

ESTRATEGIAS POPULISTAS EN COLOMBIA: LAS ELECCIONES
PRESIDENCIALES DE 2014

CARLOS ENRIQUE RAMOS CABRALES

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO

FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA Y GOBIERNO

BOGOTÁ D.C., 2015

Estrategias Populistas en Colombia: Las elecciones Presidenciales de 2014

Monografía

Presentada como requisito para optar al título de

Magister en Estudios Políticos e Internacionales

En la Facultad de Ciencia Política y Gobierno

Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario

Presentada por:

Carlos Enrique Ramos Cabrales

Dirigida por:

Rubén Sánchez David

Cotutor:

Juan Carlos Ruiz Vásquez

Semestre I, 2015

RESUMEN

La presente investigación analiza las estrategias populistas empleadas por los candidatos para las presidenciales colombianas de 2014. Se asume el populismo como discurso desde los planteamientos de Ernesto Laclau, considerando que el populismo actúa en forma de discurso movilizador, cuya lógica implica la construcción de una perspectiva antagónica de la realidad, la cual identifica positivamente a las mayorías frente un enemigo que encarna valores y prácticas negativas. Las estrategias populistas constituyen el medio para proponer una visión dicotómica de la realidad y una demanda hegemónica, donde el candidato aparece como parte positiva del antagonismo y constituye la solución de la demanda más importante en términos sociales. La tesis se concentra en responder a la pregunta: ¿Cómo se emplearon las estrategias populistas en las elecciones presidenciales de 2014? Para esto se construyó un índice de estrategias populistas en el cual se ubicó el discurso de cada candidato, donde un antagonismo adecuadamente estructurado y una demanda hegemónica representativa para la sociedad, representa beneficios electorales para el candidato. Se concluye que una adecuada articulación discursiva entre frontera antagónica (receptor positivo y contraparte negativa) y demanda hegemónica, puede significar para el candidato una mayor probabilidad de éxito, en la medida que los ciudadanos interioricen su discurso y se adhieran a él.

This thesis analyzes the populist strategies used by the presidential candidates in Colombia for the 2014 elections. Populism is assumed as a speech based on the theory of Ernesto Laclau. This study assumes that populism acts as a mobilizing speech which logic implies

the construction of an antagonistic perspective of reality. Therefore, it is necessary to establish the difference between positive majority of an enemy that embodies negative values and practices. Populist strategies propose a dichotomist vision of reality and a hegemonic demand, where the candidate appears as a positive part of antagonism and as a solution of the most important demands in social terms. This thesis focuses on answering the question: How were populist strategies used in the presidential elections of 2014? To answer this question, was created a populist strategy index in which the speech of each candidate was classified. A well structured antagonism and a representative hegemonic demand of society, constituted electoral benefits for the candidates. It could be concluded, that an adequate integration of the speech between antagonist frontiers (positive receptor and negative counterpart) and the hegemonic demand, could mean a greater probability of success for the candidate, in the way that citizens internalize his speech and adhere to it.

A Dios, porque sin Él no podemos aclarar nuestros pensamientos. A mi madre, por darme libertad. A mi hermano, por apoyarme. A María Josefina, por siempre escucharme.

AGRADECIMIENTOS

Son numerosas las personas que me han ayudado en la redacción de este documento, a todas ellas profeso mi más profundo agradecimiento. Mi tutor, Rubén Sánchez, que creyó en el proyecto e hizo todo lo posible para que este echara a andar. Asimismo quiero sacar a relucir la importancia que tuvo mi primer equipo en la formación del anteproyecto: Juan Esteban Constaín, Álvaro Pablo Ortíz y Antonio Camargo. El profesor Yann Basset, quien me permitió librar varios cuestionamientos alrededor de la materia. Antonio Caballero y el expresidente Belisario Betancur me ofrecieron generosamente su visión histórica y política. A mi cotutor y director de la Maestría, Juan Carlos Ruiz, por no haber dejado en ningún momento de prestarme su apoyo.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	10
En busca de la esencia del populismo	11
La definición minimalista como punto de partida	12
El populismo en Colombia	15
La elección presidencial en Colombia.....	17
Metodología.....	23
PRIMER CAPÍTULO: LA CLAU Y EL POPULISMO COMO DISCURSO	27
La demanda como unidad mínima	27
Construcción del pueblo y de la frontera antagónica	30
Significantes vacíos y flotantes	32
Estrategias populistas	33
SEGUNDO CAPÍTULO: COLOMBIA PARA LAS PRESIDENCIALES DE 2014, LOS CANDIDATOS PRESIDENCIALES Y SU TRAYECTORIA POLÍTICA.....	38
Colombia en 2014: una realidad ambigua y contradictoria.....	38
Enrique Peñalosa Londoño: el candidato de las ciudades	44
Marta Lucía Ramírez: la ministra de defensa.....	46
Oscar Iván Zuluaga: el político uribista	48
Juan Manuel Santos: el candidato de Gobierno.....	50
Clara López: la candidata de izquierda.....	52
Conclusión: los candidatos cara a cara.....	56

TERCER CAPÍTULO: ANTAGONISMO, DEMANDAS Y SIGNIFICANTES VACÍOS EN EL DISCURSO ELECTORAL.....	58
Frecuencia de significantes y unidad del discurso.....	59
La importancia de los significantes: reproducción vs articulación.....	64
La paz como demanda hegemónica.....	67
Los significantes en la batalla electoral: análisis comparativo.....	70
La paz	71
La seguridad	71
La corrupción.....	72
La salud	73
La educación.....	74
Empleo.....	75
Análisis de los totales	76
Algunas conclusiones: discurso electoral y estrategias populistas.....	79
CONCLUSIONES.....	81
BIBLIOGRAFÍA	86
Libros.....	86
Artículos especializados	87
Tesis de Grado	89
Documentos institucionales.....	89
Noticias de prensa.....	90
Otros recursos electrónicos.....	93

ANEXOS 94

INTRODUCCIÓN

El populismo es uno de los fenómenos comúnmente asociados a la política latinoamericana. Suele señalarse a algún político como populista para demonizarlo, aunque también se habla de políticas o programas populistas. Sea cual fuere el caso, el término en general tiene una connotación peyorativa, lo que va en detrimento de las posibilidades explicativas del concepto.

De todos modos, un problema básico a la hora de definir el populismo es cómo diferenciarlo de realidades que de forma recurrente aparecen asociadas a él (Mudde y Kaltwasser,2012:p.2). Un discurso de izquierda que clama por la redistribución de la riqueza y vitupera al imperialismo, como aquel de Hugo Chávez y actualmente el de Nicolás Maduro, podría ser calificado de populista, sin que necesariamente exista un vínculo entre populismo y socialismo. Esta falencia es patente en las aproximaciones económicas las cuales, al concentrarse en las políticas económicas expansionistas y redistributivas, como componentes fundamentales del populismo, excluyen actores populistas que no operan bajo estas directrices, como podría ser el caso del presidente Álvaro Uribe Vélez. Para redundar en ejemplos, baste señalar que los *outsiders*, habitualmente asociados al populismo, tampoco aportarían a una definición simplemente porque no todo populista es un *outsider*, ni viceversa.

La presente tesis asume el populismo como discurso desde los planteamientos de Ernesto Laclau, desarrollados en *La razón populista* y *populismo: ¿qué nos dice el nombre?*, por tal motivo la descripción detallada de este enfoque se postergará para el

primer capítulo. Se dirá por ahora que entre los demás enfoques el discurso es el más reciente de ellos, el de mayor abstracción y acentuado énfasis generalizante. Bebe de las fuentes del neomarxismo, y recupera categorías como hegemonía, bloque de poder o antagonismo. Su diferencia fundamental con respecto al marxismo tradicional es que no parte de los contenidos deducibles de forma empírico-histórica para definir el populismo; más bien aumenta los niveles de abstracción encontrando en el antagonismo, o dicotomía pueblo vs bloque de poder, el lugar epistémico básico.

Basta, por el momento, tener presente la definición de Mudde y Kaltwasser, para quienes: “(El populismo) es entendido como una particular lógica política, (...) caracterizada por la confrontación de la hegemonía existente por medio de una construcción discursiva capaz de dividir lo social en dos campos, llamados “el bloque de poder” versus “el pueblo””(Mudde y Kaltwasser,2012:p.6).

En busca de la esencia del populismo

Al iniciar este trabajo se subrayó el carácter elusivo y ambiguo del populismo. Dado que se considera un término relevante y útil, es necesario perfilar las mejores alternativas analíticas para enfrentarlo sin naufragar en sus diversas ramificaciones, en sus manifestaciones políticas, económicas, organizativas o discursivas. La ausencia de una definición capaz de granjearse el respaldo por parte de los académicos, desemboca en la eclosión de definiciones *ad-hoc* según la intención de los investigadores que, a la larga, generan confusión en el campo.

No obstante lo anterior, y siguiendo a Marco Palacio, se considera que desde las perspectivas tanto teórica como empírica hay grandes avances con respecto a la literatura de hace treinta o cuarenta años (Palacio,2011:p.20). Los trabajos de Laclau, en el discurso, así como los de Mudde y Kaltwasser, en perspectiva comparada, se destacan por sus avances hacia una teoría general.

La definición minimalista como punto de partida

La cuestión del neopopulismo refleja los inconvenientes en la conceptualización del propio populismo. Mudde y Kaltwalser (2012) explican cómo el populismo adolece, en términos epistemológicos, de problemas de volatilidad y expansión conceptual. La volatilidad se refiere a una definición en la cual entran muchos casos que en realidad no pertenecen a la categoría; en el segundo, la expansión, sucede lo contrario, es decir, la definición no es capaz de incluir casos que deberían estar. Esto se vincula con el dilema extensión-intensidad planteado por Sartori. Una categoría puede tener rasgos definitorios puntuales compartidos por todos los casos, cuando se adapta para incluir nuevos casos pierde intensidad ganando en extensión. Entonces, ¿cómo aprehender el significado del populismo?

Siguiendo a Mudde y Kaltwalser, existen dos formas de enfrentar el dilema de Sartori: a partir de la categorización radial o a través de la categorización clásica. La categorización radial establece algunas características que, si bien no son compartidas por todos los casos, permiten incluirlos bajo la misma definición (Collier y Mahon,1993:p.848).

Este sería el caso de Peter Wiles con sus 24 características o la tipología construida por Orlando Santamaría, por eso no extraña que ambos adviertan la ausencia de tipos puros (Santamaría,2002:p.43). También la propuesta de Roberts se considera un buen ejemplo de categorización radial¹.

La categorización clásica, por el contrario, “postula que los atributos definitorios de un concepto deben ser vistos como un criterio necesario y suficiente; esto significa que todos los “miembros de la familia” deben compartir todas las variables definitorias” (Mudde y Kaltwasser,2012:p.6). De este modo, la categorización clásica aplicada al populismo, tendería a generar consenso en torno a uno o dos aspectos transversales a la experiencia populista indistintamente del contexto, los actores y las formas organizativas.

En resumen, el enfoque de la transición, el histórico estructural, y el económico presentan dificultades para definir, y por ende abordar satisfactoriamente el populismo por: a). caracterizar el populismo desde sus manifestaciones ideológicas, políticas, organizativas etc., lo que genera b) la construcción de una definición radial deficitaria. Esto explicaría por qué es tan fácil caer en tipologías inútiles o extensos listados de propiedades del populismo que, a la larga, no permiten mayor entendimiento del fenómeno. Las manifestaciones del populismo son variadas, y su dispersión geográfica dilatada, su historia, plétora de ejemplos, puede llevar al académico al extravío e incompreensión.

¹ Los cinco rasgos distintivos del populismo que propone Roberts son: “1. Un patrón personalista y paternalista aunque no necesariamente carismático de líder político. 2. Una coalición política policlasista, heterogénea concentrada en los sectores subalternos de la sociedad. 3. Un proceso de movilización política de arriba hacia abajo, que pasa por alto las formas institucionalizadas de mediación o subordina a vínculos más directos entre el líder y las masas. 4. Una ideología amorfa o ecléctica caracterizada por un discurso que exalta los sectores subalternos o es antielitista y/o *antiestablishment*. 5. Un proyecto económico que utiliza métodos redistributivos o clientelistas ampliamente difundidos con el fin de crear una base material para el apoyo del sector popular” (Márquez y Pastrana, et al,2012:p35).

Mudde y Kaltwaiser(2012) proponen la siguiente definición de populismo, apelando a la categorización clásica: “(...) es una ideología que considera que la sociedad está en última instancia separada en dos grupos homogéneos y antagónicos, el “pueblo puro” y la “élite corrupta”, así como también establece que las políticas deben ser una expresión de la voluntad general”(p.6). La propuesta de estos autores tiene varias ventajas. En primer lugar, supera la cuestión de si el actor populista es el jefe de Estado, las élites, la clase obrera, un movimiento, un partido, o los intelectuales; simplemente es una ideología a ser adoptada por cualquier actor. En segundo lugar, al no dar contenido a la ideología populista en un espectro de izquierda a derecha, soslaya una discusión poco productiva y permite incluir una gran cantidad de casos.

En el uso vulgar y corriente, el populismo suele funcionar como un adjetivo para descalificar rivales según el tinte ideológico. Dussel señala que el populismo es a veces utilizado como un “epíteto (...) que se usa para denigrar a los oponentes del Consenso de Washington, el neoliberalismo, y que se refiere a gobiernos latinoamericanos neonacionalistas, populares, de protección de la riqueza nacional, presentes desde finales del siglo XX” (Márquez y Pastrana, et al,2012:p35). Lo anterior muestra la denigración de los proyectos de izquierda por parte de la derecha a partir del populismo, aunque también sucede lo contrario. Guillermo Pereyra, en una crítica a Laclau, afirma que a pesar de la existencia de populismos de izquierda y de derecha, el único legítimo será el primero, pues “el pueblo es constitutivamente un sujeto de izquierda” (Pereyra,2012:p.20). Frente a esto Laclau responde que

el populismo es una categoría ontológica no óptica –es decir, su significado no debe hallarse en ningún contenido político o ideológico que entraría en la descripción de las prácticas de cualquier grupo específico, sino en un determinado *modo de articulación* de esos contenidos sociales, políticos e ideológicos, cuales quiera ellos sean- (Panizza,2009:p.53).

La definición minimalista de Mudde y Kaltwalser se acerca a las concepciones de populismo como discurso, estilo o estrategia política en términos de contenido. Laclau(2005 y 2009), por el contrario define el populismo como una lógica política que articula lo político-social desde la confrontación entre el “bloque de poder” y “el pueblo”, los cuales a su vez funcionan como significantes vacíos. Se evidencia que en ambas aproximaciones el antagonismo se convierte en el punto nodal, de suerte que esta dicotomía, tome los caracteres que quiera, se concibe como la esencia del populismo. La noción de populismo de Laclau es la que adopta la presente tesis.

El populismo en Colombia

Colombia, como refiere Pécaut (2013), no posee una historia pródiga en fenómenos populistas, aun cuando los elementos populistas no han estado ausentes de la vida política nacional. El populismo concebido como fenómeno disruptivo contrasta con la consabida institucionalidad colombiana, donde las dictaduras han brillado por su ausencia. Tal vez el único gobierno autodenominado revolucionario sea el de Alfonso López Pumarejo (1934-1938), pero su talante no podría considerarse cabalmente populista, debido a que además de la reforma agraria, no se dieron grandes cambios institucionales en su período, no tuvo una

gran movilidad social en contraste con líderes de ese talante en otros países y no buscó perpetrarse en el poder. Pese a ello se ha convertido en uno de los políticos mejor recordados del siglo pasado.

Los académicos identifican principalmente tres experiencias populistas en Colombia: la movilización de Jorge Eliécer Gaitán (1945-1948); la constitución de la ANAPO del general Gustavo Rojas Pinilla (1961), y los gobiernos de Álvaro Uribe Vélez (2002-2010). De estos casos solo el último alcanzaría un periodo de gobierno continuo y sin interrupciones. Aunque algunos intentarían analizar el gobierno de Álvaro Uribe como un caso de neopopulismo (Dugas,2006) (Galindo,2007) (De la Torre,2005), en este momento no se considera relevante discernir entre neopopulismo y populismo. El factor común que permitiría hablar de estos tres momentos como experiencias populistas, más allá de sus diferencias palmarias, es el amplio apoyo popular que lograron granjearse en sus respectivos momentos.

Es necesario resaltar al menos tres características del populismo en Colombia. En primera instancia, se encuentra la intención de llegar al poder al margen de los partidos tradicionales. Trátese de la UNIR (Unión Nacional Izquierdista Revolucionaria) de Gaitán, de la ANAPO de Gustavo Rojas Pinilla, o de Primero Colombia o el Partido de la U, crear una agrupación al margen de los partidos tradicionales resulta ser algo redituable al menos en dos sentidos: primero, el líder (caudillo) marca una diferencia clara con el sistema, y de esta forma acentúa la dicotomía; segundo, puede disponer de un caudal electoral muy grande compuesto por aquellos desencantados de los partidos tradicionales, quienes esperan un líder independiente que supere la corrupción y politiquería que se les indilga a liberales y conservadores.

Adicionalmente, ideológicamente el populismo en Colombia tenderá a ser ecléctico, e incorpora elementos de izquierda o de derecha, liberales o conservadores. El líder populista siempre tratará de identificarse con el pueblo de alguna manera, no necesariamente desde la retórica socialista revolucionaria. Para ilustrar lo anterior baste la siguiente frase de Uribe en su discurso de posesión de 2002:

Provengo de una montaña que me enseñó a quererla a ella para querer intensamente a Colombia toda. Los míos del cielo, agricultores casi todos, me emplazan como vigías de la Patria. Desde allá me acompañan mi madre con su bondad y mi padre con su energía, para cumplir este deber con afecto, con superior afecto por mis conciudadanos. La esposa y dos estudiantes constituyen mi dulce retaguardia. (Semana 7 de agosto de 2002)

En tercer lugar, los temas relacionados con la violencia, la paz, o la seguridad serán cruciales para cualquier proyecto populista en Colombia. Gaitán culpó de la violencia a la oligarquía, Rojas llegó al poder con su retórica de unidad con el objetivo de erradicar la violencia, y Uribe, al contrario, prometió combatir el narcoterrorismo con “mano dura”. Más que las promesas relativas a la redistribución, o a algún tipo de revolución social, las propuestas para solucionar la violencia son las que les han permitido a los líderes populistas obtener el apoyo de las masas.

La elección presidencial en Colombia

La presente investigación se propone analizar las estrategias populistas empleadas por los candidatos para las presidenciales colombianas de 2014. Se asume como premisa básica

que el populismo actúa en forma de discurso movilizador, cuya lógica implica la construcción de una perspectiva dicotómica de la realidad, la cual identifica positivamente a las mayorías, frente un enemigo que encarna valores y prácticas negativas. Tal discurso, se sostiene en este trabajo, tiene su cénit en las elecciones presidenciales, las cuales revisten la mayor relevancia en América Latina en contraste con las elecciones congresionales.

Aunque Laclau reconoce “que los discursos basados en esta lógica articuladora pueden comenzar en cualquier lugar de la estructura socioinstitucional: organizaciones políticas clientelistas, partidos políticos establecidos, el Ejército, movimientos revolucionarios, etc.”(Panizza,2009:p.65), la presente investigación se concentra primordialmente en los candidatos y su discurso, descartando los partidos u otros tipos de colectividades.

La preminencia histórica del ejecutivo frente al legislativo (Márquez y Pastrana, et al,2012:p317) y en particular la figura del presidente, capaz de eclipsar otras instancias de representación en los Estados latinoamericanos, ha sido importante razón para decidir investigar este proceso electoral. Aunque no se aborda el populismo centrado exclusivamente en el líder, focalizar en los candidatos más que en los partidos se justifica por la tradicional debilidad partidista en América Latina. A la luz de estas consideraciones resulta mucho más interesante analizar las elecciones presidenciales que, por ejemplo, las de congreso, anotando también que las presidenciales tienen un mayor componente de opinión, comparado con las estructuras y liderazgos locales tan relevantes en senado y cámara.

Las elecciones presidenciales de 2014 en Colombia no solo son interesantes como

objeto de estudio por el componente fuerte de opinión comparada con las congresionales, sino por la coyuntura misma del proceso de paz. La posibilidad de terminar la violencia que inveteradamente se ha presentado en el país genera cierta efervescencia de opinión y obliga a los candidatos a situarse en uno u otro bando. El proceso de paz radicalizaría el populismo presente en las campañas, en el sentido de hacer más evidente la frontera antagónica que separa a los candidatos.

Además de lo anterior, las elecciones representaron la contienda entre dos polos movilizadores de opinión considerables, como lo son el expresidente Uribe y el presidente Santos. Aunque hasta hace unos años eran aliados políticos, el cisma que se generó durante el periodo 2010-2014, encontró en estas elecciones su prueba más importante por la forma como se posicionó la opinión pública frente a ambos proyectos. Una vez más el populismo encontró un terreno ideal, los candidatos provenientes de un mismo sector político en virtud de su mismo parecido trataron de radicalizar las diferencias: Santos será calificado de traidor, mientras a Zuluaga se le endilgó el título de candidato de la guerra.

El análisis de los candidatos se llevó a cabo a partir de las estrategias populistas empleadas en la contienda electoral. Esta categoría, fundamental para la investigación, se conceptualiza a partir de los planteamientos de Laclau para quien los pilares del populismo son la frontera dicotómica, la cadena equivalencial y los significantes vacíos (Laclau,2005:p.157) (Panizza,2009:p.64). Estos pilares se relacionan entre sí de manera compleja. En el primer capítulo se explicará cual es el papel de cada uno y cómo conjuntamente pueden constituir la experiencia populista.

La apuesta de este esfuerzo académico es interpretar estos pilares en clave

estratégica: los candidatos pueden a) optar por radicalizar su visión dicotómica de la realidad, mientras tratarían de b) esforzarse por cooptar determinados significantes vacíos, al tiempo que procurarían c) consolidar una demanda que aglutine exitosamente las diversas demandas sociales. Todo por supuesto con la intención de movilizar electores y así alcanzar su objetivo. Puesto que “cada elemento discursivo está sometido a la presión estructural de intentos de articulación contradictorios” (Panizza,2009:p.64), las estrategias populistas competirán entre sí.

Puede que no toda campaña se haya desarrollado en términos de estrategia populista; sin embargo, dilucidar esto solo es posible después de analizar el discurso electoral de los candidatos. Se conjetura, a manera de hipótesis, que profundizar las estrategias populistas puede determinar la victoria de un candidato. En otras palabras, la presente investigación considera las estrategias populistas como un concepto clave en el análisis de la contienda electoral.

En este punto la tesis se concentra en responder a la pregunta ¿cómo se emplearon las estrategias populistas en las elecciones presidenciales de 2014?

El rumbo del presente trabajo no solo se justifica por la importancia de analizar las elecciones presidenciales, o por las ventajas teóricas que ofrece la teoría de Laclau frente a otras aproximaciones del populismo; hay consideraciones adicionales, de hecho, varios académicos han afirmado “que toda política es populista, y que, finalmente, las tendencias democráticas se reconocen por el mayor o menor grado de populismo en su promoción (...)” (Chaparro,2009:p301).

Ernesto Laclau diría que

un movimiento (...) va a ser más o menos populista dependiendo del grado en que sus contenidos son articulados por lógicas equivalenciales. Esto significa que ningún movimiento político va a estar completamente exento de populismo, porque ninguno va a dejar de interpelar hasta cierto punto al “pueblo” contra un enemigo, mediante la construcción de una frontera social (Panizza,2009:p.64).

De acuerdo con el planteamiento anterior, la presente tesis se concentra en un tema radicalmente político, incardinado en la distinción clásica propuesta por Carl Schmitt de amigo-enemigo.

Al margen de estas afirmaciones, el presente proyecto investigativo se nutre también de trabajos similares que indagan el tema del populismo en elecciones presidenciales, como el de Kathleen Bruhn (Mudde y Kaltwasser,2012). Esta autora analiza la oratoria populista de Andrés Manuel López Obrador durante la campaña presidencial del 2006. En su estudio, dilucida la visión dicotómica que profundizó López Obrador cuando apelaba al “pueblo puro” frente a las “élites corruptas” (Mudde y Kaltwasser,2012:p.91). No obstante, el marco teórico y la finalidad de su investigación son diferentes, ya que el énfasis recae en analizar las implicaciones del populismo para una democracia no consolidada como la mexicana. Aunque se analizan tópicos recurrentes en la oratoria de López Obrador, como interesa ahora con los candidatos presidenciales, enfocar esta tesis desde las estrategias populistas es un aspecto diferenciador.

En otros ámbitos se ha desarrollado un grupo de monografías que analizan el populismo teniendo en cuenta la teoría de Laclau (Carrillo,2010) (Rodríguez,2010) (Fierro,2011), pero el presente trabajo se distancia de estos casos. Interpretar los pilares del populismo como estrategias electorales es un acercamiento que no se encuentra en otros

estudios. Aquí se parte del discurso específicamente en el ámbito electoral; no interesan las manifestaciones del populismo en el ejercicio gubernamental.

En cierto sentido la tesis apunta en la misma dirección del estudio de Enrique Patriau (2012), *¡El populismo en campaña! Discursos televisivos en candidatos presidenciales de la Región Andina (2005-2006)*. El contraste, sin embargo, es que aquí no se considera fundamental (aunque en ocasiones puede enriquecer el análisis) incluir elementos sustantivos (ideológicos, políticos, organizativos o económicos) a la hora de analizar el populismo. El propio Laclau es enfático al afirmar que su concepto de populismo es “estrictamente formal” (Panizza,2009:p.65), de tal suerte que no se entiende cómo Patriau afirma que la extracción popular o humilde del líder populista es una dimensión fundamental del populismo. Asumir adecuadamente al populismo como discurso desde los postulados de Laclau, requiere colocar el foco en las formas de articulación política más que en los contenidos articulados como tal.

En síntesis, la tesis se estructura de la siguiente manera:

- Primer Capítulo: Laclau y el populismo como discurso
- Segundo Capítulo: Colombia para las presidenciales de 2014, los candidatos presidenciales y su trayectoria política
- Tercer Capítulo: antagonismo, demandas y significantes vacíos en el discurso electoral

Metodología

Marsh y Stoker (1997) identifican el análisis del discurso como un enfoque de la ciencia política. En sentido lato, este enfoque “analiza de qué manera los sistemas de significado o discursos configuran la comprensión que las personas tienen de sus propios roles sociales y cómo influyen en sus actividades políticas” (p.125). Las elecciones, desde esta aproximación, son el escenario ideal para indagar por la capacidad de los discursos a la hora de desencadenar determinadas acciones políticas. A pesar de tener este escenario, no se pueden olvidar múltiples factores extra-discursivos que también inciden en el comportamiento electoral de la población.

El análisis del discurso está asociado con metodologías cualitativas, que indagan sobre diferentes modalidades de discurso oral y escrito. Los métodos utilizados pueden ser muy flexibles, analizando las estructuras y estrategias, la semántica, la sintaxis, intencionalidad etc. Cortés y Camacho (2003) identifican como objetivos del analista los siguientes:

- a) Descubrir aquellos mecanismos que hacen que nuestros discursos sean coherentes textualmente y respecto a la situación: cambio de destinatario, marcadores de discurso (...), repeticiones léxicas, recursos kinésicos, etc.
- b) Revelar los mecanismos cognitivos que mantienen la comunicación, la comprensión y la interacción; es decir, el estudioso se debe ocupar de los diversos procedimientos que seguimos los hablantes a la hora de seleccionar la información, formularla y expresarla o, por el contrario, de asumir que es conocimiento sabido y compartido, que se da por sentado y que no hay que emplear.
- c) Determinar la proyección socioafectiva de las palabras. Es decir, el estudioso, por un lado, habrá de rastrear cómo a través de recursos lingüísticos o estrategias discursivas se muestra en el discurso la presencia del hablante – sus intenciones, objetivos, etc.-; por otro, tendrá que revelar cuáles son las implicaciones sociales de este proceso.

- d) Especificar qué utilidad pueden tener estos trabajos en el desarrollo de las competencias lingüístico-discursivas y, más ampliamente, en la formación del ciudadano en general. (p.64-65)

El objetivo principal de este trabajo se encuentra en el punto C, de modo que se trata de evidenciar cómo a través del discurso los candidatos implementan estrategias populistas con el fin de movilizar electores. Cuáles son los significantes que utilizan para denostar de sus adversarios, para identificarse con determinados grupos sociales y para proyectar una imagen positiva. En esta labor se revisarán primordialmente las entrevistas que hicieron los candidatos en época de campaña electoral.

En este sentido, el diseño metodológico o metodología que se ha seguido en esta investigación, responde a la necesidad de “convergencia o fusión de los enfoques de investigación cuantitativo y cualitativo” (Hernández, et al., 2003). La finalidad de un enfoque cuantitativo es buscar reportar los hechos de la realidad que se puedan explicar y predecir, así las cosas, el candidato toma las demandas sociales que se encuentran en la realidad, priorizando unos significantes para construir su discurso político. Mientras que el enfoque cualitativo permite entender el contexto de vista del actor social, es decir, toma como insumo lo arrojado por la frecuencia de uso de los significantes para llegar al análisis del discurso (Pajares, 2004). Este proceso es conocido como enfoque multimodal, el cual nos permite obtener los mejores resultados de la investigación.

Operacionalizar la teoría de Ernesto Laclau, implicó la materialización de tres significantes, a saber; receptor positivo, contraparte negativa y demanda hegemónica, los cuales consolidan la ecuación que nos permite medir el Índice de Estrategias Populistas, es decir, el grado de populismo del discurso. El uso de esta ecuación nos arroja datos

cuantificables, para Avila Baray (2006), operacionalizar significa “definir las variables para que sean medibles y manejables. Un investigador necesita traducir los conceptos (variables) a hechos observables para lograr su medición. Las definiciones señalan las operaciones que se tienen que realizar para medir la variable, de forma tal, que sean susceptibles de observación y cuantificación”

En el caso concreto de los significantes vacíos, demanda hegemónica y antagonismo (receptor positivo y contraparte negativa), se utilizará el software libre AntConc desarrollado por Laurence Anthony, quien fuera premiado en el 2012 por el desarrollo de este programa. Las ventajas de esta herramienta son varias: primero, permite analizar el contenido de grandes corpus de información de formas que serían imposibles desde una revisión visual; segundo, facilita la comparación de corpus distintos, lo cual es sumamente útil para el investigador social cuya prioridad es comparar discursos; tercero, arroja información sobre los textos susceptible de ser procesada estadísticamente, con lo cual se tiene la posibilidad de utilizar otra técnica de investigación; cuarto, se puede indagar por las relaciones entre ideas de forma precisa, pues el programa genera información sobre la proximidad de los significantes.

Dicho esto, el software para análisis de contenido permite obtener la recurrencia de los significantes y la relación entre ellos. Se utilizó para establecer la presencia de tres tipos de significantes: El receptor positivo, la contraparte negativa y la demanda hegemónica. Los dos primeros constituyen las partes del antagonismo, y para identificar un candidato como populista, según la propuesta de Laclau, deben ser claros en su discurso los elementos del antagonismo. La demanda hegemónica es otro elemento clave del populismo, por medio del programa AntConc se detectaron los significantes que cada candidato utilizó

para denotar su demanda hegemónica, si existe dentro del discurso, es decir, si se logra encontrar esta categoría en los significantes utilizados por el candidato en la configuración de su discurso.

Aunado a lo anterior, se analizaron otros significantes relevantes como la seguridad, la corrupción, la salud, la educación y el empleo. Gracias al uso de AntConc fue posible comparar el lugar que ocupa cada significante en el discurso de los candidatos, y así analizar sus estrategias electorales. La herramienta no solo permite visualizar los significantes privilegiados sino también evidencia las omisiones y ocultamientos, aspecto igualmente relevante para entender las estrategias electorales de cada candidato. Los significantes analizados constituyen temas prioritarios para el país, sin embargo la forma como son abordados por cada candidato diverge radicalmente, y en el capítulo tres se darán algunas explicaciones tentativas al respecto.

PRIMER CAPÍTULO: LA CLAU Y EL POPULISMO COMO DISCURSO

La teoría de Laclau asume al populismo como discurso y en esa dirección no le atribuye un contenido específico; se trata de una aproximación formal. Esto la diferencia de otros enfoques, como también la distancia de la interpretación peyorativa del populismo, teniendo en cuenta que una denigración *a priori* del fenómeno no permitiría captar su esencia. Se señalaron como pilares la frontera dicotómica, la cadena equivalencial y los significantes vacíos, pero es necesario caracterizarlos, establecer su origen y sus relaciones.

La demanda como unidad mínima

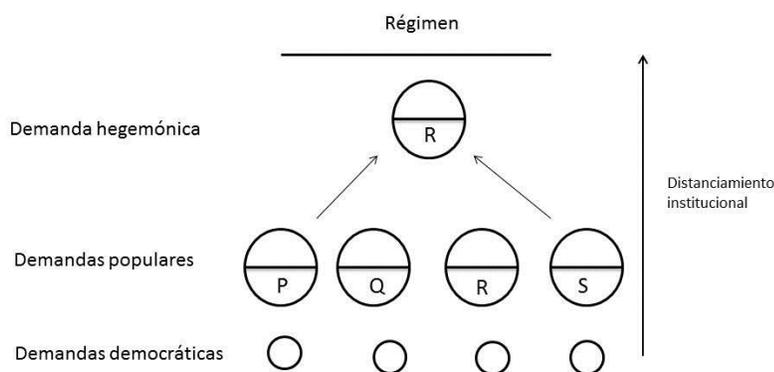
El populismo busca la unidad del grupo. A pesar de su inherente heterogeneidad, existe una pugna constante entre la lógica de la equivalencia y la lógica de la diferencia. En palabras de Laclau (2005),

tenemos dos formas de construcción de lo social: o bien mediante la afirmación de la particularidad, (...) cuyos únicos lazos con otras particularidades son de una naturaleza diferencial, (...) o bien mediante una claudicación parcial de la particularidad, destacando lo que todas las particularidades tienen, equivalentemente, en común (p.103-104).

Estas dos lógicas de construcción de lo social, la diferencia y la equivalencia, determinan el surgimiento del populismo de acuerdo con el comportamiento de las demandas sociales. Las demandas sociales son la unidad básica del análisis de Laclau, tales demandas confrontan al sistema institucional el cual puede responder a ellas, caso en el

cual serán incorporadas, o también podría ignorarlas. En esta primera instancia las demandas se encuentran aisladas, por eso Laclau las denomina “demandas democráticas”, independientemente de si están satisfechas o no (Laclau,2005:p.103-104).

Las demandas democráticas, al no ser satisfechas por el establecimiento, comienzan a unirse entre ellas por medio de un sentimiento de solidaridad. De este modo, se produce una relación equivalencial entre estas demandas al compartir el rechazo hacia el sistema institucional incapaz de satisfacerlas. No obstante, esta cadena equivalencial no constituye el populismo como tal, debe erigirse una demanda hegemónica capaz de encarnar todas las otras demandas frente al Estado opresor. Esta demanda será un significante tendencialmente vacío. El siguiente diagrama explica este proceso.



Elaboración propia con base en el diagrama de Laclau (2005:p.164)

Existe un paso en el que las demandas democráticas se convierten en demandas populares a medida que crece el sentimiento de solidaridad, por la insatisfacción que comparten hacia el régimen. Nótese que al convertirse en demandas populares, es decir, al

consolidarse una relación equivalencial entre ellas, las demandas conservan sus contenidos P,Q,R, y S, su carácter diferencial. Sin embargo, la mitad superior representa la equivalencia en tanto todas rechazan al régimen. El sistema institucional, en la medida que no responde a las demandas, se aleja paulatinamente de ellas, al punto de que surge una frontera antagónica dentro de la sociedad.

Es necesario anotar que equivalencia y diferencia no son dos lógicas que se excluyen de forma radical, hasta el triunfo de alguna. Un Estado no lograría enfrentar cada demanda diferencialmente, esto es, logrando su satisfacción individual impidiendo el surgimiento de la relación equivalencial, de manera que siempre existirían demandas insatisfechas que guardan el germen de la equivalencia. Además, la satisfacción de algunas demandas crea automáticamente facciones prorrégimen que, naturalmente, tratarán de constituir su propia visión dicotómica de la realidad. Desde la otra cara, la equivalencia absoluta es imposible, por la irreductible variedad de contenidos en las demandas. En otras palabras, el triunfo de la equivalencia constituiría su propia imposibilidad, de suerte “que la diferencia continua operando dentro de la equivalencia, tanto como su fundamento como en una relación de tensión con ella” (Laclau,2005:p.105).

Para completar este punto bastaría señalar que no existe necesariamente una sola cadena equivalencial, sino que las demandas están sometidas a presión constante para ser subsumidas por cadenas equivalenciales antagónicas. Podrían identificarse sectores prorrégimen contra sectores subalternos que tratan de cooptar una demanda relativa a la pobreza. En este ejemplo, los subalternos podrían establecer un discurso que acuse a las élites de monopolizar las riquezas y los puestos de poder, de manera que la pobreza se adhiere a una cadena equivalencial específicamente anti-elitista. Desde una perspectiva

prorrégimen, la demanda pobreza puede ser subsumida bajo un discurso de seguridad en el cual se argumenta que al aumentar la presencia militar deben crearse condiciones económicas favorables para la inversión y, por ende, combatir la pobreza. Aquí se evidencia cómo una demanda sufre la presión de diferentes cadenas equivalenciales que tratan de incorporarla. En nuestro caso de estudio este proceso será de gran interés.

Construcción del pueblo y de la frontera antagónica

El pueblo comienza a surgir justo cuando se presenta una relación equivalencial entre demandas que se contraponen al régimen. Sin embargo, con el término pueblo no se refiere Laclau a una entidad objetiva, su planteamiento reposa en que “el discurso constituye el terreno primario de constitución de la objetividad como tal”(Laclau,2005:p.105). El estudio de esta perspectiva no debería perder de vista esto, porque la tentación de homologar pueblo con clase obrera, o clases subalternas es grande.

Para perfilar este concepto deberíamos decir que “no existe un actor social cuya voluntad coincida con el propio funcionamiento de la sociedad concebida como totalidad” (Panizza,2009:p.65). La visión del marxismo clásico, para el que todas las demandas sociales se resuelven en el movimiento proletario, para alcanzar una sociedad sin contradicciones, se considera reduccionista. Queda sentado que al no existir una entidad objetiva denominada pueblo, la construcción de éste resulta más que nada retórica.

El pueblo es un término figurativo, no literal, y en ese sentido “la construcción

política del pueblo es esencialmente catacrética” (Laclau,2005:p.105). Con esto lo único que se quiere señalar es que el pueblo, o el significante que haga sus veces de, nunca podrá ser remplazado por un concepto literal, en tanto la realidad a que alude es construida. En esta dirección, el pueblo comienza a surgir con la cadena equivalencial, cuando las demandas se solidarizan unas con otras por el hecho de contraponerse al régimen.

El antagonismo deviene de la incapacidad de completarse la armonía de lo social, cuando el establecimiento no satisface las demandas; sin embargo, viéndolo en perspectiva, la contraparte antagónica no podría formar parte de lo social, por lo menos legítimamente. Es aquí cuando una parte de la totalidad se concibe como la totalidad misma, se presenta una ruptura radical donde el régimen no puede formar parte del pueblo. En este surgimiento del pueblo, a medida que emana la identidad popular, las demandas ven debilitado su contenido, mucho más preciso, por supuesto, cuando eran demandas democráticas aisladas. Se dirá así que en esta mutación que constituye el cambio de demandas democráticas a populares, (en otros términos, el paso de la simple solidaridad a la identidad popular) los contenidos específicos de las demandas se tornarán difusos, justamente por la necesidad de integrarse en una cadena equivalencial más dilatada. Además, tales contenidos tendrán que alterarse para cumplir un rol estratégico dentro de la cadena, de suerte que perderán autonomía(Laclau,2005:p.163).

En la práctica, significa que cuando surge el pueblo los contenidos precisos de las demandas que le dieron origen serán bastante precarios; de ahí la necesidad de una demanda hegemónica que logre condensar la riqueza sustantiva de la cadena equivalencia. Esta demanda hegemónica, no obstante, será un significante vacío, como también serán vacíos el pueblo y el bloque de poder. En el siguiente apartado, se profundizará cómo un

significante indicado se convierte en demanda hegemónica.

Significantes vacíos y flotantes

Antes de hablar de significantes vacíos y flotantes, se debe entender que la hegemonía es la “operación por la que una particularidad asume una significación universal” (Laclau,2005:p.95). La consecuencia lógica del proceso que describimos a partir de las demandas y el surgimiento del pueblo, es que las dos partes de la dicotomía deben ser nominadas, por lo tanto, se le debe dar un significante a cada una de las partes. Esta nominación, entonces, se lleva a cabo a través de significantes vacíos.

“Un significante vacío es, en el sentido estricto del término, un significante sin significado” (Laclau,1996:p.69), esta contradicción no implicaría necesariamente que el significante no contiene absolutamente nada. Lo que sucede es que el significante vacío alude a un objeto imposible, la demanda que representa a todas las demás demandas es, justamente, el ejemplo de una imposibilidad que, sin embargo, sucede. Estos significantes vacíos son bicéfalos: por un lado, contienen las demandas que se contraponen a un régimen (el objeto imposible), por otro se encuentra el elemento equivalencial en cuanto oposición al sistema (Laclau,1996:p.69).

En la práctica estos significantes son considerablemente ambiguos; sin embargo esto no es una falencia sino una característica y, tal vez, su mayor virtud. La oligarquía, el imperialismo, “los de arriba”, la élite, todas son palabras que en los discursos populistas

sirven para demonizar un sector que en la práctica resulta difuso. En sentido análogo, el pueblo, la patria, los más necesitados, los trabajadores etc., son vocablos que configuran una contraparte sumamente heterogénea e indeterminada. La identidad y estructura de los dos polos, pueblo/poder, siempre están abiertas a la polémica y redefinición (Panizza,2009:p.65).

Ahora bien, ¿cómo podemos diferenciar los significantes vacíos de los flotantes? El elemento distintivo de los significantes vacíos es la frontera antagónica, estos significantes profundizan y concretan la ruptura. En los significantes flotantes se evidencia más bien el carácter ambiguo de la frontera: “una vez que una demanda está sometida a los intentos articularios de una pluralidad de proyectos antagónicos, ella aparece como viviendo en una tierra de nadie con respecto a estos últimos y adquiere una autonomía parcial y transitoria” (Panizza,2009:p.63). Sin querer adelantar contenido del tercer capítulo, se puede mencionar la corrupción como una demanda que quiere ser apropiada por todos los candidatos presidenciales, y así se convierte en un significante flotante. Dada la dificultad para distinguir entre estos dos tipos de significantes en la tesis, debido a que se toma el discurso dado por el candidato, y no se hace un análisis de las demandas democráticas o significantes flotantes que fueron privilegiados por el candidato, solo se aludirá a los significantes vacíos.

Estrategias populistas

Esta investigación no es la primera en hablar de estrategias populistas desde la óptica de

Laclau. El estudio de Pastrana y Vera, *La estrategia populista en la política exterior: las relaciones colombo-venezolanas en la era Uribe-Chávez*, también alude al término. Dichos autores aseveran que “el populismo es una estrategia política mediante la cual la cabeza del Ejecutivo pretende acaparar el conjunto del Estado y de la sociedad mediante la aplicación de estrategias populistas” (Márquez y Pastrana, et al,2012:p316). Esta propuesta no será de mucha utilidad ahora, dado su énfasis en el populismo durante el gobierno, mientras nuestro objeto es la dinámica electoral.

Las estrategias populistas se entenderán como aquellas modalidades discursivas que intentan movilizar a la población a partir de una visión dicotómica de la realidad social y el uso de significantes vacíos. Se pueden deducir varias cosas de esta definición: primero, los elementos centrales de la propuesta son la visión dicotómica, las cadenas equivalenciales y los significantes vacíos; segundo, si bien todos los discursos políticos deben tener elementos populistas en algún grado, mientras sea mayor el uso de estas estrategias, mayor será el populismo del discurso.

Las estrategias populistas se dividen de la siguiente manera:

1. Constitución y radicalización de la visión dicotómica.
2. Establecimiento de cadenas equivalenciales.
3. Significantes vacíos y demandas hegemónicas.

Aunque los tres pilares están íntimamente relacionados, conviene establecer puntos de diferencia entre ellos con el fin de analizar más claramente los discursos de los candidatos. Se ha dicho, por ejemplo, que al nominar las partes antagónicas se recurre a significantes vacíos, entonces surge la pregunta sobre el lugar analítico de palabras como

elite, políticos tradicionales, enemigos de la paz etc. Se considera aquí que toda alusión a la frontera dicotómica hará parte de la estrategia 1, independientemente del uso de significantes vacíos.

La segunda estrategia, establecimiento de cadenas equivalenciales, tiene que ver con la forma como los candidatos conectan las distintas demandas para movilizar electores. La idea de cada uno de los contendores es crear una visión inteligible de la realidad, en la cual los diferentes problemas se relacionan unos con otros, a tal punto que debe existir una solución subyacente a la mayoría de ellos. Dicho esto se hace evidente que el análisis puede desarrollarse desde dos niveles relacionados entre sí: en un extremo, se encuentran las demandas de las personas, siguiendo la dinámica ya explicada al comienzo del capítulo, en el otro, los candidatos construyen, o articulan las demandas estratégicamente. En efecto, los candidatos extraen sus propuestas de las demandas operantes en el mundo social, pero también pueden privilegiar unas, ocultar otras, articularlas de diferentes formas, y hasta elaborar unas nuevas. La intención, por ende, no es sólo investigar cómo surgen las demandas y se articulan para engendrar una experiencia populista, sino observar la manera específica como son abordadas por los candidatos.

La tercera estrategia se enfoca en cómo los significantes vacíos se utilizan para configurar una demanda hegemónica. Nuevamente, la intención no es observar el surgimiento de esta demanda hegemónica en el mundo social, lo importante es cómo los candidatos intentan recrearla a partir de recursos retóricos. Una estrategia de este tipo puede llevarse a cabo de forma intencional o no, puede que el candidato vea la realidad de esa forma, y su discurso sea sincero, o puede que diga cosas únicamente enfocado en los réditos electorales, sin creer en ellas realmente. Cualquiera sea el caso, el interés del trabajo

no es develar la manipulación que efectúan los candidatos, o su compromiso con alguna ideología o programa. El interés es sobre todo formal, en cuanto a las características discursivas populistas permiten movilizar electores, no se intenta observar el surgimiento de determinadas demandas en el mundo social, sino el discurso dado por el candidato.

En suma, se deben recordar las preguntas que guían este esfuerzo académico para evidenciar cómo la apuesta teórica de este capítulo permitiría responderlas: a. ¿Cómo se emplean las estrategias populistas en las elecciones presidenciales del 2014? b. ¿Cuál es la incidencia de las estrategias populistas adoptadas en las campañas políticas?

Con respecto a la primera pregunta, los tres pilares de la teoría de Laclau fungirán como lentes que permitan evidenciar los caracteres principales de las estrategias populistas de cada candidato. En cuanto a la pregunta subsidiaria, se espera tratar de responderla al cotejar los resultados del análisis de contenido de los discursos con los resultados electorales. En este caso los resultados pueden coincidir, no coincidir o coincidir parcialmente.

Extractar la vida de los candidatos presentes en esta contienda sería una ardua tarea, a causa de esto solo cabe hacer una breve referencia de cada uno de ellos, señalando los rasgos más salientes de sus caracteres, de modo que se pueda establecer el vínculo entre populismo y discurso electoral en Colombia en las presidenciales de 2014.

En el próximo capítulo se darán puntadas sobre la situación del país, y se pasará revista de la trayectoria política y académica de los candidatos, ya que si bien el discurso político es creado sobre las demandas que yacen en la población en el momento de entrar a la contienda electoral, la formación ideológica y académica de cada uno de los aspirantes

juega un papel importante en la elaboración misma de ese discurso.

SEGUNDO CAPÍTULO: COLOMBIA PARA LAS PRESIDENCIALES DE 2014, LOS CANDIDATOS PRESIDENCIALES Y SU TRAYECTORIA POLÍTICA

Antes de analizar los discursos electorales es necesario realizar un esfuerzo doble: en primer lugar, ahondar en la situación del país para las elecciones presidenciales de 2014 y, en segundo, caracterizar a los cinco candidatos e indagar por su trayectoria política. Cada uno de ellos tiene rasgos ideológicos específicos por los cuales se adscriben a sus respectivos partidos, y en virtud de los cuales se alejan o se acercan a los demás candidatos. En una elección por mayoría absoluta, donde suele presentarse una segunda vuelta, los factores ideológicos desempeñan un rol importante a la hora de las alianzas, aunque también influyen las prebendas y otros factores clientelares. Este proceso de recomposición política ofrece el protagonismo a los candidatos perdedores que pueden ser capaces de inclinar la balanza. El presente capítulo procura mostrar, por un lado, la coyuntura específica del país en el momento de las elecciones y, segundo, la trayectoria de los candidatos para entender sus estrategias discursivas.

Colombia en 2014: una realidad ambigua y contradictoria

Hablar de un país en un tiempo concreto no es fácil. Es posible citar tasas de homicidios, de pobreza, de desempleo, pero estos datos solo son útiles en perspectiva comparada. En los medios de comunicación suele aludirse a datos brutos, o a tasas, pero si no se contrastan con momentos previos es imposible saber la situación particular del país, por lo cual un

10% de desempleo no dice mucho, si no se sabe qué hace 5 años esa cifra era de 20% o de 5%. Por tanto, el presente apartado pretende examinar la situación del país en contraste con las cifras disponibles del pasado, para develar la tendencia en cuestiones como secuestros, homicidios o crecimiento económico.

Entrando en materia, un buen indicador de la seguridad es la tasa de homicidios. En Colombia, en el año 2003 se presentaban 6301 homicidios (dato del primer trimestre de cada año) y durante la década hasta el 2014 descienden a 3334, lo que muestra una disminución de prácticamente el 50%. Sin embargo, de 2003 a 2010 la reducción fue de 6301 a 3772, por lo cual es claro que mientras en los gobiernos Uribe hubo una reducción de 2529 homicidios, en el primer gobierno Santos la reducción fue de 438 homicidios (Fundación País Libre, 2014:p.15) con respecto a los homicidios en 2014, en la época electoral los colombianos veían un descenso sostenido; sin embargo las acusaciones al presidente Santos sobre los retrocesos en seguridad parece que no eran infundadas, por lo que, no era de esperarse una victoria de Santos en primera vuelta, pues mientras el expresidente Uribe logró una disminución de 2049 homicidios (datos del primer trimestre) en 4 años, la reducción de santos fue de 438.

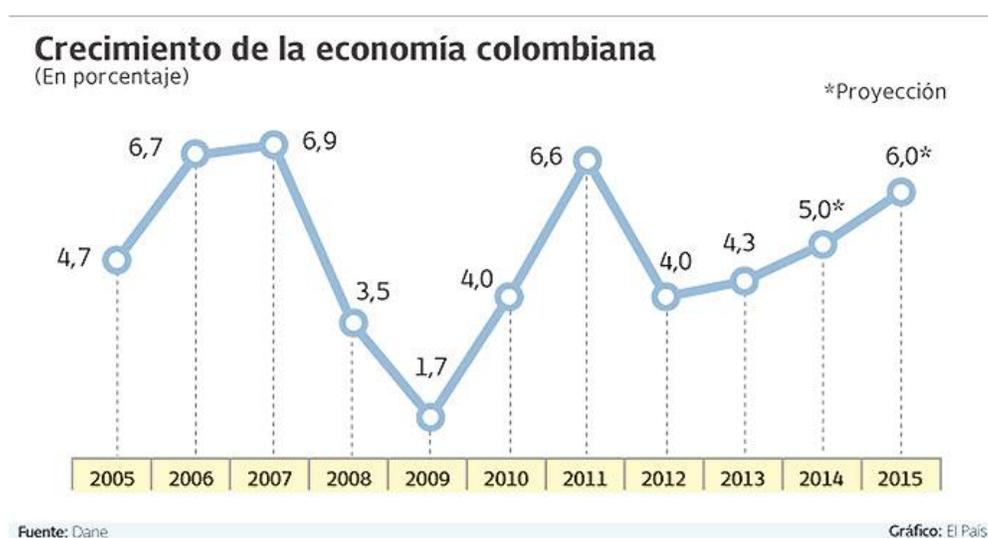
Esta dinámica puede explicarse en parte por la desmovilización de los grupos paramilitares; sin embargo la reducción más dramática se presenta durante los primeros años del gobierno Uribe (2002 – 2005), así que habría que buscar explicaciones alternativas. El hecho es que para el 2014 la situación de los colombianos era un poco ambigua, porque si bien se mantuvo la reducción de homicidios parece que el país no avanzó al mismo ritmo de antes, por lo cual vale la pena observar otros indicadores.

En relación con el secuestro, en 2003 se presentaron 566 secuestros para el primer trimestre, mientras en 2014 la cifra fue de 75, con lo cual se mantuvo la tendencia a la baja (Fundación País Libre, 2014:p.15). Sin embargo, una vez más de los 566 secuestros del 2003 se desciende a una cifra de 69 para el año 2010 (periodos Uribe) mientras para el 2014 (primer periodo Santos) la cifra asciende a 75 secuestros. Frente a los secuestros no hay un cambio significativo durante el periodo de Santos, y si lo hay tiende al incremento, por lo cual la opinión pública se enfrenta a la misma situación de incertidumbre, dado que el país parece no progresar al mismo ritmo que antes.

Puesto que no es nuestro propósito efectuar un análisis profundo de la situación colombiana en la última década, baste decir que los indicadores de retenes ilegales, ataques contra infraestructura petrolera y ataques contra la fuerza pública han tenido un desempeño similar durante la última década. Los ataques contra la fuerza pública se han mantenido, y los ataques contra la infraestructura petrolera aumentaron dramáticamente de 2 en el 2010 a 26 en el 2014 (Fundación País Libre, 2014:p.34). El lector podrá sacar sus propias conclusiones, pues para el propósito de la presente investigación lo destacable son dos cosas: primero, que la situación para 2014 era ambigua para la opinión pública, ya que a pesar de no acceder a estos datos, se presenta la sensación de que el país no progresa al mismo ritmo que antes (entendiendo esto como que las disminuciones de los flagelos no se presentan al mismo ritmo de los gobiernos Uribe, cuando no es que aumentan dramáticamente); segundo, que la victoria del presidente Santos en primera vuelta era casi imposible, pues al margen del discurso, las condiciones de base no brindaban a la opinión un sustento suficientemente robusto como para apoyarlo.

Resulta interesante señalar que a pesar de los indicadores de seguridad francamente

desventajosos para el presidente Santos, en materia económica la realidad no ha fluctuado tan drásticamente. De hecho, el presidente Uribe no entrega una economía en la mejor posición, con un crecimiento de apenas 1.7% (como porcentaje del PIB) en 2009 y 4% en 2010 (El País, 5 de agosto de 2014) con lo cual Juan Manuel Santos se enfrenta a una coyuntura muy parecida a la de Álvaro Uribe cuando recibe la economía de Andrés Pastrana Arango. De hecho, las fluctuaciones económicas son bastante parecidas durante los periodos Uribe y Santos, dejando en entredicho la correlación entre seguridad y crecimiento económico, como se muestra en la siguiente gráfica.

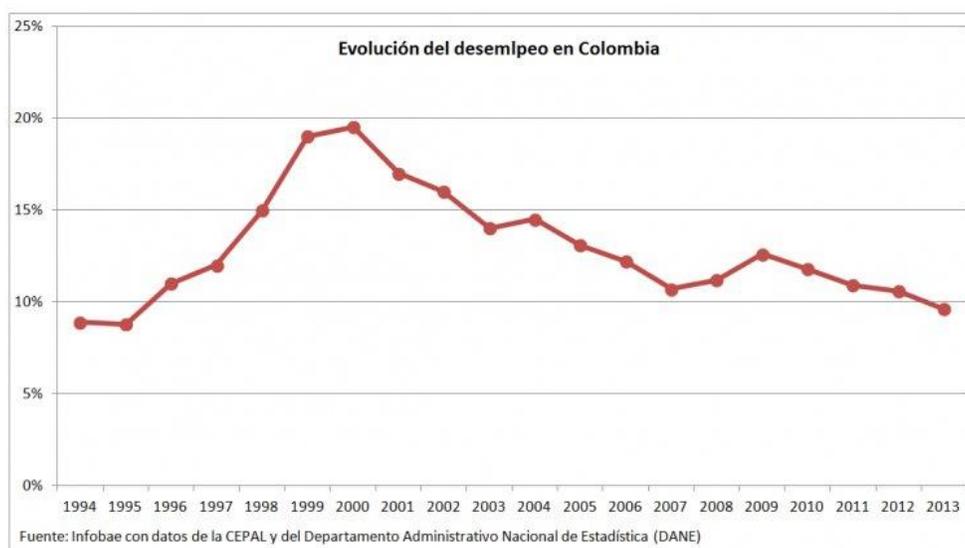


Fuente: (El País con datos Departamento Nacional de Estadística – DANE)

Al margen de las interpretaciones, lo cierto es que los colombianos se enfrentan a unos progresos modestos, y a veces, en realidad, retrocesos, en materia de seguridad, mientras el crecimiento económico fluctúa de forma similar durante los gobiernos Uribe y Santos. La conclusión solo puede ser de una realidad confusa, sin indicadores claros de progreso o retroceso, por lo cual las estrategias electorales y el discurso podrían inclinar la

balanza en una u otra dirección.

Desde la perspectiva del desempleo sucede algo similar a la situación del crecimiento económico. En el 2013 el empleo repuntó con la tasa de desempleo más baja en 18 años, 9.6%, aunque básicamente a partir del aumento del empleo público. La siguiente gráfica muestra una tendencia histórica a la baja después de la crisis de 1999, según la cual tanto los periodos Uribe y el periodo Santos se comportan de forma muy parecida (Infobae, 1 de febrero de 2014).



Fuente: (Infobae con datos de la CEPAL y del Departamento Nacional de Estadística – DANE)

Según lo visto, parece que mientras los resultados de los dos gobiernos en materia económica son similares, en seguridad el periodo Santos muestra avances muy modestos cuando no retrocesos. El hecho es que la situación económica no se comporta igual que la seguridad, y esto envía señales contradictorias y difusas al elector. Así pues, la situación que se concluye es de ambigüedad e incertidumbre, puesto que parece que el país avanza, pero por otro lado no lo hace al mismo ritmo que antes. Desde esta perspectiva es fácil

explicar por qué el presidente Santos es incapaz de hacerse al triunfo en primera vuelta como lo hiciera Uribe en sus dos contiendas.

Para acotar el anterior análisis sería menester decir que no existen suficientes datos para endilgar el comportamiento de algunos indicadores (sobre todo sociales y económicos) a un mejor o peor desempeño por parte del presidente Santos. En seguridad es difícil contradecir los datos; sin embargo en cuestiones sociales hay fluctuaciones de largo alcance que no permiten deducir una mejor o peor política económica. Por supuesto, aunque los políticos utilizan los indicadores económicos a su antojo, desde una perspectiva académica es necesario concluir que, a pesar de que el presidente Santos no ha progresado en materia de seguridad a la misma velocidad del expresidente Uribe, no hay una diferencia económica clara entre uno u otro gobierno, y sus indicadores son bastante homogéneos. Es legítimo afirmar que para 2014 el electorado se enfrentaba a una situación bastante compleja de interpretar.

Otro punto clave para el electorado es el proceso de paz. El miércoles 19 de noviembre de 2014 se cumplieron dos años del inicio de los diálogos, y 17 de noviembre se suspendieron las negociaciones por cuenta del secuestro del General Rubén Darío Alzate Mora, perpetrado por las FARC. Una afirmación puramente descriptiva de los diálogos es que los avances se circunscriben a la mesa de negociación, mientras en el país continúan las acciones terroristas. En observancia de lo anterior, los avances en la mesa se refieren a los temas de tierras, participación política y drogas ilícitas. Para el momento de las elecciones no se habían revelado los documentos de los acuerdos dados a conocer en el mes de septiembre, de manera que la opinión pública se movía en ese momento más por conjeturas y especulaciones electorales que por información concreta.

Dicho esto es necesario analizar los antecedentes políticos de cada candidato y su trayectoria para dilucidar cómo enfrentan la campaña electoral para las presidenciales del 2014 en Colombia.

Enrique Peñalosa Londoño: el candidato de las ciudades

Nacido en Washington el 30 de septiembre de 1954, Enrique Peñalosa se formó como historiador y economista en la Universidad de Duke. Su padre, Enrique Peñalosa Camargo, tuvo una amplia trayectoria en el sector público, siendo ministro de agricultura de Carlos Lleras Restrepo, gerente del Incora y director ejecutivo del Banco Interamericano de Desarrollo. Peñalosa seguiría los pasos de su padre, y tras obtener su maestría en administración en el Instituto Internacional de Administración de París, y su doctorado en Administración Pública en Paris II, se desempeñó en entidades como la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá, Planeación de Cundinamarca y Anif.

La carrera política de Peñalosa tomó vuelo tras fungir como diputado en la Asamblea de Cundinamarca en 1984 y ser elegido para la Cámara de Representantes por Bogotá en 1990; sin embargo su interés por la alcaldía de Bogotá lo llevó a ser precandidato en 1991, siendo derrotado por Jaime Castro. Para el año 1994, Peñalosa participó con éxito en la consulta liberal en la que fue ratificado como candidato a la alcaldía; pero fue derrotado por el profesor Antanas Mockus.

En 1997 Peñalosa volvió al ruedo, y esta vez, por medio de una candidatura independiente por el movimiento “Por la Bogotá que Soñamos”, ganando las elecciones a la

alcaldía. Esta administración se recuerda principalmente por sus avances en infraestructura, las bibliotecas públicas (el Tunal, el Tintal y Virgilio Barco), 52 colegios, y 300 kilómetros de cicloruta (la red más larga del mundo en su momento) (NationalCatholicReporter, 2011).

No obstante, su mayor logro fue la implementación del sistema de transporte masivo Transmilenio, inspirado en el modelo de transporte de Curitiba en Brasil.

Hacia el 2006 decide lanzarse al Senado de la República por un movimiento independiente, junto con figuras como Simón Gaviria y David Luna, aunque no lograría un escaño como lo consiguieron sus copartidarios en la Cámara. De ahí en adelante perdería tres elecciones consecutivas: las de alcalde de Bogotá en el 2007 frente a Samuel Moreno, la consulta presidencial del Partido Verde frente a Antanas Mockus, y las de alcalde de Bogotá en 2011 ante Gustavo Petro. Finalmente, Peñalosa logra imponerse como candidato del Partido Verde para las presidenciales del 2014, sin embargo ocupa el último lugar en las elecciones.

En términos ideológicos, como ya se mencionó, Peñalosa tiene un talante más técnico que político. Sus orígenes se remontan al liberalismo, por herencia natural de su padre, pero desde 1997 comenzó a alejarse de esta colectividad, al ganar la alcaldía por un movimiento independiente. Este hecho es crucial, porque de allí en adelante comenzará a identificarse (y autoidentificarse) como un político independiente, de ahí que en lo sucesivo intentará aspirar por partidos no tradicionales. A pesar de esto, Peñalosa puede ser entendido como un político tradicional con prácticas no tradicionales, pues tiene una herencia política clara y se ha desempeñado asiduamente en la política, no obstante ha utilizado estrategias como repartir volantes directamente en la calle, o utilizar el transporte

público.

El tema urbano es su mayor obsesión, y en esta área ha forjado gran reconocimiento internacional, más allá de eso, no obstante, su visión política es un tanto ecléctica. Involucra una visión de la igualdad que lo acerca a la izquierda, aunque defiende claramente el libre mercado y la propiedad privada. En las elecciones del 2011 terminó recorriendo los barrios de Bogotá, megáfono en mano, junto con el expresidente Uribe, mientras en las presidenciales del 2014 su partido terminó en alianza con el progresismo de Gustavo Petro, uno de sus más reconocidos adversarios. Así las cosas, la imagen que resulta es la de un político un poco contradictorio y volátil, carácter que refuerza con un discurso impreciso, como se verá más adelante en el uso de los significantes prioritarios.

Marta Lucía Ramírez: la ministra de defensa

Marta Lucía Ramírez es la única mujer que ha llegado a ocupar el cargo de ministra de defensa en Colombia. Nació en Zipaquirá el 4 de Julio de 1954, es abogada de la Universidad Javeriana, y tiene varias especializaciones en las áreas de comercio internacional y finanzas (La Silla Vacía,2014b). Su trayectoria en el sector público ha sido muy amplia, en 1990 fue directora de Incomex y de 1991 a 1993 se desempeñó como viceministra del Ministerio de Comercio Exterior a la cabeza de Juan Manuel Santos.

De 1998 al 2002 fungió como Ministra de Comercio Exterior del gobierno Pastrana, y tras un corto periodo como embajadora en Francia, fue designada en 2002 como ministra

de defensa por Álvaro Uribe. A pesar de haber salido prematuramente del ministerio, Ramírez fue la artífice más destacada de la política de seguridad democrática, y en este proceso “reunió un equipo del Ministerio de Defensa, el Comando General de las Fuerzas Militares, la Escuela Superior de Guerra y la Policía Nacional” (Política de Seguridad Democrática,2003:p.8) .

Cabe destacar dentro del esfuerzo de la ministra, la vocación de la política de seguridad democrática por incorporar, más allá de los órganos de seguridad del Estado, otros actores sociales e instituciones en el tema de la seguridad. Aunado a esto, la prioridad de llegar con la fuerza pública a todos los municipios del país es una tarea fundamental, no solo para la seguridad, sino en lo que a presencia del Estado respecta. La ministra, sin embargo, tuvo algunos roces con la cúpula militar de modo que abandonó el cargo en 2003.

Su primer logro electoral llegó en el año 2006 cuando resultó elegida para el Senado con casi 70.000 votos (La Silla Vacía,2014b). Para ese entonces ya se había incorporado al Partido de la U y ocupaba un papel destacado en el proyecto uribista, pero sus aspiraciones presidenciales chocaron con las de Juan Manuel Santos, y al no poder proyectar su candidatura presidencial en el partido de la U, decide volver al conservatismo. Así las cosas, disputa en el 2010 la consulta del partido conservador con Noemí Sanín, Andrés Felipe Arias y José Galat siendo derrotada por la primera.

Cuatro años después Marta Lucía Ramírez volvió a intentar con la Presidencia, como candidata del partido conservador tras imponerse en una convención sumamente dividida, donde algunos congresistas de mucho peso respaldaron a Santos. El hecho de aspirar por el partido conservador es apenas lógico, no solo por haberse reintegrado a esa

colectividad desde el 2009, sino porque ideológicamente existe una identificación clara: “Marta Lucía es católica (de misa cada domingo), cree en las instituciones, está contra el aborto, salvo en casos excepcionales, no apoya el matrimonio homosexual” (El Tiempo,2014).

Además de los anteriores rasgos conservadores, propone implementar la cadena perpetua en casos de violación y ataques con ácido, lo que la sitúa más hacia la derecha del espectro político, al límite de lo que algunos llamarían “populismo punitivo”. El punto focal de la campaña fue con la corrupción, considerado como un tópico difícil de identificar en un espectro de izquierda a derecha, por lo que al ser un enemigo bastante difuso pudo no arraigar lo suficiente en el electorado.

Oscar Iván Zuluaga: el político uribista

Durante el periodo 2010-2014 el presidente Santos y el expresidente Uribe tuvieron un distanciamiento tan pronunciado que derivó en franca rivalidad. Algunas acciones de Santos como la normalización de relaciones con el gobierno de Hugo Chávez, el reconocimiento del conflicto armado o los diálogos de la Habana, fueron interpretadas por Uribe y sus seguidores como una traición, lo que generó una ruptura con quien otrora fuera su más fiel aliado. El efecto de esta disputa en el panorama político permitió concebir una nueva oposición protagonizada por los uribistas, dejando a la Unidad Nacional (Partido de la U, Cambio Radical y el Partido Liberal) en el otro extremo, mientras la izquierda se quedaba en una suerte de limbo. En este panorama surgió un nuevo partido denominado

Centro Democrático, cuyo candidato presidencial fue Oscar Iván Zuluaga.

Este político caldense nació en Pensilvania el 3 de febrero de 1959; se formó como economista en la Universidad Javeriana y tiene un master en finanzas públicas de la Universidad de Exeter. Inicialmente se dedicó a la empresa familia ACESCO S.A., y logró posicionarla como una empresa competitiva dentro de los mercados regionales. Su carrera política se inició en el Concejo de Pensilvania, donde se desempeñó como concejal de 1988 a 1990, posteriormente saltó a la alcaldía de su municipio natal en 1990 por el movimiento Convergencia Popular Cívica. A diferencia de los demás candidatos, Zuluaga llega a la política por medio de la elección popular, de suerte que es un político con considerable experiencia en este campo.

En 1994 intentaría llegar al Senado en una lista independiente junto con su aliado político Luis Alfonso Hoyos, sin embargo solo pudo llegar al Senado hasta el 2002 cuando entraría directamente a apoyar al presidente Uribe. Paradójicamente Zuluaga sería uno de los primeros miembros del Partido de la U, al cual se enfrenta en las presidenciales del 2014. Al finalizar su periodo en el congreso Oscar Iván Zuluaga tuvo la oportunidad de incorporarse al gobierno a través del Ministerio de Hacienda (2007-2010), donde pudo sortear con éxito un periodo de crisis financiera mundial.

Para 2013 surgió el Centro Democrático como partido de oposición fundado por el expresidente Uribe y varios de sus seguidores, entre los que se encontraba Zuluaga, como plataforma para enfrentar la coalición de gobierno en las presidenciales. El político caldense se concentró en retomar las propuestas uribistas como la seguridad democrática y la confianza inversionista, pues acusó al Gobierno de Santos de haberlas abandonado.

Respecto a la postura ideológica de Zuluaga se diría que es muy cercano al conservatismo de Marta Lucia Ramírez. En un debate en la Universidad de los Andes coincidieron en 13 de 19 preguntas, de las que se destacaron las siguientes: oposición al matrimonio entre homosexuales, oposición a la legalización de sustancias psicoactivas y oposición a la legalización del aborto (El Universal, 2014). En este sentido, la alianza entre estos dos políticos fue algo más bien natural al margen de los réditos electorales.

Juan Manuel Santos: el candidato de Gobierno

Santos, ganador de la contienda electoral en segunda vuelta ante Oscar Iván Zuluaga, proviene de una familia tradicionalmente poderosa. Nacido en Bogotá el 10 de Agosto de 1951, su padre, Enrique Santos, fue uno de los directores del El Tiempo, y su tío abuelo Eduardo Santos fue presidente de Colombia entre 1938 y 1942. Juan Manuel Santos se formó como economista y administrador de empresas en la Universidad de Kansas, tiene una maestría en Economía y Desarrollo Económico de la London School of Economics así como estudios de Administración Pública en la Universidad de Harvard.

A diferencia de Oscar Iván Zuluaga, Santos se vinculó al mundo de la política sin recurrir a las urnas. Primero se desempeñó como delegado de la Federación Nacional de Cafeteros en la Organización Internacional del Café, y posteriormente fue segundo secretario en la embajada colombiana ante el Reino Unido. Tras su regreso al país, Santos se desempeñó como subdirector de El Tiempo, hasta que en 1991 fue designado ministro de comercio exterior durante el Gobierno de Gaviria (momento en el cual trabajó con Marta

Lucía Ramírez).

Durante el gobierno de Andrés Pastrana fue designado Ministro de Hacienda, en el año 2000, desde donde pudo sortear la crisis económica de fin de siglo. Para 2005 Santos se distanció de su partido, el Liberal, para apoyar al presidente Uribe, y conformar el Partido de la U. En ese momento Santos compartió partido con Oscar Iván Zuluaga, y ambos llegaron al alto gobierno a través de los ministerios de Defensa y de Hacienda respectivamente.

Podría decirse que el periodo 2006-2009 durante su periodo como Ministro de Defensa. Fue cuando Juan Manuel Santos logró consolidarse como sucesor de Uribe. No cabe duda que durante su ministerio se lograron los golpes más contundentes contra la guerrilla, de ellos sobresalen la Operación Fénix, cayendo alias “Raúl Reyes” en territorio ecuatoriano, y la Operación Jaque, donde fueron rescatados 15 secuestrados y capturados dos guerrilleros. Estos golpes proyectaron la imagen de Juan Manuel Santos, y a pesar del escándalo de los llamados “falsos positivos”, su carrera política se vio en el mejor momento.

Santos se enfrentó a las urnas por primera vez en el 2010, después de haber participado en varios gobiernos en diferentes instancias. Se impuso en segunda vuelta al profesor Antanas Mockus, con el apoyo de Álvaro Uribe, quién cuatro años después sería su mayor detractor. Aunque los cambios de Santos durante el gobierno sorprendieron a más de uno, en realidad se ajustaron a sus planteamientos de la tercera vía, en donde las políticas se realizaron de acuerdo con fundamentos técnicos más que ideológicos, observando ante todo el beneficio económico.

Ubicar a Juan Manuel Santos ideológicamente no es fácil. Un extremo lo califica de castrochavista, mientras el otro lo tilda de oligarca y burgués; en este escenario lo único claro es que Santos es un político pragmático, sus alianzas son ad hoc, según sus fines e intereses, más que de acuerdo con una ideología previa. La orientación del gobierno Santos hacia el tema social es notable, de ahí que se haya avanzado en temas sociales como la vivienda, el desempleo, y la educación (por lo menos en cobertura), aunque se ha retrocedido vertiginosamente en seguridad como revela el informe de la Fundación Seguridad y Democracia (El Colombiano, 2013).

Gracias a su flexibilidad y capacidad de adaptación, Santos llegó a las elecciones con una coalición que incluyó, formalmente, al Partido Liberal, Partido de la U y Cambio Radical. Varios conservadores apoyaron su candidatura, lo que golpeó a Marta Lucía Ramírez. El Polo Democrático se mantuvo absolutamente neutralizado, pues al perder su lugar de oposición con el Centro Democrático, se situó en un espacio difuso del espectro, y esto no favoreció sus aspiraciones; los resultados simplemente confirmaron esto.

Clara López: la candidata de izquierda

Clara López, al igual que Santos y Peñalosa, tiene antecedentes familiares en la política, en este caso con su tío Alfonso López Michelsen, quien fuera presidente de 1974 a 1978. Nacida el 12 de abril de 1950 en Bogotá, se formó como economista en la Universidad de Harvard, también cursó Derecho en la Universidad de los Andes y es Doctora en Derecho Financiero y Tributario de la Universidad de Salamanca. Inició muy pronto su carrera

política cuando su tío la nombró en la secretaría económica de la Presidencia. Inicialmente vinculada al Nuevo Liberalismo de Luis Carlos Galán, llegó a ser contralora de Bogotá de 1981-1982.

Su primer triunfo en una contienda electoral lo tuvo en el Concejo de Bogotá, cuando accedió a una curul en esa corporación en 1984. En 1985 fue creada la Unión Patriótica por la convergencia de varios grupos guerrilleros y sectores de izquierda, de manera que Clara López adhirió a ese partido y compitió por la Alcaldía de Bogotá en 1988, aunque es derrotada por Andrés Pastrana Arango.

En el año 2006 tuvo su segunda derrota electoral, cuando no logró obtener una curul en la Cámara de Representantes, esta vez por el partido Polo Democrático.

Acompañó decididamente a Samuel Moreno Rojas en la candidatura para la alcaldía de Bogotá en el año 2007, y cuando éste resultó vencedor en la contienda la designó como Secretaria de Gobierno. Ocupó este cargo hasta el año 2010 cuando fungió como fórmula vicepresidencial de Gustavo Petro para las presidenciales, los resultados en esta contienda no fueron los mejores, ocupando el cuarto lugar.

El 8 de junio de 2011 Clara López fue designada alcaldesa encargada de Bogotá, y durante su gestión obtuvo algún reconocimiento por parte de los bogotanos. Este hecho la afianza como una de las fichas clave de la izquierda colombiana representada por el Polo Democrático, lo que explica su candidatura presidencial y las posibles próximas candidaturas, como su aspiración a la alcaldía de Bogotá para el periodo 2015-2019. Resulta curioso cómo salió bien librada después de los escándalos de corrupción durante la alcaldía de Samuel Moreno, en la que ella participó activamente.

En términos de ideología Clara López se ubica en la izquierda del espectro, pues integró la Unión Patriótica y actualmente es la figura más visible del Polo Democrático, su partido. Sin embargo, está lejos de ser una política de extracción humilde, y ello explica no solo las similitudes con Juan Manuel Santos, sino el apoyo explícito que le ofreció para la segunda vuelta. Por supuesto intenta matizar su perfil, comentando sus épocas de mesera, cuando incluso llegó a alimentar cerdos y recoger manzanas (El Tiempo 9 de Mayo de 2014). Más adelante, se podrá evidenciar que en su discurso político, hubo una nebulosa en precisar un significante que hiciera alusión al enemigo principal.

La formación ideológica y académica de cada uno de los aspirantes juega un papel importante en la elaboración misma de cada uno de los discursos, haber recabado ofreciendo algunas puntadas sobre la vida de cada candidato, permite desencadenar determinadas conclusiones que ayudan a un tener un panorama más amplio del porqué de la escogencia de determinados significantes, y ayudan a entender ciertos comportamientos de los candidatos en las campañas.

Contraste trayectoria política con resultados

- El candidato Enrique Peñalosa matiza su pasado atado a la clase política tradicional, de la misma forma como no es conciso en la configuración de los significantes relevantes en el discurso político, mostrándose bastante difuso para los electores.

- La candidata Ramírez ha consolidado un marcado talante conservador, lo que permite evidenciar un discurso que guarda correspondencia con lo acaecido en su formación y trayectoria política.
- Como defensor de la propiedad privada, el candidato Zuluaga, siendo propietario de una importante empresa familiar, toma el tema de la seguridad como un elemento de suma importancia en su discurso.
- Juan Manuel Santos, quiere cambiar su imagen frente a la opinión pública internacional, tratando de borrar los consecutivos episodios donde se dieron enfrentamientos directos con las FARC, mientras fuera ministro de defensa de Uribe. Cabe resaltar, que su discurso destaca como enemigo principal de los colombianos a la guerra. Su afán de continuar con el legado familiar del ex presidente Santos Montejo, el cual acogió al mayor número de republicanos perpetrados por la guerra civil española, puede guardar consonancia del porqué privilegia en su discurso los diálogos de paz, y cuáles son las implicaciones a nivel internacional de manejar esta postura pacifista.
- La candidata del Polo Democrático, Clara López, respalda no explícitamente al presidente Santos, haciendo algunas referencias de apoyo a los diálogos de paz. Por otro lado, no determina la categorización de un enemigo en el discurso político, lo cual es bastante ambiguo, ya que precisar dicho significante suele ser algo inherente a los movimientos de izquierda. Coincidentalmente los resultados electorales muestran una adhesión no explícita de los dos candidatos que provienen de la misma clase política.

Conclusión: los candidatos cara a cara

En estas elecciones no hubo outsiders, o candidatos independientes de la clase política. Los casos de Santos y López son los más conspicuos ejemplos de los delfines, y mientras el primero se hizo con la presidencia, la segunda es altamente probable que también alcance un importante cargo de elección popular. El candidato del Partido Verde aunque intenta ubicarse como un político aislado de la clase política tradicional, en realidad descende de una tradición política paterna. Oscar Iván Zuluaga es de extracción sobre todo empresarial, y empezó a destacarse en la política a nivel local, donde podría tener mayor influencia. En cuanto a Marta Lucía Ramírez, por sus orígenes, representa la clase media bogotana, aunque no le interesa acercarse a las personas situándose como una persona necesariamente humilde como se quiere mostrar Clara López.

Al estar más desligado del mundo político, Oscar Iván Zuluaga dio el salto desde la elección popular, en contraste con Santos y López quienes siendo muy jóvenes ya obtenían sendos cargos en el gobierno. Peñalosa en este caso se inició en áreas gerenciales, antes de saltar a la arena política, al igual que Marta Lucía Ramírez, quien estuvo largo tiempo en el sector privado, ambos, de hecho, trabajaron en Anif. En cierto sentido es Ramírez quien, a diferencia de los demás, se abre camino más lentamente haciendo carrera. Sin embargo, al margen de cómo han llegado los diferentes candidatos a sus cargos políticos o en la empresa privada, todos han recibido importantes reconocimientos académicos.

Tanto Santos como Ramírez transitaron de carteras económicas al sector defensa, y el hacerlo durante el gobierno Uribe, cuando los avances en este rubro fueron notables, les permitió proyectar su imagen. Peñalosa a partir de su alcaldía dejó una buena imagen, pero

desde allí a sumado incontables derrotas, y curiosamente tiene mayor reconocimiento fuera del país que dentro. Que un experto mundial en urbanismo como él hubiese perdido la alcaldía de Bogotá con un exguerrillero del M-19, como Gustavo Petro, debe suscitar al menos algunas reflexiones. El caso de Clara López es interesante en cuanto logra calar en la población, por lo menos de Bogotá, cuando remplaza al destituido Samuel Moreno, de ahí que tenga alguna credibilidad por parte de los ciudadanos. Oscar Iván Zuluaga, finalmente, a pesar del reconocimiento que tuvo en el Ministerio de Hacienda, carga con la pesada sombra de Uribe, y en ese sentido no parece muy autónomo en sus actuaciones, lo cual no genera la suficiente confianza.

TERCER CAPÍTULO: ANTAGONISMO, DEMANDAS Y SIGNIFICANTES VACÍOS EN EL DISCURSO ELECTORAL

En la medida en que las estrategias populistas fueron definidas como “aquellas modalidades discursivas que intentan movilizar a la población a partir de una visión dicotómica de la realidad social y el uso de significantes vacíos” (p.36), pueden dividirse en tres grupos principales: a. Constitución y radicalización de la frontera dicotómica; b. Establecimiento de cadenas equivalenciales; c. Significantes vacíos y demanda hegemónica. Esencialmente, la primera estrategia se concentra en la forma como se nombran las dos partes del antagonismo, la segunda observa las conexiones entre diferentes demandas para articular un discurso movilizador, y la tercera indaga por el surgimiento de una demanda hegemónica.

En un primer momento será necesario establecer la frecuencia de uso de los significantes asociados a las estrategias populistas con el fin de responder qué tan populistas son las diferentes campañas políticas. Para esto será útil construir un índice de estrategias populistas en el que se ubique cada candidato. En un segundo momento, después de delinear las estrategias populistas y explicar cuanto se utilizan, será necesario descubrir cómo las utilizan los candidatos. Con este plan de trabajo la tarea inmediata será identificar los significantes utilizados por cada candidato presidencial.

El proceso de identificación de los significantes, requirió el software AntConc el cual permitió analizar el corpus lingüístico. Esta herramienta realiza glosarios en un contexto determinado, es decir, se introduce la documentación en un formato .txt. al programa, creándose así una base de datos que permite ver de manera rápida y ágil la repetición de las palabras y la concordancia entre estas, para luego poder identificar los significantes.

Frecuencia de significantes y unidad del discurso

En el discurso político se emplean diversos significantes tendientes a movilizar electores. Algunos intentan profundizar en el antagonismo, otros promueven una demanda hegemónica mientras en muchos casos también se utilizan para recalcar virtudes propias o denunciar defectos del adversario. Desglosar esta dinámica discursiva, resulta bastante complejo de entrada. Por ello se utilizó el software de análisis de contenido Antconc. El corpus de entrevistas a ser analizado fue el siguiente:

Clara López	Enrique Peñalosa	Marta Lucia Ramírez	Juan Manuel Santos	Óscar Iván Zuluaga	Total
8	15	10	6	11	50

Como el número de entrevistas por candidato varía, no es útil comparar la cantidad de repeticiones de determinada palabra, y es mejor observar la posición que ocupa en su discurso, lo que sería igual a decir la frecuencia del significante dentro del discurso específico del candidato. Una menor posición significa mayor frecuencia, de manera que existe una relación inversamente proporcional entre frecuencia y posición, por lo cual el índice de estrategias populistas tendrá en los menores valores el mayor nivel de populismo.

Para la construcción del índice se dividió el antagonismo en dos categorías de significantes: el receptor positivo y la contraparte negativa. Con el primero se denota el “pueblo”, y el segundo alude al enemigo principal. La demanda hegemónica, el tercer

grupo de significantes, representa la mayor prioridad para los candidatos entre los múltiples problemas existentes. La columna (No.) indica la posición que el significante ocupa en el discurso de cada candidato, siendo 1 el significante con mayor frecuencia y así sucesivamente; entre más alejado menor frecuencia. Los coeficientes bajos indican que el significante es recurrente en el discurso del candidato, cuando no existe significante, quiere decir que ninguna palabra se destacó en esta categoría.

	Oscar Iván Zuluaga	No.	Juan Manuel Santos	No.	Marta Lucia Ramírez	No.	Clara López	No.	Enrique Peñalosa	No.
Receptor positivo	Colombianos	6	Gente	31	Gente	13	Gente	21	Gente	4
Contraparte negativa	FARC	12	Guerra	32	Corrupción	50			Política tradicional	100
Demanda Hegemónica	Seguridad	15	Paz	1	Seguridad	29	Desarrollo social	35		
Total		33		64		92		56		104

Elaboración propia con base en los resultados proporcionados por el software Antconc, ver anexo 1

Al dividir los totales en n , es decir, el número de categorías de cada candidato, se obtiene el índice de estrategias populistas (IEP). Este índice especifica qué tan populista es el discurso de cada candidato, según la frecuencia de uso de los significantes relativos al antagonismo y la demanda hegemónica. La fórmula sería la siguiente (entendiendo RP=receptor positivo; CN=contraparte negativa; DH=demanda hegemónica)

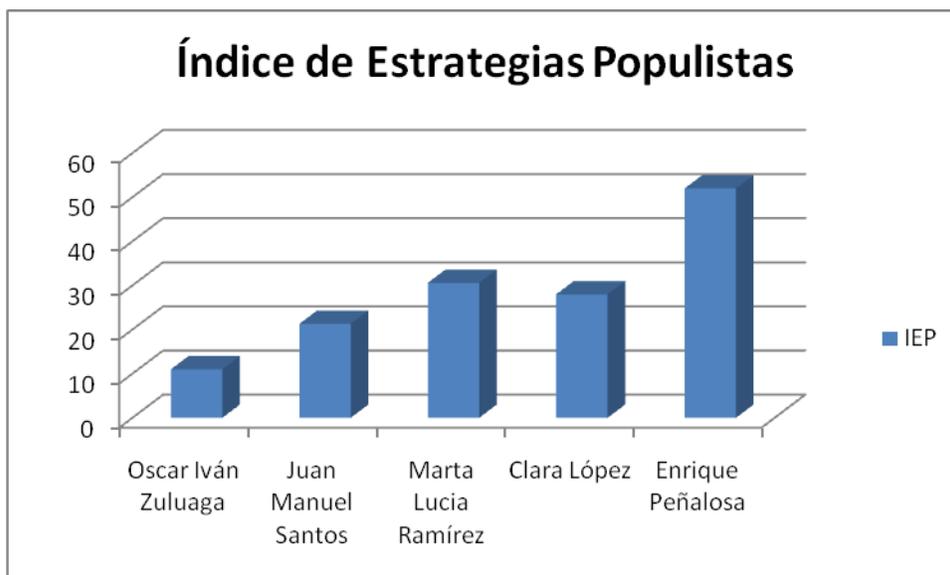
$$IEP = (RP + CN + DH) / n$$

Para cada candidato el índice sería el siguiente:

	Oscar Iván Zuluaga	Juan Manuel Santos	Marta Lucia Ramírez	Clara López	Enrique Peñalosa
IEP	$(6+12+15)/3 = 11$	$(31+32+1)/3 = 21.3$	$(13+50+20)/3 = 30.6$	$(21+35)/2 = 28$	$(4+100)/2 = 52$

Elaboración propia con base en los resultados proporcionados por el software Antconc, ver anexo 2.

El siguiente gráfico expresa el IEP por candidato.



Elaboración propia con base en los resultados proporcionados por el software Antconc, ver anexo 2

Los dos candidatos que llegaron a segunda vuelta fueron los que mostraron un menor IEP, lo que significa que su discurso utilizó en mayor medida las estrategias populistas. Sin embargo, el ganador fue Santos, aunque en el modelo quedó en segundo lugar. Una primera interpretación del IEP llevaría a generar que los candidatos con mayor índice no lograron articular un discurso claro, en el sentido que no se identifica un adversario puntual, o no se reconoce una demanda hegemónica específica. Un IEP cercano a uno da muestra de la unidad discursiva del candidato; mientras más profundice en la frontera antagónica y promueva la demanda hegemónica, los electores ubicarán más fácilmente la tendencia del candidato teniendo elementos más claros para votar por él.

El caso de Peñalosa ilustra lo anterior. Según el análisis, no se logra identificar una demanda hegemónica; el candidato se refiere a la educación, a la corrupción, a la salud,

etc., pero no se encuentra una demanda realmente más importante que las demás, de ahí que el discurso no logre identificar suficientemente a los electores. En cuanto a la contraparte negativa se encuentra a la política tradicional; sin embargo se sitúa en la posición 100 detrás de otros significantes, el electorado simplemente no podría ubicar un enemigo del candidato y así no tendría suficientes incentivos para darle apoyo.

A pesar de que el receptor positivo del candidato Peñalosa es la gente, este no tiene una demanda hegemónica y falla al establecer una contraparte negativa. El fracaso de este candidato se podría explicar por la nebulosa en la que se encontraba su discurso que apelaba a sinnúmero de temas pero sin fijar ideas concretas capaces de movilizar electores en su favor.

El caso de Clara López se asemeja al de Peñalosa en tanto que una de las categorías resulta ausente en su discurso. En efecto, la candidata presidencial del Polo Democrático tiene un IEP de 28, pero en su discurso no se logra identificar claramente una contraparte negativa. El hecho de respaldar el proceso de paz le impidió profundizar un antagonismo que, siempre ha sido bastante claro en los políticos de izquierda. Por otro lado, López procuró resaltar el tema del desarrollo social más que cualquier otro candidato²; sin embargo la problemática social no logra constituirse como demanda hegemónica en la coyuntura política del país signada por el protagonismo del proceso de paz. No hay significativo que complete el antagonismo, es decir, que nomine el enemigo principal de la población colombiana, por eso no se logra consolidar bien su discurso.

Marta Lucía Ramírez, por su parte, alcanza las tres categorías aunque su IEP es

²En López el significativo social ocupa el puesto 35, mientras en Santos el 63, en Zuluaga el 172, en Ramírez el 206 y en Peñalosa el 3397.

mayor que el de Clara López. En su caso, la constitución de la frontera antagónica es débil, pues ubica la corrupción como la contraparte negativa y se encuentra en el puesto 50 de su discurso. De esta forma, no existe suficiente énfasis como para que los ciudadanos se identifiquen con el adversario que propone. Aunque la seguridad como demanda hegemónica le confiere mayor unidad a su discurso, no se encuentra en una posición lo suficientemente relevante (ocupa el puesto 29), por lo cual el electorado podría identificar ciertas tendencias sin tener una visión muy clara de la candidata conservadora.

El candidato Juan Manuel Santos presenta el dato más interesante para el análisis, ya que es el único que tiene en primer puesto una de las categorías. En este caso se trata de la demanda hegemónica de paz. A pesar de no superar el IEP de Zuluaga, el discurso de Santos encuentra unidad a partir de la preponderancia de la paz como demanda hegemónica, al punto de lograr imponerse a todos los demás significantes. Esto supondría que Santos superó a los otros candidatos en utilizar una sola estrategia electoral populista al máximo. Desde las otras dos categorías se podría afirmar que el discurso de Santos, aunque profundizó el antagonismo, optó más que todo por la estrategia de la demanda hegemónica como elemento unificador de su discurso.

El candidato Zuluaga es el ganador en estrategias populistas con un IEP de 11. Esto significa que su discurso tiene la mayor unidad, los electores identifican con claridad su receptor positivo, la contraparte negativa y la demanda hegemónica que promueve. Los coeficientes de Zuluaga son los más bajos, excepto en la demanda hegemónica en la que triunfa Santos, por lo cual no existe un vínculo directo, como se había vaticinado, entre estrategias populistas y éxito electoral. Podría afirmarse que a pesar de ser reiterativo con los significantes propios de su estrategia populista, Zuluaga es derrotado por la estrategia de

Santos la cual, sin ser tan repetitiva, es más efectiva. Esto sugiere que no se trata simplemente de redundar en la frontera antagónica y en la demanda hegemónica; es importante la intensidad de cada estrategia y la forma como se articula con las demás.

La importancia de los significantes: reproducción vs articulación

Hasta ahora se ha mostrado el grado de implementación de estrategias populistas, y se ha concluido que el candidato más claramente populista fue Zuluaga. Sin embargo, el análisis de frecuencias debe ser complementado por algunas reflexiones en torno a los contenidos. En efecto, no es lo mismo referirse al “pueblo” como ciudadanos, como gente o como compatriotas.

En términos del receptor positivo, se encuentra que la palabra preferida por los candidatos es “gente”. Santos, López, Ramírez y Peñalosa la utilizan para denotar a la colectividad a la que se dirigen y aspiran gobernar. Por supuesto no es casual. Gente es una palabra neutra, no tiene la carga ideológica del significante “pueblo”, y además da la idea de cercanía con las personas. También tiene la suficiente amplitud como para incluirlos a todos, pues el vocablo ciudadanos utilizado asiduamente por Enrique Peñalosa parece, tener en la cultura colombiana un sesgo hacia lo urbano en detrimento de lo rural. Se podría decir que la palabra gente es funcional para los candidatos, los acerca a los electores, pero les evita compromisos ideológicos o sesgos con respecto a diferentes sectores como los campesinos, los trabajadores o los empresarios.

Zuluaga, no obstante, opta por el término “colombianos”. A diferencia de “gente”, la palabra colombianos tiene una connotación nacional, invita a la colectividad desde su sentido patriótico con todo lo que ello implica. El nivel de abstracción del significante colombianos es menor al de “gente”, como quiera que se prioriza la pertenencia al Estado-Nación Colombia, como elemento clave de la unidad del grupo. Observando la contraparte negativa propuesta por Zuluaga, óigase las FARC, se entiende que se articula bien con el receptor positivo, pues este grupo guerrillero sería el enemigo principal de los colombianos, desde la retórica uribista.

Esta lectura de la realidad nacional no es nueva, en 2002 y en 2006 la utilizó el expresidente Uribe y con ella se granjeó el apoyo del electorado. Entonces, ¿por qué no sucedió lo mismo con Oscar Iván Zuluaga? Un factor importante es que las condiciones del país cambiaron, y en ese sentido la opinión pública también. La demanda hegemónica en el discurso de Zuluaga es la seguridad, básicamente como lo era con Uribe, lo que configura una simplificación de la realidad comprensible para los electores: los colombianos están confrontados con el narcoterrorismo de las FARC, y su mayor necesidad es la seguridad para hacer frente a este enemigo, y así crear condiciones que permitan solucionar los demás problemas del país.

Esta propuesta se efectúa en un contexto en el que los diálogos de paz se encuentran activos, a diferencia de la confrontación directa de hace unos años, por lo cual las personas tal vez no encuentren que la demanda hegemónica es la seguridad, sino la culminación exitosa de los diálogos, entiéndase, la paz. Desde el análisis presente, esta es la razón principal que inclina la balanza en favor de Juan Manuel Santos. La coyuntura favorece la demanda hegemónica que Santos propone, y el candidato hábilmente aprovecha esta

situación profundizando su estrategia justamente desde la demanda hegemónica más que desde el antagonismo.

La triada de Santos gente, guerra y paz se acopla a las circunstancias del momento, y junto con la adecuada articulación de los significantes permite un discurso movilizador. La decisión de escoger a la guerra como la contraparte negativa tiene la ventaja de que se opone a la demanda hegemónica, brindando coherencia al discurso, al tiempo que evita una demonización explícita de algún sector político. Con la palabra guerra se sugería que los opositores al proceso de paz estaban a favor de continuar con la violencia, de tal modo que se atacaba de forma no explícita al candidato Zuluaga. Colocar nombre propio a la contraparte revelaría un talante de confrontación a la propuesta de Santos, que no podría corresponderse con las intenciones dialogantes del gobierno.

Una característica que diferencia la estrategia de Santos de la de Zuluaga es la elección de significantes mucho más generales y etéreos por parte del primero. Mientras Zuluaga habla de las FARC, para Santos el enemigo es la guerra; mientras Zuluaga habla de colombianos, Santos se dirige a la gente; mientras para Zuluaga el país necesita seguridad, para Santos la paz es el bien supremo. Este nivel de abstracción permite en la práctica sumar sectores sumamente diversos, desde Musa Besaile y Ñoño Elías, pasando por Antanas Mockus y Gustavo Petro, hasta Gina Parodi y David Luna. Lo que muchos criticaron de Santos resultó ser su mayor acierto estratégico, pues mantuvo el antagonismo en un considerable nivel de abstracción, mientras concentró todos sus esfuerzos en la demanda hegemónica de la paz, para alcanzar el mayor respaldo.

Se podría concluir diciendo que Zuluaga ganó en reproducción de los significantes,

y profundizó más las estrategias populistas, pero Santos supo en qué estrategias profundizar y cómo articularlas con las condiciones políticas del momento. Los demás candidatos tuvieron una falencia doble: primero, no emplearon lo suficiente las estrategias populistas, de suerte que la unidad de sus discursos no bastó para calar en los votantes, segundo, se inclinaron por significantes que no se acoplaban a la realidad nacional como para movilizar amplios sectores.

Por ejemplo, la propuesta de la corrupción como contraparte negativa no tuvo el énfasis suficiente en el discurso de Ramírez (ocupó el puesto 50 comparado con el 13 en la CN de Zuluaga y el 32 en la CN de Santos), al tiempo que para la opinión pública existían cuestiones más relevantes. La candidata López, por su parte, profundizó en el tema social más que cualquier candidato, pero no se logró articular con los demás significantes, en especial por la ausencia de una contraparte negativa reconocible.

La paz como demanda hegemónica

La demanda hegemónica es aquella que logra erigirse sobre las demás para representar un punto crítico en el que se resuelven todos los problemas, o por lo menos se abre el camino para una solución futura. En el segundo capítulo se observó cómo la seguridad fue la demanda hegemónica en el populismo uribista, y sin duda fue una de las causas del apoyo masivo que obtuvo. En estas elecciones la paz llegó a ocupar el mismo lugar de la seguridad, porque esencialmente atañe al mismo fenómeno desde diferente perspectiva. Para Zuluaga y para Santos el objetivo era el mismo, resolver la situación de violencia que

azota al país, sin embargo la seguridad pone el acento en la vía de “mano dura”, mientras la paz se refería esencialmente al diálogo. Se trataba de un debate sobre medios más que fines.

La paz logró convertirse en demanda hegemónica de forma sencilla por varias razones. Primero, históricamente la situación de violencia ha creado un ambiente en el que la idea de alcanzar la paz se concibe como una suerte de redención nacional para poder mejorar los demás problemas que aquejan al país, llámese educación, salud, empleo etc. Segundo, en la última década el presidente Uribe repitió hasta el cansancio las bondades de acabar con el terrorismo, en términos de crear condiciones para el crecimiento económico, de suerte que los colombianos ya estaban más o menos acostumbrados a esa retórica. El candidato Santos lo único que hizo fue dirigir el discurso desde el proceso de paz, repitiendo las mismas ventajas del fin del conflicto. Cómo lo hizo es lo que se pretende mostrar de ahora en adelante.

Se sabe que en el discurso santista la paz es el significante número uno, es decir, el más repetido (40 veces en 6 entrevistas (ver anexo 1)). En entrevista del 1 de abril con la emisora Ecos del Combeima Santos diría: “Con la paz lograríamos un ingreso económico para invertir en educación, salud, sector agropecuario, esta es una gran oportunidad de cambiar nuestra historia, el Tolima merece la paz, la guerra no tiene que ser el modus vivendi, la paz es el valor supremo de una sociedad”(Ecos del Combeima, 1 de abril de 2014). Resulta bastante evidente cómo la paz constituye la demanda hegemónica en el discurso de Santos, de forma explícita al llamarla valor supremo se entiende que otras demandas estarían subordinadas a la paz.

Al respecto diría en entrevista para El Tiempo:

Cualquier soldado, cualquier jefe de Estado, cualquier general de cualquier ejército hacen la guerra con el propósito de conquistar la paz, porque es el valor supremo de cualquier sociedad. Todo ejército enseña a los soldados que la paz es la victoria, y que muchas veces hay que hacer la guerra para llegar a la paz. (El Tiempo, 15 de mayo 2014)

Este tipo de afirmaciones se van grabando en la mente de los electores al ser repetidas constantemente, aunque los efectos reales también dependen de factores extradiscursivos como se ha mencionado antes. En la siguiente sentencia de Santos se observa cómo aprovecha el carácter histórico de la violencia en Colombia, al tiempo que plantea una visión dicotómica de la realidad.

Es una elección que realmente va a determinar si tomamos la decisión de dar un salto hacia el futuro, de aprovechar esa oportunidad real que tenemos, por primera vez, de lograr la paz después de 50 años de guerra, y de desatar una dinámica de oportunidades como nunca antes había visto este país; o, si alguien lo prefiere, regresar al pasado, a continuar en la guerra y a lo que estamos viendo. (El Tiempo, 15 de mayo de 2014)

La estrategia discursiva de Santos funciona al ligar su presidencia con la resolución de un problema que ha aquejado a los colombianos por décadas, casi que se atribuye un carácter salvífico donde el país estaría sumergido en la guerra si llegase a perder las elecciones. Santos también supo controvertir la demanda hegemónica que proponía Zuluaga al decir lo siguiente, en su primera entrevista como presidente candidato: “Yo he venido diciendo, la paz es la seguridad definitiva” (La República, 16 de diciembre de 2013).

La estrategia de Zuluaga para enfrentar la propuesta de Santos fue, más que consolidar la demanda hegemónica de la seguridad, intentar desacreditar la demanda de

Santos. En efecto, el significante “paz” alcanza el segundo puesto en el discurso de este candidato, sin embargo siempre alude a ella en términos de crítica para el gobierno actual. El siguiente comentario de Zuluaga ilustra esta situación: “Se cambió la política de seguridad democrática por el diálogo en la Habana, entregándole las llaves de la Paz a Hugo Chávez, y eso es muy delicado” (Confidencial Colombia, 29 de julio de 2013,).

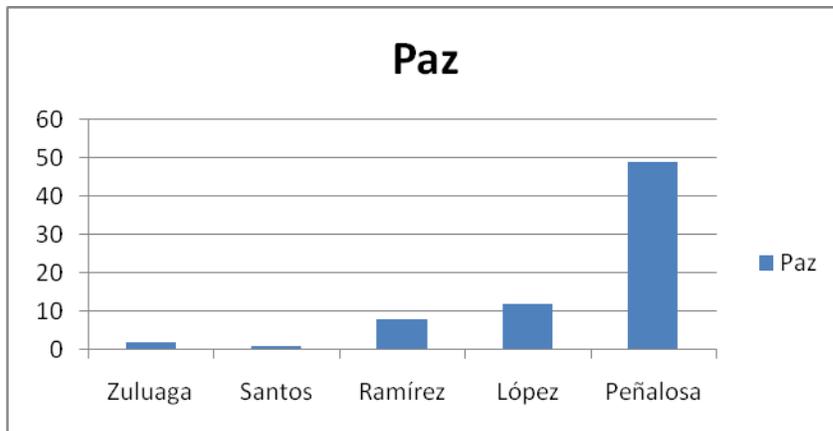
El problema de esta línea discursiva es que sigue dándole relevancia a un significante que ya había sido apropiado por Santos, de suerte que la paz mantiene el protagonismo en los medios. A favor o en contra, todo lo que se dijera de la paz favorecía a Santos, puesto que se ratificaba permanentemente la vigencia del tema y al ser él quien había instaurado el proceso de paz, tenía en sus manos una especie de chantaje sobre la opinión pública.

Los significantes en la batalla electoral: análisis comparativo

Es ilustrativo en este momento, con el ánimo de ahondar en las estrategias populistas utilizadas por los candidatos, comparar la forma como abordaba cada candidato el mismo significante. Los significantes elegidos aluden a los problemas y asuntos más recurrentes en Colombia, a saber: paz, seguridad, corrupción, salud, educación y empleo. Aunque ya se dieron algunas puntadas, con el tema de la paz y la seguridad, es importante comparar en detalle todos los significantes propuestos.

La paz

El siguiente gráfico muestra la posición de este significante en el discurso de cada candidato.

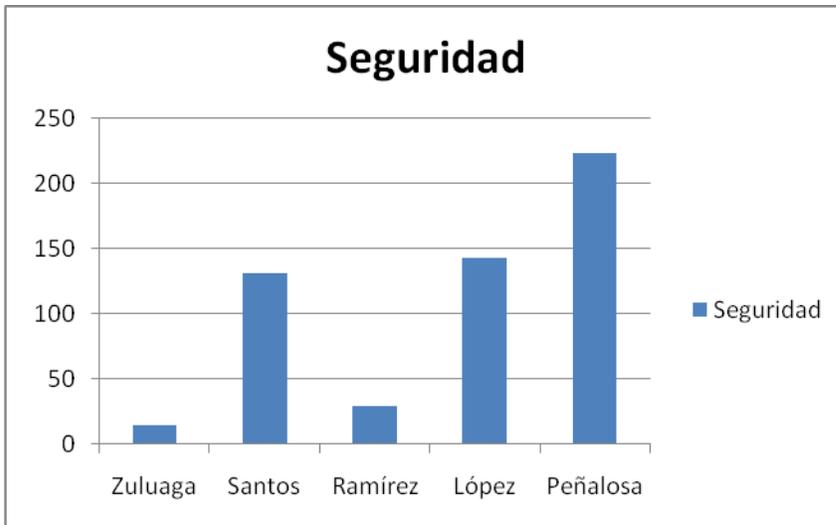


Elaboración propia con base en los resultados proporcionados por el software AntConc, ver anexo 3

Se observa cómo los candidatos atribuyeron mucha importancia al tema de la paz, Santos y Zuluaga siendo los ganadores, posteriormente Ramírez y López, y un poco descolgado Enrique Peñalosa. Se diría que este último constituye el único dato realmente alejado, esto sería evidencia de la errónea estrategia del candidato en el momento de estructurar su discurso. La paz es el significante sometido a mayor presión para ser apropiado por diferentes candidatos, sin embargo fue integrado efectivamente por Santos.

La seguridad

El siguiente gráfico muestra la posición de este significante en el discurso de cada candidato.

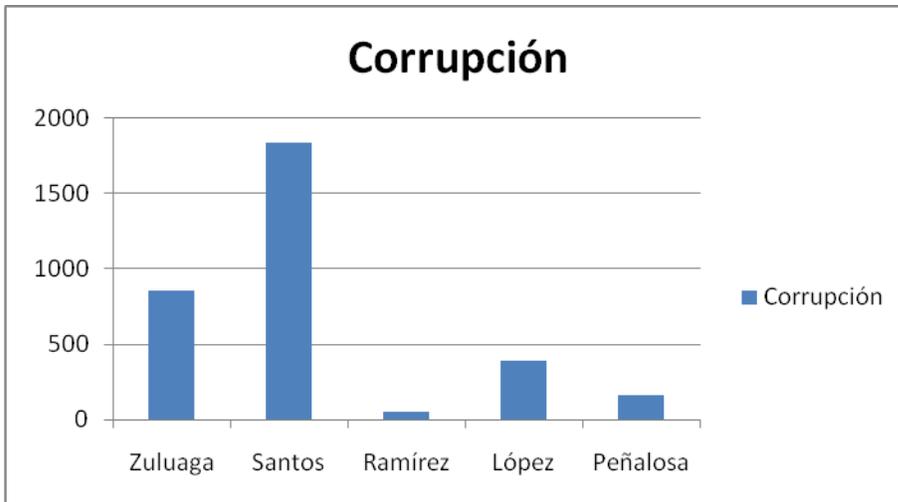


Elaboración propia con base en los resultados proporcionados por el software AntConc, ver anexo 3

Zuluaga y Ramírez fueron quienes más enfatizaron en el tema de la seguridad, pues el mismo justamente constituyó su demanda hegemónica. En este caso Santos y López se ubicaron en un nivel intermedio, con coeficientes de 131 y 143 respectivamente. Peñalosa nuevamente se alejó de los otros candidatos con un puntaje de 224. Se observa que la seguridad está sometida a la presión tanto de Zuluaga como de Ramírez para ser incorporada. En segunda vuelta se presenta una alianza natural entre estos candidatos, pues ambos comparten este y otros temas.

La corrupción

El siguiente gráfico muestra la posición de este significativo en el discurso de cada candidato.

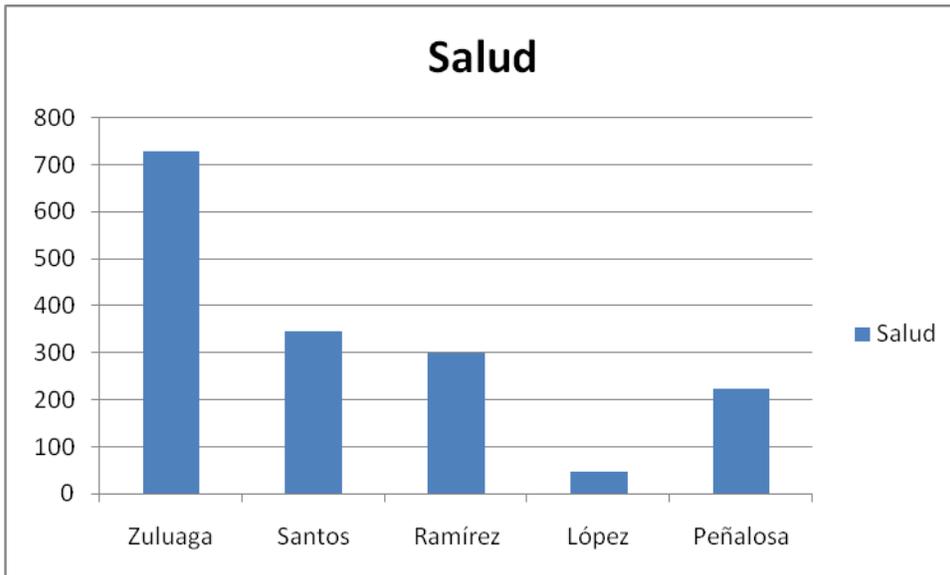


Elaboración propia con base en los resultados proporcionados por el software AntConc, ver anexo 3

Respecto a la corrupción, es importante señalar que Santos ni siquiera mencionó este significante, así que se le asignó un coeficiente mayor que el último de sus significantes registrado. Se evidencia como Zuluaga y Santos son los menos interesados en hablar del tema, mientras Ramírez es la más repetitiva, al punto de convertir a la corrupción en su contraparte negativa. El candidato Peñalosa por primera vez superó a otros candidatos; sin embargo el hecho de que focalizara su discurso en la corrupción no le ayuda demasiado, pues la coyuntura favorecía más los temas de paz y seguridad.

La salud

El siguiente gráfico muestra la posición de este significante en el discurso de cada candidato.

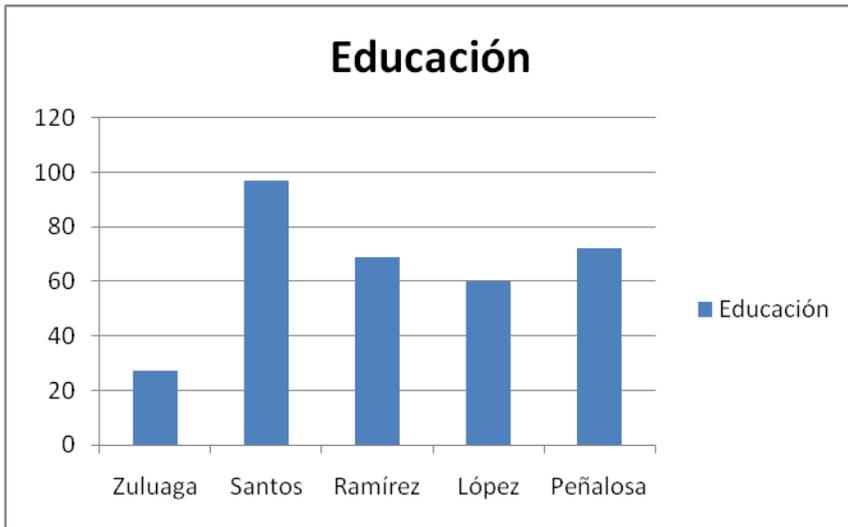


Elaboración propia con base en los resultados proporcionados por el software AntConc, ver anexo 3

Nótese que en este tópico vuelven a perder los candidatos ganadores de la primera vuelta, y curiosamente ganaron los candidatos derrotados López y Peñalosa. Quedó bastante clara la poca importancia que reviste tanto la corrupción como la salud para Santos y Zuluaga, seguramente por ser ambos protagonistas en gobiernos en los que se avanzó poco o nada en estos temas. Clara López, por su parte, fue quién más enfatiza en la salud, lo cual se comprende fácilmente por su enfoque hacia los temas sociales, característico en los políticos de izquierda. En este caso el significante recibe mayor presión para ser incorporado por los candidatos más independientes al establecimiento.

La educación

El siguiente gráfico muestra la posición de este significante en el discurso de cada candidato.

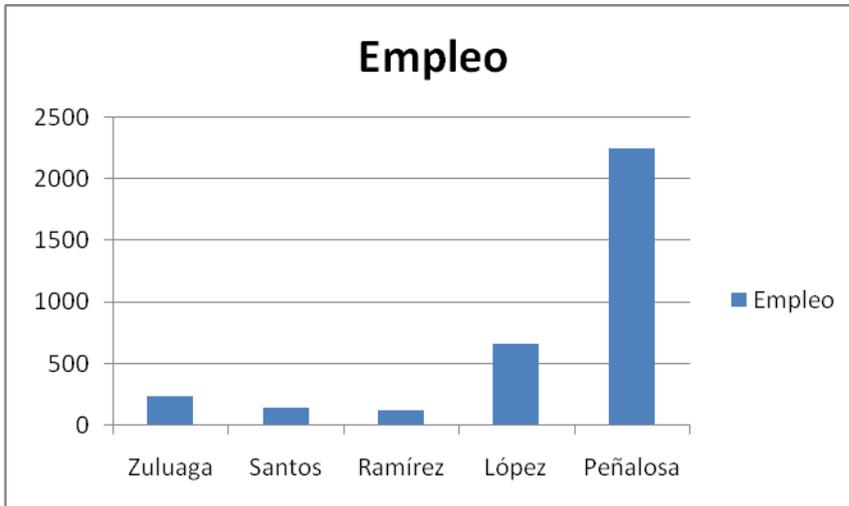


Elaboración propia con base en los resultados proporcionados por el software AntConc, ver anexo 3

La educación constituyó junto con la paz el significante sometido a mayor presión por parte de todos los candidatos. Quien hizo mayor énfasis en el tema fue Zuluaga, lo cual se explica por el enfoque de su campaña volcado desde un principio a la educación. Los demás candidatos se mantienen en niveles entre 60 y 97, lo cual evidencia la preponderancia generalizada que le atribuyen al tema. Se podría conjeturar que la ingente cantidad de profesores y estudiantes hace de la educación un tema atractivo desde una lógica de estrategia electoral.

Empleo

El siguiente gráfico muestra la posición de este significante en el discurso de cada candidato.

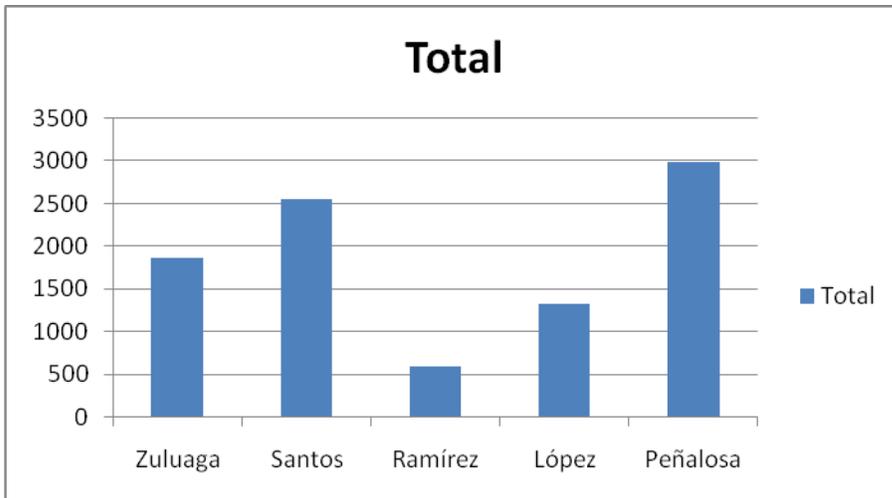


Elaboración propia con base en los resultados proporcionados por el software AntConc, ver anexo 3

Se hace patente respecto al empleo cómo los candidatos Zuluaga, Santos y Ramírez son los más insistentes. En este caso López se aleja bastante y Peñalosa se descuelga por mucho. La candidata del partido conservador, segmentó los problemas de empleo, permitiéndole tener un desarrollo más contundente sobre este significativo. De alguna manera se confirma el camino equivocado que tenía el candidato Peñalosa al no concentrar su discurso en los temas importantes para la opinión pública.

Análisis de los totales

El siguiente gráfico muestra la sumatoria de los puntajes obtenidos en todos los significantes analizados por candidato.



Elaboración propia con base en los resultados proporcionados por el software AntConc, ver anexo 3

Una primera interpretación del gráfico sería que los puntajes inferiores muestran la coherencia del discurso al hacer énfasis en los temas más importantes. A la inversa, los puntajes mayores muestran discursos inconsistentes en los que se priorizan algunos temas en detrimento de otros. Así las cosas, ¿por qué los candidatos que llegaron a segunda vuelta aparecen como tercero y cuarto en el uso de estos significantes? La razón es muy sencilla: focalizar en todos los temas es tan mala estrategia como no focalizar en ninguno.

El caso de Ramírez, quien obtuvo el puntaje más bajo, muestra que su discurso en general logró destacar en todos los significantes analizados; de hecho siempre estuvo entre los tres primeros puestos. El impacto electoral, según esto, no dependería tanto de que el candidato aluda a todos los problemas relevantes; más importante aún sería apropiarse de la demanda hegemónica que mejor se adapte a las realidades del momento. Este es justamente el caso de Santos; la corrupción ni siquiera es mencionada en las 6 entrevistas, en contraste con las 40 menciones a la paz que realiza, mientras en Salud y Educación ocupa el penúltimo y último lugar.

Con Clara López sucedió algo parecido a lo de Ramírez, a pesar de tener un discurso equilibrado que procura no olvidarse de ningún tema importante, no logra traducirlo en un resultado electoral destacado. Zuluaga y Santos fueron más insistentes en temas como la seguridad y la paz, mientras las dos candidatas se destacaron en temas como empleo, corrupción y salud, que de alguna manera siguen siendo periféricos en comparación con el conflicto y su solución.

El caso de Enrique Peñalosa se ajusta a su resultado electoral: es último en el uso de estrategias populistas, último en los significantes importantes y en las elecciones este fue el lugar que ocupó. Su discurso no se articuló de manera adecuada y esto se hace patente cuando se observa la poca insistencia en significantes importantes. En comparación con los demás candidatos, la estrategia de Peñalosa más que recurrir a todos los significantes importantes como lo hiciera Ramírez, fue dejarlos de lado, lo que constituyó su mayor error en campaña.

En cuanto a la presión a la que se ven sometidos los significantes, se puede decir que los candidatos en general no intentan posicionarse como un candidato totalmente equilibrado, entendiendo por esto un candidato que le confiere más o menos la misma importancia a todos los temas. Más bien intentan cooptar algunos temas específicos según su orientación ideológica y programática. La presión sobre los significantes vendría por parte de candidatos cercanos ideológicamente, como sucede con la seguridad en el caso de Zuluaga y Ramírez, o la salud con López y Peñalosa. En esta dinámica los candidatos abandonan algunos significantes, sabiendo que son propiedad de algún adversario, mientras intentan profundizar en aquellos que por diferentes razones pueden acaparar.

Tómese el caso del candidato Zuluaga. Respecto a la salud es el último de los candidatos; prefiere abstenerse o evitar el tema, consciente de que los temas sociales no son su fortaleza, y menos la salud, por las críticas que recibiera el gobierno Uribe en esta materia. En cambio, la seguridad es su terreno natural, y pone todo su empeño en resaltar cómo la seguridad es la demanda hegemónica y él el indicado para alcanzarla.

Algunas conclusiones: discurso electoral y estrategias populistas

Al inicio del trabajo se planteó como conjetura que “los candidatos pueden a) optar por radicalizar su visión dicotómica de la realidad, mientras tratarían de b) esforzarse por cooptar determinados significantes vacíos, al tiempo que procurarían c) consolidar una demanda que aglutine exitosamente las diversas demandas sociales” (p.24). A continuación se confirmó que, en efecto, los candidatos intentan llevar a cabo estos propósitos en su discurso; sin embargo la intensidad con que lo hacen y la forma varía considerablemente de uno a otro.

En el caso colombiano resultó mucho más interesante la demanda hegemónica que el antagonismo como tal. Zuluaga propuso una división entre las FARC y los colombianos, que básicamente era la misma planteada por Uribe en las contiendas electorales donde participó. A pesar de su esfuerzo, las condiciones de ahora son diferentes y su propuesta no tuvo el mismo éxito que en años pasados. Santos propuso, en cambio, una dicotomía entre paz (como su demanda hegemónica) y guerra, consiguiendo una combinación que se adapta eficazmente a la coyuntura del proceso de paz. Fue importante en cuanto al antagonismo

mantener niveles de abstracción mayores por parte de Santos para sumar apoyos y evitar verse como un candidato belicoso. Los antagonismos propuestos por los otros candidatos no merecen mayor mención.

La demanda hegemónica revela en realidad la tendencia de cada candidato. Para Santos la paz, Zuluaga y Ramírez la seguridad, López el desarrollo social, y en Peñalosa no se identifica claramente. Se afirma que el tema de la paz fue el determinante en el triunfo de Santos, como quiera que logró apropiarse de este significante fundamental no solo por las condiciones actuales de negociación, sino porque fue reproducido sistemáticamente por los otros candidatos.

Los significantes relevantes en perspectiva comparada arrojaron luces sobre las estrategias más efectivas. Mientras las dos candidatas obtuvieron el mejor desempeño, fueron los candidatos tercero y cuarto en los totales, quienes llegaron a segunda vuelta. Esto indica que no se trata de ser consistente en las propuestas para solucionar los problemas del país, sino en apropiarse del problema “de moda” y posicionar un significante relativo a él en las primeras posiciones de frecuencia discursiva. Apuntar a muchos significantes no es tan redituable, los electores simplemente no tendrán una percepción clara de la orientación del candidato, en otras palabras, darle la misma importancia a todo sería equivalente a que nada tiene importancia.

CONCLUSIONES

Las categorías laclauiananas de antagonismo, demanda hegemónica y significantes vacíos permiten arrojar elementos de respuesta a la pregunta: ¿Cómo se recurre a estrategias populistas en las elecciones presidenciales del 2014? Sin ellas la categoría central de estrategias populistas no hubiera podido ser construida, ni mucho menos ser analizada y matematizada hasta cierto nivel. Los candidatos emplearon las estrategias a partir de los significantes que eligieron para nombrar las partes de la dicotomía (receptor positivo y contraparte negativa) y la demanda hegemónica.

Si bien cada uno implicó al menos dos categorías en sus discursos, el índice de estrategias populistas (IEP) permite mostrar un nivel de populismo bastante limitado en cuatro de los cinco candidatos, aunque en Zuluaga es un poco más evidente ese talante. En comparación con los populismos de Gaitán, Rojas y Uribe, es evidente que ningún candidato pudo acercarse a estas experiencias populistas capaces de movilizar amplios sectores. La poca profundización en la frontera antagónica sugiere la valoración de un populismo limitado para estos candidatos.

El denominador común en cuanto a estrategias populistas fue colocar el foco, ante todo, en la demanda hegemónica más que en la dicotomía. Así pues, aunque las visiones maniqueas y conspirativas de la realidad, no estuvieron ausentes, no llegaron a ser tan comunes. Aunque el ganador, según el índice, debió haber sido el candidato Zuluaga, fue Santos quien colocó todas sus energías en promover una demanda como la paz, hecho que sumado a las condiciones del momento le permitió sacar ventaja.

En cuanto a la pregunta subsidiaria, ¿cuál es la incidencia de las estrategias populistas adoptadas en las campañas políticas?, se tendría que responder con base en la comparación entre resultados de las elecciones y del análisis de contenido. La conclusión es que los dos candidatos ganadores en utilización de estrategias populistas llegaron a segunda vuelta, y el candidato perdedor ocupó el último lugar en ambos resultados. Las candidatas Ramírez y López se ubicaron en un lugar intermedio con una diferencia muy pequeña, a similitud de lo sucedido en las elecciones. Si bien la correspondencia no es absoluta, por lo cual habría que recabar en los factores extradiscursivos.

Según el modelo de análisis propuesto, la incidencia positiva de las estrategias populistas se presenta de la siguiente manera:

- A. Los candidatos logran establecer significantes sobre el antagonismo y la demanda hegemónica en posiciones relevantes en el discurso (Santos, Zuluaga y Ramírez).
- B. Existe una articulación lógica entre cada uno de estos significantes (Santos y Zuluaga).
- C. Se acoplan a la coyuntura de forma que el candidato se apropia de la demanda hegemónica “de moda” (que sería la verdadera demanda hegemónica). (Santos)
- D. Los candidatos seleccionan temas relevantes y omiten otros estratégicamente, evitando los extremos de priorizarlos todos, o no destacar ninguno. (Santos y Zuluaga)

Naturalmente la relación entre estrategia populista y resultado electoral sería negativa si se presentase la situación contraria.

Este trabajo sugiere una línea de trabajo promisorio tanto desde los estudios

electorales como desde el marketing político. Se ha mostrado que el análisis de contenido, potenciado por el uso de software desarrollado para tal fin, permite al investigador del discurso ahondar con precisión sobre los significantes privilegiados de cada candidato, y la forma como se relacionan entre sí. Gracias a utilización del software, la orientación ideológica de los políticos puede ser comprendida más cabalmente. Por ejemplo, fue evidente desde este análisis la preponderancia que el candidato Zuluaga le otorgó a la educación, aunque no fuera tan evidente a simple vista y tal vez este detalle hubiese pasado desapercibido desde otras metodologías.

Las orientaciones generales del presente trabajo también pueden ser replicadas en estudios sobre marketing político. La adecuada articulación discursiva entre frontera antagónica (receptor positivo y contraparte negativa) y demanda hegemónica, puede significar para el candidato una mayor probabilidad de éxito, en la medida que los ciudadanos entiendan su discurso y se adhieran a él. Lo que proponen los candidatos es, en resumen, una visión de la realidad en la que ellos mismos se sitúan como resolución del problema fundamental (demanda hegemónica), de suerte que los electores suscriben una alternativa que a su vez esconde una interpretación de la realidad. Más allá de los colores, el vestuario, la forma de hablar, o cualquier elemento formal relevante desde el marketing político, el contenido del discurso puede interpretarse desde esta perspectiva, donde las meras propuestas no son sino la epidermis de una visión inteligible de la realidad y los problemas.

Frente a las tres características identificadas del populismo en Colombia, se encuentra que la aspiración de llegar al poder por un partido al margen de los tradicionales ya no es tan determinante. Aunque Santos y Zuluaga representaban partidos alternativos,

terminan en alianza con los partidos tradicionales. Parece ser que los años en que el modelo multipartidista se ha desarrollado en el país han disminuido el sentimiento de rechazo hacia los partidos tradicionales, pues las nuevas generaciones los consideran simplemente otros actores dentro de un espectro político bastante variado.

La herencia de los populismos paradigmáticos que se mantiene hoy en día sugiere que el foco se encuentra, ante todo, en los temas relativos al conflicto y la violencia. Este factor permite entender por qué Santos a la postre gana las elecciones, amparado en la paz como bandera de su campaña. Al fin de cuentas, tanto Rojas como Uribe llegaron al poder para “pacificar” el país, y la tarea encomendada a Santos no es diferente.

Respecto al marco teórico debe adoptarse una mirada crítica. Aunque el mismo permite evidenciar las dinámicas discursivas propias del populismo, cuando se pasa a un análisis electoral, sobre todo en términos de evaluar resultados, se echan de menos los factores extradiscursivos. Al hablar del acople del discurso a la realidad, se alude a que este aspecto pues el solo discurso no puede generar un resultado electoral determinado sin remitirse a cierto número de aspectos estructurales. A pesar de la inclinación hacia las facetas discursivas en este trabajo, las realidades que enfrenta el ciudadano promedio resultan fundamentales, y en ese sentido parece desvirtuarse alguna manipulación del ciudadano por las élites amparada única y exclusivamente en la representación de la realidad que propone el candidato. Aún el político más carismático debería tocar las fibras de los ciudadanos a partir de los problemas o aflicciones que lo aquejan. El discurso interpreta, y las propuestas pueden ser asumidas por los electores hasta cierto punto, pero la idea de crear realidades puramente discursivas con carácter movilizador no es lo más frecuente.

También cabe anotar que la teoría de Laclau ha sido mal utilizada en ocasiones (Patriau,2012), pues se le añaden variables ideológicas, económicas o de otra índole, desbordando su enfoque puramente formal. En otros estudios (Pereyra,2012), una carga ideológica desbordada por parte del investigador le lleva a satanizar los populismos de derecha (o en otros casos al contrario). Aunque la objetividad es una quimera en las ciencias sociales y humanas, el investigador no debería renunciar al esfuerzo de despojarse de sus prejuicios y propensiones hasta donde sea posible.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Ayala Diago, C. A. (1995). *Nacionalismo y populismo: anapo y el discurso político de la oposición en Colombia, 1960-1966*. Universidad Nacional de Colombia.
- Bushnell, D. (1996). *Colombia, una nación a pesar de sí misma: de los tiempos precolombinos a nuestros días*. Bogotá: Planeta
- Chaparro, A. et al. (2009). *Estado, democracia y populismo en América Latina*. Universidad del Rosario.
- Cardoso, F. H., & Faletto, E. (2007). *Dependencia y desarrollo en América Latina*. Avellaneda. Buenos Aires. 1ª edición. 2ª reimpresión. Siglo XXI Editores Argentina.
- Cortés, L., & Camacho, M. M. (2003). *¿Qué es el análisis del discurso?* Octaedro.
- De la Torre, Cristina. *Álvaro Uribe o el neopopulismo en Colombia*. La Carreta, 2005.
- Eastman, J. M. (1979). *Jorge Eliécer Gaitán. Obras Selectas*. Imprenta Nacional.
- Gellner, E., & Ionescu, G. (Eds.). (1969). *Populismo: sus significados y características nacionales*. Amorrortu editores.
- Ianni, O. (1975). *La formación del Estado populista en América Latina*. Ediciones Era.
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Fondo de cultura Económica.
- Laclau, E. (1996). *Emancipación y diferencia*. Ariel.
- Mackinnon, M. M., & Petrone, M. A. (1998). *Populismo y neopopulismo en América Latina: el problema de la Cenicienta*. Editorial Universitaria de Buenos Aires.

- Marsh, D., & Stoker, G. (Eds.).(1997). *Teoría y métodos de la ciencia política* (pp. 13-29). Madrid: Alianza.
- Marquez, M. L., Pastrana, E., & Hoyos, G. (2012). *El eterno retorno del populismo en América Latina y el Caribe*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (Eds.). (2012). *Populism in Europe and the Americas: Threat Or Corrective for Democracy?* Cambridge University Press.
- Ocampo, J. F., & López, J. O. (2008). *Historia de las ideas políticas en Colombia: de la independencia hasta nuestros días*. Bogotá, Taurus.
- Palacios, M. A. (2011). *Populistas: el poder de las palabras*. Universidad Nacional de Colombia.
- Palacios, M. (1971). *El populismo en Colombia*. (Vol. 1) Editorial Siuasinza.
- Panizza, F. (Ed.). (2009). *El populismo como espejo de la democracia*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Santamaría, O. (2002). *Neopopulismo o neoliberalismo?* Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Sierra, J. E. (1997). *El pensamiento político de Gaitán*. Plaza y Janes.
- Tirado, M. A. et al. (1989). *Nueva Historia de Colombia. Historia política 1946-1986*. tomo ii, Bogotá, Planeta.

Artículos especializados

- Basset, Y. (2006). *Aproximación a las nociones de populismo y gobernabilidad en los discursos contemporáneos sobre América latina*. Revista Opera, (6), 27-45.
- Chaouch, M. T. (2009). *La presencia de una ausencia: Jorge Eliécer Gaitán y las*

- desventuras del populismo en Colombia*. Araucaria: Revista Iberoamericana de filosofía, política y humanidades, (22), 251-262.
- Collier, D., & Mahon, J. E. (1993). *Conceptual "Stretching" Revisited: Adapting Categories in Comparative Analysis*. American Political Science Review, 87(04), 845-855.
- Dugas, John C. "The emergence of Neopopulism in Colombia? The case of Álvaro Uribe." *ThirdWorldQuarterly* 24.6 (2003): 1117-1136.
- De la Torre, C. (2013). *El tecnopopulismo de Rafael Correa: ¿ Es compatible el carisma con la tecnocracia?* Latin American Research Review, 48(1), 24-43
- Dornbusch, R., & Edwards, S. (1990). *La macroeconomía del populismo en la América Latina*. El Trimestre Económico, 57(225), 121-162.
- Galindo, C. "Neopopulismo en Colombia: el caso del gobierno de Álvaro Uribe Vélez." *Iconos* 27 (2007): 147-162.
- Pajares, F. (2004). "El enfoque multimodal en la investigación científica". *Revista Investigación*, 63-65.
- Patriau, E. (2012). *¡El populismo en campaña! Discursos televisivos en candidatos presidenciales de la Región Andina (2005-2006)*. Colombia Internacional, (76), 293-325.
- Pécaut, D. (2000). *Populismo imposible y violencia: el caso colombiano*. Estudios Políticos, (16).
- Pereyra, G. (2012). *Límites y posibilidades del discurso populista*. Utopía y Praxis Latinoamericana, 17(58), 11-26.

Tesis de Grado

- Carrillo Vargas, C. X. (2010). *Análisis del discurso de Álvaro Uribe Vélez (2002-2006) bajo una lógica neopopulista*. (Tesis de pregrado. Bogotá: Universidad del Rosario).
- Fierro C, M. I. (2011). *Álvaro Uribe Vélez: neopopulismo, retórica y asimilación de su discurso por los bogotanos* (Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Colombia).
- Rodríguez, A. C. (2010). *Análisis del antagonismo entre el discurso del gobierno de Álvaro Uribe Vélez y el discurso de las comunidades indígenas de la Sierra Nevada de Santa Marta, en torno a las fumigaciones con glifosato (2002-2006)* (Tesis de pregrado, Universidad del Rosario).

Documentos institucionales

- (1998, 30 de mayo) *Acuerdo 6 de 1998*. Consultado el 7 de septiembre de 2014 en la:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=535>
- (2003) *Política de Seguridad Democrática*. Presidencia de la República – Ministerio de Defensa. Consultado el 14 de agosto de 2014 en la:
<http://www.oas.org/csh/spanish/documentos/Colombia.pdf>
- (2014, mayo) *Boletín Libertad y Seguridad: Balance de los indicadores de libertad y seguridad en Colombia enero - marzo (2013-2014)*. Consultado el 8 de noviembre de 2014 en la:
http://www.paislibre.org/site/images/Boletin_Libertad_y_Seguridad_No14_ene-mar_2014.pdf.

(2010) *110 iniciativas para alcanzar la prosperidad*. Juan Manuel Santos. Consultado el 10 de septiembre 2014 en la: http://www.transformandoacolombia.gov.co/sites/default/files/110_iniciativas.pdf

Noticias de prensa

(2014, 1 de abril) *Entrevista exclusiva al candidato presidente Juan Manuel Santos*. Ecos del Combeima. Consultado el 19 de mayo de 2014 en la: <http://www.ecosdelcombeima.com/politicas/nota-38977-entrevista-exclusiva-el-candidato-presidente-juan-manuel-santos>

(2014, 15 de mayo) *'Aquí se va a decidir entre la guerra y la paz': Juan Manuel Santos*. El Tiempo. Consultado el 19 de mayo de 2014 en la: <http://www.eltiempo.com/politica/partidos-politicos/entrevista-con-juan-manuel-santos/13995057>

(2013, 16 de diciembre) *“La paz es la seguridad definitiva”*. La república. Consultado el 20 de mayo de 2014 en la: http://www.larepublica.co/economia/%E2%80%9CLa-paz-es-la-seguridad-definitiva%E2%80%9D_93466

(2013, 29 de julio) *“La agenda del país está en manos de La Habana”*. Confidencial Colombia. Consultado el 14 de mayo de 2014 en la: <http://confidencialcolombia.com/es/1/103/8203/%E2%80%9CLa-agenda-del-pa%C3%ADs-est%C3%A1-en-manos-de-La-Habana%E2%80%9D-Zuluaga-candidato-Uribismo-Santos.htm>

(2003, 15 de abril) *Discurso de Uribe*. El País. Consultado el 15 de julio de 2014 en la:
<http://historico.elpais.com.co/paionline/notas/Abril152003/discursouribe.html>

(2006, 7 de agosto) *Discurso del presidente Álvaro Uribe en el acto de posesión de su segundo mandato*. Semana. Consultado el 15 de julio de 2014 en la:
<http://m.semana.com/on-line/articulo/discurso-del-presidente-alvaro-uribe-acto-posesion-su-segundo-mandato/80360-3>

(2002, 7 de agosto) *El nuevo presidente*. Semana. Consultado el 15 de julio de 2014 en la:
<http://www.semana.com/especiales/articulo/el-nuevo-presidente/53474-3>

(2014, 12 de abril) *“Tengo un compromiso grande con los cafeteros”*: Clara López. La Tarde. Consultado el 10 de septiembre de 2014 en la:
<http://www.latarde.com/noticias/politica/132109-tengo-un-compromiso-grande-con-los-cafeteros-clara-lopez>

(2014, 1 de febrero) *Colombia alcanzó en 2013 su desempleo más bajo en 18 años*. Infobae. Consultado el 15 de noviembre de 2014 en la:
<http://www.infobae.com/2014/02/01/1540889-colombia-alcanzo-2013-su-desempleo-mas-18-anos>

(2013, 8 de agosto) *Tasa de homicidios enfrenta al Gobierno y la academia*. El Colombiano. Consultado el 10 de septiembre de 2014 en la:
http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/T/tasa_de_homicidios_enfrenta_al_gobierno_y_la_academia/tasa_de_homicidios_enfrenta_al_gobierno_y_la_academia.asp

- (2010, 28 de junio) *La tercera vía de Santos*. Semana. Consultado el 10 de septiembre de 2014 en la: <http://www.semana.com/politica/articulo/la-tercera-via-santos/118654-3>
- (2014, 10 de abril) *Oscar Iván Zuluaga y Marta Lucía Ramírez frentearon estudiantes de los Andes*. El Universal. Consultado el 10 de septiembre de 2014 en la: <http://www.eluniversal.com.co/politica/oscar-ivan-zuluaga-y-marta-lucia-ramirez-frentearon-estudiantes-de-los-andes-156706>
- (2014, 17 de mayo) *Perfil de la candidata presidencial Marta Lucía Ramírez*. El Tiempo. Consultado el 10 de septiembre de 2014 en la <http://www.eltiempo.com/politica/partidos-politicos/perfil-de-la-candidata-presidencial-marta-lucia-ramirez/14003241>
- (2014a) *Enrique Peñalosa Londoño*. La Silla Vacía. Consultado el 10 de septiembre de 2014 en la: <http://lasillavacia.com/quienesquien/perfilquien/enrique-penalosa-londono>
- (2014b) *Marta Lucía Ramírez*. La Silla Vacía. Consultado el 10 de septiembre de 2014 en la: <http://lasillavacia.com/quienesquien/perfilquien/marta-lucia-ramirez>
- (2014c) *Juan Manuel Santos*. La Silla Vacía. Consultado el 10 de septiembre de 2014 en la: <http://lasillavacia.com/perfilquien/18835/juan-manuel-santos>
- (2014d) *Clara Eugenia López Obregón*. La Silla Vacía. Consultado el 10 de septiembre de 2014 en la: <http://lasillavacia.com/quienesquien/perfilquien/clara-eugenia-lopez-obregon>

(2011, 2 de abril) *Restoring the commons makes quality of life top priority*. National Catholic Reporter, Vol. 47 Issue 8, p16-18. 2p.

(2014, 5 de agosto) *La economía colombiana crecería más de lo esperado*. El País. Consultado el 16 de noviembre de 2014 En la: (<http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/economia-colombiana-creceria-esperado>)

Otros recursos electrónicos

(2014) *Plan de Gobierno*. Juan Manuel Santos. Consultado el 10 de septiembre de 2014 en la: <http://www.santospresidente.com/propuestas-0/plan-de-gobierno/>

(2014) *Fundación Buen Gobierno*. Consultado el 10 de septiembre de 2014 en la: <http://www.buengobierno.com/quienes-somos>

(2014) *Pacto Colombia*. Consultado el 10 de septiembre en la: <http://www.martaluciapresidenta.com/pacto-colombia/mujer-familia>

(2014) *Historia*. Transmilenio. Consultado el 8 de septiembre de 2014 en la: <http://www.transmilenio.gov.co/es/articulos/historia>

ANEXOS

Anexo 1.

Ranking de significantes por candidato

Significantes Clara López

The screenshot shows the AntConc 3.2.4w (Windows) 2011 interface. The main window displays a list of words ranked by frequency. The interface includes a menu bar (File, Global Settings, Tool Preferences, About), a toolbar with tabs (Concordance, Concordance Plot, File View, Clusters, Collocates, Word List, Keyword List), and a search control panel at the bottom.

Corpus Files

- L-entrevista elcol
- L-entrevista elpue
- L-entrevista eltie
- L-entrevista eltie
- L-entrevista lataz
- L-entrevista semar
- L-entrevista supue
- L-entrevista teles

Search Term Words Case Regex

Display Options Treat all data as lowercase

Total No. 8

Files Processed

Search Term

Sort by

Hit Location

Rank	Freq	Word	Lemma Word Form(s)
1	59	al	
2	45	está	
3	37	tiene	
4	35	Colombia	
5	30	país	
6	29	uno	
7	27	creo	
8	26	era	
9	26	nos	
10	26	todo	
11	24	ni	
12	23	paz	
13	23	todos	
14	22	política	
15	22	proceso	
16	22	tenemos	
17	22	vida	
18	21	C	

Significantes Enrique Peñalosa

AntConc 3.2.4w (Windows) 2011

File Global Settings Tool Preferences About

Corpus Files

- P-entrevista Mirue
- P-entrevista Semar
- P-entrevista espec
- P-entrevista sills
- p-elcolombiano.txt
- p-elmeridiano.txt
- p-entrevista eltie
- p-entrevista kieny
- p-entrevista lataz
- p-entrevista puebl
- p-entrevista risar
- p-entrevista semar
- p-entrevistabocas.
- p-larepublica.txt
- p-publimetro.txt

Total No. 15

Files Processed

Reset

Concordance Concordance Plot File View Clusters Collocates Word List Keyword List

Hits Total No. of Word Types: 3671 Total No. of Word Tokens: 10714

Rank	Freq	Word	Lemma Word Form(s)
1	79	al	
2	68	No	
3	55	Colombia	
4	55	gente	
5	54	política	
6	48	años	
7	45	Pero	
8	45	si	
9	44	ni	
10	44	tiene	
11	42	está	
12	41	E	
13	40	Lo	
14	40	P	
15	39	también	
16	38	hace	
17	38	nos	
18	37	era	

Search Term Words Case Regex

Display Options Treat all data as lowercase

Advanced

Start Stop Sort

Sort by Sort by Freq

Hit Location Search Only 0

Invert Order

Save Window

Exit

Significantes Marta Lucía Ramírez

AntConc 3.2.4w (Windows) 2011

File Global Settings Tool Preferences About

Corpus Files

- R-entrevista ADN.t
- R-entrevista bocas
- R-entrevista dosoz
- R-entrevista el cc
- R-entrevista el cc
- R-entrevista el pu
- R-entrevista eluni
- R-entrevista lanac
- R-entrevista laopi
- R-entrevista redms

Concordance | Concordance Plot | File View | Clusters | Collocates | Word List | Keyword List

Hits: 2 | Total No. of Word Types: 3205 | Total No. of Word Tokens: 8682

Rank	Freq	Word	Lemma Word Form(s)
1	87	al	
2	57	Santos	
3	53	país	
4	47	Colombia	
5	46	gobierno	
6	46	Y	
7	43	tiene	
8	42	paz	
9	40	está	
10	40	nos	
11	38	si	
12	36	No	
13	34	gente	
14	34	he	
15	33	esa	
16	33	todo	
17	32	Es	
18	31	vamos	

Search Term: Words Case Regex

Display Options: Treat all data as lowercase

Total No.

Files Processed:

Hit Location: Invert Order

Significantes Oscar Iván Zuluaga

AntConc 3.2.4w (Windows) 2011

File Global Settings Tool Preferences About

Corpus Files

- z-entrevista elcor
- z-entrevista eltie
- z-entrevista eluni
- z-entrevista kieny
- z-entrevista lasdc
- z-entrevista lasil
- z-entrevista latar
- z-entrevista mills
- z-entrevista publi
- z-entrevista revis
- z-entrevista semar

Total No. 11

Files Processed

Reset

Concordance Concordance Plot File View Clusters Collocates Word List Keyword List

Hits Total No. of Word Types: 2973 Total No. of Word Tokens: 8533

Rank	Freq	Word	Lemma Word Form(s)
1	89	país	
2	76	paz	
3	67	política	
4	66	al	
5	62	Colombia	
6	52	colombianos	
7	50	Y	
8	42	tiene	
9	39	I	
10	39	O	
11	39	Z	
12	38	Farc	
13	38	gobierno	
14	38	Santos	
15	37	seguridad	
16	36	presidente	
17	35	todos	
18	33	está	

Search Term Words Case Regex

Advanced

Start Stop Sort

Sort by Sort by Freq

Hit Location Search Only 0

Invert Order

Display Options Treat all data as lowercase

Save Window

Exit

Significantes Juan Manuel Santos

AntConc 3.2.4w (Windows) 2011

File Global Settings Tool Preferences About

Corpus Files

- S-entrevista ecosc
- S-entrevista eltie
- S-entrevista infor
- S-entrevista laopi
- S-entrevista lazeq

Concordance Concordance Plot File View Clusters Collocates Word List Keyword List

Hits Total No. of Word Types: 1834 Total No. of Word Tokens: 3983

Rank	Freq	Word	Lemma Word Form(s)
1	40	paz	
2	35	al	
3	25	hemos	
4	23	va	
5	21	está	
6	21	país	
7	20	todo	
8	19	No	
9	17	años	
10	17	están	
11	17	nos	
12	17	tener	
13	16	año	
14	16	esa	
15	16	estamos	
16	16	si	
17	16	van	
18	15	crecimiento	

Search Term Words Case Regex

Display Options Treat all data as lowercase

Total No. 6

Files Processed

Reset

Start Stop Sort

Sort by Sort by Freq

Hit Location Search Only 0

Invert Order

Save Window

Exit

Anexo 2.

Significantes relevantes y frecuencias

Enrique Peñalosa

Significante	Frecuencia
Colombia	55
Gente	55
Política	54
Ciudadanos	30
País	30
Uribe	28

Significantes Oscar Iván Zuluaga

Significante	Frecuencia
País	89
Paz	76
Política	67
Colombianos	52
Farc	38
Santos	38

Significantes Clara López

Significante	Frecuencia
Colombia	35
País	30
Paz	23
Política	22
Social	15
Gente	21

Significantes Juan Manuel Santos

Significante	Frecuencia
Paz	40
País	21
Gobierno	14
Política	13
Guerra	12
Gente	12

Significantes Martha Lucía Ramírez

Significante	Frecuencia
Santos	57
País	53
Colombia	47
Paz	43
Gente	34
Política	29

Anexos 3.

Comparación de significantes por candidato

	Zuluaga	Santos	Ramírez	López	Peñalosa
Paz	2	1	8	12	49
Seguridad	15	131	29	143	224
Corrupción	854	1835	50	394	160
Salud	730	345	300	47	223
Educación	27	97	69	60	72
Empleo	241	141	125	659	2254
Total	1869	2550	581	1315	2982