



Elecciones presidenciales en Colombia (2014): Polarización electoral y periodismo espectáculo

Maria Paula Hoyos
Agosto 2014

"La paz es que se acabe esta campaña"

Ricardo Silva Romero
Escritor y columnista de El Tiempo
Mayo 24 de 2014

Después de varios meses en que no había nada para decir sobre los candidatos a la Presidencia, en que se asumía dentro del aburrimiento electoral que el candidato presidente iba a ganar sin hacer campaña, y en que otros temas llenaron continuamente la agenda mediática, tres semanas antes de la primera vuelta electoral llegó una ola de escándalos que lo movieron todo. Los medios por fin centraron sus energías en cubrir la campaña y los candidatos en darse a conocer. Pero el análisis y la visibilidad de sus propuestas nunca llegaron. Las acusaciones de uno y otro lado, sacaron a la luz una 'guerra sucia' de la que nadie se hizo responsable y que, más bien, aumentó la apatía, la indignación y la frustración con la forma de hacer política en Colombia.



Primera etapa. Aburrimiento electoral: Se habló de todo menos de los candidatos.

En Colombia el año nuevo no empezó con la emoción que suele preceder una contienda electoral. Por el contrario, y como suele suceder en el país, el año empezó conmocionado por lo que estaba pasando en Bogotá. El alcalde Gustavo Petro, ex guerrillero y de izquierda, había sido destituido e inhabilitado por 15 años para ejercer cargos públicos por Alejandro Ordóñez, el encargado de vigilar el trabajo de los funcionarios públicos desde la Procuraduría General de la Nación.

Los argumentos concretos para destituir al alcalde eran los siguientes: 1) Haberle asignado a dos empresas el manejo del servicio de aseo de la ciudad sin tener la experiencia, el conocimiento ni la capacidad; 2) haber expedido un decreto para propiciar que un operador público obtuviera el manejo de este servicio, violando, según la Procuraduría, los principios de libre empresa y libre competencia y 3) haber utilizado volquetas inadecuadas para la recolección de basura los días 18, 19 y 20 de Diciembre de 2012.

Pese a que muchos de los ciudadanos compartían esta visión sobre el mal manejo que se le dio al sistema de basuras y que, en general, existe una percepción de que el alcalde ha sido un mal gerente durante todo su periodo, la decisión tomada por el Procurador fue vista como exagerada e injusta.¹ Tanto petristas como antipetristas, (quienes ya estaban convocando un referendo revocatorio para decidir la suerte del alcalde), compartieron que la decisión iba en contra del derecho al voto y que si algo andaba mal, eran ellos mismos quienes tenían el derecho a decidir si el alcalde se quedaba o se iba.

¹ Para Noviembre de 2013 antes de ser destituido, la imagen desfavorable de Petro llegaba al 60% según la empresa encuestadora Invamer - Gallup.

Además, la dureza de la decisión tomada por la Procuraduría, aumentó la indignación. Si se comparaba la pena impuesta a Petro con la pena que recibió el ex alcalde Samuel Moreno, daba la impresión de que el Procurador estaba aplicando un parámetro distinto. Mientras que Moreno sólo fue suspendido después de que una investigación penal demostrara sus vínculos con el carrusel de la contratación, Ordóñez le estaba dando muerte política a Petro por su incapacidad gerencial.²

Esto llevó a la movilización de varios ciudadanos que optaron por dos salidas. La primera, fue interponer una acción de tutela exigiendo que se respetara su derecho al voto, lo que fue conocido como la ‘tutelatón’. La segunda, interpuesta por el mismo Petro, fue pedirle a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos que le otorgara medidas cautelares ante la vulneración de sus derechos políticos. Todo esto llevó a que en Colombia, pareciera que quienes estaban en campaña fueran Petro y Ordóñez. Cada uno representaba un lado del espectro político y eran ellos los que aparecían en los medios de comunicación.

Pero para ese momento los candidatos a la Presidencia ya estaban definidos. El problema era que no despertaban ningún tipo de emoción. Ni siquiera la de sus propios partidos.³ Por un lado estaba Óscar Iván Zuluaga quien fue elegido por el movimiento político Centro Democrático Mano Firme Corazón Grande

² En el 2011, después de demoras en la terminación de varias obras públicas de la ciudad, salió a la luz un escándalo de corrupción conocido como “el carrusel de la contratación”. Ese año se supo que el alcalde Samuel Moreno, junto con su hermano Iván (para ese entonces senador de la República) acordaron la entrega de licitaciones al grupo Nule, un importante grupo de contratistas del Estado, para adelantar las obras públicas de la Calle 26. Los Nule, por su lado, se comprometieron a darles un pedazo de las ganancias recibidas por obtener el contrato. Era un gana gana en el que finalmente no quedó presupuesto para acabar las obras. Esto llevó a que se abriera una investigación penal para todos y al comprobar la culpa, el alcalde fue destituido.

³ Juanita León (Marzo 2 de 2014) “A los candidatos no los quieren sus partidos y la gente tampoco” <http://lasillavacia.com/historia/los-candidatos-no-los-quieren-sus-partidos-y-la-gente-tampoco-46570>



(creado alrededor de la figura del ex Presidente Álvaro Uribe Vélez), imponiéndose sobre Francisco Santos, ex Vicepresidente de Uribe y primo del actual presidente Santos. ‘Pachito’ era un personaje mucho más conocido por los ciudadanos y generaba mayores simpatías, pero precisamente por eso le cerraron la puerta. Si la idea era que Uribe volviera a ser Presidente sin serlo, se necesitaba de alguien con menos carisma.

La segunda candidata de derecha era Martha Lucía Ramírez quien había sido escogida por el Partido Conservador derrotando a grandes caciques del conservadurismo. Por lo tanto, antes de empezar a ganar electores, tuvo que buscar la forma de ganarse la simpatía de su partido.

La izquierda, por su lado, estuvo representada por Clara López, candidata del Polo Democrático Alternativo (partido que perdió apoyo al no oponerse de manera tajante al escándalo de corrupción de Bogotá) y por Aída Avella, integrante del partido Unión Patriótica y líder sindical que regresó al país después de 17 años de exilio en Suiza. Ambas decidieron que era mejor llegar unidas a las elecciones, pero juntas ni siquiera llegaban al 10% de intención de voto.

Sólo faltaba la consulta de la Alianza Verde (formada por la unión del Partido Verde y del movimiento Progresistas de Petro) que se hizo abierta a todos los ciudadanos el mismo día en que se realizaron las elecciones al Congreso. En esta consulta ganó Enrique Peñalosa, ex alcalde de la ciudad a quien siempre se le ha reconocido su capacidad gerencial pero a quien muy pocos le ven potencial presidencial.

Finalmente estaba el presidente- candidato, Juan Manuel Santos que sin emocionar mucho y con fuertes críticas sobre su forma de gobernar, parecía ser el eventual ganador. El presidente vio el ambiente tan tranquilo que en un primer momento optó por no participar en

ningún debate y de nuevo ganar la Presidencia sin hacer campaña.

Para finales de Febrero la encuesta Ipsos Napoleón Franco reveló que la mitad de los colombianos no sabían por quien votar o votarían en blanco. Sin embargo en esos primeros meses, el presidente – candidato empezó a perder adeptos. Siguiendo con el relato de lo que pasaba en Bogotá, la CIDH le concedió las medidas cautelares al alcalde, pero el Presidente decidió no acatarlas y una vez formalizada la decisión del Procurador, nombró como alcalde encargado al Ministro de Trabajo, Rafael Pardo, mientras que el movimiento político Progresistas le pasaba una terna para nombrar a un alcalde encargado. Éste último duraría unos dos meses en la alcaldía mientras se convocaban elecciones atípicas para elegir al nuevo alcalde de la ciudad.⁴

Pero esta decisión le salió muy costosa al Presidente. Además de que no acatar las medidas cautelares, lo dejó muy mal parado frente a los defensores de Derechos Humanos, días después le tocó echarse para atrás y cumplir el fallo del Tribunal Superior de Bogotá, que respondió a una de las tutelas puestas a finales de año.⁵

Ante este escenario Santos tuvo que cumplir el fallo y María Mercedes Maldonado, quien un día antes había sido escogida de la terna de Progresistas para ejercer como alcalde encargada, sólo cumplió día y medio como alcaldesa. Esta decisión disminuyó aún más la popularidad del presidente, pues al acatar este nuevo fallo, dio la señal de que no haber aceptado las medidas cautelares de la CIDH sí había sido un error.

Esta novela llenó las páginas de los grandes

4 Como Petro había sido destituido antes de completar la mitad del periodo, la Constitución dicta que se deben convocar elecciones atípicas para elegir a un nuevo alcalde.

5 Juanita León (Abril 23 de 2014) “Petro vuelve al balcón, Santos vuelve a perder y Bogotá seguirá en interinidad” <http://lasillavacia.com/historia/petro-vuelve-al-balcon-santos-vuelve-perder-y-bogota-seguira-en-interinidad-47192>



medios de comunicación y ni siquiera en las redes sociales se hablaba de los otros candidatos presidenciales. Sólo se sabían sus nombres, pero la fuerza de cada uno era tan poca que a pesar de la imagen desfavorable que mostraban las encuestas, se asumía el triunfo del Presidente en una de las elecciones más aburridas de la historia.

Segunda etapa. Elecciones al Congreso, la escalada de Óscar Iván Zuluaga y los escándalos mediáticos.

Los resultados de las elecciones al Congreso marcaron un nuevo rumbo en la campaña presidencial. El Centro Democrático Mano Firme Corazón Grande, representado literalmente por la sombra de Uribe, obtuvo el segundo lugar en las votaciones y con esto la idea de que el candidato de Uribe podía llegar a la Presidencia creció en todos lados.

Durante los primeros meses, la campaña de Zuluaga había estado llena de burlas. Se decía que no tenía personalidad propia y las bromas difundidas por las redes sociales eran constantes. Por ejemplo se creó el hashtag #PaniniZuluaga para subir todas las fotos en las que el candidato saliera al lado de Uribe pero sin micrófono, mostrándolo siempre como el títere del ex presidente. Sin embargo después de los resultados al Congreso la campaña de Zuluaga dio un giro de 180 grados y apareció el Zorro que logró asustarlos a todos.

Con el objetivo de crear una nueva imagen después de los buenos resultados obtenidos en las elecciones legislativas, se buscó alejar la imagen de Zuluaga de la del ex presidente. Bajo el liderazgo de Duda Mendonça, el publicista brasilero que llevó a Lula Da Silva a la Presidencia, la campaña del Centro Democrático tuvo dos cambios importantes.

El primero fue dar a conocer a Zuluaga como el verdadero candidato. Vallas y afiches se llenaron con la palabra Zuluaga, resaltando la Z (la misma del Zorro) para darle más fuerza. El segundo fue mostrar las diferencias entre sus propuestas y las del Presidente Santos: Puso la bandera en los temas de seguridad, salud y educación que según las encuestas son los que más le preocupan a los colombianos. Por primera vez tuvo una imagen propia y se dio a conocer como un hombre sencillo, de provincia y padre de familia.⁶

Después de un mes sin encuestas la estrategia del Zorro dio resultados. Para finales del mes de Abril el candidato de Uribe creció en todas las regiones, sobre todo en donde disminuyó el voto en blanco y entre más lo conocían más creció su imagen favorable. Al parecer Zuluaga empezó a atraer a los indecisos.⁷

Fue en este momento en que empezó el cubrimiento real de los medios de comunicación, y para muchos, también el momento en que empezó la guerra sucia. Más que propuestas, toda la campaña giró entorno a sacar los trapos sucios de los dos candidatos más opcionados.

Un gurú, un hacker, un asesor espiritual y ¿un montaje?

La primera noticia incluyó al asesor de campaña y gurú de las elecciones en América Latina: JJ Rendón. Un mes antes de la primera vuelta, el periodista Daniel Coronell denunció en su columna dominical que el asesor de campaña del actual Presidente había recibido dinero del narcotráfico para garantizar una negociación entre un grupo de narcotraficantes y el gobierno nacional.⁸

6 Manolo Azuero (Abril 21 de 2014) La estrategia del zorro de Óscar Iván <http://lasillavacia.com/historia/la-z-de-oscar-ivan-47184>

7 Juanita León (Abril 28 de 2014) La crecida de Óscar Iván <http://lasillavacia.com/historia/la-campana-de-zuluaga-si-funciona-47234>

8 Daniel Coronell "La comba al palo" (Mayo 3 de 2014) <http://www.semana.com/opinion/articulo/daniel-coronell-la-comba-al-palo/385791-3>



La noticia fue investigada por el periódico El Espectador, que tuvo acceso a un documento titulado “Agenda para solucionar el problema del narcotráfico y la violencia que genera” elaborado en junio de 2011, en el que capos del narcotráfico proponían someterse a la justicia y entregar sus estructuras a cambio de no ser extraditados. Este diario también publicó que alias ‘Comba’ había declarado frente a la fiscal de la Unidad de Extinción de Dominio, que el grupo de narcotraficantes le había entregado a JJ Rendón doce millones de dólares para que le llevara la propuesta al jefe de Estado. Rendón negó haber recibido dinero del narcotráfico y dijo que todo esto era una campaña para desprestigiarlo a él y ensuciar la campaña del presidente – candidato.⁹

Ante el escándalo, el candidato Óscar Iván Zuluaga salió a los medios de comunicación (entre ellos Blu Radio una de las emisoras más escuchadas del país) para pedirle al Presidente que le explicara a los colombianos lo que había pasado con ese dinero. Por su parte muchos de los más fervientes uribistas, entre ellos Fernando Londoño Hoyos,¹⁰ empezaron a relacionar esta noticia con el proceso 8000.¹¹ Bajo este contexto, el estratega de Santos decidió renunciar a la campaña y Zuluaga subió un poco más en las encuestas.¹²

Con sólo unos días de diferencia salió el segundo escándalo. El Fiscal General de la Nación, Eduardo Montealegre, anunció que el Cuerpo Técnico de Investigación (CTI) había allanado una oficina de interceptación ilegal en la que trabajaba el hacker Andrés Sepúlveda,

9 Juan David Laverde (Mayo 4 de 2014) La oferta secreta de los narcos para entregarse <http://www.elespectador.com/noticias/judicial/oferta-secreta-de-los-narcos-entregarse-articulo-490272>

10 Fernando Londoño Hoyos (Mayo 7 de 2014) “El ocho mil de Santos” <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13945657>

11 Este proceso es el nombre bajo el que se conoce el proceso judicial en contra del ex presidente Ernesto Samper Pizano (1994 – 1998) en el que se le acusa de haber recibido dinero del narcotráfico para su campaña presidencial.

12 La Silla Vacía (Mayo 7 de 2014) “El día a día del trío JJ, Chica y Chuzaman” <http://lasillavacia.com/historia/hackergate-47318>

quien colaboraba con la campaña de Óscar Iván Zuluaga. En ésta, se habían chuzado las comunicaciones de algunos periodistas que cubren el proceso de paz en La Habana y los correos de los jefes de prensa del gobierno y de las FARC. Ante la noticia, Zuluaga afirmó que Sepúlveda sí había trabajado en su campaña, pero que cualquier actividad ilegal no tenía nada que ver con él.

En ese momento todos los medios se llenaron con este espectáculo. Sobre todo porque llegó el día en que las dos noticias se juntaron en una sola. El miércoles 7 de Mayo el abogado de Sepúlveda salió diciendo que su cliente había hecho su carrera profesional con JJ Rendón y Germán Chica (otro asesor de Santos que también fue denunciado por ser intermediario en la posible negociación entre el gobierno y los narcotraficantes). Por lo tanto el problema era de todos con todos y todos los demás.

Ese mismo día el noticiero de RCN, uno de los dos canales nacionales privados más importantes del país, reveló que Luis Alfonso Hoyos, aliado político de toda la vida de Óscar Iván Zuluaga, gerente de su campaña y su ‘asesor espiritual’, había ido al canal en compañía del hacker para ofrecerles información privilegiada. La noticia era que en el departamento de Putumayo, las FARC estaban obligando a la población a votar por Santos. Esta noticia nunca pudo ser confirmada y mientras unos pocos pedían pruebas sobre esta información, lo cierto es que el hecho de que la persona de mayor confianza de Zuluaga hubiera llevado al hacker a RCN lo dejaba muy mal parado. El candidato de Uribe sí conocía al hacker y por lo visto lo estaba utilizando para ganar las elecciones.

En respuesta a esta noticia Zuluaga siguió diciendo que no tenía nada que ver con el hacker. Sin embargo, la Revista Semana se subió en el bus de los escándalos y le dio el golpe más duro. El 17 de Mayo publicó un video en el que Zuluaga y su asesor espiritual, Luis Alfonso Hoyos, salían reunidos con el hacker



analizando cómo darle un golpe a la campaña de Santos. “Andrés, entonces qué golpe nos va a dar Santos de acá al 25. Queda un mes para dar un golpe, hermano”, le dice el candidato en el video.¹³

Pese a que la revista ha sido vista como defensora del Presidente Santos antes, durante y después de la campaña (hay que tener en cuenta que Alejandro Santos, el director de la revista, es sobrino del Presidente), el video se convirtió en la prueba máxima para desmentir a Zuluaga. Sin embargo Uribe y Zuluaga se aferraron a sus afirmaciones. El hacker no tenía nada que ver con ellos y denunciaron que el video era un montaje. La discusión sobre si era un montaje o no fue tal, que el video fue enviado a la Fiscalía para estudiar su veracidad y el cubrimiento mediático llegó al absurdo ¿Dónde estaban las propuestas? ¿El análisis? ¿Las ideas? ¿El contexto? ¿El contraste de fuentes? ¿Los otros candidatos?

13 Revista Semana (Mayo 17 de 2014) <http://www.semana.com/nacion/articulo/el-video-del-hacker-con-oscar-ivan-zuluaga/388438-3>

El poco espacio que quedó en los medios para los demás candidatos, se lo dieron al ex Presidente Uribe. Cada tweet y cada declaración fueron publicados como si él fuera un candidato más.¹⁴ De hecho la gran noticia de la campaña para la primera vuelta fue que todos los candidatos eran “ex” de Uribe. Semanas antes de las elecciones salió a la luz que Clara López, la única candidata que no había tenido relación política con Uribe, había sido su novia.¹⁵ Ninguno se salvaba y ante la frustración, las redes sociales se convirtieron en el mejor espacio para desahogarse.

Finalmente todo se redujo a dos debates fuertemente criticados por la audiencia. El

14 Ómar Rincón “De Uribe como héroe mediático en una campaña donde él no era candidato” (Mayo 26 de 2014) <http://razonpublica.com/index.php/politica-y-gobierno-temas-27/7644-de-uribe-como-h%C3%A9roe-medi%C3%A1tico-en-una-campa%C3%B1a-donde-%C3%A9l-no-era-candidato.html>

15 El Espectador “Clara López fue novia de Álvaro Uribe” (Mayo 2 de 2014) <http://www.elespectador.com/noticias/politica/clara-lopez-fue-novia-de-alvaro-uribe-articulo-490044>



Este es sólo uno de muchos memes que circularon por las redes sociales, burlándose de todos los “ex” de Uribe.



primero estuvo a cargo de RCN que centró gran parte del tiempo en el escándalo del hacker. El segundo fue dirigido por Caracol, canal al que se le cuestionó su formato porque el derecho a réplica de cada uno de los candidatos, se convirtió en una forma de cuestionar al gobierno actual y de paso para darle más tiempo de exposición al presidente-candidato. Más que impulsar un contraste entre las propuestas se convirtió en un espacio para criticar al gobierno.

No obstante vale la pena resaltar el trabajo de La Silla Vacía, el portal de periodismo independiente sobre el poder en Colombia. La Silla junto con el apoyo de Chequeado.com, una iniciativa argentina que busca “chequear” la verdad de las declaraciones de los poderosos, adaptó su metodología para verificar la veracidad de las respuestas de los candidatos. Esta iniciativa tuvo gran acogida entre sus lectores quienes, aburridos de lo que estaban viendo en los debates, participaron activamente en sus chequeos en vivo.¹⁶

Tercera etapa. La guerra vs. la paz

A pesar de los escándalos protagonizados por las campañas de Santos y de Zuluaga, fueron ellos quienes pasaron a la segunda vuelta. Óscar Iván Zuluaga obtuvo el 29% de la votación, mientras que el presidente-candidato obtuvo alrededor del 25%. Sin embargo hay que tener en cuenta los buenos resultados que obtuvieron las dos candidatas mujeres. Cada una desde su extremo político, obtuvo alrededor de dos millones de votos.

Por lo tanto la agenda mediática buscó cubrir la diferencia más notoria entre ambos candidatos: su propuesta sobre cuál debía ser la salida al conflicto armado interno. Óscar Iván Zuluaga, bajo la dirección del ex presidente Álvaro Uribe, buscaría la mano dura y la terminación del

conflicto por la vía militar, bajo el argumento de buscar una paz sin impunidad, mientras que Juan Manuel Santos continuaría con los diálogos de paz adelantados en La Habana.

Pero como suele suceder durante las segundas vueltas presidenciales, la polarización creció y los argumentos nunca llegaron. Uribe, Zuluaga y los defensores de la “paz sin impunidad” difundieron la idea de que Santos era un “castro chavista” que le iba a entregar el país a los “narco terroristas”. El presidente Santos, por su lado, trató de vender el tema de la paz como su única bandera. El problema es que para muchos su figura no inspira ninguna confianza. Juan Manuel Santos fue el Ministro de Defensa del ex presidente Uribe y junto a él adelantó la política de Seguridad Democrática por la que fue elegido como Presidente en el año 2010. No obstante en estas elecciones sus electores eran otros. Serían quienes hace cuatro años se habían opuesto a sus políticas. Y si traicionó a los primeros ¿Por qué no iba a traicionar a los segundos?

Fue bajo este contexto que surgió el mayor error de los grandes medios de comunicación. En vez de contextualizar cada una de las declaraciones de los candidatos, analizarlas y presentar los matices de cada postura, éstos difundieron y agrandaron la polarización.

Por un lado, aquellos que buscaban defender el proceso de paz cayeron en el juego mediático de mostrar en exceso a su opositor. Zuluaga se volvió más agresivo y crítico frente al Presidente Santos y todo lo que decía se convirtió en un titular.

“El Zorro mentía, agredía, matoneaba... por pasión, por convicción, por política. Y los medios sin tener conciencia democrática emitían: no importaba la verdad, menos la decencia, mucho menos el contexto o la confrontación de fuentes. La noticia era: el Zorro dijo, el Zorro tuiteo, el Zorro amenazó... El Zorro trinaba cinismos como que Santos era el castro-chavismo.”¹⁷

16 La Silla Electoral <http://lasillavacia.com/elecciones>

17 Ómar Rincón “De Uribe como héroe mediático en



Ningún medio, por ejemplo, analizó las razones por las que Santos puede o no ser catalogado como ‘castro – chavista’.¹⁸

Por otro lado los grandes medios buscaron defender la institucionalidad que, dentro de un proceso de reelección, está representada por el Presidente en curso.¹⁹ De esta manera El Espectador, la Revista Semana y el periódico El Tiempo (los tres medios impresos más importantes del país) tuvieron una mayor tendencia a apoyar las bondades de la paz y sin ser una política explícita de cada medio, terminaron ayudándole a Santos.

Por ejemplo en El Espectador se dio lo que La Silla Vacía denominó “El efecto Gonzalo”. Gonzalo Córdoba, presidente de Caracol TV y del Espectador, es el ahijado de Julio Mario Santodomingo (dueño de los dos medios), amigo personal del Presidente y de su fórmula vicepresidencial, Germán Vargas Lleras. Por lo tanto, sin tenerlo planeado, se le dio mucho más pasito a Santos que a Óscar Iván con los escándalos mediáticos que salieron en primera vuelta.

Algo similar pasó con El Tiempo y con la Revista Semana. Mientras el primero dijo muy poco sobre el escándalo de JJ Rendón, la segunda impulsó un tono antiuribista que terminó beneficiando a Santos. En palabras de Juanita León “El tema de la paz [terminó] siendo

una campaña donde él no era candidato” (Mayo 26 de 2014) <http://razonpublica.com/index.php/politica-y-gobierno-temas-27/7644-de-uribe-como-h%C3%A9roe-medi%C3%A1tico-en-una-campa%C3%B1a-donde-%C3%A9l-no-era-candidato.html>

¹⁸ Pese a que Santos ha buscado tener una mejor relación diplomática con Venezuela y abrió un diálogo con la guerrilla de las FARC, sus políticas económicas están lejos de ser castro chavistas. Mientras que en su momento Fidel Castro y Hugo Chávez, buscaron a toda costa nacionalizar la economía y sacar “al Imperio” de sus países (rompiendo relaciones con Estados Unidos y expulsando a las multinacionales), Santos ha sido muy laxo con las concesiones dadas a empresas extranjeras (sobre todo con las grandes empresas mineras). Además es bajo su mandato que ha empezado la ejecución del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, una política neoliberal que

está muy lejos de llevar a Colombia al comunismo.

¹⁹ Según Germán Rey, analista de medios, los grandes medios están siempre con la institucionalidad y cuando existe la reelección, ésta es la institucionalidad.

uno de los argumentos más poderosos para que la gran prensa [sintiera] más justificada su alineación con el candidato que tiene la mayor apuesta por ella y que además, es presidente.”²⁰ Finalmente el bombo que tuvo la polarización en los medios de comunicación se tradujo en las tres semanas más angustiantes para quienes defendían una u otra postura. Para cada elector el candidato opuesto representaba el apocalipsis. Por un lado los defensores del proceso de paz no sólo tenían miedo a que la llegada de Zuluaga se tradujera en el fin de los diálogos. Para ellos también representaría el regreso de Uribe, quien habiendo sido elegido como congresista y teniendo a su candidato en la Presidencia, desestabilizaría la división de poderes, podría cambiar las reglas del juego y en el peor de los casos, se anclaría como Presidente por muchos años más.

Por otro lado los defensores del ‘status quo’ que vieron en Zuluaga el representante de los valores tradicionales (pasando por alto el video del hacker y su insistencia en que era un montaje), veían en Santos el fin de todo el trabajo hecho para terminar con la guerrilla, con el terrorismo y con la corrupción. Además la situación actual de Venezuela fortaleció este argumento. El miedo de los electores de Zuluaga era que Santos le entregara el país a la guerrilla (a los ‘narco terroristas’) y que todo terminara en una dictadura como la venezolana.

“Las ideas de país que lograron consolidar las campañas fueron igual de apocalípticas: una considero que la continuidad del conflicto armado nos seguirá atrasando en el desarrollo y nos costará infinidad de vidas, y la otra, que darle una oportunidad al proceso de la Habana es la vía para caer en manos del castrochavismo y hacer de Colombia una tierra de impunidad.”²¹

²⁰ Juanita León “Los jefes de la gran prensa se alinean con la reelección” (Mayo 12 de 2014) <http://lasillavacia.com/historia/los-directores-de-la-gran-prensa-se-alinean-con-la-reeleccion-47256>

²¹ Jorge Iván Cuervo “Una campaña en la que perdió el periodismo” (Junio 16 de 2014) <http://razonpublica.com/index.php/politica-y-gobierno-temas-27/7685-una-campa%C3%B1a-en-la-que-perdi%C3%B3-el-periodismo.html>



El error de los medios estuvo en caer en el mismo juego en el que cayeron la mayoría de ciudadanos. Sin dejar de lado la importancia que tenían estas elecciones para el país en las que no sólo se estaba decidiendo un Presidente, sino una forma de ver el conflicto armado, de buscar una salida y de mantener una institucionalidad democrática (nos encontrábamos en una coyuntura crítica como la llamó César Rodríguez director del Programa de Justicia Global y Derechos Humanos de la Universidad de los Andes²²), los medios de comunicación fallaron en contextualizar lo que estaba en juego en estas elecciones y se limitaron a publicar los insultos que venían de uno y otro lado. Así lo señaló Jorge Iván Cuervo en un análisis publicado en el portal Razón Pública:

“Quiero llamar la atención sobre cómo la polarización entre los dos candidatos no solo no fue neutralizada

22 César Rodríguez Garavito “Coyuntura Crítica” (Junio 9 de 2014) <http://www.elespectador.com/opinion/coyuntura-critica-columna-497404>

por los medios, sino que incluso la animaron y la amplificaron, lo cual dejó al ciudadano sin una instancia de mediación para algo distinto de sumarse a dicha polarización o de buscar un escape incierto hacia el voto en blanco o la abstención activa.”²³

En este contexto ganara quien ganara, sería el fin. Por esta razón la neutralidad dejó de ser una opción entre los ciudadanos. Dante ya lo había explicado de la mejor manera posible: “Los rincones más oscuros del infierno están reservados para aquellos que mantienen la neutralidad en tiempos de crisis moral”. Por esta razón quienes defendieron el voto en blanco y la abstención, se convirtieron en el blanco de críticas y ‘bullying’ a través de las redes sociales.

Un ejemplo de esto es el caso de Jorge Enrique Robledo. Este congresista obtuvo la mayor votación en las elecciones legislativas,

23 Jorge Iván Cuervo “Una campaña en la que perdió el periodismo” (Junio 16 de 2014) <http://razonpublica.com/index.php/politica-y-gobierno-temas-27/7685-una-campa%C3%B1a-en-la-que-perdi%C3%B3-el-periodismo.html>



Con todos los escándalos, los insultos y el matoneo, creció un sentimiento de resignación en las redes sociales en el que más que votar por el mejor candidato, se sentía que tocaba votar por el menos peor.



pero al declarar públicamente que votaría en blanco para la segunda vuelta presidencial, recibió duras críticas por parte de analistas, periodistas y políticos. Las redes sociales se llenaron de hashtags en su contra y sólo unos fieles seguidores de su figura – entre ellos los estudiantes de la Mesa Nacional Estudiantil - defendieron su postura. Robledo hace parte de la izquierda económica pero para los defensores de Derechos Humanos, ya no hace parte de la izquierda política.

Cuarta etapa. La loca de las naranjas, doña Mechas y la Selección Colombia

Por fin llegó el último debate dirigido por el canal CityTV y con éste sólo hubo más de lo mismo. “Que el mayor cartel del narcotráfico son las FARC” (falso: Según la Alta Consejería para la Seguridad el mayor cartel del narcotráfico del país son Los Urabeños y del mundo es el de Sinaloa). “Que recibimos la tasa de desempleo más alta de los últimos diez años” (falso porque en el 2004 fue mucho más alta). Que usted esto y que usted aquello.²⁴ Las campañas de Santos y Zuluaga se agotaron.

Sin embargo llegaron dos videos que dentro del miedo, la frustración y la resignación, divirtieron al público y le aportaron un último insumo al periodismo espectáculo. Durante la franja publicitaria de este debate salió un comercial a favor de Óscar Iván Zuluaga, que adoptó el mismo tono de su candidato. En él salía una mujer de unos cuarenta años en una tienda de barrio exigiendo educación de calidad para sus hijos. Pero la furia con la que exigía este derecho exedía sus palabras y la agresión contra un canasto de naranjas la convirtió en la famosa “loca de las naranjas”.²⁵ Al otro

24 Juan Esteban Lewin “Chequeado a Santos y a Zuluaga: segundo round en segunda vuelta” La Silla Vacía, Junio 9 de 2014. <http://lasillavacia.com/lasillaenvivo/chequeado-santo-y-zuluaga-segundo-round-en-segunda-vuelta-47796>

25 La loca de las naranjas <https://www.youtube.com/>

día fue entrevistada por varios medios en los que declaró que el video lo había hecho gratis porque estaba convencida de que su voto era por Óscar Iván Zuluaga.²⁶

Según contó la Silla Vacía la fórmula de la mujer indignada ya había sido utilizada en la campaña de Lula Da Silva por Duda Mendonça, estrategia de campaña de Óscar Iván. Sin embargo la respuesta al video fue mucho más exitosa en Colombia. Días después de la aparición de la ‘loca de las naranjas’, saltó a la fama su tía, más conocida como Doña Mechas.²⁷ En el video salía una señora mayor, de unos setenta años diciendo que ella iba a votar por “JuanPa” porque él si le iba a dar casa a los viejitos pobres como ella, mientras que “Zurriaga” iba a acabar con esta política. El cierre del video, en el que mandaba a la m... a su sobrina, hizo que doña Mechas llenara las páginas de todos los medios e invadiera todas las redes sociales. Así el Zorro se convirtió en ‘Zurriaga’, Juan Manuel Santos en ‘Juan Pa’ y este último decidió ir a visitarla para cerrar su campaña con un abrazo a doña Mechas.

Finalmente llegó el día más esperado por todos los colombianos. El debut de la Selección Colombia en el Mundial (no, el día más esperado por todos no era el día de las elecciones). El sábado antes de decidir quién sería el nuevo Presidente, la Selección Colombia le ganó 3 goles por cero a Grecia y la polarización desapareció por hora y media. Pero esto también se usó como medio para ganar electores. A finales de 2011, tras la noticia de que el ‘Bolillo’ Gómez, exdirector técnico de la Selección Colombia, le había pegado a su mujer en un bar de la ciudad, fue el Presidente Santos quien dio la pelea por traer un técnico extranjero. La llegada de Pékerman había sido su idea y darle el voto podría ser una forma de agradecérselo.

[watch?v=r6VFtK9hxtM](https://www.youtube.com/watch?v=r6VFtK9hxtM)

26 “La loca de las naranjas” el comercial que arrasa en las redes sociales. Revista Cromos <http://www.cromos.com.co/actualidad/la-loca-de-las-naranjas-el-comercial-que-arrasa-en-redes-sociales-14531>

27 Abuelita no votará por Zurriaga sino por Juanpa 2014 <https://www.youtube.com/watch?v=mM9XIYGXw-0>



Esta fue la foto de 'Juan Pa?' con Doña Mechas en su cierre de campaña. Para muchos la foto que le dio la Presidencia al Presidente Santos.

El triunfo de la Selección Colombia ayudó a Santos, no sólo porque él haya presionado para traer un nuevo director técnico, sino porque una victoria deportiva días antes de las elecciones suele ayudar al candidato que busca la reelección. Por lo menos esto fue lo que encontró un estudio titulado “Euphoria

and Restrospective Voting”²⁸ del Social Science Research Network de Estados Unidos en el que se demuestra cómo un triunfo del equipo local el día anterior a las elecciones, tiende a traducirse en un uno por ciento más de votos por el candidato que intenta reelegirse.

²⁸ Healy, Andrew; Mahotra, Neil & Hyunjung, Cecilia (Mayo 12, 2009) "Euphoria and retrospecting voting" en *Social Science Research Network*.



Rafael Garcia

@GallinaAstuta

En tu carota, Grecia. ¡Mira lo que hicimos hoy con tu selección de fútbol y mira lo que vamos a hacer mañana con tu concepto de democracia!

1:01 p.m. · 14 jun 14

El triunfo ante Grecia no se escapó de la angustia pre-electoral. Para muchos un triunfo de Uribe bajo la figura de Zuluaga podría significar el fin de la separación de poderes y con eso el derrumbe de la democracia.



Ayudado o no por el talento de la Selección Colombia, el presidente – candidato ganó las elecciones. Con un “¡doña Mechas aquí está su Juan Pa!” Juan Manuel Santos agradeció a la viejita y a todos los que votaron por él. El triunfo de Santos puede ser un caso interesante de análisis político, de imagen y de comunicación política. Muy pocos presidentes (si es que no es el único) han sido elegidos por un grupo de personas en su primer periodo y reelegido por un grupo totalmente distinto. Aunque más que por él, la gran mayoría haya votado en contra de la sombra de Uribe escondida detrás del cuerpo de Óscar Iván Zuluaga.

Conclusiones.

Al final perdió el periodismo

Las elecciones presidenciales en Colombia dejaron muchas preguntas abiertas. Por un lado dejó la impresión de que el país no está preparado para un posible postconflicto. Los niveles de odio entre los defensores del proceso de paz y los defensores de una paz sin impunidad, entre quienes ven a las FARC como el peor de los males y los que ven a Uribe como el mismísimo diablo, mostró que un diálogo entre ambos bandos está lejos de ser una realidad.

Por otro lado dejó dudas sobre la relación entre políticos y electores, sobre todo en los niveles de confianza de estos últimos en el sistema político. En unas de las elecciones más cruciales de los últimos años, en las que se estaba decidiendo un modelo de democracia, un modelo de salida al conflicto armado y en general un modelo de país, los niveles de abstención superaron el 50 %.

Pero donde más dudas quedaron fue en la forma de hacer periodismo en Colombia. Salvo los portales de periodismo independiente (entre ellos La Silla Vacía, Razón Pública y Verdad Abierta), y varios columnistas que lograron mostrar la importancia de tenían estas

elecciones para el país, los grandes medios cayeron en la tentación de cubrir el espectáculo. En vez de buscar ser un ‘contrapoder’ que cuestiona, debate y matiza las afirmaciones de los políticos, se convirtieron en el espacio para que los candidatos sacaran sus personajes más frívolos y taquilleros para el show mediático. Los medios no lograron combatir la polarización. Por el contrario hicieron parte de ella, la reprodujeron y la difundieron. Menos mal James es colombiano y después de las elecciones, los odios bajaron con el buen desempeño de la Selección en el Mundial. Así se hayan desvanecido sólo por un mes.



Autora

Maria Paula Hoyos Carrero
Historiadora y politóloga
Asistente del proyecto regional
FES Comunicación para
América Latina

maria.hoyos@fescol.org.co

Bogotá, Colombia

Pie de imprenta

**Fundación Friedrich Ebert
Stiftung**

Responsable

**FES Comunicación para América
Latina**
Calle 71 # 11 - 90
Bogotá, Colombia

omar.rincon@fescol.org.co

FES Comunicación

Es una unidad regional de análisis de la comunicación para América Latina de la Friedrich Ebert Stiftung.

Su objetivo es producir conocimiento para hacer de la comunicación una estrategia fundamental del diálogo político y la profundización de la democracia social. El conocimiento y la red de expertos de FES Comunicación apoyan el trabajo sociopolítico de la red de oficinas FES en América Latina.

Las opiniones expresadas en esta publicación no reflejan necesariamente, los puntos de vista de la Friedrich Ebert Stiftung.