



:: [portada](#) :: [América Latina y Caribe](#) ::

29-12-2016

## 2016, el año de la indignación movilizada

Ariel Goldstein

Rebelión

Pronto concluirá 2016, un año que involucró enormes sucesos políticos en América Latina y en el resto del mundo. En ese marco, se ha producido una tendencia que ha comenzado a cobrar una relevancia inédita. Se trata de la significación que tiene el estímulo del sentimiento de indignación en las campañas políticas para influir en los resultados electorales. Algunos han asociado este fenómeno con una nueva era de la llamada "pos-verdad", donde importan más las emociones provocadas que las verdades de los hechos. Este tipo de sentimiento ha florecido, incitado por la relevancia cada vez mayor que han ido adquiriendo las redes sociales en la definición de las dinámicas políticas frente a los medios de comunicación tradicionales.

Nuestra región se vio impactada en la primera parte de 2016 por el proceso que culminó con la destitución de la presidenta Dilma Rousseff en Brasil, marcado por grandes manifestaciones en contra y favor de la permanencia de la mandataria en el gobierno. La derecha brasileña se nutrió así de la gestación de numerosos grupos como *Revoltados Online*, *Movimento Vem Para Rua*, *Movimento Brasil Livre*. Todos ellos con una prédica poderosa que estimulaba la indignación frente a la corrupción de la clase política desde las redes sociales, e incluso fogueados por estudiantes como Kim Katagiri, que había sido un *youtuber* antes de alzarse a la dirección del MBL.

Luego tuvimos el desarrollo del plebiscito por la PAZ en Colombia. Allí, resultó sorprendente cómo una causa justa como la firma de la Paz entre las FARC y el gobierno colombiano de Juan Manuel Santos se había visto frustrada, especialmente considerando los poderosos amigos con que contaba esta propuesta a nivel internacional (Estados Unidos, Cuba, el Papa Francisco). Sin embargo, las claves de la victoria de Uribe y del NO a la Paz fueron reveladas por el director de la campaña del No, quien señaló que la indignación había sido estimulada con la ayuda de asesores brasileños y panameños a través de las redes sociales. Según la orientación de la campaña, se trataba no de explicar razones contra la firma del acuerdo de Paz, sino de estimular sentimientos de indignación emocional, como por ejemplo lo que significaría "Timochenko como presidente de Colombia" como resultado de la firma de estos acuerdos destinados a poner punto final al conflicto armado.

Finalmente, fue en Estados Unidos el turno del ascenso electoral de Donald Trump, que expresó, como señaló en un artículo Pablo Boczkowski, el triunfo y la eficacia de la comunicación vía redes sociales y los reality shows frente al apoyo en bloque de los medios tradicionales más importantes a la candidatura demócrata de Hillary Clinton.

Como varios expertos han mencionado, la dinámica de los flujos informativos en las redes sociales estimula el reforzamiento de creencias preexistentes, evitando la confrontación con perspectivas alternativas. Esto posibilita la gran efectividad que tienen la formación de pseudo-noticias de propaganda y estereotipos en el curso de las campañas electorales o definiciones clave que recurren a plebiscitos para obtener legitimidad.



Hemos vuelto así a una época de crisis de la democracia a nivel occidental, congeniada con los efectos de la propaganda, que estimulan actitudes reaccionarias en las poblaciones. Eso presenta, como ha sido ya varias veces señalado, escalofriantes similitudes con la crisis de 1930 en el mundo que daría origen a la Segunda Guerra Mundial.

Son tiempos peligrosos para el respeto, la solidaridad y los valores a los que estábamos acostumbrados, y que exigirán mucho de la reflexión crítica y colectiva de nuestras sociedades para sobrellevar los abundantes desafíos que vendrán.

Rebelión ha publicado este artículo con el permiso del autor mediante una [licencia de Creative Commons](#), respetando su libertad para publicarlo en otras fuentes.