

Me lo dijo el pajarito

PosVerdad aplicada a la Política

Posverdad o **mentira emotiva** es un [neologismo](#) (Palabra o expresión de nueva creación en una lengua) que describe la distorsión deliberada de una realidad, con el fin de crear y modelar la [opinión pública](#) e influir en las actitudes sociales, en la que los hechos objetivos tienen menos influencia que las [apelaciones a las emociones](#) y a las creencias personales. En [cultura política](#), se denomina **política de la posverdad** (o **política posfactual**) a aquella en la que el debate se [enmarca](#) en apelaciones a emociones desconectándose de los detalles de la [política pública](#) y por la reiterada afirmación de puntos de discusión en los cuales las réplicas fácticas (los hechos) son ignoradas. La posverdad difiere de la tradicional disputa y [falsificación](#) de la [verdad](#), dándole una importancia secundaria. Se resume como la idea en el que algo aparente ser verdad es más importante que la propia verdad. Para algunos autores la posverdad es sencillamente [mentira](#) (falsedad) o [estafa](#) encubiertas con el término políticamente correcto de posverdad, que ocultaría la tradicional [propaganda](#) política y el [eufemismo](#) de las [relaciones públicas](#) y la [comunicación estratégica](#) como instrumentos de [manipulación](#) y [propaganda](#). Esta definición teórica que la podemos encontrar en el portal de Wikipedia define claramente que la posverdad no es más que la apelación a los sentimientos de la gente y así hacerles ver una verdad aparente, media verdad o peor aun una vulgar mentira, a esto es lo que a diario vemos y oímos en los discursos políticos contemporáneos de cientos y miles de políticos en todo el mundo. En Latinoamérica pudiéramos decir que se ha aplicado a lo largo del siglo XX y con más fuerza en este siglo XXI, debido al auge de las redes sociales y la incorporación de equipos multidisciplinarios (Sociólogos, comunicadores Sociales, Periodistas, Psicólogos, Neurolingüísticos, entre otros) que estudian de manera científica el comportamiento de los grupos sociales de manera individual y colectiva, creando estrategias comunicacionales muy efectivas a la hora de aplicar el marketing político en determinada ocasión. En esta ocasión me quiero referir concretamente a Venezuela, ya que el tema de la posverdad es muy extenso y por razones de espacio en esta columna, me limita ser más extenso, como se hago en los talleres y seminarios donde hablo del tema. La posverdad como lo referimos anteriormente apela al sentimiento, creencias y costumbres de una persona o población, es así como, el insertar

un mensaje en una comunidad, conlleva a que esa población sea objeto de un estudio con antelación, ver los resultados y elaborar las estrategias a utilizar con el fin de influenciar de manera conveniente y parcializada, en relación a determinado tema que se quiere inocular en esa "población objeto". Es de hacer notar, que la mayoría de las líneas usadas para conceptualizar la posverdad, se baso en los sentimientos y costumbres, más que el mensaje a difundir, por eso es que la posverdad no le interesa si el mensaje es verdad, media verdad o mentira, la realidad es que lo que interesa es influenciar en esa población objeto, para provocar un cambio o manipulación a favor de quien lo aplica. En la política lo vemos a diario, voceros de todas las tendencias aprovechan los sentimientos y las creencias de la población, para manipularlas; unos lo llaman populismo, otros lo definen como carismatismo y cualquier cantidad epítetos, que no son más que la aplicación de manera consciente o inconsciente de las técnicas de la posverdad. Los que trabajamos con Marketing político sabemos que la posverdad es una arma letal aplicada a lo comunicacional; en campaña, pone a ganar al más neófito candidato, siempre y cuando tenga asesores que lo orienten y le estructuren técnicas en la manera de hablar, vestirse, articular, contacto con la gente, entre otros. Hay una discusión ética sobre la aplicación de la posverdad en la política, pero la verdad verdadera es que en campaña política para asirse del poder todo es válido, aunque moralmente hablando, engañar y manipular a las personas no sea la mejor manera de ganar adeptos, pero un principio político reza que: "Los resultados justifican la técnica utilizada".

Por: Wladimir Cobis (CNP 11066)

SUS COMENTARIOS: cobisw@gmail.com, Twitter: @wladimircobis, Facebook: wladimircobis, mensajes de textos y whatsapp: 0412 0650670.