

Colombia: Creación de una caja de herramientas para el diálogo constructivo en contextos polarizados

Las elecciones presidenciales de 2022 en Colombia fueron muy disputadas, y como suele suceder durante los períodos electorales, las narrativas dominantes y el discurso político en el país se polarizaron cada vez más en los días previos a la votación. Además de los ataques regulares en público y en los medios y redes sociales entre candidatos y sus seguidores, este período se caracterizó por la simplificación excesiva del debate político y una menor disposición de los miembros de cada partido para interactuar con el otro. En respuesta, IFIT creó la [Caja de herramientas: Participar sin polarizar](#), para facilitar un diálogo más complejo y constructivo.

Este informe práctico describe el desarrollo de la caja de herramientas, y los desafíos y lecciones que surgieron en el proceso. Así mismo, ofrece recomendaciones para quienes estén interesados en desarrollar y utilizar un recurso similar con el fin de facilitar la transformación narrativa y gestionar conflictos en períodos electorales, entre otros.

Tanto la caja de herramientas como el informe práctico se basaron en consultas con miembros de los [Fondos Nacional y Territorial de Capital Humano de IFIT](#) en Colombia. También se nutrieron de las ideas y prácticas del [marco narrativo](#) de IFIT y nuestros documentos de seguimiento sobre el papel de los [medios](#) y [actores influyentes](#) en el fomento del enriquecimiento narrativo, todos los cuales fueron desarrollados por el [Grupo de Práctica de Narrativas Inclusivas](#) de IFIT.

Antecedentes

El calendario electoral colombiano comenzó en marzo de 2022 con la realización de las elecciones legislativas, que fueron seguidas por la primera y segunda vuelta de las elecciones presidenciales (mayo y junio respectivamente). Estas últimas elecciones sacaron a la luz agravios arraigados en los 50 años de conflicto armado en el país, agravados por la pandemia del COVID-19.

En un país tradicionalmente gobernado por la derecha política, el Acuerdo de Paz de 2016 entre el gobierno de Colombia y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia–Ejército del Pueblo (FARC-EP) creó un nuevo escenario. A medida que el conflicto armado dejó de ser el eje central de las divisiones y discusiones políticas, surgieron una serie de agravios y demandas preexistentes relacionadas con la pobreza, la desigualdad, la atención médica, la educación y el empleo. Desde 2016, estos problemas se han vuelto centrales en el debate público y la izquierda ha ganado terreno entre sectores sociales tradicionalmente «ignorados» por los partidos políticos históricamente dominantes. Este cambio generó preocupación en algunos sectores sobre la posible ruptura de la cultura política del país.

Con el entonces presidente Iván Duque inhabilitado para postularse como candidato presidencial debido a la prohibición Constitucional de la reelección, los meses previos a las elecciones vieron un aumento de la insatisfacción ciudadana con el desempeño de su administración, un incremento en las protestas sociales y condiciones de seguridad deterioradas en las regiones antes controladas por las FARC. Para empeorar las cosas, muchos candidatos y sus seguidores adoptaron retóricas polarizantes y acciones que aumentaron las tensiones y avivaron la violencia.

El principal candidato de izquierda y ahora presidente, Gustavo Petro, [calificó](#) a Duque como un «Talibán neoliberal», acusándolo de llevar a más de 600 000 empresas a la quiebra y a 10 millones de colombianos al hambre, además de no implementar el Acuerdo de Paz de 2016. Este discurso político apuntó a los sectores de la población que se sintieron desatendidos por la élite política.

Mientras tanto, el candidato de derecha Federico Gutiérrez recordó constantemente a Petro su pasado como miembro guerrillero del M-19, [acusándolo](#) a él y a su campaña de negociar y actuar como «bandidos», y [tachándolo](#) de amenaza para la democracia. El discurso de Gutiérrez afirmó los ya trillados «peligros» de que un candidato de izquierda llegara al poder en Colombia. Por su parte, el candidato independiente Rodolfo Hernández se [describió](#) a sí mismo como un ciudadano dispuesto a rescatar al país de una clase política tradicional que calificaba de ladrones.

Aunque las posiciones políticas de los candidatos coincidían en muchos puntos, su retórica era denigrante y excluyente. Además, la cobertura mediática tradicional y en redes sociales se centró más en los enfrentamientos personales entre los candidatos y sus seguidores que en las ideas políticas de los candidatos. Como resultado, a medida que se acercaban las elecciones presidenciales, las discusiones sustantivas sobre temas políticos clave, como la implementación del Acuerdo de Paz, la política de seguridad y el acceso a la educación, disminuyeron drásticamente y se simplificaron, mientras que los riesgos de violencia aumentaron. Dinámicas similares marcaron las elecciones legislativas ese mismo año.

Proceso de desarrollo de la caja de herramientas

En este contexto, IFIT comenzó a desarrollar un conjunto de herramientas de diálogo con la intención de promover un discurso público y una cobertura mediática más constructiva en torno a las elecciones, y cuyo objetivo inicial era reducir la polarización; un enfoque que cambió durante el proceso.

Desde el principio, éramos conscientes de que las campañas electorales suelen ser polarizantes por naturaleza, con candidatos que asumen posiciones opuestas para diferenciarse de la competencia y utilizando retórica provocativa para llamar la atención y obtener votos. Por lo tanto, buscábamos –principalmente– proporcionar herramientas que respondieran a esa realidad en lugar de negarla. Nuestra pregunta orientadora fue *¿cómo crear narrativas y conversaciones electorales más complejas en un contexto polarizado como el de Colombia?*

Con esto en mente, nuestro proceso para crear la caja de herramientas incluyó cinco fases: investigación e ideación, consultas, definición de audiencia, prototipado y pruebas e iteración.

- 1. Investigación y creación:** Después de realizar una [evaluación](#) interna de las principales narrativas encontradas en Colombia entre 2021 y 2022, [estábamos](#) al tanto de las dinámicas narrativas que informaban la política del país. Para comprender mejor la polarización en el ciclo electoral de 2022 y sus posibles efectos en el proceso democrático, investigamos sobre las distintas formas de polarización, sus impulsores, su función en los procesos electorales y [el papel de los medios de comunicación](#) para contrarrestar o promover la polarización en contextos afectados por conflictos.

Aunque existen diferentes tipos y niveles de polarización, la forma que existe en Colombia a menudo ha sido severa y ha involucrado actores que se oponen entre sí basados en la concepción que tienen sobre quién es el otro, y no de sus ideas. Por lo tanto, decidimos que la caja debía incluir herramientas para explorar y abordar esto.

Además, dado que sabíamos que tanto los medios tradicionales como las redes sociales desempeñan un papel dominante en la difusión de narrativas divisorias, planeamos que la caja incluyera lineamientos para el uso de un lenguaje despolarizante en la cobertura mediática de las campañas electorales. Sin embargo, nuestra investigación mostró que ya existen este tipo de lineamientos, aunque se centran principalmente en estándares mediáticos y mecanismos legales para combatir el discurso de odio. En consecuencia, nos dimos cuenta de que podíamos cubrir un vacío al cambiar de enfoque: en vez de proporcionar pautas para *reducir la polarización*, decidimos diseñar herramientas pedagógicas prácticas para que los medios y otros actores pudieran *navegar de manera constructiva la polarización*.

2. Consultas: Organizamos reuniones individuales y eventos a puerta cerrada con una variedad de expertos locales y actores interesados con el fin de obtener una comprensión más profunda de los incentivos políticos detrás de las narrativas de campaña y la polarización en Colombia. Los participantes tenían una amplia experiencia en la construcción y reproducción de narrativas (p. ej., periodistas, artistas, escritores, narradores, directores de cine) y conocimiento del panorama político colombiano (p. ej., miembros del Congreso, analistas políticos, ejecutivos de medios). A partir de estas consultas, obtuvimos las siguientes ideas clave, que complementaron nuestros hallazgos iniciales y el proceso de creación:

- **Emociones:** Las emociones desempeñan un papel central en la política; a la hora de votar hasta los ciudadanos más informados tienden a hacerlo basándose más en sus emociones que en sus ideas. Igualmente, las campañas políticas tienden a utilizar herramientas que apelan a sentimientos primarios como el miedo, la ira o el odio. Desde un punto de vista narrativo, el desafío no es intelectualizar el debate, sino apelar a sentimientos positivos. Un buen ejemplo es la [campaña del 'NO'](#) en el plebiscito de Chile en 1988.
- **Terminología:** Al igual que con las emociones, el lenguaje y los términos más utilizados en las campañas políticas suelen tener connotaciones negativas (p. ej., corrupto, peligroso, elitista). En lugar de evitar estos términos, el objetivo del trabajo narrativo es comprender los miedos subyacentes, prejuicios o estereotipos internalizados que explican el uso y la resonancia de estos términos, y aplicar esa comprensión para navegar la polarización.
- **Polarización como herramienta de campaña:** Los candidatos tratan de diferenciarse de sus oponentes como parte de la competencia democrática normal. Pero en Colombia, los candidatos a menudo se diferencian mediante el uso deliberado de narrativas polarizantes que denigran y desacreditan a los adversarios para ganar seguidores. Nos dimos cuenta de que una mejor comprensión del funcionamiento de las narrativas ayudaría a las personas a ver a través de estas tácticas y, en su lugar, involucrarse con los problemas que subyacen a las divisiones sociales.
- **La construcción moral de los candidatos:** En la cultura colombiana, la figura del héroe está profundamente arraigada. Las campañas políticas retratan a su candidato como un héroe que debe derrotar a un villano para resolver todos los problemas del país, afianzando una lógica de «nosotros versus ellos». Desde una perspectiva narrativa, el desafío es mostrar que los candidatos no son «blanco o negro» sino que existe una escala de grises en términos morales. Esto abre la puerta para que tanto ellos como sus seguidores reconozcan la legitimidad del otro y, en consecuencia, su responsabilidad compartida para abordar los agravios que subyacen a la polarización.

3. **Definición del público objetivo:** Inicialmente, pensamos que el público objetivo de la caja de herramientas serían los medios tradicionales y los políticos. Sin embargo, nuestra investigación y consultas mostraron que estos actores pueden estar interesados en promover la polarización y, por tanto, tener poco interés en la caja. De esa manera, decidimos llegar a este público indirectamente al interactuar con uno más acotado, a saber, instituciones educativas influyentes y productores de contenido de medios independientes. Estos actores desempeñan un papel clave en las campañas políticas, ya que universidades y colegios en Colombia organizan debates electorales y medios de comunicación independientes los cubren. También fueron actores fáciles de acceder, ya que los miembros del Fondo de Capital Humano de IFIT en Colombia tenían numerosos contactos relevantes y puntos de entrada con estos actores.
4. **Prototipado:** El siguiente paso fue elaborar un prototipo de la caja de herramientas. Diseñamos las herramientas para que fueran pedagógicas, fáciles de usar y adaptables a diferentes audiencias y actores interesados. Las herramientas pueden utilizarse de manera individual, secuencial o simultáneamente, según el entorno y el contexto en el que se apliquen.

Compartimos el borrador de la caja de herramientas con el equipo de IFIT y miembros del Grupo de Práctica de Narrativas Inclusivas de IFIT, mediante sesiones en las que ellos brindaron comentarios sobre cómo definir ciertas herramientas de manera más clara y difundir la caja para lograr el máximo impacto. Algunas sugerencias recurrentes fueron las de adaptar la caja a contextos no electorales y agregar una guía «paso a paso» sobre cómo utilizar cada una de las herramientas en diferentes entornos.

Cuadro 1: Descripción general de la caja de herramientas

La caja de herramientas presenta varios enfoques originales, cada uno con un objetivo específico que se sitúa dentro del objetivo estratégico más amplio del diálogo constructivo:

Lo reto a: Facilitar que personas con puntos de vista opuestos tengan conversaciones más profundas entre ellas, evitando el uso de términos – previamente identificados– que polarizan.

Transforme su insulto: Identificar maneras de transmitir y expresar las preocupaciones ocultas detrás de un insulto, evitando el uso de términos que puedan ser excesivamente polarizantes.

Terapia electoral: Revisar los fundamentos morales y políticos al momento de participar en conversaciones polarizadas durante los períodos electorales.

Échele flores: Reconocer algo positivo sobre las ideas o posición de un oponente.

Si usted fuera: Ayudar al público en general a entender las restricciones y limitaciones internas y externas que enfrentan los oponentes al tomar decisiones difíciles.

Debates inconclusos: Enriquecer el debate incentivando a los candidatos a reflexionar sobre cómo construyen sus propuestas políticas.

La caja de herramientas completa está disponible [aquí](#).

5. **Pruebas e iteración:** Compartimos la caja con actores interesados en el sector educativo (universidades y escuelas secundarias), así como con medios de comunicación y formuladores de política pública. Durante un debate entre candidatos presidenciales organizado por la Universidad Externado, el [moderador utilizó la caja de herramientas](#). Mediante el uso de la herramienta «échele flores», animó a los candidatos a decir algo

positivo sobre las posiciones de sus oponentes (ver Cuadro 1), lo cual permitió que –dentro de un debate político confrontativo– se creara seguro en el que los candidatos pudieran reconocer a sus oponentes como actores legítimos.

La caja de herramientas también fue adoptada por el influyente portal de noticias *La Silla Vacía*, cuya directora utilizó las herramientas «échele flores» y «debates inconclusos» para formular preguntas en una serie de debates presidenciales que moderó. Aunque los candidatos reconocieron las cualidades personales de sus oponentes (usando palabras como «trabajador» y «apasionado»), evitaron reconocer la legitimidad de sus ideas o posiciones políticas y ahondar en el porqué y el cómo de sus propuestas políticas.

Posteriormente, un grupo de líderes sociales y políticos de la región de Montes de María (Colombia) utilizó la caja de herramientas después de que un evento electoral local se tornara confrontativo. Aunque el equipo de IFIT no tenía planeado introducir la caja en este espacio, la discusión aumentó la conciencia sobre qué son las narrativas y permitió una reflexión activa sobre los pros y los contras de ciertos lenguajes y terminologías en las campañas electorales.

Luego, el [Grupo de Apoyo a la Construcción de Paz de IFIT en México](#) adaptó la caja de herramientas para su uso en el contexto mexicano. Los miembros probaron la caja –especialmente la herramienta «Lo reto a»– en un ejercicio de clase donde a los estudiantes universitarios se les exigía tomar posiciones opuestas en un formato de debate. La herramienta resultó más efectiva cuando se estableció como una regla de juego al iniciar el debate, que cuando se introdujo una vez la discusión se había tornado agresiva.

Todos estos espacios de participación fueron experiencias de aprendizaje que utilizamos para fortalecer la versión final de la caja de herramientas.

Lecciones aprendidas y recomendaciones

El proceso de desarrollo de la caja proporcionó lecciones valiosas que pueden ser útiles para otros profesionales.

- **Diversidad de campos de conocimiento:** Al consultar con artistas, escritores y políticos, entre otros, obtuvimos nuevas ideas sobre cómo se abordan las narrativas y la polarización en distintos campos del conocimiento. Comprender la relevancia y el poder de los estereotipos en la cultura popular y cómo se traducen en la política nos permitió desarrollar herramientas para profundizar en las ideas preconcebidas que dan origen a estereotipos comunes («transforme su insulto», «terapia electoral»). En general, esto hizo que la caja fuera más útil y realista.



Consultar con diversos sectores permite desarrollar herramientas más realistas.

- **Definición de la audiencia:** Al principio, pensábamos que los formuladores de política pública y los medios de comunicación tradicionales serían las audiencias más relevantes para la caja de herramientas, pero, como lo reveló el proceso de consulta, estos actores pueden estar interesados en la polarización. Concluimos que las instituciones educativas terciarias y secundarias y los medios de comunicación independientes con un alcance influyente estarían más interesados y serían de más fácil acceso. También evidenciamos que las universidades y los colegios ofrecen un entorno controlado para probar las herramientas en eventos públicos importantes.



Las audiencias objetivo deben ser mapeadas al principio del ejercicio y revisadas continuamente.

- **Flexibilidad de herramientas:** Aprendimos que la caja necesita ser adaptable. Aunque inicialmente fue diseñada en el contexto de las elecciones en Colombia, actualizamos las herramientas para que cualquier actor pueda usarlas y llenarlas de contenido pertinente al contexto. Siempre que se tenga en cuenta el espíritu detrás de ellas, una herramienta puede modificarse para adaptarse a diferentes propósitos y contextos, incluidos diferentes entornos (p. ej., debates políticos, ejercicios de simulación en clase, programas de radio) y diferentes actores (p. ej., estudiantes, profesores, periodistas). También aprendimos que las herramientas funcionan de manera diferente dependiendo del momento; por ejemplo, en un caso, la herramienta «lo reto a» funcionó mejor como una regla de juego que como una medida para desescalar un debate acalorado.



Las herramientas narrativas deben ser concisas, fáciles de usar y adaptables.

- **Escenarios de implementación:** Al probar las diferentes herramientas, nos dimos cuenta de que los escenarios en las que se usaban tenían un impacto. Por ejemplo, cuando hay personas con puntos de vista opuestos, los espacios «controlados» (p. ej., con un moderador considerado legítimo por todos los participantes) son preferibles. Las personas que aplican las herramientas también deben saber cómo usarlas y estar familiarizadas con los participantes para saber qué herramienta es la apropiada, en qué momento utilizarla y en qué formato. Esto tiene un efecto directo en el alcance e impacto de cada herramienta y requiere cierto entrenamiento previo. Por esta razón, la caja no está diseñada para ser utilizada de manera genérica y a gran escala.



Existe una mayor probabilidad de éxito en escenarios bien preparados con moderadores capacitados en el uso de la caja.

- **Adaptación del lenguaje:** Al aplicar la caja en el contexto de México, se hizo evidente que algunos de los términos utilizados para describir cada herramienta eran inapropiados o inexactos. Por ejemplo, la expresión «échele flores» –que es un modismo utilizado en Colombia para elogiar a alguien– es una expresión desconocida en México, lo que hacía que la herramienta que llevaba este nombre fuera difícil de comprender. Sabiendo esto, cambiamos el nombre de la herramienta a «el león no es como lo pintan»; un modismo más reconocido en México.



Encontrar las expresiones locales adecuadas es importante al adaptar la caja a diferentes contextos.

- **Consulta y retroalimentación:** A medida que desarrollamos la caja, entendimos el valor de actualizar continuamente las herramientas y sus instrucciones. Las pruebas e iteraciones nos permitieron incorporar comentarios de diferentes actores y lograr una mejora continua de la caja.

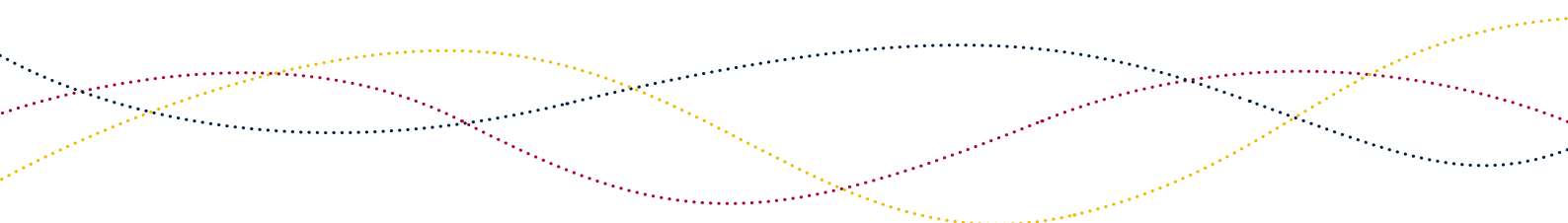


Un proceso reiterativo de implementación, retroalimentación e iteración es crucial para mejorar y adaptar las herramientas.

- **Evaluación de impacto:** Un desafío persistente al que nos enfrentamos fue cómo evaluar el impacto de la caja. Aunque hemos evidenciado el impacto positivo de las herramientas cuando son puestas en práctica, es preciso seguir desarrollándolas y mejorándolas para fomentar un diálogo más constructivo.



La capacidad de medir los niveles de éxito es fundamental para la utilidad futura de las herramientas.



Agradecimientos

Este informe práctico fue escrito por María José Daza Bohórquez, Alejandra González Ferro y Jasmina Brankovic de IFIT. La caja de herramientas fue desarrollada por Alejandra González Ferro, Mariana Valderrama Arriola, María José Daza Bohórquez y Martha Maya de IFIT, con la valiosa contribución de los miembros de los [Grupos de Expertos Nacional y Territorial de Colombia](#) y del [Grupo de Práctica de Narrativas Inclusivas](#) de IFIT. Los autores agradecen especialmente a Mauricio Meschoulam, Miguel Silva y Ana Kourchenko por su constante apoyo y aportes.

Acerca de IFIT. Fundado en 2012, el [Instituto para las Transiciones Integrales](#) (IFIT) es una organización independiente, internacional y no gubernamental que ofrece análisis interdisciplinario y asesoría técnica a actores nacionales involucrados en negociaciones y transiciones en sociedades frágiles y afectadas por conflictos. IFIT ha respaldado negociaciones y transiciones en países como Afganistán, Colombia, El Salvador, Libia, México, Nigeria, Sri Lanka, Sudán, Siria, Gambia, Túnez, Ucrania, Venezuela y Zimbabue.