonial o estamental (Weber, 2002, p. 22).

La influencia de la dominación carismática llega a cruzar límites inesperados, como el de pasar por encima de la institucionalidad y del bien común de la mayoría de la población al oponerse al proceso de paz que tenía aval internacional y garantías de verdad, justicia, reparación y no repetición.

La fe ciega y el fanatismo que muchas personas profesan por Álvaro Uribe y su partido se deben sobre todo a una estrategia ideológica de dominación ejercida por ellos, que encuentra en el fascismo y la propaganda nazi su primordial fuente.

Además del concepto de dominación carismática que acuñó Weber, la dominación que ejerció el Centro Democrático sobre el plebiscito por la paz se puede analizar a través del concepto de hegemonía de Gramsci.

Hall, citando a Gramsci, dice que existe «hegemonía» cuando una clase dominante (o más bien una alianza de fracciones dominantes de clase, «un bloque histórico») no sólo es capaz de obligar a una clase subordinada a conformarse a sus intereses, sino que ejerce una «autoridad social total» sobre esas clases y la formación social en su totalidad. Hay «hegemonía» cuando las fracciones de clase dominante no solo dominan,

sino que dirigen: cuando no solo poseen el poder coercitivo, sino que se organizan activamente para conducir y obtener el consentimiento de las clases subordinadas». (Hall. 2012, p. 238).

Para Gramsci, la hegemonía se basa en el consentimiento de las masas subordinadas, es decir, logra que estas amen al tirano a pesar de que las oprima. Ese es, en mi concepto, lo que mejor define lo que sucede con muchos de los seguidores de Uribe. Los que no lo aman lo siguen, se sienten cómodos al no tenerlo como enemigo, aunque los esclavice con los impuestos, masacres y recortes de salud, educación y cultura.

El concepto de hegemonía es preciso, por cuanto describe que es a través de la ideología que un partido como el Centro Democrático se mantiene en el poder: «La “hegemonía” se logra mediante la contención de las clases subordinadas dentro de la “superestructura”. Pero lo que es crucial es que esas estructuras de la “hegemonía” trabajan mediante la ideología». (Hall, 2012, p. 238). El enclave de su poder está en mantener su hegemonía mediante el uso de armas y estrategias ideológicas.

En suma, vemos que si la hegemonía se quiere mantener en el poder, es importante la reproducción o repetición de la ideología, y esta solamente se logra mediante los medios de comunicación masiva, como dice Hall, citando a Gramsci: «la “reproducción de la sumisión a la ideología dominante” requiere las instituciones culturales, la iglesia, los medios de comunicación de masas, los aparatos políticos y la dirección global del Estado». (2012, p. 240).

En ese orden de ideas, vamos descubriendo que la manipulación y el engaño, se realiza a través de medios de comunicación masiva, como la radio y la televisión, especialmente privada. Y en las redes sociales se reproduce velozmente, provocando conflictos entre una masa crítica que contiene con una masa ignorante y convencida de su líder.

En los medios de comunicación más grandes, como los noticieros en televisión y radio, se puede evidenciar una serie de estrategias mediáticas de manipulación, como lo dice Noam Chomsky, en su artículo «Las 10 estrategias de manipulación de masas» (2017).

De las diez que el autor desarrolla, nombraré tres de las que se relacionan con la campaña del No en el plebiscito por la paz:

- 1. La estrategia de la distracción.** Mantener la atención del público distraída, lejos de los verdaderos problemas sociales, cautivada por temas sin importancia real. (Siempre se centran en noticias sobre el vecino país,

para evadir, silenciar o invisibilizar, las protestas sociales, la muerte a indígenas, campesinos o líderes sociales).

- 2. Crear problemas y después ofrecer soluciones.** Se crea un problema, una «situación» prevista para causar cierta reacción en el público, a fin de que este sea el mandante de las medidas que se desea hacer aceptar. (Promueven noticias de inseguridad y secuestros o vacunas de la guerrilla para vender la guerra como una solución, a través de discursos como la seguridad democrática).

- 3. Dirigirse al público como criaturas de poca edad.** La mayoría de la publicidad dirigida al gran público utiliza discursos, argumentos, personajes y entonación particularmente infantiles, muchas veces próximos a la debilidad, como si el espectador fuese una criatura de poca edad o un deficiente mental. (Sobre todo las cosas que dice la senadora del C. D. María Fernanda Cabal, que solamente la podrían pasar personas con coeficiente intelectual muy bajo o escasa cultura, por ejemplo, que todavía «la Unión Soviética era parte de las Naciones Unidas»).

Ahora bien, volviendo al tema de la ideología, vemos que el partido no es de centro, sino de extrema derecha, y que comparte abiertamente temas como el poder a través de la guerra, y ejerce al pie de la letra «los once principios de propaganda nazi de Joseph Goebbels», responsable del Ministerio Educación Popular y Propaganda de Adolf Hitler. Artículo recuperado de la red, publicado el 25 de diciembre de 2015:

- 1. Principio de simplificación y del enemigo único.** Adoptar una única idea, un único símbolo; individualizar al adversario en un único enemigo. (En este caso, el Centro Democrático identifica a Uribe como salvador de la patria y a las FARC o Venezuela como los enemigos de la patria).

- 2. Principio del método de contagio.** Reunir diversos adversarios en una sola categoría o individuo. Los adversarios han de constituirse en suma individualizada. (Las FARC o Venezuela son parte del enemigo único que es el comunismo, al que, para señalarlo de manera regional, denominan «castrochavismo»).

- 3. Principio de la transposición.** Cargar sobre el adversario los propios errores o defectos, respondiendo el ataque con el ataque. «Si no puedes

negar las malas noticias, inventa otras que las distraigan». (Mientras el país se desmorona en paros, en muertes a indígenas, campesinos, líderes sociales y ambientales, se enfocan en Venezuela y hacen hincapié en que es una dictadura que oprime al pueblo venezolano).

- 4. Principio de la exageración y desfiguración.** Convertir cualquier anécdota, por pequeña que sea, en amenaza grave. (El desabastecimiento de papel higiénico en Venezuela, por ejemplo, fue una excusa para que Uribe y los miembros del centro democrático exageraran al decir que si se firmaba el tratado de paz el país se iba a convertir en una segunda Venezuela).
- 5. Principio de la vulgarización.** «Toda propaganda debe ser popular, adaptando su nivel al menos inteligente de los individuos a los que va dirigida. Cuanto más grande sea la masa por convencer, más pequeño ha de ser el esfuerzo mental por realizar. La capacidad receptiva de las masas es limitada, y su comprensión, escasa; además, tienen gran facilidad para olvidar». (Centrarse en el odio hacia desmovilizados o la persecución de algunos de los jefes de las FARC como Jesús Santrich, a quien la Corte halló inocente).
- 6. Principio de orquestación.** «La propaganda debe limitarse a un número pequeño de ideas y repetirlas incansablemente, presentadas una y otra vez desde diferentes perspectivas, pero siempre convergiendo sobre el mismo concepto. Sin fisuras ni dudas». De aquí viene también la famosa frase: «Si una mentira se repite suficientemente, acaba por convertirse en verdad». (Este principio es uno de los más usados discursos que se repiten una y otra vez en expresiones: con los acuerdos de La Habana, el país se le entregará a las FARC, los guerrilleros son violadores, van a ganar sueldo, queremos paz sin impunidad, o el más sonado: seremos como Venezuela).
- 7. Principio de renovación.** Hay que emitir constantemente informaciones y argumentos nuevos a un ritmo tal que cuando el adversario responda, el público esté ya interesado en otra cosa. Las respuestas del adversario nunca han de poder contrarrestar el nivel creciente de acusaciones.
- 8. Principio de la verosimilitud.** Construir argumentos a partir de fuentes diversas, a través de los llamados globos-sondas o de informaciones fragmentarias. (Este principio es muy evidente. Cuando se trata de eludir temas que afectan directamente a Uribe y personas de su partido, siempre

se ventilan más otros problemas distractores no tan importantes, o la noticia da más importancia a la farándula y al espectáculo. Con el tema del covid-19 fue evidente cómo camuflaban el escándalo de la ñeñepolítica).

- 9. Principio de la silenciación.** Acallar las cuestiones sobre las que no se tienen argumentos, y disimular las noticias que favorecen el adversario, también contraprogramando con la ayuda de medios de comunicación afines. (Un ejemplo de ello es el discurso de «Paz sin impunidad», en el cual querían que hubiese cárcel para las cabecillas de las FARC que estaban en proceso de paz, para lo cual hicieron campaña negra contra el tribunal de la JEP (Justicia Especial para la Paz) luego de darse cuenta de que allí tendría que comparecer Uribe y someterse a esta justicia, pues fue una parte del conflicto, también cometió delitos de lesa humanidad).

- 10. Principio de la transfusión.** Por regla general, la propaganda opera siempre a partir de un sustrato preexistente, ya sea una mitología nacional o un complejo de odios y prejuicios tradicionales; se trata de difundir argumentos que puedan arraigar en actitudes primitivas. (El hecho de considerar las FARC como un grupo terrorista para reducir su discurso revolucionario –y como tal, la guerra sin cuartel desencadenada– tiene como motor el odio y la venganza, usado también contra Gustavo Petro en la campaña presidencial de 2018: se le tildaba de asesino y violador por haber pertenecido en su juventud al Movimiento Revolucionario 19 de abril o M-19)

- 11. Principio de la unanimidad.** Llegar a convencer a mucha gente de que piensa «como todo el mundo», creando impresión de unanimidad. (Esa es la estrategia de difundir mentiras a través de redes, a través de memes o de mensajes en Twitter. Las frases antes citadas son ejemplo de un discurso fácil de digerir, que no requiere fundamento y promueve el odio de manera aparentemente convincente para alcanzar gran eco en sus seguidores).

Podemos ahora suponer que Álvaro Uribe fue un dictador encubierto en una falsa democracia. Que su partido usa la mentira como un medio ideológico para lograr una hegemonía perdurable y desangrar el país con sus intereses económicos y políticos y los de las clases poderosas que lo apoyan. ¿Por qué funciona tanto su estrategia y cómo se llama?

Este fenómeno se enmarca en la actualidad política del mundo, y es usado por muchos de los jefes de Estado en todos los continentes. Se le ha denominado posverdad. Fue

nombrada la palabra del año en el 2016 por la Academia de la Lengua. Aunque en política siempre se ha mentido, parafraseando a Koyré, ahora parece que está de moda, o que los hechos en el mundo concuerdan en que es un fenómeno exponencialmente peligroso, del que debemos estar alertas, calcular su alcance y sus implicaciones. A continuación, se define la posverdad y se describen los hechos que denotan este fenómeno en el marco de la campaña por el plebiscito de paz y de la presidencia en 2018.

Hechos concretos que denotan el fenómeno de la posverdad en el marco del plebiscito por la paz y las elecciones presidenciales del 2018

La posverdad es el utilitarismo de la verdad. Es convertir una versión de la verdad en absoluta, sin admitir refutaciones. Por lo tanto, es convertir a la fuerza una mentira en verdad. De acuerdo con Llorente en la revista Uno, en el artículo «La era de la posverdad», esta se define así:

La divulgación de noticias falsas desemboca en una banalización de la mentira y, por ende, en la relativización de la verdad. El valor o la credibilidad de los medios de comunicación queda mermado frente a las opiniones personales. Los hechos pasan a un segundo plano, mientras el «cómo» se cuenta la historia retoma importancia y le gana al «qué». No se trata entonces de saber lo que ha ocurrido, se trata de escuchar, ver, leer, la versión de los hechos que concuerde más con las ideologías de cada uno. (Llorente, 2017, p. 9)

En un artículo de rebelión.org se define la posverdad como un fenómeno que relativiza la falsedad para camuflarla de verdad:

La posverdad es un fenómeno peligroso porque es la propaganda basada en la relativización de la falsedad. Hay una voluntad de manipulación en la que se presenta como verdadero algo que es falso y, encima, se diluye el engaño con un discurso relativizador. (Jusmet. 2019)

Aquí hay una idea interesante para entender cómo funciona la estrategia del uribismo: se basa en una propaganda con un discurso relativizador, es decir, ambiguo, que aunque parece verdad, realmente es mentira. Por ejemplo, el hecho de defenestrar el buen nombre de alguien, pues una vez se compruebe lo contrario, su imagen ya está arruinada. Es lo que pasa en las afirmaciones ya citadas de Uribe y el Centro Democrático sobre los líderes de los acuerdos.

También miente para salvar su pellejo o para lograr sus fines. Es todo un experto en la posverdad. En el artículo, «Seis de las grandes mentiras de Uribe (que los medios no le recuerdan)» publicado en el portal web Colombia Plural en 2016, se describen seis de las más grandes mentiras de Álvaro Uribe, que han sido repetidas y sostenidas en contra de lo que nos dicta la realidad. Suele repetir las tanto, con furor o con calma, que casi no son recordadas por los medios de comunicación convencionales:



«Nunca he pedido permisos ni patrocinios de grupos delincuenciales para hacer política. Ni para llegar al Senado de la República ni para la gobernación de Antioquia ni para llegar a la Presidencia».

(Entrevista en la W, 3 de diciembre de 2006.)

Esta es una gran mentira, ya que para nadie es un secreto que Uribe llegó con el san Benito de las autodefensas o paramilitares. Que fue creador de las Convivir cuando era gobernador de Antioquia, que daba paso libre a narcotraficantes cuando era director de la aeronáutica. Que los grupos paramilitares desaparecieron muchos de sus enemigos y aterrorizaron a la población, obligando a muchas personas en varias regiones a votar por Uribe.

«Nunca me he sometido al narcotráfico, a la narcoguerrilla o al narco paramilitarismo».
(Entrevista a Radio Cristal de Armenia, 30 de abril de 2010.)

También es falso. Uribe representa el heredero de la clase narcotraficante, la clase terrateniente y el poder financiero del país. Es como si fuera el rey lacayo de Pablo Escobar y de Luis Carlos Sarmiento Angulo.

«No podemos dialogar con terroristas, matan a mansalva, secuestran a niños, no respetan los derechos fundamentales de la población y, en base al terror, secuestro o extorsión de autoridades pretende cambiar el rumbo democrático». (AFP, 25 de septiembre de 2012).

Aunque lo que dice –señalando las vicisitudes de la guerra– se acerca a la verdad, omite que él y sus esbirros paramilitares han sembrado mayor terror y han causado mayores daños a la población y al país de lo que el señala hacia las guerrillas. «En mi gobierno luchamos contra la corrupción, pero sin shows mediáticos». (Vanguardia Liberal, 2 de agosto de 2011).

Esta afirmación da risa. Ya que, como hemos señalado en anteriores párrafos Uribe es un experto en la mentira mediática, en generar espectáculos mediáticos que tienen todo el efecto del fenómeno de la posverdad. «Mi gobierno es el primero que ha combatido a los paramilitares». (Entrevista con el diario español El Periódico, 4 de abril de 2007).

Es también muy falso. El pacto de San José de Ralito fue realmente un gran indulto a paramilitares, uno de los capítulos más grandes de impunidad en Colombia. Ahí se ve la doble moral. A los paramilitares sí los indulta, a guerrilleros los quiere rendidos, muertos o en la cárcel.

Esas afirmaciones constituyen suficiente ilustración del fenómeno de la posverdad en el discurso de Álvaro Uribe Vélez, quien no tiene escrúpulos en mentir, pues sabe que repitiendo mil veces la mentira en los medios de comunicación esta se convertirá en verdad, y convencerá a ingenuos, seguidores fanáticos e incautos.

Restrepo Domínguez también define la posverdad en un artículo de opinión, de rebelión.org:

Posverdad, ¿qué puede haber después de la verdad? Decir una cosa para ocultar otra, acudir a emociones, pasiones y manipular la realidad para promover confusiones, engaños y hacer primar dobles raseros con evidente carencia de ética y de escrúpulos. (Restrepo Domínguez, 2017).

En ese mismo artículo, Restrepo Domínguez señala que el Centro Democrático, siendo un partido que persigue y odia, hace creer a sus seguidores que ellos son los perseguidos y odiados:

«Nosotros lo hicimos, pero les hacemos creer que otros lo hicieron». El partido Centro Democrático claramente no es de centro, sino de extrema derecha, persiguen y odian, pero hacer creer que son perseguidos y odiados. Su líder actúa como Führer, para sus seguidores encarna la voz de Dios y del pueblo, y votarán por quien él diga para salvarse del comunismo y de los ateos. Dan la impresión de que tienen un postulado ideológico de que sus adversarios y contradictores deben ser exterminados y con este objetivo justifican sus actuaciones. (Restrepo Domínguez, 2017)

En este artículo se analiza cómo el Centro Democrático, en coalición con otros partidos, pensaba destruir el proceso de paz y «hacer trizas los acuerdos». Esta coalición estaba conformada por el Centro Democrático, Cambio Radical, Opción Ciudadana, Patria Nueva de militares, Partido Conservador, iglesias cristianas como Misión Carismática, C4, Ministerial, Mira, funcionarios como Rodrigo Rivera, senadores como Viviane Morales y otros. De acuerdo con el autor, esta coalición se formó para torpedear el proceso de paz:

La verdad es que con términos de manipulación tratan de mantener activo el espíritu de guerra y avanzar en la configuración de algún enemigo interno latente, para justificar su propósito y mantener a merced del poder económico y político la vida social, su objetivo es poner peros para impedir que la paz se construya y los acuerdos se implementen. (Restrepo Domínguez, 2017).

Podemos evidenciar la posverdad en el hecho de que en esta coalición «Saben que la paz ya está negociada, pero confunden para dilatarla». Domínguez dice que ellos saben que la paz ya está firmada, pero ellos no la aceptan, no obstante formar hace parte de la estructura política del Estado, constituir un mandato ya entroncado en la médula del Estado y cuya implementación es de obligatorio cumplimiento.

Ahora bien, los hechos concretos en el discurso uribista que se relacionan con el fenómeno de la posverdad en la campaña por el plebiscito de paz fueron identificados por el mismo Consejo de Estado. Voy a remitirme a la prensa. En el artículo «Las mentiras de las campañas del No, según el Consejo de Estado» de la revista Semana, publicado el 12/19/2016, se desmantelan las falsas noticias o las mentiras dichas por el uribismo referente a la campaña del proceso de paz; veamos:

El Consejo de Estado cuestiona apartes de la entrevista de Vélez a La República, asegura que la estrategia era «dejar de explicar los acuerdos» y «centrarse en exacerbar el miedo y la indignación de los votantes».

El alto tribunal recoge frases como:

«No al aborto/No a quienes atacan la familia/No al enfoque de género/Por eso digo No a los acuerdos de La Habana» (Semana. 12/19/2016).



A esto el Consejo de Estado respondió que se mintió, puesto que «está demostrado que se tergiversó el enfoque de género planteado en los acuerdos y se mintió y engañó a la ciudadanía al publicitar temas que no existían en el acuerdo», cuestiona la magistrada Lucy Jeannette Bermúdez. Y considera que lo que el acuerdo establece es que la implementación «debe hacerse teniendo en cuenta la diversidad de género, étnica y cultural».

Otras de las frases parte de la estrategia de engaño son las siguientes:

Se le iba a dar dinero a los guerrilleros (...), la estrategia era dejar de explicar los acuerdos para centrar el mensaje en la indignación (...), en emisoras de estratos medios y altos nos basamos en la no impunidad, la elegibilidad y la reforma tributaria (...), en las emisoras de estratos bajos nos enfocamos en subsidios (...), individualizamos el mensaje de que nos íbamos a convertir en Venezuela (...), pasamos propaganda por radio la noche del sábado centrada en víctimas. (...) (Semana.12/19/2016)

El Consejo de Estado respondió: «No hay un solo indicio que pueda demostrar que en ellos se encuentran presupuestos que vulneraban los derechos de la familia, que fue lo que se transmitió al electorado».

Se mintió y se indujo al error por parte de los miembros de las campañas políticas del No, en relación a la eliminación de subsidios e incentivos, debido a que como se evidenció en estos ejemplos, traídos del acuerdo final, se

otorgarán varias contribuciones a la sociedad campesina, siendo esta una de las más afectadas por el conflicto armado, dice el Consejo de Estado. (Semana, 2016)

Según expone el Consejo de Estado, otro tema que los promotores del No aseguraron fue que el acuerdo de paz implementaría mecanismos que afectarían el régimen pensional, y por consiguiente, a las personas ya jubiladas. Sin embargo, después de revisar el acuerdo solo se encontró una única mención sobre la seguridad social en el artículo primero: «Se consagra el compromiso del Gobierno Nacional de fortalecer «el sistema de protección y seguridad social de la población rural». Por lo tanto, es otra mentira.

En consecuencia, el alto tribunal asegura que es «completamente falso» que los acuerdos fueran a modificar o a perjudicar en algún sentido a las personas de la tercera edad o a las personas que estuvieran próximas a jubilarse. Dice:

Se evidencia que el Acuerdo propende por la inclusión a la seguridad social de todas las personas que aún no cuentan con ello, como es el caso de las personas del campo, que como se sabe han sido la población más afectada con todo el conflicto armado.

Otro tema tenía que ver con anunciar la impunidad para guerrilleros. Ante esto, el alto tribunal dijo:

Se evidencia que las campañas políticas del No tergiversaron la verdad de los acuerdos en materia de sanción y de responsabilidades, se aprovecharon del desconocimiento de la mayoría de los colombianos sobre el derecho penal para anunciar una impunidad absoluta de todos los delitos que los miembros del grupo guerrillero habían cometido.

Además, en el Acuerdo, las víctimas juegan un papel muy importante, pues se busca para ellas verdad, justicia y reparación, con el fin de sanar en algo todo el dolor que les fue causado. Así las cosas, los argumentos del Centro Democrático eran absolutamente falsos y fundamentados en intenciones insanas.

Asimismo, el alto tribunal considera que no hay ninguna desprotección a las víctimas; por el contrario, se ilustran todos los mecanismos que se han acordado con el fin de

darle prioridad a la reparación integral de todas aquellas personas que fueron afectadas en alguna medida por el conflicto armado: «En este punto también se tergiversó la realidad de lo plasmado en los acuerdos y se engañó a la ciudadanía».

Otro de los temas falsos de las campañas políticas del No fue asegurar que con la firma del acuerdo se cambiaría a un modelo de Estado basado en la dictadura y en la ilegitimidad de las instituciones, tal como es el modelo que absorbe a Venezuela. Esta es una de las falsas noticias (o *fake news*) que tomaron fuerza, incluso después en plena campaña electoral: si llegaba Petro a la presidencia, se implementarían los acuerdos y seríamos como Venezuela.

Con estos argumentos o planteamientos sin fundamentos solo se puede dismantelar la intención páfida de confundir al electorado y provocar miedo y confusión, pues en las campañas publicitarias enfocaron la atención del electorado en los problemas de Venezuela y de una forma tan disuasiva que muchos terminaron creyendo esto.

No habiendo sido suficiente con haber ganado el plebiscito, o quizá alentado por vengar la invalidez de los resultados del plebiscito por considerarse inconstitucionales, el uribismo, en cabeza de su líder, se propondría tomar el poder nuevamente usando las mismas estrategias que usaron en la campaña del plebiscito:

Formaron a un Iván Duque y lo mostraron a los medios como un candidato con experiencia (haciéndole teñir el pelo). En un momento, Petro llegó a liderar las encuestas, y al ver que el modelo político del uribismo caía, continuaron con el discurso de que con Petro habría una recesión económica y seríamos como Venezuela, y empezaron a pintar a Duque como un «elegido», como un sucesor de Uribe.

La estrategia, como se diría en el artículo del Espectador «Iván Duque no es real, es posverdad» era adiestrarlo «para que se diera a conocer con un perfil farandulero (nada parecido a un político), que sabía cantar a dúo con Vicente Fernández, tocar la guitarra, hacer cabecitas con el balón y ejecutar osados pases de baile». (Gómez Pinilla, 6 Mar 2019).

Se inventan lo del cerco diplomático contra Venezuela, y repite el libreto día y noche contra Nicolás Maduro. Finalmente, de un 26 % sube a un 42 %, y sin tocar el tema de compra de votos a través de la ñeñepolítica, se asegura con la presidencia.

De acuerdo con lo expuesto hasta el momento se pueden inferir entonces las siguientes conclusiones:

- » Los hechos presentados por el uribismo en su campaña del No en el plebiscito son ejemplos de mentiras que se convierten en verdades factuales y que lograron modificar una verdad racional, como es el Acuerdo de paz.
- » El fenómeno de la posverdad se evidencia en la campaña de mentiras que perpetró el Centro Democrático en el proceso de paz, basándose en argumentos sin fundamento que solo sembraban el miedo y la confusión, logrando su efecto deseado, es decir, que la gente les creyera y votara no por convicción, sino por miedo.
- » Los medios de comunicación en contubernio con el uribismo lograron convencer a las masas para que ganara el No en el plebiscito
- » Detrás de estos hechos y mentiras hay una ideología de dominación totalitaria, basada en la autoridad tradicional y carismática de Uribe, en una hegemonía aliada con los medios de comunicación masiva –como lo describe Gramsci–, en la manipulación mediática que desarrolla Chomsky y en los once principios de propaganda nazi de Joseph Goebbels.
- » Asistimos a una política –o a una forma de hacer política– en que la producción de la información y su correspondiente circulación responden a estrategias mediáticas que buscan encauzar el comportamiento de los individuos por medio de enunciados ideológicos matizados con la espectacularidad del entretenimiento y la relativización de la verdad.

Comentario final

En síntesis, con lo concluido hay que preguntarse qué implicaciones tiene para la sociedad colombiana el que se imponga una política de la posverdad a través de una ideología de la mentira, una dictadura camuflada de democracia, una hegemonía de extrema derecha que se mantiene en el poder por medio del terror que inflige a sus opositores y por el delirio de grandeza que despierta a sus obnubilados seguidores.

En primer lugar, hay que decir que ya estamos viviendo una naturalización o normalización de la corrupción. La gente da por sentado que los escenarios electorales están completamente viciados y quien realmente se apodera de ellos, son los que tienen la

capacidad económica, las alianzas con sectores poderosos, la maquinaria política y mediática a su favor.

La muerte de líderes sociales, campesinos e indígenas con el silencio de los medios de comunicación convencionales –y muchas veces con la venia del gobierno– se convierte en una fuerza implacable que causa gran desaliento e impotencia para la defensa de los territorios ante la amenaza del agronegocio y la explotación minera y petrolera, negocios que propicia el gobierno con las multinacionales y cuyos intereses defiende por encima de las vidas de las comunidades asentadas en las regiones ricas en recursos, pero pobres y rezagadas como parias entre la miseria, como es el caso de las comunidades indígenas y afros de La Guajira y el Chocó.

En tiempos de covid-19, la tendencia de ocupar los territorios y matar líderes sociales y ambientales se ha incrementado. Esta situación de la pandemia realmente le dio más poder al gobierno y las multinacionales para explotar recursos y someter a la esclavitud a las comunidades, como está pasando en la Sierra Nevada de Santa Marta y en el Cauca.

Estas cosas ya están sucediendo y han venido sucediendo hace veinte años, cuando Uribe llegó a la presidencia por primera vez. Desde entonces, su poder no disminuye, sino que aumenta hasta convertirse en una verdadera hegemonía con el beneplácito de las masas sometidas.

Hay otras implicaciones en la salud, educación, en el campo laboral y tributario. La salud se ha convertido también en un negocio y ha perdido prioridad como derecho fundamental. Con la educación pasa lo mismo: el gobierno Santos implementó Ser pilo paga para demostrar que la educación no es un derecho, sino una rifa que se ganan unos cuantos. Cada vez hay más recortes para educación. El nudo del asunto es que, con tal de salvar los intereses de unas cuantas familias y emporios empresariales, no les importa que las clases menos favorecidas o deprimidas se vean afectadas completamente.

En el campo laboral pasa lo mismo. Cada vez hay más desempleo, o empleo informal, y tratan de afectar los trabajadores para que ganen más los empresarios. Se aumenta la reforma tributaria en la canasta familiar, pero se exentan impuestos a empresas e industrias por razones sociales o como incentivo para invertir.

La implicación principal es naturalizar no la lucha de clases, sino la propia guerra de clases. Es palmario que la clase poderosa –en cabeza de su líder e ideólogo– trace todas las normas para ejercer el dominio en detrimento de la clase trabajadora, obreros, campesinos, indígenas y estudiantes.

Quieren matar personas negándoles el derecho a la salud. Quieren hacer de la educación un privilegio de clase y sumir a las masas de la clase media y baja en la ignorancia o en el conformismo. Les quieren negar el derecho a un trabajo digno y bien remunerado, incluso, les obligan a pagar ARL, seguridad social, salud y pensión, cosas que nunca usan o que, si usan, igual deben pagar, y en el caso de la pensión, si no es continua, esta se pierde. Es decir, es una mafia. Casi todas las empresas de seguridad social pertenecen a los poderosos amigos de Uribe: Suramericana de seguros, Positiva o Seguros Bolívar, por nombrar algunas, pertenecen a Sarmiento Angulo.

En el ámbito cultural, a través de novelas los medios de comunicación fungen como un arma ideológica que busca naturalizar una narcocultura, haciendo ver como grandes héroes a criminales o sicarios, como Popeye, o a narcos, como Pablo Escobar.

En el ámbito ambiental, hay gran peligro, ya que al Gobierno de Iván Duque no le parece preocupante que se agoten los bienes naturales no renovables, ven la naturaleza como un recurso económico al que, por ganar más dinero, no protegerán. Aunque hay muchos ejemplos, nombraré solamente algunos: el secamiento completo del río Ranchería y el arroyo Bruno, robado completamente a las comunidades wayuu por las multinacionales dueñas del cerrejón; la mortandad de árboles para construir El Quimbo, afectando el río Magdalena en el Huila; la muerte del río Cauca por la hidroeléctrica de Hidroituango; el envenenamiento de los ríos por minería en el Chocó; La explotación de oro en el páramo de Santurbán; Miles de hectárea de selva devorada por el agronegocio de monocultivos y de minería en el Amazonas.

Ahora poco importa que Uribe muera, pues ha logrado formar una hegemonía estable, y muchos de sus seguidores son más uribistas que él mismo. Ha logrado formar cuadros que repiten su ideología. Si muere, otro le sucederá y quedará inmortalizado como un prócer, y aparecerá en los libros de texto escolar como tal, similar a lo que hacía Benito Mussolini, cuya historia y retrato estaba en todas las escuelas de Italia años antes de la segunda guerra mundial.

Lo que se proponen es echar las bases de una dinastía. Prolongar su poder en el tiempo, manteniendo el sometimiento a las clases inferiores y eliminando disidentes, logrando que los amen por eso.

Sin embargo, la suerte está echada. Pese a toda la corrupción, sometimiento y cinismo posible, los sectores sociales se fortalecen. El movimiento obrero no cede, pese a la muerte a sindicalistas. Los líderes indígenas se hacen matar, pero no ceden sus territorios; Los movimientos estudiantiles no dejan de manifestarse y los campesinos y camioneros no dejan de hacer paros. En fin, la gente del común va despertando no

solo ante las arbitrariedades de la reforma tributaria y pensional, sino también ante la represión y brutalidad policial.

Ante la imposibilidad de salir a las calles en medio de la pandemia, los cacerolazos se convierten en la voz de protesta. Líderes opositores al gobierno tienen la valentía de poner el pecho y la cara ante la máscara de la muerte, como es el caso de Gustavo Petro, Aída Avella, Jorge Robledo, Gustavo Bolívar o Iván Cepeda.

Mucha gente despierta ante el engaño, la sevicia y la masacre. Los medios de comunicación alternativos hacen pulso por desmentir los medios oficiales. Grandes periodistas del campo oficial se vuelven independientes y con su crítica logran zaherir el uribismo, como es el caso de Daniel Coronell, Daniel Samper (quien le ganó una demanda a Uribe por calumnia) o Guillermo Arturo Prieto La Rotta, más conocido como Pirry.

No obstante, aún falta mucho en este camino hacia la libertad. La generación actual tiene la responsabilidad de relevar el criticismo a las nuevas generaciones para que puedan desvelar y hacer trizas los discursos de la posverdad impuestos a la fuerza, y así, lograr que haya más posibilidades de salvar el rumbo de una nación de la falsa democracia que nos gobierna hace más de doscientos.

Referencias

Chomsky N. (2017) *Las 10 Estrategias de Manipulación Mediática*. <https://kaosenlared.net/noam-chomsky-las-10-estrategias-manipulacion-mediatica/>. Ago. 29, 2017.

Gómez Pinilla, J. (2019). *Iván Duque no es real, es posverdad*. El Espectador. 6 Mar 2019.

Hall, S. (2012) *La cultura, los medios de comunicación y el «efecto ideológico»*.

Jusmet, L. R. (2019) *Sobre verdad y posverdad*. <https://rebellion.org/sobre-verdad-y-posverdad/>, 06/04/2019. Colombia

Koyré, A. (2015) *La función política de la mentira moderna*. Salud mental y cultura. Pasos.

Llorente, J. A. (2017) *La era de la posverdad: realidad vs. Percepción*. Revista UNO. Desarrollando Ideas es el Centro de Liderazgo a través del Conocimiento de Llorente & Cuenca.

Los 11 principios de propaganda de Joseph Goebbels. (2015) <https://www.altaveu.com/opinio/1597/los-11-principios-de-la-propaganda-nazi-de-joseph-goebbels>, 25 de diciembre de 2015.

Matiz, L. S. (2019). *Detector: «Uribe tiene 270 procesos abiertos por delitos graves».* <https://bit.ly/3Tpgsu8>. 24 de julio de 2019.

Restrepo Domínguez, M. H. (2017) *Seis anuncios de la posverdad como engaño.*

<https://rebellion.org/seis-anuncios-de-la-posverdad-como-engano/>. | 10/11/2017 | Colombia.

Rincón-Soto, L. (1999) *Hannah Arendt Algunas Consideraciones sobre «Verdad y Política».* Escuela de Filosofía. Universidad del Zulia.

Revista Semana (2016) *«Las mentiras» de las campañas del No, según el Consejo de Estado».* <https://www.semana.com/nacion/articulo/el-consejo-de-estado-dice-que-se-le-mintio-al-electorado-en-campanas-del-no/510040>. 12/19/2016.

Seis de las grandes mentiras de Uribe (que los medios no le recuerdan) (2016) Colombia plural. Recuperado de: <https://colombiaplural.com/seis-de-las-grandes-mentiras-de-uribe-que-los-medios-no-le-recuerdan/>.

Sahuí Maldonado, A. (2012) *Verdad y política en Hannah Arendt.* Redalyc. <https://www.redalyc.org/pdf/1411/141125357005.pdf>

Weber, Max. (2002) *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva.* Fondo de Cultura Económica.