

El problema electoral, ¿es comunicacional?

escrito por José Valencia

Estamos pensando en elecciones habiendo un problema mayor, corriendo el grave riesgo de estar ensillando sin tener la bestia. Porque pienso que, más que un desafío electoral, tenemos un un problema comunicacional que requiere atención de urgencia: La opinión pública la dominan “ellos”.

¿Quiénes son “ellos”? A grandes rasgos, las personas que defienden a Quintero y a Petro, que creen que los empresarios son un estereotipo del Señor Burns que hay que fundir a punta de impuestos, aquellos que están convencidos de que el Estado debe intervenir activamente en la economía, que los mercados libres son contraproducentes y que el problema es que haya gente muy rica y no que haya mucha gente muy pobre. Son los que no les importa hipotecarle el Estado a la peor clase política con tal de vencer al fantasma de Uribe.

Y es que además de tener más políticos de su lado, la clave está en el ejército de personas comunes y corrientes que han enlistado para respaldar esa visión del mundo. No tienen una gran trayectoria académica, no son herederos de una casa política, no son modelitos, son colombianos comunes y corrientes. Wally, Lalys, DonIzquierdo, Alejandro Vergel, Laura Sofía Amaya, Daniel Monroy, Julián Triana, Beto Coral, Levy Rincón, Cielo Rusinque, Celso Tete, Camilo Sánchez son algunos de ellos.

Puede que pasen desapercibidos para los grandes medios tradicionales, pero este ejército de influenciadores le difunde diariamente, y con mucho éxito, su contenido a cientos de miles de personas a través de Facebook, YouTube, Twitter, Instagram y TikTok.

¿Cómo vamos a ganarles unas elecciones si tienen el control de la opinión? Casi que los únicos mensajes políticos que reciben las personas entre 18 y 40 años provienen de ellos. Antes de pensar en candidatos, tenemos que estar concentrados en enlistar un ejército de legionarios, también comunes y corrientes, que combatan su nefasto relato. Estoy

dispuesto para ir al frente ¿Quién se suma?