



FOTO: Chequeador

## LOS “GOBERNANTES SHOWMAN”: CUANDO EL ESPECTÁCULO REEMPLAZA LA GESTIÓN

En los últimos años, hemos sido testigos del surgimiento de un nuevo tipo de liderazgo en la política, los llamados “gobernantes showman”. Se trata de figuras que, lejos de centrarse en las responsabilidades de su cargo, convierten la administración pública en un espectáculo mediático. Estos líderes priorizan la imagen sobre los resultados, las promesas vacías sobre las soluciones tangibles, y la fama sobre el bienestar colectivo. Este fenómeno, profundamente arraigado en el uso de redes sociales y el afán por el protagonismo, tiene serias implicaciones para la política nacional y regional.

Uno de los rasgos más notorios de los “gobernantes showman” es su capacidad para transformar cada acto administrativo en un evento me-

diático. La inauguración de obras públicas, por ejemplo, se convierte en una oportunidad para mostrar a estos líderes rodeados de cámaras y flashes, prometiendo grandes cambios que rara vez se materializan. Un ejemplo evidente fue la inauguración del puente en La Guajira, que, tras un acto rimbombante con presencia de altos funcionarios y medios locales, quedó abandonado y sin mantenimiento meses después. Según datos del Departamento Nacional de Planeación (DNP), más del 30% de las obras de infraestructura en departamentos como La Guajira y Chocó presentan retrasos significativos o están sin terminar debido a la falta de seguimiento. Sin embargo, los gobernantes responsables de estas obras rara vez vuelven a las zonas afectadas una vez que las cámaras se apagan.

Este tipo de líderes, más preocupados por mantener su presencia en los medios y en redes sociales, parecen estar desconectados de las verdaderas necesidades de sus comunidades. En lugar de desarrollar políticas que ataquen los problemas estructurales, como la pobreza, la falta de acceso a agua potable o la creciente inseguridad, prefieren ofrecer soluciones superficiales y populistas. Este tipo de promesas vacías alimentan la frustración ciudadana y erosionan la confianza en la política. Uno de los aspectos más alarmantes de esta tendencia es la forma en la cual se desvían recursos públicos hacia la construcción de una imagen personal de los gobernantes. Según un estudio del Centro de Análisis Político (CAP), durante el periodo 2021-2023, un 15% del presupuesto de algunos departamentos fue utilizado en campañas de imagen y marketing, dejando de lado sectores críticos como la educación o la salud. La gestión pública se convierte, entonces, en una plataforma para catapultar carreras políticas más que en un servicio al ciudadano. Como resultado de lo anterior, los recursos que deberían ser destinados a mejorar la infraestructura o implementar políticas sociales acaban financiando eventos, campañas publicitarias y despliegue en redes sociales. Este fenómeno no solo afecta la eficiencia del gasto público, sino que refuerza un sistema político donde la apariencia supera a la sustancia.

### **Desconexión con las necesidades reales**

En la era de las redes sociales, los “gobernantes showman” han encontrado un escenario perfecto para escenificar sus gestiones. Twitter, Facebook e Instagram se han convertido en plataformas esenciales para promocionar cada movimiento, desde la entrega de ayudas hasta la inauguración de parques, con fotografías cuidadosamente seleccionadas y videos cargados de emotividad. Sin embargo, detrás de estas publicaciones escénicas, muchas veces la realidad es otra. Un ejemplo reciente lo ofrece un goberna-

dor de la costa atlántica, quien publicó un video en su cuenta de Instagram mostrando la entrega de mercados a familias vulnerables en zonas rurales. Sin embargo, semanas después, medios locales denunciaron que muchas de esas ayudas nunca llegaron a su destino. Estas publicaciones no son más que un escaparate, diseñado para mostrar una falsa cercanía con la ciudadanía y un compromiso con causas sociales que, en la práctica, son ignoradas.

Según un informe del Centro Nacional de Consultoría (CNC), el 78% de los alcaldes y gobernadores en Colombia utilizan redes sociales para mostrar gestiones administrativas, pero solo el 34% de estos líderes presentan reportes de cumplimiento o informes detallados de ejecución de sus promesas. Esto refleja cómo las redes se han convertido en una herramienta de marketing político, en lugar de un espacio para la transparencia y la rendición de cuentas.

### **Crisis de confianza en la política**

El auge de los “gobernantes showman” también ha contribuido a una creciente desconfianza en la política. La superficialidad de sus gestos, la falta de seguimiento a sus promesas y la conversión de la política en espectáculo generan desilusión en una ciudadanía que ve cómo los problemas siguen sin resolverse. En La Guajira, por ejemplo, los indicadores de pobreza extrema siguen siendo alarmantes, con más del 53% de la población viviendo bajo la línea de pobreza según el DANE, mientras los líderes locales se concentran en actos simbólicos que no atacan las raíces del problema. Los estudios muestran que esta desconexión entre gobernantes y gobernados alimenta la apatía y el abstencionismo en las elecciones, lo que a su vez favorece la perpetuación de este tipo de liderazgo. En las elecciones regionales de 2023, la abstención en departamentos como La Guajira superó el 50%, lo que refleja una ciudadanía desencantada y desconfiada del sistema político.

## El rol de los medios y las redes sociales

En esta nueva era, los medios y las redes sociales juegan un papel central en la consolidación de los “gobernantes showman”. Plataformas como Twitter, Facebook e Instagram se han convertido en los escenarios perfectos para que estos líderes construyan narrativas atractivas, pero vacías de contenido. El constante flujo de información y la necesidad de viralidad han transformado la política en un ejercicio de inmediatez y espectacularización, donde el fondo importa menos que la forma. Un estudio de la Universidad Javeriana sobre el uso de redes sociales por políticos colombianos reveló que el 80% del contenido publicado por estos líderes se centra en su imagen personal, eventos y declaraciones, mientras que solo el 20% aborda propuestas de política pública o informes de gestión. Esto muestra cómo las redes sociales, lejos de ser una herramienta para la rendición de cuentas y el acercamiento con los ciudadanos, se han convertido en un escenario de autopromoción.

## El llamado a una política real y efectiva

El país no necesita más “gobernantes showman” que se dediquen a gesticular frente a las cámaras sin aportar soluciones concretas. Colombia necesita líderes comprometidos con resultados reales, que pongan las necesidades de sus ciudadanos por encima de la fama y el espectáculo.

Es momento de que la política recupere su esencia: la gestión eficiente de los recursos, la resolución de los problemas estructurales y el bienestar común. El futuro de la política colombiana no puede seguir guiado por el brillo momentáneo de las redes sociales, sino por un liderazgo comprometido con la transparencia, la rendición de cuentas y la solución de las necesidades más apremiantes de la población. Mientras sigamos premiando a los líderes que convierten la gestión pública en un show mediático, las verdaderas necesidades del país continuarán siendo relegadas al último plano. ¡Colombia merece más que un espectáculo; merece gobernantes de verdad!



**ARCESIO  
ROMERO  
PÉREZ**

 **arcesor**  
 **arcesorommertz**