

**EL FACTOR URIBE:  
DE LA DEMOCRACIA DE PARTIDOS A LA DEMOCRACIA DE AUDIENCIA  
LOS EFECTOS BANDWAGON Y GOBERMEDIA EN LAS  
ELECCIONES PRESIDENCIALES DE 2002 Y 2006 EN COLOMBIA**

**VÍCTOR AUGUSTO ARTEAGA VILLA**

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
INSTITUTO DE ESTUDIOS POLÍTICOS  
MAESTRÍA EN CIENCIA POLÍTICA  
MEDELLÍN**

**2015**

**EL FACTOR URIBE:  
DE LA DEMOCRACIA DE PARTIDOS A LA DEMOCRACIA DE AUDIENCIA  
LOS EFECTOS BANDWAGON Y GOBERMEDIA EN LAS  
ELECCIONES PRESIDENCIALES DE 2002 Y 2006 EN COLOMBIA**

**VÍCTOR AUGUSTO ARTEAGA VILLA**

**Trabajo de Investigación para optar al título de Magíster en Ciencia Política**

**Asesor**

**Juan Carlos Escobar Escobar**

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA  
INSTITUTO DE ESTUDIOS POLÍTICOS  
MEDELLÍN**

**2015**

## Tabla de contenido

Introducción	1
Capítulo I	
El factor Uribe:	
Un marco categorial para su explicación	8
1.1. Democracia de partidos, democracia de audiencia	9
1.2. El efecto bandwagon	12
1.3. El efecto gobermedia	15
Capítulo II	
El factor Uribe:	
La crisis de la democracia de partidos y el efecto bandwagon	
Elecciones presidenciales de 2002	22
2.1. La crisis de la democracia de partidos	23
2.2. Los determinantes uribistas de 2002	33
2.3. La candidatura y el triunfo presidencial de Uribe bajo el efecto bandwagon	40
Capítulo III	
El factor Uribe:	
La transición a la democracia de audiencia y el efecto gobermedia	
Elecciones presidenciales de 2006	50
3.1. La comparecencia mediática: gobierno en vivo	52
3.2. Legitimidad democrática por proximidad	63
3.3. La gobermedia como encuentro inmediato y mediático	74

Conclusión	94
Bibliografía	98

## Introducción

Propuesto, en sus inicios, como una lectura de los eventos históricos y políticos que determinaron los triunfos de Álvaro Uribe Vélez en las elecciones presidenciales del 26 de mayo de 2002 y del 28 de mayo de 2006, cosidos de manera indefectible a la erosión del sistema bipartidista, tributario finisecular de esta lid eleccionaria, precipitada por las administraciones de Ernesto Samper Pizano (1994-1998) y de Andrés Pastrana Arango (1998-2002), de endoso respectivo a liberales y conservadores, este Trabajo de Grado vino a decantarse, en su presentación final, por el examen de algunas circunstancias que, radicadas en su persona, en su discurso y en su acción de gobierno, permitieron tanto la victoria del candidato Uribe, en la primera de las fechas mencionadas, como la del presidente-candidato Uribe, en la segunda<sup>1</sup>.

Se sostiene la hipótesis que el *factor Uribe*, expresión genérica acuñada y empleada para la pretensión de esta exposición, determinó y definió la transición del sistema representativo colombiano, concretado, en mérito del régimen presidencialista que lo caracteriza, en la cabeza de la función ejecutiva del poder político, de una *democracia de partidos* a una *democracia de audiencia*, a la zaga de la propuesta teórica de Bernard Manin (1998), que plantea la metamorfosis de la representación desde la lógica del parlamentarismo hasta las de estas dos tipologías de dimensiones estasiológica, una, y mediática, otra<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Se hace énfasis en esta indicación: es el candidato Uribe, ganador de las elecciones presidenciales del 26 de mayo de 2002, y el presidente-candidato Uribe, ganador de las elecciones presidenciales del 26 de mayo de 2006, el sujeto único de este Trabajo de Grado. En el orden temporal se llama la atención sobre las fechas referidas, teniendo en cuenta que se considera el proceso preelectoral inmediato de la primera y que se concluye en la jornada electoral de la segunda.

<sup>2</sup> Si bien la categoría *democracia de audiencia* tiene una connotación de orden mediático, el interés de Manin (1998, 267-286) se dirige a formular una teoría comprendida dentro del horizonte de la *representación política*, ajena a otra que podría intuirse afín en razón del lugar de los *mass media*, a saber, de la *comunicación política*. De igual manera, en la exposición de la categoría *gobermedia*, Porras Nadales (2014, 97-126) se abstiene de considerar elementos del resorte propio de la ciencia de la comunicación, tales como relación entre comunicación y cambio social, transformaciones en las representaciones colectivas operadas por los medios, audiencia y comportamiento de

Para puntualizar esta conjetura de investigación, *el factor Uribe determinó y definió la transición del sistema representativo colombiano de una democracia de partidos a una democracia de audiencia*, se ha recurrido a dos referentes conceptuales que amplían, explicitan y soportan el proceso histórico y político, vertido y revertido en términos del acierto electoral que de 5.862.655 sufragantes de fatiga del tradicional bipartidismo, el 54,51% del total del 26 de mayo de 2002, devino en 7.363.421 votantes de sintonía, el 62,20% de la sumatoria del 28 de mayo de 2006, a saber, el *efecto bandwagon*, cuya consideración remite a Elizabeth Noelle-Neumann (1984), y el *efecto gobermedia*, referenciado desde la disertación de Antonio Porras Nadales (2014).

Desbordando tanto las posibilidades como las tentativas de entrar a calificar la figura controversial del personaje, en razón de la polarización, y extrema, a la que dio lugar no solo por sus condiciones subjetivas, sino también por sus acciones gubernativas, se hace también empeño de estas líneas patentizar que, por el *factor Uribe*, la democracia colombiana, en la ruta cercana de la irrupción de acaecimientos paralelos en Venezuela (1998) y México (2000), los bastiones partidistas más inmovibles del subcontinente latinoamericano, viró en dirección a notificarle a las formaciones proselitistas tradicionales la crisis de representación que, de tiempo atrás, venía socavándolas. Se precisaba del momento justo y del sujeto oportuno para que los partidos fueran alertados, bien para renovarse y proponerse más tarde de nuevo como alternativas viables, bien para decretarse su pérdida de confiabilidad como agentes fiduciarios de los intereses de los ciudadanos a ellos vinculados, en cuanto *correas de transmisión*, en la semántica de los teóricos de la estasiología, entre lo social y lo estatal.

---

esta, leyes y relatos del espectáculo e implicación de la televisión como instancia de consumo político (Montoya Piedrahíta, 2007, 24-56). En razón de esta consideración, este Trabajo de Grado se inserta en el orden discursivo de la *representación política*, no de la *comunicación política*, desde el que habrá de leerse.

¿El momento justo? El de la síntesis de las derivas coyunturales, al menos las más recientes, acumuladas entre 1994 y 2002, relacionadas con los espectros de la criminalización de las instituciones partidistas, cobrada, sobre todo, al Partido Liberal, por el ingreso de fondos provenientes del narcotráfico a la campaña presidencial samperista, lo que llevó al denominado proceso 8.000, y los fantasmas del menoscabo de la autoridad de las instituciones estatales, facturado, ante todo, al Partido Conservador, por la obsesión pastranista de allanar una paz negociada con la insurgencia, lo que condujo al proceso con las FARC.

¿El sujeto oportuno? Álvaro Uribe Vélez, acreditando un currículo de vida, sin antecedentes en el desempeño de las distintas funciones públicas que había ejercido, que le granjeaba respetabilidad en su discurso contra la corrupción y la politiquería, y le dotaba de credibilidad, con el antecedente de su propia tragedia, en su tarea por recuperar el monopolio de la fuerza/violencia estatal por la vía armada.

Centrando en su persona las expectativas y concentrando en su mensaje las esperanzas por la reinención moral de las prácticas políticas (*cero corrupción, cero politiquería*) y la reconstrucción social en las esferas de la soberanía estatal (*seguridad democrática*), el *factor Uribe* se tornó para 2002, y en ascenso creciente entre septiembre de 2001, cuando los diálogos Gobierno-FARC perfilaron su sentencia definitiva al fracaso, y febrero siguiente, cuando tales se abortaron, en la opción más válida que, ni en contra ni sobre ellas, señalara a las formaciones liberal y conservadora su cuarto de hora postrero en el escenario de la democracia colombiana en lo que a la titularidad de la Presidencia de la República se refiere.

No obstante carecer de una definida estatura nacional, su ascendencia era más local (Medellín) y regional (Antioquia), vino a imponerse en la jornada presidencial del 26 de mayo con un 54,51% de los sufragios depositados, movilizándolo la decisión electoral y la orientación

del voto en razón del llamado *efecto bandwagon*, vagón de cola, propulsando el llamado *fenómeno arrastre* del elector indeciso y del votante desorientado, quien, en última instancia, apuesta, para no quedarse rezagado y sumarse al tren de la victoria, por el puntero en las encuestas de opinión.

Con el objetivo unidireccional de convertir en políticas de Estado sus propuestas de campaña y prolongarlas, mínimo, en el período constitucional siguiente, desde el 10 de agosto de 2002, dio inicio a sus comparecencias mediáticas por las distintas zonas del país en el marco de los Consejos Comunales de Gobierno. Promoviendo, primero, su prospecto refrendatario contra la corrupción y la politiquería, el que no gozó del suficiente índice de aprobación el 25 de octubre de 2003, y rindiendo cuentas, luego, de su programa de seguridad democrática, fue atrayendo hacia sí una especie de devoción popular que le reclamó para dar continuidad a su acción de gobierno.

Cooptando el nuevo sistema de partidos que devino de las reglas partidistas y electorales introducidas por la reforma política de 2003, autorizado por el Congreso para hacerse reelegir en razón de la modificación constitucional de 2004, avalada por el juez de esta jurisdicción, y convertido en el gran elector de las legislativas del 12 de marzo de 2006, el *factor Uribe* canonizó, de manera ostensible, el 28 de mayo de este año, la metamorfosis del sistema representativo colombiano hacia la *democracia de audiencia*.

El anotado 62,20%, representado en 7.363.421 votos, de rating de sintonía con el que contó en esta ocasión, no admite lectura e interpretación distintas a las del éxito de su estrategia publicitaria y de su doble táctica de respuesta instantánea y de visualización directa que le son anejas al *efecto gobermedia*, es decir, el gobierno desde los medios: gobierno en acción, acción en vivo y en directo, acción de gobierno, gobierno mediático e inmediato. Personalizando

política y gobierno, en la *democracia de audiencia* el gobernante se torna actor, los gobernados se hacen espectadores y los media se constituyen escenario.

Funгиendo la paternidad necesaria para la doble orfandad de los colombianos, del *pater familias* y del *pater status*, el *factor Uribe* se impuso en virtud más de su seducción emocional que de su persuasión racional a un ciudadano que proyectó en él al prototipo antropológico y sociológico del colombiano promedio identificado con el espectáculo, entre banal y sórdido, ordinario y pendenciero, del protagonista del *reality show*, en el intento por parecer próximo, cotidiano, indiferenciado, adepto y solícito al estado de opinión.

Este Trabajo de Grado se presenta como una investigación teórica, de carácter cualitativo, en la que se ha recurrido a una cantidad significativa de fuentes documentales, desde las propuestas de los autores hasta los resultados de las encuestas de opinión y de las jornadas electorales, con pretensiones de describir y explicar las dos cuestiones fundamentales que lo animan: 1ª. ¿Para qué se hace? Para, inserto en la *metamorfosis del sistema representativo*, conocer las razones del triunfo del candidato Uribe en 2002 y del presidente-candidato Uribe en 2006. 2ª. ¿Qué se pretende? Conceptualizar, a partir de la categoría dominante de *democracia de audiencia*, el triunfo del candidato Uribe en 2002 desde el *efecto bandwagon*, y el triunfo del presidente-candidato en 2006, desde el *efecto gobermedia*, que legitima la democracia por *proximidad*.

Observando como una especie de pista metodológica al situar las circunstancias propias del *factor Uribe*, ora de su persona, ora de su acción de gobierno, en la categoría conceptual explicativa, nexa que considera el primer capítulo de este Trabajo de Grado, que relaciona las nociones de *democracia de partidos* y *democracia de audiencia* (Manin, 1998), de *efecto bandwagon* (Noelle-Neumann, 1984) y de *efecto gobermedia* (Porrás Nadales, 2014), a la que se

vincula íntimamente la de *legitimidad democrática por proximidad* (Rosanvallon, 2012), dos apartados más dan cuenta de lo acá realizado.

El capítulo segundo aborda las circunstancias particulares de las elecciones presidenciales de 2002, cuya suerte, decretada por el *efecto bandwagon*, fue precedida por la crisis de la *democracia de partidos* y asistida por las razones que animaron tanto el discurso del candidato Uribe como los motivos que llevaron a su elector a decidirse por él.

El capítulo tercero se detiene en las situaciones especiales que hicieron que el *factor Uribe* fuera el agente cuasiúnico de las elecciones presidenciales de 2006, ponderando el lugar de los Consejos Comunales de Gobierno, instrumentos del *efecto gobermedia*, tanto en cuanto acción de un gobierno actual y en curso, al alcance de los ciudadanos por el despliegue mediático, así como propaganda política del segundo tiempo de un gobierno potencial y futuro, legitimado de modo anticipado por la *proximidad* del gobernante en el nuevo horizonte representativo de la *democracia de audiencia*.

No corresponde, ni aquí ni ahora, dimensionar y ponderar el impacto político y, sobre todo, histórico del *factor Uribe*; serán otros, y en su momento, los que señalarán en los nichos correspondientes de la política y de la historia, de la historia política colombiana, a este, personaje, discurso y acción, tal vez imaginario colectivo, tal vez sentimiento radical, tal vez muestra idiosincrásica de cierta esencia nacional, y le atribuirán, de pronto, la titularidad de la clausura de unos tiempos, ¿peores, mejores?, y la apertura de otros, ¿mejores, peores?, como los tiempos de la *Historia de dos ciudades*:

Era el mejor de los tiempos y el peor; la edad de la sabiduría y la de la tontería; la época de la fe y la época de la incredulidad; la estación de la Luz y la de las Tinieblas; era la primavera de la esperanza y el invierno de la desesperación; todo se nos ofrecía como nuestro y no teníamos absolutamente nada; íbamos todos derechos al Cielo, todos nos precipitábamos en el infierno. En

una palabra, a tal punto era una época parecida a la actual que algunas de sus autoridades más vocingleras insistían en que, para bien o para mal, se la tratara solo en grado superlativo (Dickens, 2008, 9).

## Capítulo I

### El factor Uribe:

#### Un marco categorial para su explicación

Las elecciones presidenciales de 2002 y 2006 en Colombia comparten la concurrencia de tres elementos comunes.

El primero, el mismo actor, Álvaro Uribe Vélez. En 2002 aparece como la figura perfilada de un candidato que sentencia la crisis de la *democracia de partidos*. Representa el recibo de cobro a la última presidencia liberal, de Ernesto Samper Pizano, estigmatizada por el proceso 8.000, y a la última presidencia conservadora, de Andrés Pastrana Arango, signada por el proceso con las FARC. En 2006 se impone en cuanto la entidad definida de un presidente-candidato (inérita en Colombia desde la aprobación para Núñez y la pretensión de Reyes y endémica en América Latina en las dos décadas de transición entre siglos<sup>3</sup>) que factura la emergencia de la *democracia de audiencia*.

El segundo, la misma motivación emocional/racional que asiste al elector. En 2002 está impulsado por el *efecto bandwagon*, vagón de cola, que le solidariza con un candidato portador de un discurso respetable, de convocatoria moral contra la corrupción y la politiquería, y de un discurso creíble, de énfasis sostenido por la recuperación de la autoridad del Estado y de la seguridad ciudadana (democrática). En 2006 está animado por el *efecto gobermedia*, gobernar desde los medios, que le seduce ante un presidente-candidato que desde una relación de *proximidad*, táctica de legitimidad democrática, ha redefinido los dispositivos de participación

---

<sup>3</sup> Entre 1990 y 2010 en América Latina se modificaron las Constituciones Políticas de los siguientes países para introducir la figura de la reelección presidencial inmediata, bien por uno o dos períodos siguientes, bien de manera indefinida: Argentina (1994), Brasil (1997), República Dominicana (2002), Colombia (2004), Venezuela (2007), Ecuador (2008), Bolivia (2009) y Nicaragua (2009).

ciudadana en su acción de gobierno teatralizada en los Consejos Comunales de Gobierno, la propaganda más efectiva para una campaña de segunda presidencia desde el momento inicial de la primera.

El tercero, el mismo paréntesis entre el que, consecuencia si apenas desprendible de los dos anteriores, puso al balotaje desde su introducción en el ordenamiento constitucional colombiano de 1991. Mientras que en 1994, el 29 de mayo y el 19 de junio, así como en 1998, el 31 de mayo y el 21 de junio, fueron fechas de lides eleccionarias presidenciales, en 2002 y en 2006 solo lo fueron, respectivamente, el 26 y el 28 de mayo<sup>4</sup>.

### **1.1. Democracia de partidos, democracia de audiencia**

En 1997 Bernard Manin publica un texto que se ha constituido en referente obligado para examinar las dinámicas transformacionales de los procesos democráticos: *Los principios del gobierno representativo*. Desde las instituciones eleccionarias griegas hasta los mecanismos de participación ciudadana diseñados por las tres revoluciones liberales sucedidas en la centuria que va de 1688 a 1789, la gloriosa de los ingleses, la republicana de los norteamericanos y la romántica de los franceses, examina las variantes históricas de la representación para sostener que de la tendencia parlamentarista moderna se pasa a una orientación dominada por las organizaciones partidistas, desde mediados del decimonónico, para derivar, en los momentos recientes, hacia un espectro marcado y determinado por la sintonía de la opinión pública.

---

<sup>4</sup> Relacionando los elementos relativos al *factor Uribe* y al elector uribista se concluye que en 2002 y en 2006 se impusieron las dos voces populares de entonces que rezaban que “*con Uribe nadie la gana*” y “*Uribe gana en primera*”. Bajo el signo de la doble vuelta presidencial se realizaron las jornadas posteriores a un Uribe quien, aunque estando para definir la opción electoral y determinar la orientación del sufragio, aparecía en cuerpo ajeno. Del 30 de mayo de 2010 queda para el 20 de junio siguiente un victorioso Santos, corresponsal de Uribe, mientras que del 25 de mayo de 2014 pasa al 15 de junio adveniente un triunfador Zuluaga, mimesis de Uribe, quien pierde el balotaje con Santos.

Siguiendo el trazado de Manin, hasta 2002 la manifestación de la democracia colombiana en las elecciones presidenciales admite ser juzgada en términos de una *democracia de partidos*. De la naturaleza de esta, y sobre la base de los cuatro principios del gobierno representativo (la elección de representantes a intervalos regulares, la independencia parcial de los representantes, la libertad de la opinión pública y la toma de decisiones tras el proceso de discusión), son: a) la opción por el candidato del partido, expresión de una clase que ideológicamente se identifica con un clivaje fundacional (forma de Estado, tendencia confesional, posición geográfica, modelo económico), por razones de lealtad y tradición<sup>5</sup>; b) el dictado del programa por las prioridades de la formación proselitista; c) la coincidencia entre la elección mayoritaria y la opinión pública favorable, así como la relegación de la oposición a la minoría; y, d) la concentración del debate político en el ámbito exclusivo del partido de gobierno, agente único de discusión, mientras que el resto partidista no es más que una instancia de negociación (Manin, 1998, 252-266).

Las particulares vicisitudes de las postreras administraciones partidistas, liberal (1994-1998) y conservadora (1998-2002), condujeron al deshielo del bipartidismo, amenazado desde el desmonte “oficial” del Frente Nacional por los fenómenos de la atomización y la urdimbre de las redes clientelares, y a la fractura de la *democracia de partidos*.

Surgido en el momento justo, de la manera adecuada, con la retórica esperada y como la figura prometeica a la medida, Uribe señaló en 2002 el camino de la metamorfosis hacia la

---

<sup>5</sup> Manin trae la siguiente anotación: “En la *democracia de partidos*, el pueblo vota más por un partido que por una persona. Prueba de ello es el notable fenómeno de la estabilidad electoral. Entre la larga serie de candidatos de partidos, los votantes continúan eligiendo a los del mismo partido. No sólo tienden a votar constantemente por el mismo partido, sino que las preferencias de partidos pasan de generación en generación: los hijos votan como votaban sus padres y los habitantes de determinadas zonas geográficas votan durante décadas al mismo partido” (Manin, 1998, 255).

*democracia de audiencia* del sistema representativo colombiano, consolidada, con los resultados electorales de estímulo, en 2006<sup>6</sup>.

El *factor Uribe* capitalizó en sí mismo, *personalizó en su persona*, la confianza de la opción electoral respondiendo directa y efectivamente con su oferta a la demanda ciudadana. Si bien como una alternativa por fuera de los partidos, pero en la práctica esforzándose por cooptarlos para gobernar, en apariencia, sobre ellos, pero, en realidad, con ellos<sup>7</sup>, su experticia en el manejo de los medios de comunicación (una magistral forma escénica en la que palabra y gesto se convirtieron en drama), le dotó de total autonomía para la toma de decisiones espontáneas e inconsultas en su acción de gobierno televisada sábado tras sábado, lo que, al tiempo, elevaba su cuota de pantalla y legitimaba la discusión pública dentro del mismo público (Manin, 1998, 267-286). Con un votante flotante, no depositario de su voto “*sobre la base de una estable identificación partidista*”, cada vez más “*bien informado, interesado en política y bastante bien instruido*” (Manin, 1998, 283), que asistía a una especie de rendición semanal de cuentas y que participaba de vivas presencia y voz en el trámite de la satisfacción gubernamental de sus necesidades más inmediatas, como nuevo protagonista, y con unos medios

---

<sup>6</sup> La divisa publicitaria de la campaña del presidente-candidato Uribe en 2006, *¡Adelante, Presidente!*, así como su triunfo significativo, 7.397.835 votos, frente a quien le siguió, Carlos Gaviria Díaz, con 2.613.157 sufragios, evidencian la premisa de Manin frente a la *capacidad de los votantes para formarse un juicio retrospectivo-prospectivo* castigando con la no elección/reelección a los responsables de la política que rechazan y premiando con la elección/reelección a quienes les resultan dignos de crédito: “*dado que los representantes han de someterse a una elección -reelección-, son conscientes de que tendrán que rendir cuentas y que, cuando llegue el momento, ya no bastarán las palabras. Saben que sus posiciones serán enjuiciadas cuando, llegado el día de las elecciones, el electorado dicte su veredicto sobre sus actuaciones pasadas (...). La voluntad prospectiva de los votantes no es más que un deseo, pero, si no están satisfechos con la actuación de los que ocupan los cargos, su veredicto se traduce en una orden. En cada elección, los votantes llegan a su decisión apoyándose tanto en consideraciones futuras como en lo que piensan del pasado*” (Manin, 1998, 222-223; 290-291). En el *¡Adelante, Presidente!* y en los votos emitidos por su causa se encuentran tanto una evaluación positiva (retrospectiva) como una ratificación de la confianza (prospectiva) en Uribe y su acción de gobierno. No cabe duda de que el *historial del gobernante* (Manin, 1998, 271) fue la mejor carta de presentación de la campaña del presidente-candidato en 2006.

<sup>7</sup> Manin sostiene que si bien, a diferencia de la *democracia de partidos*, en la *democracia de audiencia* la relación de la confianza en la persona se impone sobre la confianza en el partido, lo que lleva a una *personalización del poder*, los partidos siguen desempeñando un papel fundamental: “*proporcionan recursos fundamentales tales como las redes de contactos e influencias, la capacidad para la recolección de fondos y el trabajo voluntario de los militantes*”, no obstante tender a convertirse en “*instrumentos al servicio del líder*” (Manin, 1998, 268).

de comunicación, tanto privados como públicos, siempre dispuestos a la deferencia y a la sintonía, como nuevos areópagos de difusión, de transmisión, de promoción publicitaria, Uribe señaló la transfiguración de la *democracia de partidos* a la *democracia de audiencia* en Colombia.

Observando una relación directa entre el agente personal (*líder*), que impulsa la metamorfosis hacia la *democracia de audiencia*, y el elector (*votante flotante*), que con su decisión la concreta, la intermediación de los medios de comunicación (*foro*) hace que se desprendan dos categorías conceptuales desde las que se pueden leer e interpretar el comportamiento del votante uribista de 2002 y 2006: *efecto bandwagon* y *efecto gobermedia*.

El de 2002 es un elector de expectativa frente a la que será la promesa de una tarea por hacer (cuyas prioridades son los combates contra la corrupción y la politiquería y la solución armada del conflicto) bajo el *efecto bandwagon*. El de 2006 es un elector de recompensa por lo que se ha realizado de la tarea y de prórroga para que se pueda concluir estimulado por el *efecto gobermedia*.

## **1.2. El efecto bandwagon**

La hipótesis de la viabilidad de un triunfo de Horacio Serpa Uribe en las elecciones presidenciales de 2002 en caso del éxito del proceso de la administración Pastrana para la solución negociada del conflicto puede sostenerse. Las pruebas son los sondeos de opinión previos al 20 de febrero de este año, cuando vira hacia su fracaso total. Como en su lugar correspondiente de este Trabajo de Grado se indica, el *factor Uribe* (persona-discurso) pasa de un precario 23,4% (12 de septiembre de 2001) a un generoso 47,7% (17 de mayo de 2002) de

preferencias de encuestas, para obtener un 54,5% de votos en la jornada comicial del 26 de mayo<sup>8</sup>. Desde septiembre de 2001 y hasta enero de 2002, cuando los diálogos de paz todavía generan algunas esperanzas de felicidad, Uribe permanece como una opción tímida de reserva; pero en el lapso comprendido entre fines de febrero y mayo, cuando el enemigo público número uno son las FARC, Uribe se sostiene, y en constante ascenso, como una realidad segura.

¿Qué hace que una figura dotada de cierta ascendencia mucho más regional que nacional, sin soslayar su previa presencia en esta, y sin el aval de los partidos tradicionales se imponga como un fenómeno electoral en el panorama de un debate presidencial dominado finisecularmente por las dos formaciones proselitistas de vieja data? ¿Por qué un cuasidesconocido sin un amplio currículo de trayectoria política tanto en el aparato administrativo como en la institución legislativa viene a reclamar para sí y a conquistar para su causa una opinión que se le entrega con tal devoción? La respuesta a estas cuestiones es la misma: el elector uribista de 2002, aunque convencido de las “bondades” del líder, es el pasajero de solución extrema que, desilusionado del pasado, fatigado por el presente y desconcertado -pero no totalmente escéptico- ante el futuro, aborda el carro que está pasando primero.

¿Qué carro es? El puntero. ¿Quién conduce el carro? Un fantasma (*conocido de oídas, aún no visto por los ojos* [Job 42, 5]). ¿Quiénes auxilian el carro? Los oportunistas (*transicionales* de táctica de acomodación y estrategia de camuflaje [Michels, 2008, 137]). ¿Cuál es el motor del carro? Las encuestas de opinión (auspiciadas y difundidas por los medios de comunicación). ¿Hacia dónde va el carro? A la victoria de una nueva Historia. Preguntas simples y respuestas directas para precisar el significado y los alcances del llamado *efecto bandwagon*:

---

<sup>8</sup> Ver Tablas 1, 3 y 4.

También conocido como efecto de arrastre, efecto de moda, de subirse al carro o efecto bandacarroza y relacionado cercanamente al oportunismo, es la observación de que a menudo las personas hacen y creen ciertas cosas fundándose en el hecho de que muchas otras personas hacen y creen en esas mismas cosas (Colman, 2003, 77).

Sin definirse en términos absolutos de voto partidista, “amarrado”, como antaño, el uribista de 2002 sí fue gregario. Fue un voto de opinión, pero no racional: un voto de encuesta de opinión. Un voto movilizad por los sondeos que indujeron al elector a apostar por el primero en ellos y, tal vez, por apostar frente a lo que está y quién está de moda: un voto esnobista. Fuera de moda: los partidos tradicionales, corruptos y politiqueros; Serpa, todavía con el estigma samperista; Pastrana; y, sobre todo, las FARC. De moda: un nuevo discurso político, contra la corrupción y la politiquería; Uribe; y, ante todo, el sometimiento armado de las FARC. Un voto seducido por la emoción, más que persuadido por la razón. Un voto inducido por la coyuntura electoral de respuesta agresiva a la amenaza latente de falla de la estructura institucional.

Pocos fueron quienes escucharon la oferta política de Uribe en 2002, pero fueron muchos quienes la acogieron. Quienes la escucharon jugaron el papel de operarios de transmisión para el necesario triunfo electoral. Tanto el candidato como sus auditores-propagadores (la propaganda es la clave del éxito del *efecto bandwagon*) recurrieron a la presentación (el primero) y exposición (los segundos) del discurso sobre la base de las dos características de la “nueva comunicación política”, en la que el lenguaje también es rito y símbolo, que señala Mazzoleni (2010, 117-183): un discurso respetable y un discurso creíble.

La *vox populi* que admitió que el discurso de Uribe era respetable se radicó en su déficit de antecedentes frente a sus dos primeros *issues* de campaña: cero corrupción, cero politiquería. Ni con historial de corrupto ni con historial de politiquero quien arremete contra la corrupción y

la politiquería. ¡Muy respetable! El *argumentum ad populum* que aceptó que el discurso de Uribe era creíble se afincó en su superávit de antecedentes ante sus ítems de campaña más pronunciados: recuperación de la autoridad del Estado y garantía de la protección ciudadana y la seguridad democrática. Con un historial de víctima huérfana por la insurgencia de las FARC y promotor de las Convivir, cooperativas de autodefensa, en su paso por la Gobernación de Antioquia solo genera confianza. ¡Muy creíble!

En favor del candidato Uribe de 2002 la conjunción de su discurso respetable y de su discurso creíble en relación con los temas de su campaña para que se conjuntaran en el *efecto bandwagon* que hizo posible su triunfo electoral:

El efecto bandwagon ocurre durante la votación: algunas personas votan por aquellos candidatos o partidos que es probable que resulten ganadores (o que son proclamados como tales por los medios de comunicación), esperando estar en el “lado ganador” al final. El efecto bandwagon ha sido aplicado a situaciones que involucran a la opinión de la mayoría, como es el caso de los resultados políticos, donde la gente modifica sus opiniones de acuerdo al punto de vista de la mayoría. Un cambio tal de opinión puede ocurrir debido a que los individuos trazan inferencias de las decisiones de otros como en una cascada de información (Noelle-Neumann, 1984, 67).

### **1.3. El efecto gobermedia**

Juramentado el 7 de agosto de 2002, el presidente Uribe dio comienzo a sus Consejos Comunales de Gobierno el día 10 siguiente, en Pasto. Hasta el 8 de abril de 2006, en Popayán, se llevaron a cabo 127 eventos de estos. Se trataba de comparencias públicas en las que no solo se tomaba el pulso de las comunidades, sino que también, de manera simultánea, se hacía

rendición de cuentas de la acción de gobierno, se medía el índice de sintonía del gobernante y se cometía una deliberada propaganda política que preparaba y promocionaba la continuidad.

Este populismo mediático<sup>9</sup> de la nueva *democracia de audiencia* colombiana (Ortega, 2011, 137-142) dejaba entrever a un presidente experto en medios de comunicación, a un presidente funambulista de los hilos del poder, a un presidente transformador de su obra de gobierno en escenario y de sus gobernados en audiencia, a un presidente-actor promotor permanente de iniciativas en espera de reacción inmediata de los ciudadanos-espectadores.

Por la época comenzaron a imponerse en los canales privados de la televisión colombiana los *reality show*. La intimidad se hizo pública y el sensacionalismo creció en su demanda de consumo. Paralelo, el presidente Uribe tomó la decisión de asumir como principal estrategia de comunicación de sus realizaciones de gobierno una suerte de *infotainment*: una puesta en escena semanal con la que distrajo, sorprendió, captó y retuvo la atención de los ciudadanos, “*descendiendo al circo*”. De hecho, en abril de 2007, legitimaría sus espectáculos televisivos con estas palabras: “*En nuestros días, apreciados compatriotas, la administración pública debería ser un reality que muestre a través de los medios de comunicación la ejecutoria*

---

<sup>9</sup> Sobre el carácter populista, neopopulista según otros, de Uribe y su administración se ha discutido mucho. Si se tiene en cuenta que son los procesos de comunicación política, con sus estrategias y sus tácticas, los que definen un gobierno en estos términos, bien podría afirmarse el populismo en cuestión. *En el centro del debate se encuentra la legitimidad de la constitución del poder, la voluntad, y la opinión pública en virtud de una comunicación política caracterizada en principio por la personalización del poder*. Kenneth Roberts (*El neoliberalismo y la transformación del populismo en América Latina. El caso peruano*, 1999, 380), destaca cinco propiedades del populismo: 1) un patrón personalista y paternalista, aunque no necesariamente carismático, de liderazgo 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, las 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 y es antielitista y/o *antiestablishment*; 5) un proyecto económico que utiliza métodos redistributivos clientelistas ampliamente difundidos con el fin de crear una nueva base material para el apoyo del sector popular. Desde esta quintuple caracterización, de entrada, la adjetivación de Uribe en la semántica populista, se resiste. Carolina Galindo (*Neopopulismo en Colombia: el caso del gobierno de Álvaro Uribe Vélez*, 2007, 9), enumera las variantes neopopulistas para el caso Uribe desde tres perspectivas: 1) un discurso de unidad nacional en torno a la lucha contra el terrorismo; 2) un discurso personalista y paternalista en el que se asume al presidente como un incansable trabajador cuya más importante preocupación es el bienestar del pueblo colombiano; 3) un lenguaje beligerante y provocador que lo acerca a los sectores populares (Palomares, 2009, 26-28).

*total, en todos los segundos, minutos y horas de quienes administran los intereses públicos”* (Gómez Giraldo, 2012, 3).

Negociaciones directas gobierno-comunidad, ruptura de los límites de diferenciación y competencias de las autoridades locales, regionales y nacionales, rendición permanente de cuentas y estrategia de márketing político para 2006 terminaron siendo los Consejos Comunales de Gobierno del primer período presidencial de Uribe.

Antonio Porras Nadales (2014) ha categorizado este uso instrumental de los medios de comunicación por parte del gobernante como estrategias de publicidad de la acción de gobierno, tanto con fines de balance de lo que va como de proselitismo de lo que viene, para obtener el favor popular en términos de *gobermmedia*:

En un contexto democrático pluralista, la competencia por el gobierno así como el propio ejercicio del poder gubernamental, tendrán como objetivo final imponer la hegemonía en el mercado de votos mediante su incidencia sobre la opinión a través de los medios de comunicación de masas (Porras Nadales, 2014, 98).

El *efecto gobermmedia* pone en un nuevo plano situacional el lugar de gobernante, dándole especial relevancia a la posibilidad efectiva y real de calificación permanente de su acción de gobierno, así como brindándole toda la ventaja competitiva en caso de pretender hacerse reelegir. La confianza gubernamental, ahora proyectada desde la imagen y sostenida desde el liderazgo que imponen los media, impone una creciente personalización de la representación, elemento propio de la *democracia de audiencia*, desencadenando, al tiempo, “*una visualización del propio contenido discursivo de la orientación política hasta el punto de configurar una realidad competitiva virtual cuyo trasfondo viene a ser la estricta lucha hobbesiana por el poder*” (Porras Nadales, 2007, 18).

Por razones apenas deducibles el *efecto gobermedia* se hace determinante en el favor de la decisión electoral y la orientación del sufragio hacia el gobernante, quien, gobernando desde los medios, ha incidido de tal manera en el elector que este tiene ante sí como propuesta no un programa de gobierno por cumplir, sino una acción de gobierno que se está cumpliendo, de la que él es, al tiempo que testigo (espectador), evaluador (auditor):

La lógica de la gobermedia presenta algunas ventajas evidentes para el contexto democrático avanzado, en el sentido de que permite la expresión inmediata de respuestas instantáneas frente a cualquier tipo de asunto que incida en el ámbito de la agenda pública; con el único inconveniente de que normalmente se trata de respuestas virtuales o puramente cosméticas, es decir, meros posicionamientos discursivos destinados a ser proyectados por la vía mediática a modo de “*sound bites*” (Porras Nadales, 2007, 18).

Al igual que el *efecto bandwagon*, el *efecto gobermedia* desnaturaliza la competencia democrática en cuanto la traslada de la propuesta ideológica, racional, al índice de audiencia, emocional, y de la deliberación/confrontación a la imagen/comparecencia, traslación siempre favorable al gobernante, bien en cuerpo propio, bien en cuerpo ajeno:

[...] en la medida en que el debate político proyectado por vía mediática se basa en la lógica de los meros posicionamientos, su intensidad virtual tiende a incrementarse paralelamente debido a que ha dejado de ser ya un debate estrictamente deliberativo en clave ideológica [...], por lo que en consecuencia no existe ni puede existir un auténtico choque programático o ideológico desde la perspectiva de las distintas propuestas para gobernar (Porras Nadales, 2014, 19).

Bajo la jurisdicción del *efecto gobermedia*, que bien puede canonizar un eslogan en términos de *con el gobernante nadie la gana*<sup>10</sup>, se exige que quien quisiera disputarle el poder a este tendría que contar en su beneficio con un aparato comunicativo/publicitario igual o mejor que el del propio Estado, lo que es apenas irrisorio inclusive de intentarse, y con una propuesta

---

<sup>10</sup> En la nota al pie 4 se refiere la voz popular que hizo carrera para las elecciones presidenciales de 2006, justamente, en estos mismos términos: “*Con Uribe nadie la gana*”.

política de tal magnitud que eclipsara a la del mismo gobernante, lo que también se torna risible porque el programa del gobernante es gobierno en acción, y acción en vivo y en directo:

Para ajustarse a este nuevo entorno competitivo virtual, las ideologías tendrán que transformarse en auténticas retóricas competitivas; y entonces, la competencia partidista, que ya es más bien competencia de audiencia, girará más bien en torno a estilos discursivos, propuestas concretas y personalizadas (que se presentan como compromisos de los líderes con la ciudadanía), o meros posicionamientos que proyectan en la nueva jungla competitiva de la videopolítica (Porras Nadales, 2014, 19).

Dentro de la dinámica de la *democracia de audiencia*, tanto el *efecto bandwagon*, que la permite cuando se vota por el primero en el ranquin de sintonía, como el *efecto gobermedia*, que la consagra cuando se vota por el más publicitado, llevan a la costumerización<sup>11</sup> de la oferta política y de la competencia electoral, comprendida en los polos de la lógica binaria, costo-beneficio, de la elección racional, que, ciertamente, es más emocional:

Ante una proyección tan evanescente del discurso político sobre el mercado electoral, las claves para mantener y conservar la hegemonía exigirán ahora la puesta en marcha de estrategias de tipo comercial o de márketing político con el objetivo de asegurar la “*costumerización*” de los electores-clientes, haciéndolos partícipes de un determinado estilo de vida y tratando de suscitar un tipo de lealtad emocional que asegure su movilización activa como defensores radicales o *core supporters* de la propia marca y de sus nichos de competitividad. El líder político con capacidad para conquistar la mayoría en el mercado de la opinión pública será aquel que sepa personalizar y transmitir determinados estilos de vida concebidos como estándares de consumo y de actitudes vitales, relativamente al margen de los tradicionales idearios programáticos de los partidos, inspirados en las viejas ideologías que reflejaban diferentes concepciones globales del mundo (Porras Nadales, 2007, 19; 2014, 104).

---

<sup>11</sup> Este concepto hace referencia a la dinámica de la comercialización de la oferta política, la que se presenta como una especie de producto de mercado que el candidato *vende* y que elector *compra*, teniendo en cuenta la correlación costo-beneficio, propia de la Teoría de la Elección Racional.

Propio del *efecto gobermedia* son los dos dispositivos que concretan la *proximidad* gobernante-gobernados, presupuesto de *legitimidad democrática* (Rosanvallon, 2012, 245-312): primero, las *respuestas instantáneas* que el gobernante puede ofrecer a los ciudadanos frente a las inquietudes, reclamos, demandas y sugerencias que le plantean; segundo, la *visualización sin intermediación* que los ciudadanos pueden hacer del gobernante, lo que permite otorgar así unas “*claves de presencia inmediata y de confianza personal que contribuyen a legitimar su liderazgo*” (Porrás Nadales, 2014, 101).

Para Rosanvallon hoy la democracia se legitima desde la *proximidad*, es decir, desde la percepción del comportamiento de los gobernantes, quienes deben escuchar a los ciudadanos, tomarlos en consideración, valorar sus puntos de vista, estar atentos a sus dificultades, mostrarse verdaderamente preocupados por lo que vive la gente del común:

Tres elementos se distinguen en esta referencia a la proximidad, una variable de posición, una variable de interacción y una variable de intervención. Estar cercano define ante todo una postura del poder frente a la sociedad. La proximidad significa, en este caso, presencia, atención, empatía, compasión, con la mezcla de datos físicos y elementos psicológicos; remite al hecho de un estar juntos en los diferentes sentidos de la expresión. En tanto interacción, la proximidad corresponde luego a una modalidad de la relación entre gobernados y gobernantes. Estar cercanos, para estos últimos, quiere decir en ese caso estar accesibles, ser receptivos, en situación de escuchar; también significa responder a las demandas, aceptar explicarse sin ampararse tras la letra del funcionamiento institucional; implica, pues, exponerse, actuar de manera transparente bajo la mirada del público; del otro lado es darle a la sociedad la posibilidad de hacer oír su voz, de ser tomada en consideración. La proximidad evoca, en tercer lugar, una atención a la particularidad de cada situación. Estar cercano quiere decir, en este caso, preocuparse por cada uno, actuar teniendo en cuenta la diversidad de contextos, preferir el arreglo informal a la aplicación mecánica de la regla (Rosanvallon, 2012, 248-249).

Trayendo y retrotrayendo estas categorías de explicación, transición de la *democracia de partidos* a la *democracia de audiencia* (Manin), giro del *efecto bandwagon* (Noelle-Neumann) al *efecto gobermedia* (Porras Nadales), transición y giro cosidos al *factor Uribe*, se sustentan conceptualmente los presupuestos de este Trabajo de Grado.

## Capítulo II

### El factor Uribe:

#### La crisis de la democracia de partidos y el efecto bandwagon

#### Elecciones presidenciales de 2002

El trayecto de la historia de Colombia en el lapso 1994-2002 es la irrefutable evidencia empírica para explicar cómo la figura y el discurso de Álvaro Uribe Vélez lograron imponer las dos claves de lectura e interpretación del proceso electoral por la Presidencia de la República en este último año: la crisis de la *democracia de partidos* y el *efecto bandwagon*.

Entre la narración histórica, evidencia empírica, y la descripción teórica, sustento conceptual, se va llegando al 26 de mayo de 2002, cuando se data la emergencia definitiva de lo que me he dado en llamar *factor Uribe*.

La larga tradición bipartidista, excepcionalmente interrumpida, tributaria de la elección presidencial comenzó a desgastarse desde el mismo pacto de amarre consociacional del Frente Nacional, cuyos primeros enemigos y grandes detractores surgieron de las propias filas de las formaciones liberal y conservadora (Leiva -1958, Alzate Avendaño -1959, López Michelsen -1962).

La temprana proscripción de cualquier eventual triunfo por fuera de ambas colectividades (par. del art. 1º. del acto legislativo 01 del 15 de septiembre de 1959), así como la imposibilidad del ejercicio de la oposición, en cuanto la alternancia y la paridad, principales cláusulas del acuerdo, al tiempo que indicaban complicidad sentenciaban fiscalización, no solo

trivializaron por excesiva cercanía a los partidos<sup>12</sup>, sino que también amenazaron el sistema democrático.

Los fenómenos del clientelismo y la criminalización, entiéndase politiquería y corrupción, unidos al de la fragmentación, señalaron el camino para la erosión bipartidista que de 1968, el año de la reforma constitucional que canonizó el barril de los puercos y todos los vicios asociados a él, a 1998 no fue más que dilatándose a la espera de la irrupción en el escenario del actor preciso con el parlamento justo.

Se tiene que si bien la elección presidencial de 2002 no representa de manera fehaciente la metamorfosis del sistema representativo hacia la *democracia de audiencia*, lo que será ostensible en 2006, sí notifica la crisis de la *democracia de partidos*.

## **2.1. La crisis de la democracia de partidos**

Una observación previa. La *democracia de partidos* que Manin refiere (1998, 252-266), se corresponde más con la tipología partidista de masas. En sentido estricto, los partidos tradicionales colombianos no califican en esta, así como tampoco se corresponden en su forma más pura con la tipología partidista de élites. Se trata, entonces, de un caso atípico a caballo entre ambas tipologías, definido, en términos de Katz y Mair (2007), como *partidos de afiliados*. El que no prevaleciera como criterio mayoritario de adscripción el carácter popular, con las demandas sociales reivindicatorias que le son propias al *partido de masas*, así como tampoco el énfasis en la presencia de notables, con los reclamos de privilegios que le atañen al *partido de élites*, lleva a la conclusión necesaria de la hibridación de los actores hegemónicos en el sistema

---

<sup>12</sup> El llamado dilema downsiano reza que “*si los partidos permanecen demasiado separados se radicalizan y chocan, pero si convergen se confunden y trivializan*” (Gutiérrez Sanín, 2007, 17).

de partidos colombiano, salvando, de entrada, las tendencias dominantes en cada uno de ellos: el Partido Liberal, más popular, cercano al partido de masas; el Partido Conservador, más de notables, cercano al partido de élites. Como partidos de afiliados, aunque no dependientes de la tributación financiera de estos, mantuvieron siempre alguna cohesión dadas las instrucciones de sus organizaciones centrales, Directorios y Convenciones (Latorre Rueda, 2007), así como la legitimidad de las demandas de lealtad de los grupos parlamentarios sobre sus miembros y, sobre todo, sus representantes y la autonomía y responsabilidad de las formaciones en las instituciones públicas<sup>13</sup>.

Samper y Pastrana, enarbolando las banderas del Partido Liberal, uno, y de la Gran Alianza por el Cambio, mayoritaria y preferentemente de base conservadora, otro, provenían de ambientes aristocráticos u oligárquicos propios de los líderes del partido pertenecientes a la élite con capacidad de intermediación con las masas (Manin, 1998, 253-254). Fue la maquinaria del partido la que los designó, eligió y sostuvo en medio de las tempestades de sus gobiernos: el proceso 8.000 y el proceso con las FARC.

El voto del precandidato Samper en la consulta interna de las legislativas del 14 de marzo de 1994 (1.245.283 sufragios frente a los 335.155 de Humberto de la Calle), fue el voto de la maquinaria liberal. El voto del candidato Samper del balotaje del 19 de junio siguiente (3.773.366 sufragios frente a los 3.576.781 de Pastrana), fue el voto de la maquinaria liberal. El voto de la preclusión de la investigación contra el presidente Samper de la plenaria de la Cámara de Representantes, del 12 de junio de 1996 (111 manos alzadas favorables frente a 43

---

<sup>13</sup> Se han considerado tres tipologías de partidos que conviene definir: 1) *partidos de élite* son aquellos conformados por notables, sobre todo hacendatarios, y que, en sentido estricto, no configuran una tipología proselitista, sino más bien una especie de club dentro del hemiciclo parlamentario; 2) *partidos de afiliados*, los que registran, empadronan, bien por una ordenación alfabética, económica o de cualquier otro orden a sus seguidores; y, 3) *partidos de masas*, los que permiten el ingreso a cualquier tipo de militantes y que no observan ningún modelo de adscripción, pero prefieren una suerte de ascendencia popular en sus militantes (Katz y Mair, 2007, 101-125)

contrarias), fue el voto de la maquinaria liberal estratégicamente aliada con el sector conservador beneficiario de la burocracia presidencial, para salvar, aun por poco tiempo, la *democracia de partidos*:

La dinámica dentro de los partidos tradicionales también ayudó a que Samper pudiera sostenerse en el poder. Podría pensarse que este no fue un factor significativo, dado el tremendo desprestigio en el que estaban sumidos ambos partidos, su poca organicidad y el reducido margen de maniobra con el que contaban; pero no se puede olvidar que eran las únicas fuerzas más o menos permanentes y nacionales que existían en el sistema político [...]. Samper se defendió ofreciendo incentivos selectivos a sus aliados (también a la izquierda y los movimientos alternativos); pero no deben descartarse las razones ideológicas, ya que el gobierno Samper promovió algunas reformas que casaban con el ideario liberal, y en algunos casos promovió efectivamente algunos valores claves de la Constitución de 1991. No obstante algunos liberales tomar discretamente distancias del presidente, sin confrontarlo pero sin solidarizarse con él, a casi nadie con influencia real en el partido se le hubiera ocurrido impulsar un proceso de defenestración de un presidente liberal. El Partido Liberal se mantuvo como partido de gobierno [...]. Mientras Pastrana pedía la renuncia de Samper, el Partido Conservador le exigía puestos. Los primeros seis meses largos del gobierno de Samper encontraron a este partido preocupado casi obsesivamente por el reparto de la nómina, sin preocuparse mayormente por el terremoto que estaba ocurriendo a su alrededor [...]. La determinación del Directorio Nacional Conservador de retirarse del gobierno precipitó la división conservadora. Once senadores y varios representantes -34 de 51- adhirieron al gobierno y la mayoría de ellos votaron por la absolución de Samper (Gutiérrez Sanín, 2007, 388. 392).

De la misma manera, el itinerario pastranista es paralelo. Fueron los delegados de los directorios conservadores departamentales, a través del mecanismo de las convenciones descentralizadas, quienes le dieron el 62.4% de favorabilidad a Andrés Pastrana frente al 37.6% de Juan Camilo Restrepo. Fueron los votos conservadores propios del 31 de mayo de 1998 (3.613.278) y de Noemí Sanín (2.825.706) los que se sumaron para el triunfo del 21 de junio

siguiente (6.114.752, salvando el resto deficitario de 324.232). Fue la élite conservadora la que nunca dejó de acompañar al presidente Pastrana en su empeño negociador con las FARC, inclusive en los momentos más dramáticos<sup>14</sup>.

En cuanto “*la democracia de partidos es la era del gobierno de partido*” (Manin, 1998, 264), los partidos liberal y conservador intentaron asumir, para redimirlos, las responsabilidades histórica y política derivadas de las administraciones Samper y Pastrana. Comprometido el gobierno liberal de Samper con el proceso 8.000, el expresidente Alfonso López Michelsen confiaba en que este concertara con el partido su proceso de renuncia<sup>15</sup> para que, como declaró Juan Manuel Santos, miembro de la Dirección Nacional del Partido Liberal, “*no sea el enterrador del liberalismo*”, empeñado en concluir su gobierno “*sobre la tumba del Partido Liberal*”<sup>16</sup>. Comprometido el gobierno conservador de Pastrana con el proceso con las FARC, el exsenador Rodrigo Marín Bernal se pronunció en relación con la “*imposibilidad moral de participación del conservatismo en la próxima elección presidencial ante la irresponsabilidad e incompetencia del actual gobierno que pese a todo es conservador*” (Ramírez Peñalosa, 2010, 24).

Herida la *democracia de partidos* el tránsito que experimenta el gobierno representativo es hacia la *democracia de audiencia*. Pero el caso colombiano no presenta una metamorfosis automática. El *factor Uribe* es gradual entre 2002, impulsado por el *efecto bandwagon*, y 2006, determinado por el *efecto gobermedia*.

---

<sup>14</sup> Declaración del Directorio Nacional Conservador en la clausura del Encuentro de Anapoima para la definición del *Plan Estratégico 2001-2010*, mayo 23 de 2001.

<sup>15</sup> Véase Gutiérrez Sanín, 2007, 390.

<sup>16</sup> Carta de Juan Manuel Santos Calderón al presidente Ernesto Samper Pizano. *El Tiempo*, enero 26 de 1996, p. 2.

¿Aplican todos los rasgos característicos de la *democracia de audiencia* al *factor Uribe* de 2002? No. ¿Aplican todos los rasgos característicos de la *democracia de audiencia* al *factor Uribe* de 2006? Sí.

Si bien el votante uribista del 26 de mayo de 2002 tuvo en consideración tanto la persona como el discurso de Uribe, no fue tanto porque le conociera, su ascendencia nacional era precaria, y porque le persuadiera, sus homilías cero corrupción y cero politiquería, a las que podría sumarse cero FARC (es decir, seguridad democrática), fueron mediadas y mediáticas:

Un candidato desconocido en Colombia, con algún reconocimiento en Medellín y Antioquia, en el Eje Cafetero y algo en Córdoba y algún sector de Sucre, pero desconocido en el resto del país [...], el candidato no tenía un reconocimiento nacional, de hecho, como un año antes de las elecciones él ya estaba en las encuestas en un lugar sin significación y con un dígito y adicionalmente menos del 50% de los colombianos sabía quién era Álvaro Uribe [...]. Desde el principio él supo atraer a los medios concentrándose en una estrategia confrontacional contra los vicios de la clase política y con las FARC. Eso ya le daba una ventaja. Cuando usted se enfrenta con un actor que tiene el 95% de imagen negativa, la sociedad tiende a valorarlo positivamente. Es el mismo efecto que se produce cuando usted habla mal de una persona que está desprestigiada, hablar mal de una persona desprestigiada hace que se entienda que de manera natural usted tiene la razón. Es una especie de afecto sicosocial que se produce de manera generalizada (Daza, 2010, 48.51).

El *factor Uribe* de 2002 no fue ni escuchado ni ponderado directamente, sino que fue pregonado por sus intermediarios y, sobre todo, por su ascenso imparable en las encuestas de opinión a partir del 20 de febrero, cuando el presidente Pastrana decidió la suspensión del proceso con las FARC. Los medios de comunicación transmitieron, encarnada en Uribe, una realidad nacional, convertida en necesidad nacional, de hacerle frente armado a la insurgencia para salir del callejón del conflicto. Las opiniones, los valores y las actitudes de los colombianos

fueron desplazados, orientados y condicionados hacia Uribe por los medios de comunicación. El *factor Uribe* se hizo moda, lugar común, urgencia y panacea frente al monotemático *issues* de campaña hacia el que se centró y concentró el debate presidencial: el sometimiento militar de las FARC:

Para 2001, los colombianos habían perdido las esperanzas respecto a la guerrilla. Tres años antes habían elegido al candidato de la paz, Andrés Pastrana, porque había prometido hablar con las FARC para persuadirlas de que dejaran las armas a cambio de reformas sociales significativas. Pero las esperanzas de paz se vieron defraudadas cuando la guerrilla interpretó los acercamientos de Pastrana como un signo de debilidad, y se esforzó con más ahínco en derrocar su gobierno. Una violencia fulminante fue el resultado de ello, y se tornó cada vez peor en el transcurso de la presidencia de Pastrana.

Cuando comenzó la campaña para las elecciones presidenciales de 2002, los colombianos se inclinaron cada vez más por el disidente liberal Álvaro Uribe Vélez, feroz oponente de las FARC, grupo que había asesinado a su padre durante un malogrado intento de secuestro 19 años antes, cuando Uribe tenía 31 años. Uribe presentaba buenas credenciales para el manejo de la violencia. Su cargo como gobernador de Antioquia, entre 1995 y 1997, había coincidido con la guerra de Urabá, durante la cual las fuerzas paramilitares habían golpeado con fuerza a la guerrilla, llevando la violencia de esta región a niveles sin precedentes. Uribe apoyó el programa de autodefensas ciudadanas conocido como Convivir, y trabajó tanto con el Ejército como con los grupos paramilitares en un esfuerzo por refrenar el conflicto. Esto auguraba algo bueno para el país en caso de que llegara a la Presidencia (Henderson, 2012, 285-286).

Manin afirma que en la democracia de audiencia hay “*un retorno a un rasgo del parlamentarismo: la naturaleza personal de la relación representativa*” (1998, 268). Esto no fue lo ocurrido con el candidato Uribe. Se le conocía de sombras y de oídas: por la imagen de la prensa provinciana de su éxito como gobernador de Antioquia al brindar seguridad ciudadana y por la transmisión en cadena nacional de su discurso agresivo que en las promesas morales de la

lucha frontal contra la corrupción, la politiquería y la debilidad del Estado sumó los réditos de un creciente desafecto hacia los partidos, la clase dirigente tradicional y la insurgencia<sup>17</sup>:

Álvaro Uribe Vélez había hecho su aparición como candidato para las elecciones presidenciales en el año 2001; en ellas se presentaba como un candidato independiente de los partidos políticos tradicionales, a pesar de haber sido congresista y gobernador del departamento de Antioquia a nombre del Partido Liberal. Sorpresivamente Uribe empezó a ascender vertiginosamente en las encuestas de intención de voto, pasando del 1% a más del 50% en pocos meses: su hábil campaña supo capitalizar los sentimientos de los colombianos de inseguridad y de rechazo frente a la actividad de los políticos corruptos como de las acciones de los actores armados [...]. Para muchos Uribe se erigió como el líder que, con mano dura, cambiaría radicalmente el panorama [...]. Por un lado, el fracaso del proceso de paz del presidente Andrés Pastrana con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia -FARC- y la agudización del conflicto interno, hicieron que la guerrilla se desacreditara como actor político, lo que llevó a la gente a preferir una solución militar del conflicto en vez de una salida negociada [...]. Al lado del problema del conflicto armado, los colombianos consideraban que los males de la nación se deben en gran parte a la incompetencia de sus líderes y representantes, junto con la corrupción y la politiquería que invaden las agencias estatales, el Congreso y la actividad política en general. En el imaginario colectivo de los colombianos predomina la idea que la política y los políticos atentan contra el desarrollo social de las comunidades y perjudican notablemente a la sociedad, pues se dedican exclusivamente a buscar su enriquecimiento individual y su permanencia en el poder [...]. Otro rasgo fundamental que explica su sintonía con la opinión pública nacional fue su presentación como líder político por encima de la politiquería y la corrupción reinante en la vida nacional. En este sentido, su campaña electoral presentaba una propuesta de plebiscito contra las prácticas políticas de la vida nacional, y manifestaba la intención de implantar métodos meritocráticos para

---

<sup>17</sup> Es necesario señalar que si bien se trataba de un líder con fuerza y currículo más local, en Medellín, y regional, en Antioquia, que nacional, Uribe ya tenía en su haber posiciones en esta escala, tales como su paso por la Dirección Nacional de Aeronáutica Civil, entre 1981 y 1982, y el Senado de la República, entre 1986 y 1994, militando en el llamado *Sector Democrático*, del Partido Liberal, tendencia cercana al *Poder Popular*, de Ernesto Samper Pizano. Se recuerda que en su último período como senador le tocó ser ponente de la ley 100, de 1993, por la que se creó el sistema de seguridad social integral.

nombrar los cargos en la burocracia [...]. Buena parte del apoyo político a Uribe provenía de la “pulsión moralista” de su discurso antiparlamentario y antipolítico [...] (González, 2006, 2-6).

¿Cuál naturaleza personal de la relación representativa entre Uribe y sus electores de 2002? La uribista de 2002 fue una campaña de auditorio, no de plaza pública; de encuesta de opinión, no de opinión; de intermediarios regionales y de asesores nacionales que servían al candidato lo que tenía que saber y lo que era preciso responder ante las cuestiones por los *otros temas nacionales* (desaceleración de la economía, educación, protección social, empleo, infraestructura...) relegados ante *el tema nacional* (seguridad democrática). Fue una campaña cosmética de cuidado escrupuloso de la imagen y contención rigurosa de las palabras del candidato, frente a cualquier suerte de detractor, desde el resto de contendores de la lid eleccionaria hasta los suspicaces que hurgaban en su pasado. Fue una campaña mediática para el rating del sondeo no de debate mediado para la ponderación de las propuestas:

El primer y único encuentro de esta naturaleza, conocido como el Gran Debate, tuvo lugar a seis semanas de las elecciones y sirvió para que los candidatos sentaran sus posiciones acerca de diversos temas, pero también para destacar las alusiones al conflicto armado. El clima polémico que se esperaba de este encuentro nunca se dio, los candidatos mantuvieron sus posturas, ya conocidas, y no presentaron nuevos planteamientos ante la ansiosa teleaudiencia. Luis Eduardo Garzón, tuvo un desempeño sobresaliente, el cual fue reconocido unánimemente en los medios de comunicación por su dominio ante las cámaras al reflejar mucha tranquilidad, apoyado en un lenguaje claro y provisto de iniciativas controversiales, tales como la legalización de la droga y la no extradición, que resultaron ser atractivas para buena parte de la opinión pública a la espera de salidas alternativas. También fue notorio el conocimiento que el candidato Uribe Vélez demostró sobre diversas materias de interés público, en contraste con la visión restringida al tema de orden público que muchos le endilgaban. Según los comentaristas, mostró buena comprensión de los temas y ante todo seguridad en sus afirmaciones y propuestas. Horacio Serpa y Noemí Sanín no

llenaron las expectativas del público. El primero no superó los planteamientos ya conocidos por su generalidad, y la segunda subutilizó la calidad que la opinión pública le venía reconociendo al contenido temático de su programa de gobierno. Finalmente, Harold Bedoya ratificó sus escasas posibilidades con un discurso agresivo, acusador y poco conciliador. Pese a ello, el debate careció de influencia decisiva en el comportamiento final de los votantes: solamente un 8% de la muestra de la encuesta de intención de voto recogida en el mes de abril de 2002 expresó su decisión de cambio de candidatura. Por el contrario, el 66% ratificó su determinación inicial y, finalmente, ante la ausencia previa de una opción electoral, tan solo el 7% definió por quién votaría” (Murillo y Fernández, 2003, 16-17).

El nombre de Álvaro Uribe empezó a adquirir cierto lugar en el concierto nacional de manera tímida y, en cierto modo, sectorializada, entre algunos gremios de la producción desde el momento en que la opinión pública advirtió una suerte de rendición del presidente Pastrana, y con él del Estado, a los desplantes y demandas de Manuel Marulanda, entre enero y febrero de 2001. El 17 de enero el líder guerrillero exigió al presidente la prórroga indefinida de la zona de distensión, condicionando a ello la continuidad del proceso, a lo que este se opuso. El día 23, 2.500 soldados fueron movilizados por orden presidencial hacia la frontera del área de distensión. Al día siguiente la Corte Constitucional se pronunció en favor de la discrecionalidad del presidente de la república para declarar zonas de distensión. Aprovechando la circunstancia, Marulanda citó a Pastrana a Los Pozos, los días 8 y 9 de febrero, adonde asistió. La reunión terminó con la decisión presidencial de la prórroga indefinida de la zona de distensión.

La reacción airada del exgobernador Uribe fue su primera salida al escenario nacional: *“cualquier colombiano de bien juzgaría inadmisible que el presidente de la república se esté*

*doblegando al chantaje de los bandidos de las FARC apertrechados en el Caguán para seguir delinquiendo*<sup>18</sup>.

En mayo de 2001, a un año de las elecciones presidenciales, el Centro Nacional de Consultoría divulgó los resultados de la primera encuesta que se aplicó sobre la intención de voto de los colombianos para mayo de 2002. Horacio Serpa puntuaba con un 38%, Noemí Sanín obtenía un 24%, Álvaro Uribe, sorprendentemente, aparecía con un 9% y el 29% restante de las preferencias se repartía entre Rosso José Serrano, Harold Bedoya, Ingrid Betancourt y Luis Eduardo Garzón y las opciones del no votará, voto en blanco y no sabe<sup>19</sup>.

En septiembre de 2001, cuando aún el fracaso de las negociaciones de paz no se había sentenciado, se hizo pública la segunda Gran Encuesta sobre la intención electoral del 26 de mayo de 2002:

Tabla 1

Intención electoral - septiembre de 2001

Candidato	Porcentaje
Horacio Serpa Uribe	41,2%
Álvaro Uribe Vélez	23,4%
Noemí Sanín Posada	16,2%
Rosso José Serrano Cadena	6,8%
Ingrid Betancur Pulecio	1,9%
Luis Eduardo Garzón	1,4%
Otras opciones	9,2%

<sup>18</sup> *El exgobernador Uribe arremete contra el proceso de paz. El Colombiano*, febrero 10 de 2001, p. 12.

<sup>19</sup> Resultados de la primera Gran Encuesta presidencial 2002. *El Tiempo*, mayo 25 de 2001, p. 2.

(candidato conservador -¿?-, no votará, voto en blanco, no sabe/no responde)	
--	--

(Fuente: Murillo y Fernández, 2003, 10)

Los resultados de esta encuesta, sumados a la inflexión de octubre hacia el punto del colapso definitivo del proceso de paz y a la fabricación del producto Uribe por una estrategia de márketing hacia la captura de atención progresiva, primero los sectores económicos, luego los medios de comunicación, por último el elector final (Daza, 2010, 9), precipitaron el *factor Uribe* hacia la crisis de la *democracia de partidos* en transfiguración a la *democracia de audiencia* posibilitada por el *efecto bandwagon*.

Entre el 20 octubre de 2001 y el 20 de febrero de 2002 se construyó el *factor Uribe* sobre la base de la confianza de una estrategia de comunicación, publicidad y mercado que se hizo descansar en la persona y el discurso de Uribe. Generar confianza fue la herramienta: “*la confianza, tan importante en los orígenes del gobierno representativo, vuelve a asumir un papel central en la democracia de audiencia*” (Manin, 1998, 270).

Titular de un discurso respetable -sin antecedentes personales- contra la corrupción y la politiquería y de un discurso creíble -con antecedentes públicos- en favor de la recuperación de la autoridad del Estado y el ofrecimiento de seguridad ciudadana (democrática), el *factor Uribe* se definió no solo a sí mismo, sino que también definió a los adversarios (Manin, 1998, 272).

## 2.2. Los determinantes uribistas de 2002

Matizando lo anterior, la respetabilidad y credibilidad de su discurso se cifraron en una triple razón: la primera, personal: de la convocatoria moral que encauzó (Gutiérrez Sanín, 2003,

106-107); la segunda, estructural: de la crisis de la *democracia de partidos* que canalizó (González, 2006); la tercera, coyuntural: de la situación del país que capitalizó (Henderson, 2012, 288).

Razón personal uribista. Con dos aristas: por un lado, el candidato Uribe, acreditando un currículo transparente, monotematiza su discurso respetable en la denuncia moral contra la corrupción y la politiquería; por el otro, el candidato Uribe, víctima en cuerpo propio de la arremetida insurgente, centra su discurso creíble en lo que el elector quiere escuchar: recuperación de la autoridad del Estado y seguridad ciudadana, seguridad democrática<sup>20</sup>:

Aunque la seguridad, el bienestar, la exasperación con la guerrilla, etc., juegan un papel en la decisión del voto uribista, lo fundamental parece ser la motivación moral [...]. La importancia decisiva del factor moral representa un cambio muy importante en la política colombiana. Si es duradero, resquebrajará en una dirección u otro nuestro centrismo secular. Es nuestra historia electoral, la denuncia moral no había producido buenos resultados. Las razones de este vuelco no constituyen un misterio: la enorme criminalización de la vida política colombiana, con la penetración del narcotráfico y el miedo de las consecuencias de la irresponsabilidad asociada a la

---

<sup>20</sup> Ampliando la apreciación que trae Henderson sobre la muerte del padre de Álvaro Uribe Vélez a manos de las FARC y su vínculo con las Cooperativas de Seguridad, Convivir, son muchas las versiones que se han presentado. Alberto Uribe Sierra fue asesinado el 14 de junio de 1983, en su finca *Guacharacas*, en zona rural del municipio antioqueño de San Roque, presuntamente por haberse opuesto a un intento de secuestro por parte de este grupo guerrillero. Se sabe que era muy cercano a Fabio Ochoa Restrepo, padre del llamado *Clan de los Ochoa*, al que se le atribuye la creación del *Movimiento Muerte A Secuestradores*, MAS, de cuya existencia la opinión pública se enteró en noviembre de 1981. En efecto, el 12 de noviembre de 1981, un comando del M-19, en las afueras de la Universidad de Antioquia, secuestró a Martha Nieves Ochoa Vásquez, de 26 años, estudiante de séptimo semestre de economía, por cuya liberación se exigieron 12 millones de dólares. La reacción de la familia Ochoa Vásquez fue, ese mismo día, la emisión de un comunicado donde se anunciaba la constitución formal de un grupo de seguridad privada que tenía por objeto su rescate y dar de baja a sus secuestradores y a todos aquellos a quienes amenazaban con retener y tenían retenidos a familiares de hacendados antioqueños cuyas fortunas se habían ido ensanchando en los últimos años gracias a la bonanza del tráfico de drogas hacia Estados Unidos. La presión del MAS hizo que a Martha Nieves se le dejara en libertad, sana y salva y sin pagar el rescate, el 16 de febrero de 1982. En 1988, en la primera denuncia oficial que se hizo del paramilitarismo en Colombia, el entonces Procurador General de la Nación Horacio Serpa Uribe, señaló que el MAS venía operando desde 1975, con más de 2.000 milicianos, y que su trabajo consistía en prestar seguridad y protección a la vida y los bienes de estos narcotraficantes emergentes, entre los que aparecían los nombres de los patriarcas Ochoa Restrepo y Uribe Sierra. Joseph Contreras, reportero de *Newsweek* para América Latina, en su libro *Biografía no autorizada de Álvaro Uribe Vélez (El señor de las sombras)*, 2008, narra una serie de episodios que vinculan a Uribe con los grupos paramilitares desde sus inicios y asocian la muerte de Alberto Uribe Sierra, más que con un conato de secuestro, con una *vendetta* con la guerrilla de las FARC.

corrupción -cuyo ejemplo emblemático es el gobierno de Samper- llevaron a medios de comunicación y sectores amplísimos de la ciudadanía a proponerse seriamente una renovación [...].El plebiscito moral está asociado a una crítica a las costumbres (no solo políticas) del país; en lugar de crítica al Estado, crítica a la sociedad. La convicción moral estaba asociada a un interés subjetivo intenso por el bien público -el voto cívico y de protesta, cuya otra cara es la rebelión contra la política y las prácticas particularistas del país. En cierta forma, el voto uribista corresponde tanto a una revolución cultural como a la convicción que hay que desencadenarla: el lema de la campaña hubiera podido ser con justicia “los buenos somos más” (Gutiérrez Sanín, 2003, 108-109).

Razón estructural partidista. La hiperfragmentación y atomización del sistema de partidos, con su consecuente movimiento centrífugo y la pérdida del monopolio ejercido por las dos formaciones tradicionales, así como el deterioro en las relaciones de representación regional mediada por las instancias barón-cacique/tramitador/cliente (Dávila y Delgado, 2002, 319-356)<sup>21</sup>, llevó a la inversión en la constante de las elecciones parlamentarias como tributarias de las elecciones presidenciales. En 2002, en medio del supermercado partidista (74 formaciones entre partidos y movimientos políticos), el candidato Uribe atrae las preferencias parlamentarias:

El votante uribista no tiene como motivación fundamental a los partidos y, de hecho, hay una significativa masa de independientes entre ellos que probablemente rechace en general la noción de maquinaria. Por otra parte, el uribismo crece con la frecuencia de veces que se ha votado por el Congreso, la cercanía al Partido Liberal y la cercanía al Partido Conservador. Esto se puede explicar de la siguiente manera: Uribe logró la difícil pero no imposible maniobra que es esencial para que cualquier persona pueda ganar la Presidencia en Colombia: apelar tanto a las identidades

---

<sup>21</sup> Estos son los sujetos de la triada de las redes clientelares a través de las que, desde mediados de la década de los sesenta, y con especial énfasis a partir de la reforma constitucional de 1968, sobre todo por la emergencia del *barril de los puercos*, los auxilios parlamentarios, se han negociado los escaños de representación para cargos tanto unipersonales como pluripersonales. Un trabajo pionero en el abordaje de este fenómeno es *Clientelismo y administración pública*, de Fernán González (1980); también es significativo el estudio exploratorio de Eduardo Díaz Uribe, *El clientelismo en Colombia* (1986). En la literatura más reciente, destaca el artículo de Felipe Botero Jaramillo, *¿Pavimentando con votos? Apropiación presupuestal para proyectos de infraestructura vial en Colombia, 2002-2006*. En: *Colombia Internacional*, 68, pp. 14-42, 2008.

tradicionales como a la independencia. Para hacerlo, contó con un sector muy importante del Partido Liberal, que incluía un grupo significativo de parlamentarios que ya habían colaborado con Pastrana y que comenzaban a perfilarse como una disidencia relativamente estable. Es decir, liberales identitarios para quienes la idea de organización partidista no significaba mucho, pero que conocían la política tradicional al dedillo (y a veces tenían reparos frente a ella). También tuvo el respaldo de una parte mayoritaria de los conservadores, quizá la única fuente de “voto disciplinado” dentro del uribismo. Por último, el grueso de los amigos de la nueva política y de lo que ello significaba se fueron con Uribe. Serpa, en cambio, nunca pudo abrirse camino ni hacia los independientes, ni hacia los conservadores, y Sanín quemó los lazos de comunicación con el mundo de los partidos tradicionales, muy rápida y radicalmente, menos en la región central en donde algunos políticos podrían haberle aportado votos que le ofrecieron allí un panorama un poco menos desolador. Aún más, ese núcleo muy importante del electorado que sigue sintiéndose liberal -el 30% de los votantes- podía optar sin mayores reatos de conciencia por Uribe, y en cambio dudaría mucho antes de decantarse por Sanín. Uribe captó la imaginación de esa gran masa de electores familiarizada con la política tradicional, pero desencantada de ella (Gutiérrez Sanín, 2003, 106-107).

Los escándalos por la penetración de dineros e intereses de narcotraficantes del cartel de Cali en la campaña del candidato elegido del partido liberal Ernesto Samper, profundizaron aún más la deslegitimación del régimen político y sus representantes. Posteriormente, el rechazo generalizado al gobierno conservador de Andrés Pastrana acabó por extender la frustración que los colombianos sentían acerca de los partidos tradicionales, las maquinarias políticas y las instituciones corruptas e ineficientes. Este panorama hizo que algunos líderes que se presentaban como “antipolíticos”, conquistaran amplias franjas del electorado, con sus propuestas de una opción de gobierno enfocada en lo técnico, administrativo y gerencial. El candidato Uribe se inscribía en esta tendencia [...]. Uribe proponía la recuperación del control militar del territorio, el endurecimiento de la guerra contra las drogas y la guerrilla, el restablecimiento de la seguridad en las carreteras y la deslegitimación del carácter político de los grupos subversivos, que eran

caracterizados ahora por Uribe como “narcoterroristas” que combatían a un Estado plenamente legítimo, así como la recuperación de la economía (González, 2006, 6).

Razón coyuntural histórica. En 2002 se reventó el acumulado de las derivas de la situación interna del país y la mirada externa frente a él, marcada con altorrelieve por la inestabilidad política, económica y social incoada en la administración del presidente Samper y enfatizada en la del presidente Pastrana. Durante estas últimas *democracias de partido* se registró un portentoso incremento de las acciones de los grupos ilegales armados, así como un profundo colapso económico y financiero marcado por una significativa reducción de la inversión extranjera, la pérdida de divisas provenientes de la explotación de minerales, la disminución de las posibilidades de expansión de la economía y la fuga de capitales (Murillo y Fernández, 2003, 7):

Estas tres razones que permitieron la emergencia del *factor Uribe* remontaron las características socioeconómicas y culturales de los votantes y, en la línea de Manin (1998, 271), la decisión del voto habría de depender de las percepciones que se tenían sobre lo que estaba en juego: la recuperación del Estado frente a la insurgencia, la recuperación de la economía frente a la desaceleración interna y la desconfianza de la inversión extranjera y la recuperación de las prácticas políticas incluyentes e inclusivas.

De la Gran Encuesta de febrero de 2002 a la jornada electoral del 26 de mayo siguiente tanto la intención del voto como la orientación del sufragio hacia la causa uribista fue una especie de *favor reactivo* no por Uribe, en cuanto aún no aplica para él la dimensión reactiva del voto (Manin, 1998, 271), sino un voto retrospectivo de castigo a los partidos, a sus prácticas clientelares y corruptas y, sobre todo, a las FARC.

La proclama contra el proceso de paz de Uribe se hizo más vehemente en los momentos más difíciles de este, a saber, en enero de 2002, cuando el presidente Pastrana suspendió la zona

de distensión pero, casi que al tiempo, la prorrogó: *“es una tristeza que se prorrogue la zona de despeje sin cese de hostilidades, incluida la suspensión de secuestros y la liberación de secuestrados y sin veeduría internacional (...). ¿Qué va a pasar con la vida y la libertad de los colombianos de aquí al 7 de abril?”*<sup>22</sup>.

En el último esfuerzo por salvar su proceso el 7 de febrero el presidente Pastrana convoca a los candidatos presidenciales y a los voceros de los partidos a una reunión para que se comprometan a incluir en sus agendas la continuación del mismo, constituyéndose, para quien resulte elegido, en bandera de su futuro gobierno. Uribe se niega de plano a aceptar la convocatoria presidencial:

Desde cuando empezó la crisis en el Caguán y el presidente Pastrana citó a los candidatos al Palacio de Nariño, Uribe no quiso ir porque él nunca estuvo de acuerdo con esa zona de despeje y como se estaba manejando ese proceso, mientras que los otros candidatos sí llegaron a esa convocatoria [...]. En la parte de seguridad hubo un claro contraste en que mientras los candidatos todos estaban sintonizados con lo que el gobierno de su momento estaba haciendo y además había un gran respaldo nacional, Uribe fue muy claro, contundente y categórico en todas sus intervenciones y desde el principio tuvo mucha coherencia en decir: *“ni estoy de acuerdo ni creo que eso es bueno para el país y no me parece que eso sea positivo”*, según Sandra Suárez, coordinadora de Agenda en la Asociación Primero Colombia, de la campaña presidencial de Álvaro Uribe Vélez en 2002 (Daza Beltrán, 2010, 27).

La noche del 20 de febrero de 2002, se sentenció el juicio histórico sobre la administración Pastrana, así como el futuro de su capital político, herido de muerte; se decretó la imposibilidad de las opciones presidenciales de cuño partidista y se definió, en favor de Álvaro Uribe Vélez, la suerte de la elección presidencial del 26 de mayo venidero.

---

<sup>22</sup> *El País*, Madrid, enero 22 de 2002, p. 7.

Aplicada a solo cuatro días de la ruptura del proceso de paz, la Gran Encuesta arrojó resultados ya irreversibles:

Tabla 2  
Intención electoral - febrero de 2002

Candidato	Porcentaje
Horacio Serpa Uribe	24%
Álvaro Uribe Vélez	59,5%
Noemí Sanín Posada	5,1%
Harold Bedoya Pizarro	0,7%
Íngrid Betancur Pulecio	0,7%
Luis Eduardo Garzón	1,2%
Otras opciones (otros candidatos, no votará, voto en blanco, no sabe/no responde)	8,8%

(Fuente: Murillo y Fernández, 2003, 13)

Desde entonces, y por encima de temas como el desempleo, la difícil situación económica, la satisfacción de necesidades básicas, la gestión administrativa, adquirió una fuerza de primer orden el asunto de la violencia generada por las FARC y la necesidad de hacerles frente mediante una ofensiva militar. Para abril, según la medición de la Gran Encuesta, el problema que más afectaba al país era el de la violencia de las FARC, con un 93%, seguido por el desempleo, con un 79%, los temas sociales, con un 51%, los temas económicos, con un 33%, la corrupción, con un 22%, y la gestión administrativa, con un 11% (ibídem, 21). Preguntados sobre la percepción del país con el nuevo gobierno, los encuestados respondieron que esta

mejoraría con Uribe, en un 79,2%, frente a un 9,6% de Serpa, un 4,4% de Sanín y un 3% de Garzón, y que empeoraría con Serpa en un 40%, ante un 32,3% de Uribe, un 10.1% de Sanín y un 8,1% de Garzón (Murillo y Fernández, 2003, 13).

Servida por las FARC, como actor que de nuevo definiría la elección presidencial en Colombia, la crisis de la *democracia de partidos* tropezó con el *efecto bandwagon* en su comienzo para virar hacia una *democracia de audiencia*, con el *factor Uribe* en cuanto protagonista.

### **2.3. La candidatura y el triunfo presidencial Uribe bajo el efecto bandwagon**

Con el nombre de efecto *vagón de cola* (*bandwagon*) o *carro ganador* se conoce la impresión que sobre los electores ejercen las encuestas de opinión y que determinan la decisión final de su voto por aquel candidato que se pone primero en los sondeos, que es quien arrastra al electorado. En el diccionario de la política se le atribuye su uso inicial a Dan Rice, bufón personal de Abraham Lincoln. A este fenómeno se le atribuye el triunfo electoral de Hitler en 1933. Es analizado con detenimiento por Elisabeth Noelle-Neumann, en *Return to the Concept of Powerful Mass Media*<sup>23</sup>.

Para tratar de comprender el *factor Uribe* del *efecto bandwagon* de 2002, al igual que las afirmaciones sostenidas sobre la crisis de la *democracia de partidos*, no sería adecuado soslayar las circunstancias particulares de las campañas.

Hechas sentir como urgencias nacionales la recuperación de la autoridad y la garantía de la seguridad, desde septiembre de 2001, cuando empezó a dispararse el índice de la intención de

---

<sup>23</sup> La definición del *efecto bandwagon* aparece en la p. 15.

voto en las encuestas, hasta el 20 de marzo de 2002, cuando se proclamó oficialmente su candidatura presidencial, se gestionó el programa de campaña de Uribe bajo la divisa de Primero Colombia<sup>24</sup>. Enunciado en términos de un *Manifiesto Democrático*, desplegado en 18 pestañas, cada una con sus respectivos desarrollos, sumando 100 puntos, concluía con una agenda que le atribuía su origen a una dinámica pluralista de amplia participación, inclusión y preparación, que invitaba a la exigencia al gobierno del cumplimiento de este y que se abría a la incorporación de las iniciativas de las otras aspiraciones presidenciales:

El programa de gobierno ha sido construido en un proceso popular participativo. Se han realizado 30 talleres democráticos, que son ejercicios de planeación estratégica con la modalidad de meta-plan, con el propósito de construir visión de País al año 2010 y evaluar las expectativas de cada región en relación con la próxima administración presidencial; más de 60 seminarios cortos con temas especializados; y, 600 conversatorios en el año 2000 y más de 1.000 en el año 2001. Conserve este Manifiesto. Si ganamos la Presidencia haga que lo cumplamos. Las ideas de los otros candidatos que sean útiles para mi patria, las recogeré y aplicaré, si puedo ser Presidente de Colombia (2002,15).

El *Manifiesto Democrático* se estructuraba así: *La Colombia que quiero* (1-4), *Hacia un Estado Comunitario*<sup>25</sup> (5-17), *Reforma política y administrativa. Lucha contra la politiquería* (18-23), *Lucha contra la corrupción* (24-25), *Seguridad democrática* (26-40), *En busca de la*

---

<sup>24</sup> El candidato Uribe recurrió a esta entidad, constituida mediante escritura pública extendida el 18 de diciembre de 1996, cuyo objeto es “el desarrollo, promoción, difusión y fomento de todo tipo de actividades cívicas, culturales, ideológicas, sociales, investigativas, de participación ciudadana y comunitaria, que se dirijan hacia la promoción y desarrollo de la gestión pública, basado en los principios rectores de la democracia, respetando las instituciones legitimadamente constituidas” (Presentación de la *Fundación Centro de Pensamiento Primero Colombia*: [www.pensamientocolombia.org](http://www.pensamientocolombia.org)), para el aval de su aspiración presidencial en 2002. Ya constituido el Partido Social de la Unidad Nacional en 2006, y dado que surgió en 2005 como amalgama de los pretendientes a la supervivencia política de los partidos liberal y conservador, y tratando de evitar que se le marcara como afiliado a una u otra corriente o a ambas, reencauchadas en este, el presidente candidato Uribe optó por la reactivación de Primero Colombia para obtener su aval en cuanto “grupo significativo de ciudadanos”, de conformidad con las nuevas condiciones establecidas por la reforma política de 2003, no como partido o movimiento político, mediante recolección de poco más de un millón de firmas.

<sup>25</sup> Este fue el título, y en dos versiones, respectivas cada una de ellas a sus dos tramos presidenciales, del Plan Nacional de Desarrollo de Álvaro Uribe Vélez.

paz (41), *Confianza, erradicación de la miseria y justicia social* (42-45), *La revolución educativa* (46-52), *Salud para los pobres* (53-60), *Cooperativismo, herramienta fundamental* (61), *El campo y la seguridad alimentaria* (62-64), *Servicios públicos* (65), *Vocación empresarial* (66-67), *Empleo y vivienda* (68-77), *Transporte e infraestructura* (78-88), *Impuestos y reforma pensional* (89-91), *Relaciones internacionales* (92-95) y *Un gobierno serio, eficaz y honrado. No milagroso* (96-100).

Núcleo del *Manifiesto Democrático*, la estrategia de Seguridad democrática, antes y en la Gobernación de Antioquia, Política de Cooperativas de Seguridad Ciudadana<sup>26</sup>. Esta fue matizada y concretada a partir de las conclusiones de la *Mesa Temática de los Talleres del Milenio. Repensar a Colombia. Hacia un nuevo contrato social*, auspiciados por la Agencia Colombiana de Cooperación Internacional y financiados por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, llevados a cabo entre noviembre de 2000 y septiembre de 2001, con la participación de 130 invitados, distribuidos en seis Mesas Temáticas, bajo la coordinación general de Luis Jorge Garay<sup>27</sup>.

La política de Seguridad democrática constaba de tres ejes integradores fundamentales: lucha sin cuartel contra las FARC, por extensión contra “los violentos”, aumento en un 20% de las partidas presupuestarias para la ampliación del pie de fuerza y profesionalización del

---

<sup>26</sup> La creación de tales Cooperativas de Seguridad Ciudadana en el gobierno regional de Antioquia por parte del gobernador Álvaro Uribe Vélez llevó a un fuerte intercambio de palabras entre los ministros Horacio Serpa Uribe, de Gobierno, y Fernando Botero Zea, de Defensa, en julio de 1995, durante la administración de Ernesto Samper Pizano. Mientras que el ministro Serpa, quien, como ya se recogió en la nota al pie 12, en su momento y como Procurador General de la Nación había denunciado los grupos paramilitares que operaban en ciertas zonas del país (preferentemente el Magdalena Medio santandereano y el Urabá antioqueño), afirmaba la postura de la competencia exclusiva de la fuerza pública para hacer frente a la contrainsurgencia, el ministro Botero avalaba las Convivir del gobernador Uribe, sosteniendo que se trataba de “*grupos de apoyo de ciudadanos a la defensa de la institucionalidad estatal*” (*El Tiempo*, julio 18 de 1995, p. 2). Es posible que pocos hayan comprendido las palabras del senador Horacio Serpa Uribe en el debate promovido por el senador Iván Cepeda contra el expresidente Álvaro Uribe Vélez, el pasado 17 de septiembre de 2014, cuando afirmó que “*en favor de la iniciativa del gobernador Uribe, el entonces ministro de Defensa, Fernando Botero Zea, había promovido desde el alto gobierno el accionar de los grupos paramilitares*”.

<sup>27</sup> Véase el libro *Repensar a Colombia. Hacia un nuevo contrato social*, editado en Bogotá por ambas instituciones, enero de 2002. 345 pp.

Ejército y recuperación de las vías carretables de algunas zonas del país bajo el dominio guerrillero.

El imparable ascenso en las encuestas de Uribe y los resultados halagüeños de listas parlamentarias que ya se habían matriculado con su causa motivaron a los conservadores a apoyar la candidatura de Primero Colombia. Al día siguiente de las legislativas, 11 de marzo, la senadora Carlina Rodríguez, la heredera conservadora de Ospina según, el lamento folclórico de Holguín Sardi<sup>28</sup>, se despachó contra Noemí Sanín diciendo que “*Si Noemí no vino a nosotros cuando la invitamos, que ahora no vaya a pensar que nosotros vamos a ir a ella*”, al tiempo que convocaba a la Dirección Conservadora a adherir al candidato Uribe<sup>29</sup>.

En un principio los conservadores consideraron la idea de no emitir ninguna declaración compromisoria y de dejar en libertad a sus militantes en relación con la preferencia por cualquiera de las candidaturas presidenciales. Sin embargo, comenzaron a contemplar otra opción cuando, el 20 de marzo, reciben un documento firmado por el candidato de Primero Colombia en el que deja clara sus intenciones de “*recibir el apoyo del Partido Conservador... Llamado a rectificar el rumbo que el presidente Pastrana le dio al país con su fracasada negociación con los terroristas de las FARC*”<sup>30</sup>.

El mensaje de Uribe tocó dos fibras muy sensibles de los conservadores: la posibilidad de hacer parte del futuro gobierno ya que contribuirían con el aporte de sus afiliados en su elección y la oportunidad de espigar su culpa al haber acompañado a Pastrana en su empresa de negociar la paz con las FARC. Palabras más, palabras menos, el candidato Uribe invitaba a los conservadores a abjurar de su apoyo al presidente Pastrana y a enmendar su falta por haberlo secundado en su iniciativa pacificadora por vía dialogada.

---

<sup>28</sup> “*El partido de Caro y Ospina se convirtió en el partido de Ciro y Carlina*”.

<sup>29</sup> *El Tiempo*, marzo 12 de 2002, p. 7.

<sup>30</sup> *El Tiempo*, marzo 21 de 2002, p. 2.

El 10 de abril, el Directorio Nacional Conservador, representado por Carlos Holguín Sardi suscribía con el candidato Uribe el acuerdo mediante el que el Partido Conservador se adhería a la aspiración presidencial de Primero Colombia, “*depositando toda su confianza en el programa gubernamental de la Seguridad Democrática*”<sup>31</sup>. El candidato, a cambio, prometió darle a los conservadores “*una participación destacada*” en el alto gobierno, tener muy en cuenta sus propuestas para la reforma política que sacaría adelante y negociar directamente con el Directorio Nacional Conservador, antes que “*con cualquier parlamentario de forma individual*” (Ramírez Peñalosa, 2010, 25).

Ni por encima de los partidos, ni contra los partidos: a pesar de los partidos y con los partidos, pero a su manera, el candidato Uribe comenzaba a capturar así el sistema partidista colombiano. Había “atrapado”, con su modelo “escoba”, *catch-all*<sup>32</sup>, a un pez muy gordo, había atraído hacia sí a una de las orillas del sesquicentenario bipartidismo colombiano.

La candidatura del Partido Liberal estaba perdiendo su gracia y su aprecio. Ante Uribe, joven, Serpa era un troglodita; ante Uribe, pseudoacadémico, Serpa era un bárbaro; ante Uribe, reformador; Serpa era un tridentino; ante Uribe, “transparente”, Serpa era un corrupto, ante Uribe, meritócrata, Serpa era un politiquero clientelista; ante Uribe, guerrero campeador, Serpa era un pacifista derrotado; ante Uribe, de lenguaje decente y refinado, Serpa era un “*verdulero*” de vocablos populacheros: “*ni chicha, ni limonada*”, “*mamola*”, “*medio panela*”,

---

<sup>31</sup> Declaración del Directorio Nacional Conservador. Abril 10 de 2002.

<sup>32</sup> El término fue introducido por Otto Kirchheimer, en 1966, para referirse a una nueva tipología de partido que aparece tras la Segunda Guerra Mundial a causa de la exigencia por parte de los partidos de masas de atraer al máximo número de electores y de trascender los intereses de grupo con el fin de conseguir una mayor confianza general. Esta tipología partidista se caracteriza por una drástica reducción del bagaje ideológico, un menor énfasis en una determinada clase social para reclutar electores entre toda la población y asegurar el acceso a diversos grupos de interés (Kirchheimer, 1980, 328-347).

“amangualados”, “contumelia”, “muérganos”, “pingo”, “descubrieron el agua tibia”, “mandamases”, “lenguaraz”, “soquete” ...<sup>33</sup>.

Entre el 10 de marzo de 2002, jornada de las elecciones parlamentarias, y el 26 de mayo siguiente, fecha de las elecciones presidenciales, el ambiente político del país no registró la atención de cuatro años atrás, sino que más bien se respiró un aire de expectativa frente a cómo el candidato Uribe continuaría reclutando, y a cambio de qué, la adhesión de congresistas elegidos, aunque avalados por tal o cual partido o movimiento, indecisos y pesimistas frente a su carta presidencial, sobre todo liberales advenientes.

Otrora liberales y conservadores, pero ahora ni liberales ni conservadores, uribistas, muchos recurrieron al mecanismo estratégico del camuflaje (Michels, 2008, 124) para sobrevivir y no ser sepultados por la crisis de la *democracia de partidos*: los llamados *transicionales*<sup>34</sup> (Gutiérrez Sanín, 2007, 478-483):

Quando Uribe se vuelve un candidato viable, es decir, cuando pasa el 30% en las encuestas, lo cual ocurre hacia enero, febrero, de 2002, empiezan a aparecer políticos que dicen que se quieren vincular a la campaña [...]. En ese momento ya empiezan a llegar los políticos tradicionales y empieza a surgir la idea de que se necesita construir una coalición de gobierno. Es cuando se habla de la vinculación de Vargas Lleras a la campaña, es el primero que llega; después llega el

---

<sup>33</sup> A lo largo de su vida pública, y en especial durante su paso por el gobierno Samper, de quien asumió su apasionada defensa, el discurso de Serpa se caracterizó no solo por la vehemencia y el especial timbre, sino también por la recurrencia a expresiones de uso doméstico. Fernando Giraldo (1998), se detiene en el análisis de su discurso señalando que, desde la época de los grandes oradores de los cuarenta y cincuenta, Jorge Eliécer Gaitán y Gilberto Alzate Avendaño, en Colombia no había un político con las características de la retórica serpista, en la que se conjuntan lo racional y lo emocional. El trabajo de Carolina Celis Varón, Orlando Mejía Houghton y Camilo Restrepo Romero, *La improvisación de Serpa* (2004), Chía, Universidad de la Sabana, Facultad de Comunicación Social y Periodismo, es bastante sugerente en sus apreciaciones y puntual en su análisis.

<sup>34</sup> Entre estos destacan: Luis Alfredo Ramos Botero, Carlos Moreno de Caro, Enrique Peñalosa, Germán Vargas Lleras, Aurelio Iragorri Hormaza, Rafael Pardo, Armando Benedetti, Zulema Jattin, Rocío Arias, Martha Lucía Ramírez, Mario Uribe Escobar, Juan Gómez Martínez, Carlos Holmes Trujillo García y Óscar Iván Zuluaga, entre otros muchos, quienes terminaron haciéndose uribistas, más por comodidad burocrática y estrategia electoral que por adhesión a un proyecto ideológico estructurado.

Partido Conservador, después llega un sector del Partido Liberal, y con eso Uribe va a las elecciones y va al gobierno (Daza, 2010, 49).

Los resultados de la última Gran Encuesta, divulgada días previos a las elecciones, arrojaron los siguientes resultados:

Tabla 3  
Intención electoral - mayo de 2002

Candidato	Porcentaje
Horacio Serpa Uribe	27,4%
Álvaro Uribe Vélez	47,7%
Noemí Sanín Posada	6,5%
Harold Bedoya Pizarro	0,5%
Íngrid Betancur Pulecio	0,2%
Luis Eduardo Garzón	7,1%
Otras opciones (otros candidatos, no votará, voto en blanco, no sabe/no responde)	10,6%

(Fuente: Murillo y Fernández, 2003, 21)

Generando más esperanzas que suspicacias, el *factor Uribe*, con 5.862.655, representando el 54,51%, se impuso en razón de las tres consideraciones ya presentadas: las condiciones personales del sujeto, la crisis estructural de los partidos y las circunstancias coyunturales del país.

Tabla 4  
Resultados de las elecciones presidenciales del 26 de mayo de 2002

Candidato	Partido o Movimiento	Votos	Porcentaje
Álvaro Uribe Vélez	Primero Colombia	5.862.655	54,51%
Horacio Serpa Uribe	Partido Liberal Colombiano	3.514.779	32,68%
Luis Eduardo Garzón	Polo Democrático Independiente	680.245	6,32%
Noemí Sanín Posada	Sí, Colombia	641.884	5,96%
Íngrid Betancur Pulecio	Partido Verde Oxígeno	53.922	0,5%

(Fuente: Registraduría Nacional del Estado Civil. Histórico, Elecciones presidenciales de 2002)

El 26 de mayo de 2002 registró la primera de las elecciones presidenciales bajo el signo de una nueva dinámica partidista que, al tiempo que marcaba la erosión, el deshielo, la degradación, el deterioro, o como se le quiera llamar, del bipartidismo tradicional, hiperfragmentado y corroído por la connivencia con el narcotráfico y la debilidad frente a la insurgencia, lo que avocaba sin dilación a una falla de Estado, también marcaba la promesa de redención, de renovación, de cambio, de oxigenación, de un sistema de partidos concentrado y comprometido con una empresa moral de cero corrupción y de cero politiquería para recuperar la gobernabilidad extraviada y, más aún, la confianza ciudadana en sus gobernantes, desnudos de los viejos vicios clientelares y clientelistas. La crisis de la *democracia de partidos* señalaba la metamorfosis a la *democracia de audiencia*.

No obstante las indicaciones que se han hecho sobre la crisis de los partidos liberal y conservador, erosionados por la cruzada emprendida contra Samper por inmoral y por los resultados catastróficos de la administración Pastrana, cabe la pregunta de si lo que llevó al remonte del bipartidismo al, todavía sin perfil, partido personal de Álvaro Uribe Vélez en la sucesión presidencial en Colombia en 2002 fue, verdaderamente, el desgaste, a lo que habría que añadir desprecio, desconfianza y fatiga de las opciones bipartidistas tradicionales. ¿Qué hubiera pasado si Álvaro Uribe Vélez se hubiera mantenido en el oficialismo liberal y, en lugar de aspirar, hubiera respaldado, como lo hizo en 1998, a Horacio Serpa Uribe? O, atendiendo a la sugerencia del expresidente Turbay Ayala, ¿qué situación se habría presentado si, para que el Partido Liberal recuperara la Presidencia de la República y “*saneara la macula samperista*”, Serpa hubiera declinado en favor de Uribe? Turbay Ayala nunca consideró a Uribe por fuera del liberalismo:

El candidato Uribe no renunció jamás a su condición de liberal y debió ser el candidato oficial del partido [...]. El presidente Uribe no ha renunciado a su condición de liberal y debe ser el candidato oficial del partido [...]. Uribe estaría dispuesto a participar en la consulta liberal para escoger el candidato a la Presidencia si la DLN está conformada mitad por el oficialismo y mitad por los liberales uribistas [...]. El Partido Liberal debe aceptar que en cabeza de Uribe se haga una propuesta política nacional que incluya a los conservadores, como un paso para volver al poder, como ocurrió con Enrique Olaya Herrera<sup>35</sup>.

El *factor Uribe*, no hay duda, no surgió para remontar, es más, para enterrar el bipartidismo:

Surgió porque el suyo fue el único discurso *emotivo* en torno a qué hacer frente a los grupos guerrilleros que asediaban al país: Uribe, de clara tradición liberal, surgió como el candidato que

---

<sup>35</sup> *El Espectador*, febrero 6 de 2005, p. 6A.

desde años atrás se había mostrado amigo de una posición de fuerza, dentro de los principios democráticos. En el trasfondo del debate, a nivel internacional se sentían con claridad los ecos del 11 de septiembre en los Estados Unidos, y como consecuencia se encontraba en auge el sector de la opinión pública partidario de medidas severas contra los terroristas, entre los cuales el gobierno estadounidense ya para esta época había incluido a los grupos guerrilleros colombianos, FARC y ELN (Losada, Giraldo y Muñoz, 2003, 12).

¿Qué fue el *factor Uribe* de 2002? La notificación de la crisis de la *democracia de partidos* catapultada por el *efecto bandwagon*. ¿Qué será el *factor Uribe* de 2006? La transformación del sistema representativo colombiano en una *democracia de audiencia* impulsada por el *efecto gobermedia*.

### Capítulo III

#### El factor Uribe:

#### La transición a la democracia de audiencia y el efecto gobermedia

#### Elecciones presidenciales de 2006

Resultado del fenómeno electoral definido y determinado por los medios de comunicación, el presidente Uribe capturó desde el momento mismo de su instalación el foco de la atención pública mediada y mediatizada en razón de sus comparecencias semanales por las distintas regiones del país en los llamados Consejos Comunales de Gobierno:

Un programa del Gobierno Nacional a través del cual se busca generar espacios de interacción y diálogo permanente entre los ciudadanos, las autoridades del orden territorial y el Gobierno Nacional, con el propósito de trabajar concertadamente en la solución de los problemas, necesidades e inquietudes de los ciudadanos, a la vez que se estimula la transparencia en la gestión pública, la democracia participativa y fortalece la confianza institucional (Alta Consejería para la Competitividad y las Regiones, 2007)<sup>36</sup>.

Valiéndose de la alternativa videopolítica<sup>37</sup> (Sartori, 2008), su acción de gobierno plural y competitiva, de respuestas instantáneas y de visualización directa (dispositivos de interacción gobernante-gobernados propios de la *proximidad*), le permitió canalizar su imagen y su liderazgo orientándolos hacia una nueva comprensión de la representación simbólica para

---

<sup>36</sup> Sintetizados como se presentan, los cuatro objetivos específicos de los Consejos Comunales de Gobiernos apuntaban a: 1°. Promover la participación ciudadana y el control social mediante el diálogo y la interacción directa con los mandatarios nacionales y locales; 2°. Generar procesos de rendición de cuentas de las diferentes instancias del sector público a los ciudadanos; 3°. Impulsar el trabajo coordinado entre los diferentes niveles de gobierno y las instituciones públicas, con el fin de agilizar la gestión; y, 4°. Fortalecer la transparencia en la gestión pública a través de un modelo de gestión que haga visible y ágil el accionar del Estado.

<sup>37</sup> Por *videopolítica*, o *videopoder*, Sartori entiende “*la política ejercida por los medios electrónicos e informáticos que ha puesto a disposición de los hombres públicos la revolución digital. Su principal característica es que se funda en imágenes antes que en palabras*”. Considera que “*al faltar el poder del partido como entidad por sí misma, como máquina organizativa, como coagulante del voto popular, lo que queda es un espacio abierto en el que el poder de la pantalla y la videopolítica tienen la facilidad de extenderse, sin chocarse con contrapoderes*” (Sartori, 2008, 352).

obtener los dos mejores réditos de confianza personal y gubernamental, a saber, los elevados índices de popularidad que siempre reportó en su primer mandato y el estímulo para continuar en un segundo<sup>38</sup>.

La estrategia del presidente Uribe consistió en darse muy tempranamente cuenta de que el nuevo escenario para conquistar el poder y mantenerse en él es el entorno audiovisual; su táctica radicó en legitimarse, enfatizando sus características personales -su particular timbre de voz, la recurrencia a los diminutivos, los arrebatos de irascibilidad no contenida<sup>39</sup>- y su capacidad efectiva para generar confianza y credibilidad, a través de los instrumentos publicitarios del márketing político que precipitaron en su favor una especie de lealtad emocional/comercial y de tendencia hacia la costumización electoral:

Como demuestra el frecuente uso de la expresión “el mercado electoral”, la metáfora económica ha llegado a dominar el estudio de las elecciones [...]. Es justificable definir a los políticos como empresarios en competencia por los votos y maximizadores de sus beneficios -las recompensas materiales y simbólicas del poder. De la misma manera, aunque mucho menos apropiado se puede caracterizar a los votantes como consumidores. Un consumidor que entra en el mercado económico sabe lo que quiere: sus preferencias son independientes de los productos ofrecidos. Mientras que la teoría económica presupone que las preferencias de los consumidores son exógenas, en política, sin embargo, tal presuposición es irreal y contraria a la experiencia. Cuando un ciudadano entra en lo que se puede llamar el mercado político, sus preferencias no están todavía formadas; se desarrollan mediante el seguimiento de debates públicos. En política la

---

<sup>38</sup> Ver Tabla 5.

<sup>39</sup> Los diminutivos de Uribe, su lenguaje coloquial, la forma como desempolva los dichos antioqueños, su coqueto término de mujer, que utiliza en vez de señora o señorita, su paternal “hijo”. Su devoción por la palabra “varón” cuando se refiere al sexo masculino y su insistencia en hablar de “patria” al referirse a Colombia y de “compatriotas” en lugar de colombianos, dan cuenta de una simbología literaria que parece tomada de los cuentos de Carrasquilla, de los discursos de Nito Restrepo, primigenio, que tiene una poderosa hinchada en los medios, la cual, sobra decir, es alimentada por el propio presidente, a sabiendas de que eso es una de sus mejores armas de seducción (López de la Roche, 2014, 136).

demanda no es exógena; en general, las preferencias no existen antes de las acciones de los políticos (Manin, 1998, 274).

Catapultado el candidato Uribe y sostenido el presidente Uribe por los medios de comunicación, vino a precipitar, del 7 de agosto de 2002 al 28 de mayo de 2006, la *democracia de audiencia* haciendo que el *efecto gobermedia*, más centrado en el *quién* gobierna que en el *qué* o el *cómo* de la acción de gobierno (Porrás Nadales, 2014, 98), llevara a una nueva comprensión del lazo representativo en términos simbólicos (personalización del agente) y del vínculo participativo en la instancia de la *proximidad* (relación inmediata gobernante-gobernados). Las viejas lógicas partidistas de fidelidad a la colectividad, a su programa y a sus barones y del debate solo posible al interior de la misma y con los mismos, cedieron en favor del líder experto, antes que en nada, en medios de comunicación, convencido de que el lugar único de la nueva competencia es el de los media, así como de que su oferta electoral solo tiene ascendencia en el mercado de la inmediatez y de la visualización y de que su retórica no puede seguir siendo la del tradicional discurso ideológico, sino la de la propia cosmética personal de la imagen maquillada para ofrecerse ella misma como medio y como mensaje, porque, desde la percepción popular, *una imagen vale más que mil palabras* y, desde la teoría de McLuhan, *el medio es el mensaje* (2000):

[...] El líder político con capacidad para conquistar la mayoría en el nuevo mercado de la opinión pública será aquel que sepa personalizar y transmitir mejor un soporte de confianza proyectado hacia determinados estilos de vida, concebidos como estándares de consumo y de actitudes vitales, relativamente al margen de los tradicionales idearios programáticos de los viejos partidos, que se inspiraban en ancestrales ideologías de base socioeconómica, reflejando diferentes concepciones globales del mundo (Porrás Nadales, 2014, 104).

### 3.1. La comparecencia mediática: gobierno en vivo

El 26 de mayo de 2002 marcó la fecha de la transición de la *democracia de partidos* en Colombia. De hecho, si bien el *factor Uribe* apareció como o una opción por fuera de los partidos, en la práctica lo que hizo fue volver a reunirlos para gobernar “aparentemente sobre ellos, pero, realmente con ellos” (Bejarano, 2011, 98). Es pertinente retomar la idea de que el discurso uribista sin los partidos, pero no por encima de ellos ni en contra de ellos, notas características del *outsider*, cuyo único caso típico en el reordenamiento estasiológico de América Latina es el de Rafael Correa, en Ecuador, llegó en un momento crucial cuando los colombianos querían oír palabras fuertes contra la corrupción, el clientelismo, las maquinarias políticas y la pérdida del monopolio de la fuerza estatal, todo ello encarnado en las consuetudinarias formaciones liberal y conservadora:

Uribe no quiso apostar a favor de los partidos, no le convenía, entre otras cosas, porque, por un lado, le limitaba su margen de maniobra (poder hablarles en su propio lenguaje a independientes y a liberales), y por otro, podía poner en cuestión su discurso contra la maquinaria y la politiquería (Gutiérrez Sanín, 2006, 165).

El 7 de agosto de 2002, por su parte, dató la metamorfosis del sistema representativo colombiano hacia la *democracia de audiencia*. Hechos liturgias semanales de la acción de un gobierno, pretendidamente transparente, eficaz y eficiente, en frecuente rendición de cuentas, en constante solución inmediata, y hasta mágica, de las necesidades de la población de la región incluida en la cita sabatina, pero, sobre todo y ante todo, en permanente ejercicio proselitista dirigido a un segundo período consecutivo, promoviendo, primero, las bondades del referendo contra la corrupción y la politiquería, lo que implicaba la arenga de votar en su favor el 25 de

octubre de 2003<sup>40</sup>, y adoctrinando, después, en la política de la seguridad democrática<sup>41</sup>, promesas bandera de la campaña de 2002, los 127 Consejos Comunales de Gobierno, desde el 10 de agosto de 2002, en Pasto, hasta el 8 de abril de 2006, en Popayán, se tornaron, en sí, en los catalizadores del advenimiento de la *democracia de audiencia* que, con propiedad, se canonizó en las urnas presidenciales del 28 de mayo de 2006.

Entre las evidencias más significativas de la propaganda presidencial en favor del referendo se pueden citar la intervención del 18 de enero de 2003, en el Consejo Comunal de Gobierno de Ibagué (16):

Yo sé que hay mucho contradictores del referendo. El Gobierno Nacional, de la misma manera como valora sus argumentos, también los invita a considerar los argumentos de las bondades del referendo y a que se comprometan con él porque el referendo va a señalar el rumbo de una Nueva Colombia [...].

Tenemos seis políticas básicas que desagregan los tres grandes temas del Gobierno. Esos tres grandes temas son: la seguridad, la lucha contra la corrupción por la austeridad, por el ejercicio transparente de la política y la construcción de equidad. Y las seis políticas son: la política de seguridad, la política de disminución de costos del Estado, la política de aumento de los ingresos del Estado, la política de la reforma administrativa, desde el aparato central hasta los municipios, la política de la infraestructura para hacer de este un país moderno, y la política de la revolución educativa, incluida dentro de las grandes transformaciones sociales que estamos emprendiendo [...]. Su apoyo, su concurso, su voto favorable, su Sí al referendo nos dará la razón ante las grandes reformas que necesita esta Colombia que ya camina hacia la prosperidad (Uribe, 2010b, 37).

---

<sup>40</sup> Consejos Comunales de Gobierno 16, Ibagué, enero 18 de 2003; 22, Montería, marzo 15 de 2003; 27, Cartagena, abril 26 de 2003; y, 40, Palmira, septiembre 13 de 2003.

<sup>41</sup> Consejos Comunales de Gobierno 33, Arauca, julio 17 de 2003; 35, Aguachica, agosto 16 de 2003; 36, Puerto Asís, agosto 23 de 2003; 44, Jardín, noviembre 8 de 2003; 53, Bucaramanga, diciembre 23 de 2003; 76, Acacías, septiembre 18 de 2004; 93, Santander de Quilichao, abril 30 de 2005; 95, Tame, mayo 14 de 2005; 98, Buenaventura, junio 4 de 2005; 104, Villavicencio, julio 23 de 2005; 108, Socorro, agosto 20 de 2005; 121, Barragán, enero 14 de 2006; 124, La Mesa, febrero 11 de 2006; y, 127, Popayán, abril 8 de 2006.

Cercana la fecha de su realización, el 13 de septiembre de 2003, en el Consejo Comunal de Gobierno de Palmira (40), la voz presidencial prorreferendo se escuchó más incisiva, y hasta dramática, abogando por la salvación de su iniciativa:

Déjenme gastar unos minutos para hablar del referendo porque voy a tener que apelar a pedir una reflexión muy profunda de todos los colombianos sobre el tema [...]. Si el referendo naufraga, nos naufraga buena parte de la gobernabilidad, nos naufraga la posibilidad de avanzar hacia la solución de los problemas fiscales de la Nación, nos naufraga la posibilidad de darle sostenibilidad a la política de Seguridad Democrática, que tiene logros pero a la que le falta mucho más. Nos naufraga la posibilidad de tener recursos para lo social [...]. Votemos Sí por el referendo. El referendo es la garantía de que nos va a ir bien. ¿Qué más podemos incluir en él? Todo está: congelación de gastos de funcionamiento, más impuestos para invertir en las regiones, en la política social, en la educación, eliminación de los regímenes privilegiados, reforma pensional favorable para todos, reducción del Congreso, erradicación definitiva de los auxilios parlamentarios, voto público en el Congreso, normas anticorrupción [...]. Este referendo no tiene ningún atractivo populista, votarlo es un acto de responsabilidad. Este referendo le da un mensaje al mundo: la responsabilidad del pueblo colombiano. Si este referendo se aprueba, el mundo tiene que recibir el mensaje de que este pueblo, abatido por este terrorismo y por estos problemas de pobreza, es un pueblo de una alta cultura política y de una alta responsabilidad, que es capaz de introducir una solución fiscal a través del referendo [...]. ¿El referendo lo resuelve todo? No. El referendo no lo resuelve todo, es un paso en la dirección correcta. Tiene un intangible, a mi juicio muy importante. El referendo, más importante que por sus efectos jurídicos inmediatos, lo va a ser por la deliberación, porque estas semanas que faltan por llegar al 25 de octubre deben ser semanas de reflexión y de deliberación, que por lo menos nos comprometan a todos los colombianos a preocuparnos prioritariamente por la derrota de la corrupción y la politiquería [...]. El referendo va ayudar a crear una conciencia nacional sólida e indestructible contra la corrupción y contra la politiquería. No dejemos naufragar el referendo, no lo dejemos naufragar (Uribe, 2010b, 121-128).

Partiendo del presupuesto de la segunda intención, no por ello susceptible de calificación en términos de deshonesto o taimado, del presidente Uribe de aspirar a una reelección inmediata en y por su acción de gobierno desde el mismo 7 de agosto de 2002, es evidente que su comparecencia semanal en la televisión, y durante jornadas que llegaron a extenderse hasta por diez horas, no solo personalizó su figura como presidente de la república, llevando a la presidencialización del Estado colombiano, la identificación de la figura del presidente con el aparato estatal y viceversa, sino también su opción como la más firme para los comicios de mayo de 2006.

En camino hacia la reforma política de 2003, intento legal de cooptar en su favor el sistema de partidos, concentrándolo por las nuevas reglas electorales aprobadas<sup>42</sup>, y hacia la reforma constitucional de 2004, concreción real de la prolongación de su administración en un segundo período consecutivo, Uribe incidió de modo directo en un votante sin adscripción partidista, el de la Unidad Nacional votó para “su” Congreso y el de Primero Colombia, movimiento ciudadano que avaló con firmas sus inscripciones en 2002 y 2006, nunca existió, y

---

<sup>42</sup> La reforma política de 2003 representó un reacomodamiento de las fuerzas políticas en cuanto las llamó al orden, la disciplina y la concertación. La institución de las listas únicas, a la que se unían dos variantes más, la del límite del cupo y la descripción como lista cerrada, lista bloque llamada por otros, o como lista con voto preferente, voto inteligente definido por algunos. El acto legislativo 01 de 2003 cerró la multiplicación de los partidos y los movimientos políticos diseñando como talanquera la figura del *umbral electoral*. En lo que podría considerarse también de afectación directa al nuevo situado del régimen de partidos, la reforma política de 2003 prohibió la doble militancia, viable en la constitución de 1991 y en la ley 130 de 1994, *Estatuto básico de los partidos y movimientos políticos*. Definió, además, la organización democrática al interior de estos y conservó el mecanismo de las consultas que el constituyente del 91 adoptó ateniéndose a lo dispuesto en la ley 3 de 1989. El último gran aspecto de la reforma política de 2003 fue el cambio en la fórmula del sistema proporcional para distribuir los escaños en los cargos de elección pluripersonal. Del método Hare, o cociente/residuo simple, se pasó al método D’Hondt, o cifra repartidora. Con este se le dio más sentido al voto como mecanismo de contención de la atomización partidista: el voto ya no representa meramente un voto, ahora el voto tiene la capacidad de traducirse en escaño, en beneficio, sobre todo, de los partidos más votados, de ahí que también se desprende que la cifra repartidora estimula la cohesión interna de los partidos o movimientos que cierran sus listas al momento de inscribirlas. ¿A quién beneficio la reforma política de 2003? No, hay duda, a Álvaro Uribe Vélez: además de *cartelizar* de modo definitivo los partidos, convirtiéndose en el gran elector parlamentario del 12 de marzo de 2006, consolidó al Partido Social de la Unidad Nacional, el Partido de la U, su partido, como el “*partido nuclear*” (Sartori) del nuevo sistema de partidos, logrando la constitución del resto de *partidos uribistas*, destacando al Partido Conservador (Ramírez Peñalosa, 2010, 27-35), como sus *partidos de cuadros* (Duverger): Partido Cambio Radical, Partido Convergencia Ciudadana, Movimiento Alas Equipo Colombia, Movimiento Apertura Liberal, Partido Colombia Democrática y Movimiento Colombia Viva.

sin programa. El elector uribista del 28 de mayo de 2006, no hay duda, votó por una persona: la individualidad del candidato fue el factor esencial. La “naturaleza personal de la relación representativa”, proyectada simbólica y mediáticamente en Uribe desde agosto de 2002, se cristalizó en 2006.

Los episodios electorales de 2006 señalaron un doble viraje en la dinámica política colombiana. El primero, el presidente-candidato se convirtió en el elector del Congreso. El segundo, la *democracia de partidos* devino decididamente *democracia de audiencia*. Y ambos eventos obedecen al mismo patrón: la personalización de la relación representativa.

Hasta 1998, poniendo en una especie de paréntesis la excepcionalidad de 2002 en razón de la trampa de acomodación de los transicionales<sup>43</sup>, consistente en adherir o no al candidato Uribe de conformidad con los resultados propios obtenidos en las legislativas y con las fluctuaciones de la popularidad del candidato tras estas jornadas, el comportamiento del elector partidista en las elecciones parlamentarias fue el factor determinante para tributar la elección presidencial. En 2006, muy por el contrario, el apoyo del presidente-candidato a tal o cual aspiración parlamentaria, partido uribista, lista uribista, candidato uribista, fue el elemento tributario de la elección parlamentaria<sup>44</sup>. Manin asevera que:

---

<sup>43</sup> Ver nota al pie 34.

<sup>44</sup> Desde 2002 los *nichos* uribistas fueron definiéndose: para las elecciones parlamentarias, del 10 de marzo, el sistema de partidos se componía de 76 partidos políticos o movimientos políticos; se inscribieron 321 listas para el Senado de la República y 962 para la Cámara de Representantes. Al Senado llegaron 34 uribistas: 13 del Partido Conservador (Ómar Yepes Alzate, cabeza de lista), 6 del Movimiento Nacional (Roberto Gerlein Echavarría, cabeza de lista), 4 del Movimiento de Integración Popular (Vicente Blel Saad, cabeza de lista), 4 del Equipo Colombia (Luis Alfredo Ramos Botero, cabeza de lista), 2 de Colombia Siempre (Germán Vargas Lleras, cabeza de lista), 2 de Cambio Radical (Claudia Blum, cabeza de lista), 2 del Movimiento Popular Unido (Miguel Alfonso de la Espriella, cabeza de lista) y 1 del Movimiento de Renovación y Acción Laboral y Moral (Mario Uribe Escobar). En la Cámara de Representantes alcanzaron escaño 48 uribistas: 21 del Partido Conservador, 7 de Cambio Radical, 4 de Convergencia Popular Cívica, 4 del Equipo Colombia, 3 de Colombia Siempre, 2 de Convergencia Ciudadana, 2 de Fuerza Progresista, 2 del Movimiento Progresismo Democrático, 2 del Movimiento de Participación Popular y 2 del Movimiento de Renovación y Acción Laboral y Moral. Para 2006 los *nichos* uribistas ya fueron muy bien definidos: bajo las reglas de la reforma política de 2003, para las elecciones legislativas del 12 de marzo, los partidos políticos y movimientos políticos con personería jurídica quedaron reducidos a 16. Se inscribieron 22 listas para el Senado de la República y 73 para la Cámara de Representantes. La cauda uribista se posicionó con un total

[...] en los países en los que el jefe del ejecutivo se elige directamente, las presidenciales tienden a convertirse en la elección más importante y da forma al conjunto de la vida política. En las naciones en las que el jefe del ejecutivo es también líder de la mayoría en el parlamento, las campañas legislativas y las elecciones se centran en la persona del líder. Los partidos siguen desempeñando un papel fundamental. Proporcionan recursos cruciales tales como las redes de contactos e influencias, la capacidad para la recolección de fondos y el trabajo voluntario de los militantes, pero tienden a convertirse en instrumentos al servicio del líder (Manin, 1998, 268).

Si los Consejos Comunales de Gobierno convirtieron al presidente Uribe en un experto en medios, entonces, era apenas de esperar que el nuevo espectro de la *democracia de audiencia* se convirtiera, a su vez, en el gobierno de un experto en medios.

Abierto a las imprevistas eventualidades por venir, pero comprometiéndose de modo flexible con los Cien Puntos de su *Manifiesto Democrático* como hoja de ruta de su administración, el presidente Uribe se casó de manera preferente con las promesas del referendo contra la corrupción y la politiquería y la política de la seguridad democrática.

No obstante el fracaso que representó su iniciativa refrendataria<sup>45</sup>, ello no hizo que la confianza que en él muchos habían depositado menguara o se desvaneciera. El Consejo

---

de 182 congresistas, 70 senadores y 112 representantes a la Cámara. En el Senado: 20 del Partido Social de la Unidad Nacional, 18 del Partido Conservador, 5 del Movimiento Alas Equipo Colombia, 15 del Partido Cambio Radical, 7 de Convergencia Ciudadana, 3 del Partido Colombia Democrática y 2 del Movimiento Colombia Viva. En la Cámara de Representantes: 29 del Partido Social de la Unidad Nacional, 29 del Partido Conservador, 21 del Partido Cambio Radical, 8 del Movimiento Alas Equipo Colombia, 8 de Convergencia Ciudadana, 5 de Apertura Liberal, 4 del Movimiento Integración Regional, 2 del Movimiento Popular Unido, 2 del Movimiento Por el País que Soñamos, 2 de Colombia Democrática y 2 del Movimiento Nacional Progresista.

<sup>45</sup> Tres fueron las principales razones que explican tal fracaso: 1ª. la movilización ciudadana favorable a la abstención, promovida por los partidos de oposición, el Partido Liberal y, sobre todo, el en su momento Polo Democrático Independiente, el mismo que en las elecciones locales y regionales del día siguiente, domingo 26 de octubre de 2003, llegaba al segundo cargo administrativo del país, la Alcaldía Mayor de Bogotá, con Luis Eduardo Garzón, contendor presidencial de Uribe en las elecciones del 26 de mayo de 2002, en contra de la política económica de la administración del presidente, cuya bandera era la negociación del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos; 2ª. el excesivo número de preguntas contenidas en el difícil formato que fue presentado a consideración de los ciudadanos, teniendo en cuenta que de las 19 iniciales, de la Ley 796 del 21 de enero de 2003, la Corte Constitucional, en sentencia C-551 del 9 de julio de 2003, dio vía libre solo a 15; y, 3ª. la falta de interés de muchos de los electores en cuanto consideraron de mayor importancia la jornada comicial del día siguiente. El índice de abstención fue de casi el 75%, salvándose solo la primera de las preguntas (*¿Aprueba usted el siguiente*

Comunal de Gobierno 45, celebrado en Soledad el 16 de noviembre de 2003, a tres semanas de celebrado el referendo, fue una especie de exculpación presidencial de la que salió bien librado porque, como lo dijo

No se pueden leer los resultados desfavorables con los que contó nuestra iniciativa en las urnas con el inmenso esfuerzo que hicimos para que los colombianos de bien le dijeran no a la corrupción y a la politiquería [...]. El presidente de la república y el gobierno nacional cumplieron. Los resultados negativos no significan que no cumplimos con lo prometido [...]. Por otros medios legales seguiremos luchando sin tregua para derrotar estos viejos y dañinos vicios de la vida nacional (Uribe, 2010b, 146).

Si en un principio sus pronunciamientos sobre la salida militar al conflicto con la insurgencia parecieron un tanto tímidos, tal vez porque su prioridad estaba concentrada en el referendo, solo fueron agresivas sus palabras en los Consejos Comunales de Gobierno 33, Arauca, julio 17 de 2003, 35, Aguachica, agosto 16 de 2003, y 36, Puerto Asís, agosto 23 de 2003, después de celebrado el referendo las intervenciones del presidente Uribe enfilaron baterías hacia la radicalización de la política de seguridad democrática.

Se ejemplifica con tres intervenciones. La primera, la del Consejo Comunal de Gobierno 76, del 18 de septiembre de 2004, en Acacías:

Aunque a muchos no les parezca, la política de la Seguridad Democrática continuará imparables para recuperar la autoridad del Estado. Entiendo el derecho al disenso político, lo respeto, pero la Seguridad Democrática, para derrotar a los violentos y para permitir que florezca con más fertilidad el pluralismo democrático, continuará su curso [...]. Cuando este Gobierno empezó, los

---

*artículo? El quinto inciso del Artículo 122 de la Constitución Política quedará así: Sin perjuicio de las demás sanciones que establezca la ley, no podrán ser inscritos como candidatos a cargos de elección popular, ni elegidos, ni designados como servidores públicos, ni celebrar personalmente, o por interpuesta persona, contratos con el Estado, quienes hayan sido condenados, en cualquier tiempo, por la comisión de delitos que afecten el patrimonio del Estado. Tampoco quien haya dado lugar, como servidor público, con su conducta dolosa o gravemente culpable, así calificada por sentencia judicial ejecutoriada, a que el Estado sea condenado a una reparación patrimonial, salvo que asuma con cargo a su patrimonio el valor del daño), que obtuvo un apretado 25,11% de participación. Para que el referendo pasara se necesitaba un índice de participación superior al 25% del censo electoral, según lo dispone el artículo 33 de la Ley 134 del 31 de mayo de 1994.*

indígenas en el Cauca de cierto sector político decían que más valía un kilómetro de bloqueo a la Panamericana que un senador. Nosotros encontramos unos pactos del pasado, de cuantías enormes que no tenemos manera de honrar. Este Gobierno no ha permitido el bloqueo de carreteras, ni lo va a permitir. Reconozco, que las comunidades indígenas cumplieron el pacto hecho conmigo el pasado viernes, de que harían su protesta sin bloquear las carreteras. Cumplieron que harían su protesta sin perturbar a la ciudadanía, lo cumplieron. Confío poder seguir adelantando política social con las comunidades indígenas, protegerlos. Alguno de ellos, líder muy importante dijo que la protesta era contra la política de Seguridad Democrática, porque el Gobierno los estaba obligando a definirse entre los actores armados y les pregunté ¿cuáles son los actores armados del conflicto? Y me dijeron, “el Ejército, la Policía, la guerrilla, los paramilitares”, y les contesté, no comparto eso. En Colombia hay un problema de pobreza inmenso, de injusticia inmenso, pero aquí no hay conflicto, aquí hay un desafío del terrorismo contra la comunidad democrática y no comparto que pongamos en pie de igualdad a la institución armada, constitucional de la Patria con los agentes del terrorismo, paramilitares y guerrilleros, y eso hay que aclararlo, y que bueno que se dé el discurso y el debate en todas las calles y en todas las plazas públicas y en todas las esquinas de la Patria, estamos dispuesto a participar en ese debate, porque algo que necesita Colombia es que la ciudadanía se defina en favor de la institución constitucional, algo que necesita Colombia, es que todos abracemos la Constitución, que todo el mundo que haya tenido vínculos con guerrilleros o paramilitares los rompa, y que todo el mundo se abraza de la institución armada y apoye la Seguridad Democrática, el camino más democrático para derrotar a los terroristas (Uribe, 2010b, 271).

La segunda, la del Consejo Comunal de Gobierno 95, del 14 de mayo de 2005, en Tame:

Compatriotas de Tame, el tema de la seguridad necesita buena fe y perseverancia. No es fácil ni rápido desalojar a los terroristas de un país del cual se habían apoderado, pero lo vamos a lograr. Ustedes vivieron muchos años soportando las mayores estructuras que en Colombia montaron las FARC y el ELN, estructuras que todavía están fuertes acá, y el remedio que llegó fue igualmente terrorista, el remedio del mal llamado paramilitarismo. Este Gobierno, comprometido con la Seguridad Democrática, tiene una autoridad moral, la autoridad moral de perseguir a todas las

expresiones del delito. Este Gobierno no se ha unido con grupo terrorista alguno para derrotar otro grupo terrorista [...]. Cuando yo era candidato, mis adversarios decían que “Uribe se iba a unir con los paramilitares para derrotar a la guerrilla”. Yo soy plenamente consciente de las responsabilidades de mi ejercicio como Presidente de la Patria, del deber moral que tengo con mis compatriotas al haber recibido el mandato de dirigir esta Nación, de la herencia del legado que tenemos que dejar. Quiero repetir desde Tame que nuestro objetivo es una Colombia sin narcotráfico, una Colombia sin guerrillas, una Colombia sin paramilitares, una Colombia sin corrupción, una Colombia con Seguridad Democrática (Uribe, 2010b, 374-375).

La tercera, una especie de balance de la política de seguridad democrática de su primer período, al tiempo que de publicidad soterrada para su continuación, la del Consejo Comunal de Gobierno 124, del 11 de febrero de 2006, de La Mesa:

Nosotros hemos dicho que la política de Seguridad Democrática es un camino a la paz, por muchas razones: porque, en la medida que la política de Seguridad Democrática proteja por igual a los amigos del Gobierno que a los voceros de la oposición, por dura que sea la oposición frente al Gobierno, finalmente tiene que reconocer en su interior que hay condiciones para el debate y cuando hay condiciones para el debate, es posible, se hace factible, que las posiciones de los contrarios no se vuelvan tan antagónicas que los antagonismos sean insuperables. Cuando a partir de una Seguridad Democrática hay condiciones para el debate que evita el antagonismo insuperable y se crean otras condiciones, las condiciones para que a partir de los contrarios se den acuerdos [...]. Y he dicho –también– que la política de Seguridad Democrática es un camino a la paz, porque la práctica ha demostrado que es una acción eficaz contra los que persisten en la violencia y garantista frente a quienes entran en la reinserción. Cuando estamos llegando a 30 mil desmovilizados, desde La Mesa quiero hacer llegar un mensaje a los paramilitares que aún no se han desmovilizado y a la guerrilla: la política de Seguridad Democrática es para combatirlos mientras persistan en la violencia y para darles todas las garantías en el momento que quieran negociar y desmovilizarse, por eso es un camino para la paz. A través de la autoridad, obliga la negociación y da la seguridad de que es seria y a través de la autoridad, da todas las garantías a

quienes se desmovilicen, a quienes entren en procesos de paz [...]. Hoy estamos muy contentos porque le podemos demostrar a los colombianos que el único camino para recuperar los espacios democráticos es el de la Seguridad Democrática y que por tanto tiene que continuar (Uribe, 2010b, 526-528).

Siempre atento a las necesidades de las comunidades locales para darles solución inmediata, gozando de cierto poder discrecional, pero comprometido con los grandes *issues* de su campaña, el presidente Uribe no perdió nunca la confianza que inspiró, al punto que el 28 de mayo de 2006 por lo que se votó fue por su historial:

[...] se puede afirmar que los gobiernos contemporáneos precisan poderes discrecionales respecto de los programas políticos, ya que aumenta la dificultad de prever todos los acontecimientos a los que el gobierno ha de dar respuesta. Si las circunstancias actuales exigen cierta forma de poder discrecional, es lógico que los candidatos presenten sus cualidades personales y sus aptitudes para tomar buenas decisiones más que atarse las manos con promesas concretas. Los votantes saben igualmente que el gobierno ha de tratar acontecimientos impredecibles. Desde su punto de vista, entonces, la confianza personal que inspiran los candidatos es un criterio más adecuado para la selección que la evaluación de planes de acción futuros [...]. Es probable que haya pasado la época de votar los programas de los candidatos, pero puede estar comenzando la era -la democracia de audiencia- de votar el historial de los gobernantes (Manin, 1998, 270-271).

Un presidente-candidato hecho símbolo mediático, un presidente-candidato que da cuenta de las promesas “hechas realidad” de su primera campaña, exculpándose de la suerte desgraciada de una, pero demostrando, con logros y acciones, la felicidad de la otra, un presidente-candidato que asume el poder discrecional conferido por sus electores para flexibilizar su programa e incluir en él todos los imprevistos, un presidente-candidato transmutado fideicomisario de los ciudadanos, un presidente-candidato que se pone el ropaje del actor frente a un gobernado-espectador y que hace de los media el escenario de su acción de

gobierno ante el que la ciudadanía se transfigura audiencia, es un presidente-candidato que realiza la metamorfosis hacia la *democracia de audiencia*, concretando en su persona y en sus realizaciones de gobierno la “dimensión reactiva del voto” y ameritando se le conceda un segundo tiempo porque es preciso estimularlo por su buena acción de gobierno, la que lo define, como opción y como programa, no solo a sí mismo, sino que define también al adversario (Manin, 1998, 271-272).

Sujeto de la personalización de la opción electoral, dueño del *poder discrecional* del voto frente al programa comprometido, artífice de su propia conversión en *actor* y de los media en *escenarios* de la acción de gobierno y destinatario del *alcance reactivo del sufragio* de un *votante flotante* que vota su historial, el presidente Uribe indujo a la metamorfosis de nuestro sistema representativo hacia una *democracia de audiencia* devenida tal en su primer período presidencial.

Pero, ¿qué factores, qué eventos, que dispositivos procuró para que incidieran en la transición final de la *democracia de partidos* a la *democracia de audiencia*? Dos. El primero, la legitimidad democrática desde el lazo representativo de la *proximidad* mediante los Consejos Comunales de Gobierno. El segundo, la puesta pública de su acción de gobierno en el contexto de la *gobermedia*. Ambos coinciden en la captura de la audiencia que hacen y se resuelven, finalmente, en el último, el *efecto gobermedia*, como punto de inflexión hacia la *democracia de audiencia*.

### **3.2. Legitimidad democrática en términos de proximidad**

Motor decisivo para el viraje hacia la *democracia de audiencia* es la comprensión del nuevo lazo de relación entre el gobernante y los gobernados entendido a la manera de representación de *proximidad* (Annunziata, 2013b), de legitimidad democrática de *proximidad* (Rosanvallon, 2008). Si bien Annunziata considera esta categoría en términos de una cuarta tipología de las formas de gobierno representativo, añadiéndola a las tres formuladas por Manin, *parlamentarismo*, *democracia de partidos* y *democracia de audiencia*, se tiene que no se trata más que de un matiz de reforzamiento de esta última, la democracia de lo público.

Propios de la representación de *proximidad* son elementos como la personalización y la mediatización de la política, el liderazgo creciente del líder -valga la redundancia- frente a los partidos, el rechazo a las viejas castas deliberativas y decisorias de espaldas a los ciudadanos y la nota de distinción del representante frente a sus representados, lo que no implica, en términos excluyentes, cierto nivel de identificación de los segundos con respecto al primero; identificación, preferentemente, mediática y definida solo en la medida en que las palabras, las actitudes y los gestos del representante se hacen afines a los de sus representados: dice lo que quieren oír, se comporta como quieren que se comporte, hace lo que quieren que haga. ¿Quién es espejo de quién?

El compartir estilos de vida y valores se torna en la clave del éxito de quien pretende obtener el lugar de la representación y en la fuerza legitimadora en la que descansa la sintonía que con él establecen los representados. Para Manin, no obstante los medios de comunicación favorecer determinadas cualidades personales, no significa que impulsen una variante substancial en la dilución del principio básico de distinción, de diferenciación, en aras de la proclama de un principio absoluto de identificación. Lo que pasa, más bien, es que el actor político diferenciado ha llegado a ser, por las circunstancias y exigencias propias del escenario

videopolítico, experto en medios, ha intuido no tan providencialmente que su suerte está echada en y desde la dimensión cosmética de proyección, de presentación, de ejercicio, inclusive, de su acción, ha comprendido que no puede aparecer más que en los medios -fuera de los media no hay salvación, si no está en los media no existe- y. justamente, en cuanto tipo simbólico mediático:

Los candidatos exitosos son los personajes mediáticos, personas que tienen un mejor dominio de las técnicas de la comunicación mediática que otras. Lo que estamos percibiendo hoy no es una desviación de los principios del gobierno representativo, sino un cambio en los tipos de élites seleccionadas. Las elecciones siguen otorgando cargos a individuos con características distintivas; conservan el carácter elitista que siempre tuvieron. No obstante, una nueva élite de expertos en comunicación ha reemplazado al activista político y al burócrata del partido. La democracia de audiencias es el gobierno del experto en medios (Manin, 1998, 269).

¿Desde qué eventos explicar la representación de *proximidad* en el primer período presidencial de Uribe, conducente a su reelección, evidencia manifiesta del paso a la *democracia de audiencia* y del triunfo de esta? Desde los Consejos Comunales de Gobierno, que indujeron a la resemantización del concepto del gobernante, a la redefinición de su perfil y a la reubicación de su papel. Además de las herramientas mediáticas de éxito y del instrumento de intervención directa y puntual en los asuntos locales, “capturando las administraciones municipales y afectando gravemente los procesos de planeación y descentralización” (García Villegas y Rebelo Revollo, 2009, 12), en que se convirtieron, sirven como ejemplos palmarios para explicar cómo la *proximidad*, al tiempo que estatuye la personalización propia de la *democracia de audiencia*, representa la fatiga, y hasta el hastío, de las élites partidistas, más ocupadas en la satisfacción de sus intereses propios que en los de los ciudadanos.

Rosanvallon es claro cuando indica que de la *proximidad* se obtiene la legitimidad y por la legitimidad se llega a una especie de consenso común que, aun y de pronto minando la institucionalidad legal, favorece la continuidad sin término fijo del gobernante que logra mantener un alto índice de sintonía (2012, 275). Enfrentar el Estado constitucional al Estado de opinión<sup>46</sup>, inclusive a riesgo del debilitamiento de las instituciones y del sometimiento incondicional de sus objetivos institucionales a las políticas de gobierno y de la concentración del poder en manos del gobierno central con las consecuentes modificaciones y rupturas no solo del equilibrio de los poderes públicos en el Estado, sino también en el tipo de régimen político que tradicionalmente ha existido, no solo es fruto de la posible y subjetiva veleidad del gobernante, sino, de manera superlativa, de la audiencia favorable a este que, en razón de su *proximidad*, se siente identificado con él porque se acerca a su realidad cotidiana, a su experiencia concreta y singular, porque se muestra un “hombre del común” que “comparte las experiencias de los representados”, quienes “se dejan guiar por la escucha y la empatía” (Annunziata, 2011, 58).

---

<sup>46</sup> Expresión empleada por el presidente Uribe desde octubre de 2008, cuando se radicó el proyecto de ley del referendo reeleccionista, y utilizada más de cien veces en sus discursos pronunciados hasta febrero de 2010, cuando la Corte Constitucional declaró inexecutable la ley aprobada por el Congreso, 1354 del 8 de septiembre de 2009. El concepto fue incorporado al diccionario de la política por Guillermo O'Donnell para diferenciar “entre los controles horizontales y verticales en una democracia. Los primeros son aquellos derivados del principio de separación de poderes, que permiten que la actuación del Gobierno esté controlada por otros órganos, como los jueces o el Congreso. Estos controles horizontales están ligados a la idea misma de Estado de Derecho, que implica la separación de poderes y la sumisión de todos, y en especial del gobernante, a las leyes, a fin de evitar la arbitrariedad y proteger los Derechos Humanos. Los controles verticales, por su parte, son los que directamente ejerce la ciudadanía sobre los gobernantes, por ejemplo, por medio de votaciones periódicas” (Rodrigo Uprimny Yepes, *¿Estado de Opinión o de Derecho?*, *El Espectador*, agosto 17 de 2009, p. 34). Guillermo Hoyos Vásquez, en *Estado de Opinión versus Estado de Derecho, Razón Pública*, agosto 17 de 2009, desde la doble perspectiva de la filosofía del derecho de Kant y de Habermas, hace una minuciosa observación de la noción en el contexto de la práctica discursiva del presidente Uribe. Gran trascendencia tuvieron las palabras que directamente le dirigió al presidente Uribe el rector de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, José Fernando Isaza Delgado, en el marco de un conversatorio organizado por la institución, el 2 de febrero de 2010, cuando aún la Corte Constitucional no se había pronunciado: “El Estado de opinión ha permitido que, por ejemplo, Fidel Castro, que puede ser un gran líder, pero que no es un demócrata, estuviera 50 años en el poder; Saddam Hussein fue elegido también bajo el Estado de opinión, y el Estado de opinión, cuando se le preguntó a quién prefería, si a Jesús o a Barrabás, prefirió a Barrabás”. De manera sintética sus puntualizaciones sobre este tópico las expuso en sus dos columnas, del 18 y el 25 de febrero siguientes, de *El Espectador* (p. 16).

Promovidos y programados por la Alta Consejería para la Competitividad y las Regiones de la Presidencia de la República, los Consejos Comunales de Gobierno se convirtieron en foros de consulta y de escucha de los ciudadanos quienes, sobre un presupuesto básico de participación, experimentaban la *proximidad* real y efectiva del presidente Uribe, siempre atento a la particularidad y a la diversidad de vivencias (Rosanvallon, 2008, 249). De hecho, la *proximidad* de Uribe se convirtió en una forma de legitimidad promotora de un lazo político negadora de su propio carácter instituyente.

Dando especial importancia al contacto, al “manoseo”, a la escucha, al intercambio de pareceres, a las necesidades más sentidas, Uribe intentó, si no zanjar, al menos sí disimular toda diferencia representativa, trascendiendo no solo su ascendencia personal y su rol presidencial, sino también la identidad específica de los ciudadanos: como persona, uno igual a todos: emocional, vulnerable -de la misma *carnita* y *huesitos* de los colombianos-, con preocupaciones de hijo, hermano, marido y padre, siempre confiado y sumiso a la voluntad divina; como presidente, solo un tramitador benévolo de soluciones y facilitador generoso de acciones y concesiones. Tanto el presidente Uribe como el presidente-candidato Uribe, ofertando beneficios al costo de la lealtad política y mendigando votos, se presentó como un hombre común con quien se podía hablar, sincero, diferente a todos los políticos; tanto su gobierno como su campaña se basaron “en la presencia y el contacto, con comidas, recorridos puerta a puerta, mensajes personales a los votantes, en lugar de los tradicionales actos partidarios, en la mezcla y confusión con la gente del común” (Annunziata, 2011, 59).

Uribe respondió muy bien a la demanda de *proximidad* de los ciudadanos, captó la percepción de legitimidad del político en términos del “estar más cerca”, asumiendo para sí las cualidades del nuevo líder legítimamente democrático:

Lo que se espera de los gobernantes es que presten atención a las experiencias singulares de los ciudadanos, que los escuchen, que compartan sus vivencias y recorran sus territorios, que estén presentes en los barrios en los que los hombres comunes viven sus vidas cotidianas; se espera de ellos que reconozcan la particularidad de las situaciones de los ciudadanos. Se espera que los políticos se esfuercen por presentarse como hombres comunes, por aparecer disociados de una clase política desacreditada, y por ofrecer la imagen de personas semejantes a sus electores, accesibles a los simples ciudadanos que quieren hablarles, capaces de escuchar lo que estos tienen para decir y de compartir sus experiencias [...]. Para llegar a ser un político legítimo, ya sea como detentor de un puesto de poder, ya sea como candidato, conviene mostrarse en público como alguien alejado de la política tradicional, que, aun proviniendo de los partidos políticos, marca con su estilo las diferencias con ellos y que instaura una comunicación directa con la gente del común. Conviene disimular la cualidad de político, tanto de hombre de partido como de líder carismático e inaccesible. Es preferible mostrarse como alguien que comprende la cotidianeidad de la vida de las personas comunes, que tiene también una vida cotidiana y común, una intimidad semejante a la de cualquiera [...]. Capaz de escuchar más que de proponer; apoyado en su experiencia de hombre común más que en su carrera política; presente y empático más que representante del conjunto de los ciudadanos; sincero y auténtico más que comprometido con una visión de sociedad justa (Annunziata, 2013, 247-248).

Si bien la votación significativa con que Uribe se convirtió en presidente el 26 de mayo de 2002, lo legitimó de entrada a él y a su acción de gobierno, la comparecencia semanal en las distintas regiones del país lo legitimó aún con más fuerza. Uribe confirmó su legitimación en razón de su presencia, de su *proximidad*, de su respuesta inmediata, de su visualización directa.

Para Rosanvallon la legitimidad del gobernante solo se opera por la gracia de la *proximidad* -semejanza y cercanía con respeto a los gobernados:

[...] en los últimos años han emergido tres nuevas formas de legitimidad democrática, que se corresponden con tres nuevos modos de legitimidad democrática, que se corresponden con tres

nuevos modos de la generalidad social: la legitimidad de imparcialidad, cuyas instituciones características son las autoridades independientes de regulación y control; la legitimidad de reflexividad, cuyos actores característicos son las cortes constitucionales; y, la legitimidad de proximidad, que se corresponde con una nueva manera de concebir la generalidad social, mediante la atención a las particularidades (Rosanvallon, 2012, 114).

Rosanvallon asevera que la *proximidad* implica la inmersión radical por parte del gobernante en el mundo de las particularidades de los ciudadanos, considerados en su singularidad y en su pluralidad: los estilos de vida, los valores, las necesidades de este y de estos; una preocupación por los individuos concretos, una “extensión al campo de atención” o “un descenso en generalidad”. La *proximidad* implica un campo de reciprocidad para el encuentro entre el gobernante y los gobernados: el conjunto de demandas sociales sobre el comportamiento de los gobernantes y, a su vez, la necesidad de los gobernados de ser escuchados, tenidos en cuenta, visibilizados, hechos objeto de atención (Rosanvallon, 2012, 251).

Uribe hizo parte estratégica de su acción de gobierno esta doble sensibilidad de la representación en términos de legitimidad democrática de *proximidad*: la percepción de los ciudadanos frente a su imagen personal y la de su gobierno y la de su atención pronta y directa a las demandas de los ciudadanos, para, finalmente, hacerlas coincidir en el resultado final de su rating de sintonía, de su nivel de audiencia: un presidente y un gobierno favorecidos por la opinión pública en razón del favorecimiento de estos a las necesidades sentidas, evidenciadas directamente, hechas próximas, de los ciudadanos.

¿Cómo definir la legitimidad de *proximidad* en el caso del presidente Uribe? Esta se define desde la “identificación”, más que de los ciudadanos con Uribe, de Uribe con los

ciudadanos. Si ocurriera lo primero, la respuesta se falsearía en razón de la opinión favorable que, sin ser la constante, mantuvo a lo largo de su administración de interés para este trabajo:

Tabla 5  
Comparativo de la favorabilidad del presidente Uribe  
Agosto de 2002 - abril de 2006

2002		2003		2004		2005		2006	
Agosto	77%	Enero	66%	Enero	78%	Marzo	72%	Febrero	72%
Noviembre	74%	Marzo	62%	Abril	77%	Mayo	69%	Abril	70%
		Abril	65%	Agosto	85%	Julio	69%		
		Julio	70%	Octubre	67%	Noviembre	71%		
		Agosto	78%	Diciembre	74%	Diciembre	75%		
		Octubre	72%						

(Fuente: Daza, 2010, 45)

En efecto, el presidente Uribe se mostró “como uno más”: humano, cotidiano, sencillo, con estilo de campechano, de “paisa ordinario”, solidario con las víctimas de los desastres naturales y los estragos del conflicto. Un presidente próximo a quien los ciudadanos con convertían en su imagen, sino más bien un presidente próximo que se veía en el espejo de los ciudadanos. De hecho, gran parte de la felicidad de su estrategia comunicativa dirigida a la percepción de *proximidad* radicó en el parecerse a los ciudadanos “*en lo que tienen de común, de simple, de cotidiano, en lo que tienen de íntimo, de privado*” (Annunziata, 2013, 254).

Parte sustancial de la comunicación gubernamental del presidente Uribe Vélez tuvo que ver con la construcción de su imagen personal y con las conexiones que establecía desde su discurso con una serie de valores tradicionales de los colombianos. El presidente Uribe sintonizaba con un valor muy importante para los colombianos, cual es el valor del trabajo y el de ser y reconocerse como

trabajadores. Su lema “trabajar, trabajar y trabajar”, su carácter diligente, su costumbre de levantarse a las cuatro de la mañana para estar pendiente tanto de los trabajos de su finca El Ubérrimo como de los asuntos de la seguridad, del secuestro, de robos de reses a ganaderos o de las acciones militares contra la guerrilla, además de su presencia física y simbólica pronta en escenarios de tragedias naturales y de actos terroristas, producían una imagen inédita del presidente de la república, como un hombre totalmente dedicado a trabajar por su país. En lo que respecta a la imagen personal del mandatario, el país regional y local se acostumbró a la presencia de un presidente de sombrero blanco y de poncho campesino al hombro que recorría diversas regiones y presidía consejos comunales en las más diversas zonas de la geografía nacional (López de la Roche, 2014, 135-136).

La “participación de los ciudadanos” y la “atención a la particularidad” son los dos ejes centrales sobre los que gravita la “representación de *proximidad*”. Esto lleva a una esencial transformación del discurso político en términos de testimonios y relatos. En esta nueva tendencia de comunicación política también se hizo experto el presidente Uribe: sus intervenciones en los Consejos Comunales de Gobierno asumían, en ocasiones, la perorata del cuentero, el encantamiento del culebrero, la retahíla del bardo popular. En el intento de parecerse a los ciudadanos del común, lejos de ser uno de ellos, la estrategia de *proximidad* del presidente Uribe para legitimarse sí que funcionó:

Nadie sabe cuánto de show, de espectáculo, hay en este Uribe mediático que siempre quiere parecerse a un ciudadano de a pie, sin serlo; que siempre quiere parecerse a un campesino, cuando en realidad es un propietario de una de las fincas más prósperas de Córdoba, o a un antipolítico, cuando en realidad es uno de los políticos más curtidos y avezados en las artes de Maquiavelo (López de la Roche, 137).

¿Cómo concretar la legitimidad de *proximidad* en el caso del presidente Uribe? Esta se concreta mediante los llamados “dispositivos de participación”, que no son más que instancias propiamente estatales a través de las que el gobernante pone el Estado al alcance de los

ciudadanos, prolongaciones del Estado que el ciudadano siente cercanas mediante las que el representante atiende de manera inmediata las necesidades de los representados y responde de manera efectiva a estas:

El único que se puede dar el lujo de prometer sin encartarse mucho es el propio presidente, quien en el fragor de la discusión termina a veces recurriendo a Carolina Rentería, su directora de Presupuesto, con la rogativa de que le encuentre como pueda “la platica”, por favor. Aunque en su mayoría los Consejos Comunales sirven para solucionar problemas de gestión hay una buena parte que se va en proyectos de desarrollo que terminan abriéndose cauce gracias a los “milagros” de la jefa de Presupuesto, la doctora Rentería. Obviamente, estos “milagritos” solo son posibles quitando de aquí para allá, como si a la fuerza nuestro presupuesto tuviera que andar a caballo entre dos programas de desarrollo: uno, oficial, aprobado por el Congreso, y otro paralelo que es el que el presidente ha ido armando en los Consejos Comunales (López de la Roche, 2014, 151).

Los dispositivos participativos no surgen de una anticipada planeación estatal, sino que, más bien, son producto de la dinámica metodológica que se establece en la relación gobernante-gobernados de los Consejos Comunales de Gobierno. Participar no es conferir poder real a los ciudadanos para la toma de decisiones, sino más bien escucharlos para orientar sus inquietudes, satisfacer sus necesidades y atraer y sostener su lealtad política tanto al régimen presidencial como al sistema político, el que termina identificándose plenamente con el primero en razón de lo atrás anotado en la semántica de la presidencialización de las instituciones del Estado:

Hasta allá, hasta el pueblo raso, acompañado de ministros y de directores de institutos descentralizados, ha llegado Uribe, auscultando las necesidades y aspiraciones de las gentes y escuchando también sus reclamos y sus quejas [...]. El presidente escucha, promete y soluciona. Él involucra a sus ministros y funcionarios para que mantengan permanente actividad y contacto con las regiones [...]. No es cierto que los Consejos Comunales se queden en la mera visita o en la mera promesa del presidente a las regiones. Los Consejos Comunales cumplen una función de

articulación entre los ámbitos nacional, regional y local; los Consejos Comunitarios toman decisiones sobre inversión y hacen un registro y seguimiento de las decisiones adoptadas en Consejos anteriores, bastante efectivo para garantizar que las decisiones se cumplieran (Gaviria, 2006, 13).

La puesta en marcha de los dispositivos participativos como instituciones de la legitimidad de *proximidad* en la nueva comprensión del lazo representativo es impulsada por el actor convocante, el gobernante, y los otros actores “invitados” quienes, siempre, “*disponen de una débil autonomía puesto que no son quienes imponen las reglas del proceso*” (Annunziata, 2013b, 263). Una confirmación plena de esta última idea es la interpelación, en muchas ocasiones de desautorización, de precisión y de subordinación, que el presidente Uribe hacía de funcionarios de su gobierno, e inclusive de autoridades locales y regionales con ciertos niveles de independencia con respecto al direccionamiento central del Estado:

Los funcionarios esperan el turno de pasar al tablero, pacientemente, sin bajar la guardia. Todos están pendientes de la señal, pero también están cautos. Ya han aprendido que el presidente puede ponerlos en evidencia ante las cámaras, ante los asistentes, ante el país entero [...]. El presidente mismo es la memoria de todo los Consejos Comunales, de toda la información previa que recibe antes de estos, de todos los proyectos que surgen de estos. Aunque pareciera tomar en cuenta las observaciones de sus funcionarios y de las autoridades regionales y locales, aunque pareciera dejarse influir por las voces de la comunidad, él, y solo él, es quien, en último término, toma las decisiones [...]. Ningún ministro ni subalterno suyo, ningún miembro de las administraciones departamental y municipal, escuchan, solucionan y conceden. Solo él escucha a las comunidades, solo él soluciona las dificultades y solo él concede las dádivas (Duzán, 2004, 91-92).

Se hace apenas natural indicar que la *democracia de audiencia*, que contiene en sí el propósito de legitimar el lazo representativo por la vía estratégica de la *proximidad* representante-representados, necesita para su concreción del aparato instrumental que permite la

identificación clara de los elementos, con su respectiva asignación de roles y funciones, del proceso inédito de comunicación política al que abre paso. Si bien la *democracia de audiencia* es una de las tipologías, la última, de las metamorfosis del gobierno representativo, también es una metodología que, disponiendo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación de la “aldea global “ (McLuhan), siempre al servicio del líder, de sus objetivos e intereses, aparece para transformarlo todo en el orden de la comunicación política: el emisor, ahora actor, el receptor, ahora espectador, el leguaje, ahora ritual simbólico, el mensaje, ahora espectáculo, el medio, ahora escenario.

Para sostenerse, la *democracia de audiencia* precisa de un nexo permanente de relación entre el gobernante y los gobernados que cumpla la función de notificar, simultáneamente, a ambas partes lo que al instante están haciendo, está pensando, están sintiendo. La *democracia de audiencia*, mantenida por los dispositivos participativos de la *proximidad*, aquí y ahora está el líder, aquí y ahora están los ciudadanos, deviene montaje teatral, *reality show*, espectáculo mediático, cada vez más dramático, más intenso, más incisivo, a fin de mantener capturada la atención, hecha devoción y, por tanto, sintonía, del espectador frente al protagonista, si más patético, más emocional, más humano, entonces, siempre mejor<sup>47</sup>.

### **3.3. La gubermedia como encuentro inmediato y mediático**

Los Consejos Comunales de Gobierno del presidente Uribe fueron, así, los vehículos a su servicio para, de un lado, conservar la audiencia, la misma que reactivamente le votó para un

---

<sup>47</sup> Merece especial consideración visitar la tesis de Maestría en Comunicación, otorgada por Facultad de Comunicación y Lenguaje, de la Pontificia Universidad Javeriana, en 2009, que realizó sobre la dimensión espectacular de los Consejos Comunales de Gobierno David Palomares Guzmán, titulada *Televisión, poder y dramaturgia: el caso del presidente Álvaro Uribe Vélez*.

segundo tiempo y que le sedujo, durante este, para intentar un tercero, convertida para la empresa en estado de opinión; de otro, fortalecer su legitimidad democrática por obra y gracia del lazo de la *proximidad* representativa.

Un año antes del ascenso del presidente Uribe, en 2001 habían comenzado en los canales privados de la televisión colombiana los formatos de los *reality show*. El 11 de abril de 2007, al recibir un grado académico honorífico de la Fundación Universitaria Los Libertadores, Uribe sentenció las verdaderas identidad y finalidad de los Consejos Comunales de Gobierno: “*En nuestros días, apreciados compatriotas, la administración pública debería ser un reality que muestre a través de los medios de comunicación la ejecutoria total de todos los segundos, minutos y horas de quienes administran los intereses públicos*” (Gómez Giraldo, 2012, 3).

¿Qué pretendía el presidente Uribe con los Consejos Comunales de Gobierno? Gaviria, su asesor ideológico, definió estos como “*una herramienta de gobierno, intrínsecamente unida al estilo personal que siempre ha tenido el presidente Uribe cuando de administrar la cosa pública se trata*” (2006, 74). No es tan exacto. Durante su paso por la Gobernación de Antioquia (1995-1998), las audiencias públicas para la rendición de cuentas, así como los consejos departamentales de gobierno en las regiones, no fueron frecuentes.

Los Consejos Comunales de Gobierno tenían una pretensión eminentemente mediática, mucho más que ser una “práctica descentralizadora”, como el mismo Gaviria lo observa (2006, 80). Jaime Castro sostiene una postura en la otra orilla: “*el presidente Uribe aplica una cultura centralista al ordenar en los Consejos poner un puente, crear el puesto de salud, destituir a un funcionario o mandar a pavimentar una carretera*”<sup>48</sup>.

---

<sup>48</sup> *El Tiempo*, junio 2 de 2008, p. 2.

Estrategia de comunicación política, encuentro con las comunidades cara a cara y costumerización de una imagen como presidente de carne y hueso, líder próximo, personal, cercano e íntimo, los Consejos Comunales de Gobierno entregaron la percepción de un gobernante, incluida su acción de gobierno, protagonista primero del acontecer no solo nacional, también regional y local; de un gobernante omnipresente, omnipotente y omnisciente con características tanto del padre de familia, que regaña, que aconseja, que corrige, que da, como del catedrático, que sienta doctrina, que precisa datos, que ofrece información, que contextualiza situaciones, que cita frases y cifras, que hace cuentas y que echa cuentos.

Los Consejos Comunales de Gobierno se convirtieron para el presidente en su mejor parcela, en su mejor laboratorio, para manifestar y permitir comprobar que el “trabajar, trabajar y trabajar”, más que retórica oficial, era empeño de acción en donde quisiera que llegara, para mostrar lo hecho y para mostrarse él:

Antes de este presidente nadie iba a las regiones o, cuando iban, quienes iban se situaban muy lejos de sus audiencias; presidían una parada militar, echaban un discurso y después había una cena protocolaria, todo muy al estilo del absolutismo real; en cambio Uribe cambió todo ese protocolo y se sentó a trabajar directamente con la comunidad, a través de un diálogo cercano y directo (Gómez Giraldo, 2012, 4).

Pero, ¿cuál era, verdaderamente, la intención final de los Consejos Comunales de Gobierno? Por la insistencia habitual en la brevedad de un período presidencial para “*reordenar la casa, es decir, recuperar el Estado, brindando seguridad democrática y confianza inversionista, así como logrando los máximos de equidad*” (Uribe, 2002), desde el mismo momento de iniciar el suyo, la conjetura sobre que Uribe tenía en mente la extensión inmediata de su acción de gobierno, teniéndolo a él mismo como ejecutor, no repugna. El mejor argumento para que la opinión pública, la de la *democracia de audiencia*, y el legislativo, un Congreso

decididamente favorable<sup>49</sup>, se diera a la tarea de acometer la reforma constitucional que lo permitiera, era la muestra semanal de resultados que de manera fehaciente indicaban que el presidente no solo estaba cumpliendo a cabalidad con las promesas de campaña, sino que también estaba redimensionando el Estado en los términos de un Estado Comunitario con el que se había comprometido en diciembre de 2001, cuando todavía ni siquiera había tomado forma su aspiración presidencial:

Propongo un modelo socialdemócrata sin clientelismo, por medio de un Estado Comunitario por oposición al Neoliberalismo y al Estado Burocrático [...]. El Estado Comunitario busca que los recursos lleguen a erradicar miseria y a construir equidad. Se sustenta en una mayor participación ciudadana en las decisiones públicas; mayor intervención de organizaciones ciudadanas en la ejecución de tareas estatales; y supervisión comunitaria de lo público para evitar la corrupción<sup>50</sup>.

Se sostiene, entonces, que allanar el camino para una prolongación de su periplo presidencial y hacer de la rendición de cuentas, con el fondo de las comunidades comprometidas y vinculadas, la mejor de las armas de la propaganda política para conseguir tal fin fueron objetivos claros de los Consejos Comunales de Gobierno desde el principio.

Cualquiera podría pensar que al desplazarse, con gran parte de su aparato de gobierno, a las distintas regiones del país el presidente Uribe les estaba concediendo el primer plano de la escena a los habitantes locales. Sin embargo, ello no es cierto: la dinámica de los Consejos Comunales de Gobierno, sometidos a un protocolo riguroso que, desde el principio, la designación del lugar donde se llevaría a cabo en el primer Consejo de Ministros mensual, hasta el final, el seguimiento de los compromisos asumidos, no autorizaba el mínimo de improvisación, estaba planificada estratégicamente para que todo girara en torno al verdadero y

---

<sup>49</sup> Ver nota al pie 44.

<sup>50</sup> Revista *Dinero*, diciembre de 2001, pp. 12-14.

único protagonista: el presidente Uribe<sup>51</sup>. Con la certeza de estar en campaña permanente<sup>52</sup> (Gómez Giraldo, 2012, 3), y de estar promoviendo esta con la más infalible de las propagandas

---

<sup>51</sup> La metodología de los Consejos Comunales de Gobierno era, en apariencia, sencilla; sin embargo todo estaba estratégicamente programado y ordenado al protagonismo del presidente Uribe. El presidente de la república solicita el acompañamiento de algunos de sus ministros y demás funcionarios que considere convenientes. Asisten las autoridades departamentales y regionales del respectivo satélite geográfico. Se invitan a representantes destacados de la sociedad civil, de grupos económicos y sociales significativos y demás líderes y voceros ciudadanos, previa inscripción: “*la organización logística de los Consejos corre a cargo de la Presidencia de la República y su montaje depende de la infraestructura del departamento y municipio de su realización. Establecido el lugar del evento acorde a la disponibilidad del jefe de Estado, la Consejería Presidencial para la Competitividad y las Regiones se comunica con el gobernador y alcalde del lugar y, a través de los medios de comunicación de la región, se divulga la realización del Consejo y se hace una convocatoria a la comunidad, a través de la que se les informa sobre dónde se realizará, cómo se pueden inscribir y las mesas temáticas que se desarrollarán. Se especifica que el Consejo es exclusivamente social, lo que implica ninguna remuneración económica. A las autoridades de la región se les pide convocar públicamente a líderes, gremios, ediles, concejales y demás representantes de la comunidad, para que asistan a unas mesas temáticas previas donde se les explica el programa y la metodología de trabajo. Una vez en las mesas, la población, mediante los convocados, canaliza y expresa sus problemáticas y necesidades más relevantes que requieren especial atención por parte del Gobierno Nacional. Los resultados de dicha discusión se convierten en el insumo que junto con los resultados de la reunión con los alcaldes y gobernadores, delinearán la agenda temática u orden del día del Consejo. También se incluyen los compromisos de los Consejos celebrados con anterioridad, si es el caso*” (Carrillo Cruz, 2010, 22).

<sup>52</sup> El concepto de *campaña permanente* (*permanent campaign*) fue reelaborado por Sidney Blumenthal, a partir de la noción de Patrick Caddell, quien trataba de explicar al presidente Jimmy Carter la importancia de que un gobierno estuviera en campaña continua si quería conservar el apoyo popular. Blumenthal define la campaña permanente como “*el fenómeno en el que gobernar se vuelve una campaña perpetua*”. “*El concepto, en sus primeros años, no tuvo gran repercusión. Fue a partir de los años noventa, cuando Bill Clinton decidió conservar su war room de campaña y rodearse de un considerable número de asesores -el mismo Blumenthal se sumó a su equipo en 1997-, cuando comenzó a hablarse de la campaña permanente. Un comité de expertos en estrategia y demoscopia asesoraba a Clinton hasta en las decisiones que parecían más banales... como sus vacaciones. Con el paso de los años, analistas y académicos fueron identificando campañas permanentes en muchos otros gobiernos nacionales (Tony Blair, Silvio Berlusconi, George W. Bush, Barack Obama, etc.). La campaña permanente se instituyó como la respuesta de los gobiernos al debilitamiento de la identificación y afiliación partidaria, como la reacción política a una ciudadanía que se volvía cada vez más independiente y volátil. Los gobiernos encontraron en la campaña permanente una forma de conservar el apoyo conseguido en las elecciones y/o de conseguir nuevos. Las elecciones dan legalidad, no legitimidad. Día tras día se ven obligados a conquistar las tan necesarias mayorías cotidianas. Dick Morris, otro de los asesores de Clinton, lo explicaba de la siguiente manera: “Un político no solo necesita apoyo público para ganar las elecciones, lo necesita para gobernar. Quien no calcula cómo mantener su apoyo todos los días y sobre cada tema, casi inevitablemente caerá”. Esto supone que la comunicación gubernamental no puede ser meramente informativa, sino que también tiene que tender a la persuasión. En esta visión, la campaña permanente se entiende como la forma que tienen las administraciones de comunicar sus decisiones, acciones y promesas en el período entre elecciones. Es la gestión de la comunicación vinculada a la gestión política. Los gobiernos necesitan comunicar lo que hacen. Dos principios, devenidos clichés, lo explican mejor: «si haces algo, comunícalo» y «si no comunicas, no existes». Se produce un círculo vicioso: si los gobiernos no comunican, los ciudadanos no se enteran y los gobiernos pierden su legitimidad. La comunicación no tiene que verse como una herramienta, sino como una parte inherente de la política y de la gestión de la política. Ya no puede concebirse la política sin comunicación. Globalmente vemos cómo el esfuerzo de la política por mejorar en comunicación redundaba en políticas de transparencia y rendiciones de cuentas, parlamentos abiertos, etc. Por otra parte, una campaña permanente que busque las mayorías -que son necesarias para asegurar la gobernabilidad- no implica, obligatoriamente, ni un abuso de la propaganda política, ni una espectacularización de la política. Esta comunicación permanente debe estar orientada a la conversación permanente. Y a la construcción de un relato integrador que dé sentido, enmarque y proporcione interpretación. El*

políticas (Carrillo, 2010), las ejecutorias de su acción de gobierno, Uribe centraba y concentraba en sí toda la atención posible para dejar la sensación de que “ninguno como él”:

No hay duda de que Uribe en los Consejos Comunales se emplea a fondo, se la juega toda, como si tuviera que demostrar que es el mejor de la clase, distinción que de hecho siempre mereció en el colegio: puede retener las cifras de las regiones mejor que cualquier gobernador o alcalde; puede explicarlas haciendo gala de una memoria de elefante capaz de corchar a los ministros, a los viceministros, a los superintendentes, a los jefes de departamento. Sus salidas son tan contundentes que a los ministros no les queda más remedio que soportar con humildad y sosiego los regaños públicos que reciben ante las cámaras por no saber una cifra o por dar mal un estimativo (López de la Roche, 2014, 153).

En muchas de sus intervenciones, pero antes que nada en las de los Consejos Comunales de Gobierno, en efecto, Uribe fungía de ministro, de jefe de departamento administrativo, de gobernador, de alcalde, de inspector de policía, asumiendo que en ningún momento dejaba de ser el presidente de la república: *concedía y quitaba la palabra, regañaba, gestionaba, asignaba recursos, ordenaba detenciones, destituía funcionarios y hasta daba el número de su teléfono celular para que le llamaran.*

El éxito de los Consejos Comunales de Gobierno se medía por los índices de satisfacción que quedaban entre los asistentes una vez concluían. Pero, tal vez más que la construcción de tejido social que daba la impresión se cometía en el encuentro con las comunidades, era el fortalecimiento de la imagen presidencial el auténtico objetivo de estos. Las comunidades nunca fueron las beneficiadas de los Consejos Comunales de Gobierno, siempre fue el presidente

---

*relato político debe permitir una interpretación serena sobre las causas, una reflexión profunda sobre los porqués y una pedagogía inclusiva e integradora sobre las respuestas” (Gutiérrez-Rubí, 2014, 2).*

Uribe, tanto en su dimensión personal, oír, ver, tocar al presidente llegó a convertirse casi que en un acto sacral, como en su dimensión gubernamental, el gobierno que va al pueblo, que se interesa, que promete, que cumple.

Se tornaría casi que imposible llegar a pensar que los Consejos Comunales de Gobierno no se convirtieron para el presidente Uribe en la mejor vitrina para consumidorizar su imagen y para vender la necesidad personal de prolongarse en términos de necesidad nacional.

¿Por qué la presencia y el discurso, siempre monológico, del presidente Uribe en los Consejos Comunales de Gobierno sedujeron de la manera como lo hicieron? Dos razones. La primera, el alcance dramático de sus gestos y de sus palabras. Uribe siempre actuó, más aún, sobreactuó; nunca abandonó el libreto: *“si al comunicarse con sus ciudadanos el gobernante no deja de actuar, obtendrá de estos la más absoluta de las rendiciones, porque el teatro fascina, máxime el del gobernante”* (Canel, 2007, 46). La segunda, la identificación en Uribe del padre protector y benefactor que viene para llenar un vacío prolongado de orfandad. Ya se ha consignado que Uribe “presidencializó” el Estado colombiano, es decir, llevó a la asimilación de lo institucional en lo personal y de lo personal en lo institucional; así, ante la sensación de ausencia de Estado y de autoridad, el presidente Uribe suplió, a la mejor manera hobbesiana, al Estado cuya soberanía está radicada en el soberano, imagen del padre/soberano, que brinda seguridad y protección.

Aunque los Consejos Comunales de Gobierno estaban diseñados solo para el beneficio del presidente Uribe, sobre todo para que a través de ellos publicitara su acción de gobierno como la mejor oferta, el mejor programa, la mejor imagen, el mejor discurso, la mejor campaña, en última instancia, como la única alternativa para 2006 -en el límite temporal de interés para este trabajo, no puede soslayarse la convergencia final, propia de la *democracia de audiencia* y

de su lazo representativo de *proximidad*, entre la acción/preensión y la acción/reacción, respectivamente, del actor Uribe y del espectador ciudadano en el nuevo escenario de la comunicación política, los media.

Clave hermenéutica para la comprensión de la metamorfosis del gobierno representativo colombiano en una *democracia de audiencia*, el presidente Uribe propició el desplazamiento del debate y la competencia política al doble escenario del mercado y los medios. Los Consejos Comunales de Gobierno, al tiempo que se convirtieron en el adecuado escaparate para “vender” la imagen y la acción de gobierno de Uribe, se constituyeron en la mejor plaza pública para la arenga, para el proselitismo, para la toma de la decisión electoral y la consecuente orientación del sufragio del elector del 28 de mayo de 2006.

Como atrás se registró, del 10 de agosto de 2002 al 8 de abril de 2006, el presidente protagonizó 127 Consejos Comunales de Gobierno. Que haya habido acercamiento a las comunidades, diálogo con ellas, no obstante el carácter monológico, por no decir autoritario, del estilo de Uribe, y tramitación y resolución de las necesidades más sentidas en lapsos más cortos, no puede negarse. Pero que los Consejos Comunales de Gobierno hayan estado orientados desde dentro y desde el comienzo a la permanencia del presidente en el cargo, se hace apenas evidente.

La rendición de cuentas propia de la *democracia de audiencia* y el fortalecimiento del lazo de *proximidad* de la esencia de la legitimidad democrática que permeaban los Consejos Comunales de Gobierno no eran ni gratuitos ni inocentes. Ambas acciones tenían como propósito permitir la irrupción del *efecto de la gobermedia* como factor determinante para animar el debate presidencial de 2006 y sentenciar los resultados, imposible de serle adversos a Uribe, convertido, en la práctica desde la aprobación del acto legislativo 02 de 2004 y el aval

dado a este por el juez constitucional (sentencia C-1040/05), pero en propiedad desde el 1 de marzo de 2006, en presidente-candidato.

La total atención puesta por Uribe en los Consejos Comunales de Gobierno no obedecía al mero hecho de su cotidianidad como gobernante que abre canales de participación a los ciudadanos, sino que, situándose más allá, respondía a su proyectiva de legitimar su aspiración a un segundo período. Más que el presidente que notificaba sobre las realizaciones de su gobierno y mantenía a los ciudadanos permanentemente actualizados sobre el curso de estas, era el político agazapado que mostraba lo que iba haciendo como el mejor de los programas de un gobierno para continuar y se mostraba como la única alternativa viable para ser destinatario del favor popular.

Teniendo presente que desde el primer momento la comparecencia mediática del presidente estaba dirigida a su reelección inmediata y comprendida bajo la óptica de la campaña para esta, la utilización frecuente de los media, más que para dirigirse en alocuciones regulares, para aparecer semanalmente gobernando *con y desde* las comunidades locales, permitió la emergencia del factor de la gobermedia, gobernar desde los medios, que luego sería instrumentalizado en su propio beneficio, induciendo a una doble lectura: la gobermedia como escenario desde donde el presidente comunica su acción de gobierno y la gobermedia como estrategia publicitaria a partir de la que el presidente promociona su acción de gobierno como el mejor de los programas políticos, acciones de gobierno a continuar y fortalecer, no proyectos políticos, a implementar y experimentar, como era el caso del resto de candidatos. Mientras que el presidente-candidato tenía para mostrar su propia acción de gobierno, cierta, confiable y real, los otros candidatos no eran más que simples promeseros susceptibles de dudas, desconfianzas e incertidumbres.

Haciéndose experto en medios y haciendo del suyo un gobierno de medios, típico de la *democracia de audiencia*, Uribe asumió como moneda de curso en la lucha política por la hegemonía del poder, en este caso para mantenerse en él, en el gobierno, la representación simbólica en que su imagen y su liderazgo se tornaron por la virtud de los mismos medios. Dada la presunción del carácter pluralista del escenario político colombiano, y entonces solo en progresión la férrea suspicacia frente a la oposición, que haría estragos en su segundo mandato, Uribe comprendió que el propio ejercicio del poder gubernamental, así como la competencia por el gobierno, tendría su único lugar para incidir sobre la opinión y para imponer su hegemonía en el mercado de votos, más que en las urnas, en los medios de comunicación de masas.

Y con el objetivo claro de estar siempre en la lucha por la hegemonía del poder, la que se desenvuelve ahora “*mediante un desencadenamiento de impulsos competitivos en la arena mediática*” (Porrás Nadales, 2014, 98), hizo que sobre su imagen y su liderazgo se soportara la confianza gubernamental de la que era objeto, a través, casi que en exclusivo, de los medios. De ahí que, maximizando la doble estrategia de la gobermedia, las respuestas instantáneas y la visualización directa, se valiera para convertir el efecto de esta en el factor determinante que lo llevaría a su segundo período.

Tanto la confianza en la acción de gobierno como las ventajas en la competencia electoral vienen dadas, de modo privilegiado, por las respuestas instantáneas:

La instantaneidad de la respuesta, aunque sea entendida en su pura dimensión mediática, implica al mismo tiempo una percepción inmediata de la acción, susceptible de asegurar una mayor confianza hacia el gobierno y el gobernante y, sobre todo, hacia la esfera pública [...]. Mediante la lógica de las respuestas instantáneas, tanto el gobierno como el gobernante, generarán, o tratarán de generar, una sensación permanente de certidumbre, autoridad y capacidad de control (Porrás Nadales, 2014, 100).

De la misma manera, lo mismo genera la visualización directa, la que

[...] permite otorgar unas claves de presencia inmediata y de confianza personal que contribuyen a legitimar el liderazgo del equipo gobernante y en particular de su presidente, asegurando al mismo tiempo líneas de imputación directa de responsabilidades desde la perspectiva de la opinión pública (Porrás Nadales, 2014, 101).

El *efecto gobermedia*, que hace que la sola presencia del gobernante proyecte una fuerza legitimadora de la representación, se fundamenta, finalmente, en los elementos meramente subjetivos que se concretan en las características personales del gobernante y su capacidad efectiva para generar confianza y credibilidad.

Algunas observaciones sobre las circunstancias de la reelección presidencial de 2006. A la par que la reforma política de 2003, capitalizada para su haber<sup>53</sup>, fue la reforma constitucional de 2004 el evento jurídico que permitió la prolongación, por cuatro años más, del gobierno de Álvaro Uribe Vélez.

El acto legislativo 02 de 2004, del 27 de diciembre, declarado exequible por la Corte Constitucional, el 19 de octubre de 2005<sup>54</sup>, dispuso en su artículo 2º que : “*El artículo 197 de la Constitución Política quedará así: Nadie podrá ser elegido para ocupar la Presidencia de la República por más de dos períodos*”, declarando en su párrafo transitorio: “*Quien ejerza o haya ejercido la Presidencia de la República antes de la vigencia del presente acto legislativo solo podrá ser elegido para un nuevo período presidencial*”.

En su momento, tanto la modificación del artículo 197 de la constitución como la introducción del párrafo transitorio tenían un beneficiario directo, es más, un destinatario único: Álvaro Uribe Vélez. ¿Por qué? Porque el período de tiempo que le restaba de su primer

---

<sup>53</sup> Ver notas al pie 42 y 44.

<sup>54</sup> Corte Constitucional, Sentencia C-1040, del 19 de octubre de 2005. MM.PP. Manuel José Cepeda Espinosa, Rodrigo Escobar Gil, Marco Gerardo Monroy Cabra, Humberto Antonio Sierra Porto, Álvaro Tafur Galvis y Clara Inés Vargas Hernández.

cuatrienio no le alcanzaría para consolidar su derrota militar a las FARC, para reorientar la diezmada economía colombiana y para borrar todo rastro del pasado vinculante con el Partido Liberal, aunque en él hubiera nacido a la vida política y dentro de él hubiera ejercido todos los cargos de representación que tuvo antes del de presidente de la república, y con el Partido Conservador, aunque estratégicamente hubiera suscrito con él un acuerdo programático a poco más de dos meses de las elecciones presidenciales del 26 de mayo de 2002.

Lo interesante del acto reformativo de la constitución para permitir la reelección presidencial inmediata no fue tanto el seguimiento de su suerte en el Congreso, sino el debate generado en los distintos escenarios del país en torno a la reelección. De un lado, defensores con cinco argumentos; del otro, contradictores, con cinco argumentos.

#### Argumentos favorables:

1) la mayoría de las democracias ejemplares (Estados Unidos y varios países europeos) permiten la reelección del Ejecutivo; prohibir la reelección presidencial inmediata es un “*tropicalismo innecesario*” -César Gaviria Trujillo; 2) cuatro años no son suficientes y, además, el límite temporal no permite a los electores castigar a los malos presidentes y premiar a los buenos; 3) la reelección no es una reforma con nombre propio -Uribe- porque se lleva a cabo con el cabal respeto de los procedimientos constitucionales; 4) las posibles ventajas electorales que tiene un presidente pueden evitarse con una legislación estricta y adecuada, de tal manera que todos los candidatos estén en un pie de igualdad; y, 5) la reelección es democrática porque, finalmente, es el pueblo el que decide (García Villegas y Revelo Rebolledo, 2009, 9).

#### Argumentos desfavorables:

1) en América Latina la reelección casi siempre ha dado malos resultados y, por eso, en la mayoría de los países ha estado prohibida (aunque esa tendencia está cambiando en los últimos años); 2) la continuidad de las políticas de gobierno no depende tanto de las personas, sino de la existencia de partidos fuertes y bien organizados; 3) la reforma sí tiene nombre propio -Uribe- así

se haga siguiendo los procedimientos constitucionales y eso lo demuestra el hecho de que las reglas de juego son modificadas sobre la marcha; 4) por muy estrictos que sean los controles en la competencia electoral ellos no logran evitar, en nuestro medio, las ventajas electoras que tiene el presidente; y, 5) la democracia no es simplemente la voluntad del pueblo, sino esa voluntad expresada de acuerdo con los procedimientos constitucionales (ibídem, 10).

Descontada la discusión entre las orillas favorables y contrarias a la reelección, posiblemente más enconadas y relevantes en los escenarios académicos que en los políticos y jurídicos, con ella el *factor Uribe* vino a marcar, tras su elección inédita en 2002, el segundo acontecimiento inédito en la historia política y electoral más reciente de Colombia: la reelección presidencial inmediata.

La reforma constitucional para la reelección presidencial no solo modificó el artículo 197, sino que también afectó otras disposiciones: el artículo 127, para permitir la participación de servidores públicos en política y para prever el desarrollo de las campañas del presidente y del vicepresidente para la reelección; el artículo 152, para incluir dentro de las leyes estatutarias la regulación en materia de “*la igualdad electoral entre los candidatos a la Presidencia de la República que reúnan los requisitos que determine la ley*”; y, el artículo 204 que, de conformidad con la nueva situación del artículo 197, contempló lo propio para el vicepresidente: “*El vicepresidente podrá ser reelegido para el período siguiente si integra la misma fórmula del Presidente en ejercicio*”.

La ley estatutaria demandada por el acto legislativo con el fin de regular los asuntos en él contenidos, participación de servidores públicos en política, desarrollo de las campañas del presidente y del vicepresidente para la reelección e igualdad electoral entre los candidatos a la Presidencia de la República, vino a ser la ley 996 de 2005, conocida como *ley de garantías electorales*.

La reforma constitucional que hizo viable la reelección inmediata de Álvaro Uribe Vélez supuso la concurrencia de cinco factores que vendrían a determinar el ambiente electoral de Colombia en ese momento. El primero, la capacidad de los votantes “*para formarse un juicio retrospectivo*” (Manin, 1998, 222) sobre el gobierno Uribe y, asignándole una adecuada responsabilidad, apoyarlo o no hacerlo el 28 de mayo de 2006. El segundo, la contemplación de la figura de un presidente-candidato frente a quien no era fácil establecer una frontera que meridianamente señalara los límites entre sus palabras y acciones como presidente y como candidato: ¿cuándo presidente?, ¿cuándo candidato? El tercero, la ausencia de un programa de gobierno y, por tanto, la baja estatura ideológica del debate, el que no se dio, ya que tal programa consistía en mostrar la obra de gobierno del mandato anterior/presente para continuarla. El cuarto, la pérdida de interés y la ausencia de intensidad de una disputa presidencial ya que, de antemano, los resultados estaban *cantados*: frente al presidente, y un presidente con una popularidad promedio entre el 62% (marzo de 2003) y el 85% (agosto de 2004)<sup>55</sup>, cualquier pretensión no era más que *pelea de toche con guayaba madura*. El quinto, el ingreso de la democracia colombiana al club latinoamericano reeleccionista, siguiendo la senda de las recientes reformas constitucionales afines en América Latina<sup>56</sup>.

Teniendo presente que la participación electoral en las presidenciales del 28 de mayo de 2006, fue apenas de un 45.05% y sin desestimar los poco menos de siete millones y medio de votos que obtuvo el presidente-candidato, 7.363.421 exactamente, vale la conjetura que el voto uribista de esta jornada fue un *voto amarrado*: o por la influencia criminal del paramilitarismo en las zonas de ascendencia tradicional de este y en las nuevas conquistadas bajo el marco legal de la aparente desmovilización y reincorporación a la vida civil, promovidas por la ley 795 de

---

<sup>55</sup> Ver Tabla 5

<sup>56</sup> Ver nota al pie 3.

2005, *ley de justicia y paz*; o por los subsidios gubernamentales gestionados a través de los programas de *Acción Social y Familias en Acción*, en los estratos 1 y 2, donde sorpresivamente el presidente-candidato obtuvo una favorabilidad del 71% (Guzmán, 2007, 152); o por la inercia emocional de un *hijo de familia* que siente que su padre está haciendo las cosas bien y que así tiene que seguir haciéndolas con su colaboración, máxime cuando infatigablemente se le ve *desgastando su carnita y sus huesitos* para estimular al hijo obediente, para reprender al hijo desobediente y para desafiar, y hasta insultar, al vecino entrometido: *trabajito y cariñito*, así como la imagen de una Colombia que es *Pasión*, seducen porque seducen (López de la Roche, 2014, 135-186).

Sí. El voto uribista del 28 de mayo de mayo de 2006, fue un *voto premio* a un programa de gobierno en marcha que, si bien con algunos altibajos<sup>57</sup>, tenía algo, o mucho, para mostrar en la asignatura principal con la que se había comprometido cuatro años atrás: la seguridad democrática de cara a las FARC. A través de la *estrategia de la agenda de comunicación directa* (Porrás Nadales, 2014, 115-121), desde todos los rincones de la patria, cada sábado, los colombianos podían sintonizar la señal del Canal Institucional de Televisión para informarse de lo que en el transcurso de los días previos el gobierno Uribe había hecho y de lo que en los días por venir haría. Los Consejos Comunales de Gobierno se tornaron en el mejor vehículo de comunicación directa entre el ciudadano elector y el presidente-candidato, siempre en campaña; la rendición de cuentas y la discusión pública en el foro de medios de comunicación, condiciones propias de la *democracia de audiencias* (Manin, 1998, 283), las comparencias de cuerpo presente de la *gobermedia* (Porrás Nadales, 2014, 107-115), las prácticas del *dejarse ver*,

---

<sup>57</sup> Sobre todo el fracaso del referendo del 25 de octubre de 2003, que primero fue *podado* por la Corte Constitucional, Sentencia C-551 del 9 de julio de 2003, y luego ni siquiera acompañado por la cuarta parte del total de ciudadanos que integraban el censo electoral, de conformidad con la disposición del artículo 378 de la Constitución, para su efectividad, a excepción de la pregunta 1, de un total de 15 -eran 19 las iniciales, sobre prohibiciones adicionales a condenados por la comisión de delitos que afecten el patrimonio del Estado.

*dejarse tocar, dejarse sentir del populismo en la democracia de audiencias* (Ortega, 2011, 139-142)<sup>58</sup>, estaban servidas.

Durante los años 2002-2006 Álvaro Uribe Vélez se mostró creíble, con don de mando y talante de autoridad, así como con decisión de recuperar la economía nacional. Su mejor jefe de campaña y su mejor programa de gobierno fueron la evaluación de su política de seguridad democrática y los resultados de su política económica:

Durante su gobierno, la popularidad del presidente ha aumentado gracias a la recuperación de la iniciativa militar por parte de los militares y la policía en algunas regiones. En este sentido se destaca la recuperación de importantes zonas del territorio nacional, afectadas tradicionalmente por la acción de la guerrilla, como el caso de Cundinamarca, que eliminaba el riesgo de presión guerrillera sobre la capital. Además, la creación de batallones de alta montaña para controlar los pasos cordilleranos cercanos a las grandes ciudades, el mayor control de las vías de comunicación entre las grandes ciudades, las escoltas militares a las caravanas de turistas -Vive Colombia, viaja por ella- y viajeros intermunicipales, han sido determinantes para la recuperación de la confianza de la mayoría de los ciudadanos en las instituciones del Estado y en el creciente optimismo sobre el futuro del país. A estos se añade que los procesos de desmovilización de la mayor parte de los grupos paramilitares produjeron una evidente mejoría en los indicadores de homicidios, secuestros, masacres, desplazamientos forzados y ataques a la infraestructura. En cuanto a la recuperación de las zonas de retaguardia de las FARC, el Ejército ha logrado controlar algunas cabeceras municipales y limitar los ataques guerrilleros en regiones periféricas. Estos resultados han aumentado la percepción de seguridad a pesar de la continuación de otras condiciones preocupantes como el aumento de las denuncias por desapariciones forzadas, ejecuciones extrajudiciales, los asesinatos selectivos de activistas y opositores disfrazados de falsos positivos en la lucha contrainsurgente, y varios reveses militares que significaron fracasos parciales en la lucha contra la guerrilla [...]. Como anunciaba su programa de campaña, la recuperación de la confianza en el país y el aumento en la percepción de la seguridad tuvieron como efecto la

---

<sup>58</sup> Ver nota al pie 9.

reactivación de la economía. Como logros muy importantes fueron mostrados el aumento de la inversión extranjera, la creación de nuevas empresas, el aumento del PIB y la reducción del desempleo. Con un crecimiento económico del 6% anual -que a ojos de muchos es muy pobre comparado con los desempeños económicos de otros países latinoamericanos-, Uribe capitalizó a su favor el mejoramiento de las condiciones económicas, haciéndose forjador de una Colombia próspera y progresista. Por cuenta de lo anterior, Uribe consiguió el respaldo de los dirigentes de los gremios económicos, a quienes apelaba con un lenguaje técnico, estadístico y especializado. Dicho respaldo le ha dado un margen de maniobra de vital importancia para poder emprender reformas y tratados tales como el TLC, que contrariaba los intereses particulares de algunos gremios” (González, 2006, 12-14).

Entre el 1 de marzo, cuando oficializó su candidatura presidencial, y el 28 de mayo de 2006, cuando se celebraron las elecciones presidenciales, la opinión pública colombiana alternaba, sin una meridiana posibilidad de diferenciación, como se indicó atrás, la mirada en la figura del presidente y la del candidato presidencial.

Entre septiembre de 2005 y mayo de 2006, todas las mediciones de intención de voto daban sobrada ventaja al presidente-candidato Uribe y su fórmula vicepresidencial, el mismo Francisco Santos Calderón. Para septiembre de 2005, a un mes del pronunciamiento de la Corte Constitucional sobre la exequibilidad del acto legislativo 02 de 2004, la Gran Encuesta, de la revista Semana, RCN Radio y Televisión y la FM, daban a Uribe un 56% de preferencia, mientras que a Serpa, solo un 11%. Para enero, el presidente-candidato tenía 57% de favorabilidad, frente a un 15% de Serpa. Para marzo, el presidente-candidato registraba un 56% y Serpa, un 25%. En el último sondeo, a dos semanas de las elecciones, Uribe/Santos reportaban un 57% de intención de voto; Serpa/Marulanda, un 13%; Gaviria/Lara, un 19%; y, Mockus/Patiño, un 1% (Guzmán, 2007, 139-150).

¿Las otras campañas? El Partido Liberal y el Polo Democrático Alternativo definieron sus candidatos mediante el mecanismo de consulta popular. Con Horacio Serpa Uribe, por su tercera nominación, se disputaron la representación liberal Rafael Pardo, quien había sido pastranista en 1998 y uribista en 2002, Rodrigo Rivera, quien al poco tiempo ingresaría a las filas del Partido Social de la Unidad Nacional, y Andrés González Díaz, exministro de Ernesto Samper Pizano y reciente exgobernador de Cundinamarca. El Polo Democrático, renovado y ya no Independiente, sino Alternativo, recogió todas las orientaciones independientes y de izquierda y eligió a Carlos Gaviria Díaz, frente a Antonio Navarro Wolff. Gaviria Díaz se constituiría en la gran sorpresa del 28 de mayo. Desprestigiado, Antanas Mockus obtuvo el aval de la Alianza Social Indígena para presentar su nombre. Enrique Parejo González, Álvaro Leyva Durán y Carlos Rincón, fueron las otras opciones que aparecieron en la tarjeta electoral de las presidenciales de 2006.

¿El debate? En cuanto no era necesario para que el presidente-candidato presentará propuestas, debatiera o rebatiera con sus oponentes, no se dio. El presidente-candidato cerró toda posibilidad de confrontación con los otros dos candidatos que aparecían con alguna opción de votos, unos de nostalgia, los tradicionalistas de Serpa, y otros de protesta, los académicos de Gaviria. La divisa *Adelante Presidente*, de Uribe, rezagó la liberal, *Serpa, el presidente de todos* y la del Polo, *Construyamos democracia, no más desigualdad*.

A dos semanas de la jornada electoral *El Tiempo* se quejaba: “*En esta campaña, nada de nada: ni plaza pública, ni jingles, ni afiches, ni propuestas, ni recuerdos, ni nada de nada*”<sup>59</sup>.

Guzmán hace el siguiente balance de la jornada electoral presidencial del 28 de mayo de 2006:

Lo sorprendente de la elección presidencial fue, de un lado, la relativa fuerza electoral alcanzada por Carlos Gaviria del Polo Democrático Alternativo; y, del otro, la desaparición como fuerza

---

<sup>59</sup> *El Tiempo*, mayo 14 de 2006, p. 12.

electoral del bipartidismo tradicional, por lo menos en el inmediato plazo. Los resultados, tanto de las elecciones legislativas como de las presidenciales, parecen indicar que el país se está alejando de su tradicional sistema de partidos bipartidista y que transita hacia un sistema de partidos caracterizado por la emergencia de coaliciones ideológicas instaladas en la dimensión izquierda-derecha (...). Respecto de la reelección presidencial del 28 de mayo de 2006 es claro que se trata del triunfo de una reforma constitucional que alteró de manera sustantiva las reglas del juego político e institucional del sistema político colombiano. Sin duda alguna, la reelección presidencial inmediata implica cambios importantes, principalmente, en lo que tiene que ver con el balance del poder político. En adelante, independientemente de la expresa duración del mandato, quien llegue a la Presidencia, lo hará pensando no el cuatrienio sino en cuatro años adicionales. Para eso se prepara (Guzmán, 2007, 163, 165).

Se concluye, entonces, que el *efecto gobermedia* fue el que, a la postre, facilitó la transición a la *democracia de audiencia* durante el primer tiempo del *factor Uribe*, 2002-2006, y endosó al mismo el triunfo en las elecciones presidenciales del 26 de mayo de 2006, unas elecciones ausentes de debate ideológico y programático, porque la suerte estaba, de antemano, echada en favor del presidente-candidato, lo que muy claramente quedó comprobado en los resultados electorales:

Tabla 6

Resultados de las elecciones presidenciales del 28 de mayo de 2006

Candidato	Partido o Movimiento	Votos	Porcentaje
Álvaro Uribe Vélez	Primero Colombia	7.363.421	62,20%
Carlos Gaviria Díaz	Polo Democrático Alternativo	2.609.412	22,04%

Horacio Serpa Uribe	Partido Liberal Colombiano	1.401.173	11,84%
Antanas Mockus	Alianza Social Indígena	146.540	1,24%
Enrique Parejo González	Reconstrucción Democrática Nacional	44.610	0,38%
Álvaro Leyva	Movimiento Nacional de Reconciliación	22.039	0,19%
Carlos Rincón	Movimiento Comunal y Comunitario	20.477	0,17%

(Fuente: Registraduría Nacional del Estado Civil. Histórico, Elecciones presidenciales de 2006)

## Conclusión

Dando cuenta de los eventos más significativos que rodearon y acompañaron la emergencia y permanencia de Álvaro Uribe Vélez en el escenario político colombiano entre 2002 y 2006, y situándose en los episodios de las elecciones presidenciales del 26 de mayo del primer año y del 28 de mayo del segundo, así como recurriendo a unas categorías conceptuales para soportar el análisis (*efecto bandwagon* –Elizabeth Noelle-Neumann, *efecto gobermedia* –Antonio Porras Nadales, y *legitimidad democrática por proximidad* –Pierre Rosanvallon), este Trabajo de Grado se ha detenido en el examen de las circunstancias que, se han considerado, posibilitaron y determinaron la transición de la *democracia de partidos* a la *democracia de audiencia* en nuestro gobierno representativo.

Ha ubicado, del denominado *factor Uribe*, su lugar y su impacto en la transformación del sistema de partidos, del sistema electoral y del sistema político, en el punto de intersección de un viejo estado de cosas que cede para dar origen a un nuevo orden de cosas. El viejo estado de cosas es la tradición bipartidista tributaria de la elección presidencial en Colombia hasta 1998. El nuevo orden de cosas, a su vez, es el imaginario que a su alrededor se configura para precipitar un resultado electoral favorable a una alternativa proselitista fuera de los cánones liberal y conservador en 2002, ratificado, en su propio favor, en 2006, en razón del cambio en las reglas de la institucionalidad democrática que él mismo gestionó.

A pesar de sugerir la idea de un inmovible carácter pétreo, la tradición bipartidista colombiana giró hacia la oferta de una tercería sólida planteada como alternativa para sanear a los propios partidos, para redefinir el modelo de Estado y para devolver la confianza de los ciudadanos en las instituciones tan cuestionadas por cuenta de las últimas administraciones,

endosadas a liberales y conservadores, que contribuyeron para implosionar (reventar hacia adentro con la consecuente atomización), los males de la corrupción y los vicios del clientelismo que, a su vez, llevaron a la explosión (estallido hacia afuera con la subsiguiente irresistibilidad) del sistema de partidos. Justamente, en el señalamiento de esta doble circunstancia, con el eslogan de *cero corrupción y cero politiquería*, encontró su primer favor el *factor Uribe*.

Ante la imposible supervivencia, sentenciada de tiempo atrás, de un sistema democrático, cuya expresión no se reduce a la simple periodicidad de jornadas eleccionarias, dinamizado por un bipartidismo de salvaguarda consociacional, “*en el que quienes ocupan cargos públicos se obligan a presentarse a las elecciones, pero en todos los demás aspectos se limita a atestiguar la fecundidad de la imaginación humana*” (Sartori, 2009, 239), el *factor Uribe* se constituyó en catalizador de una solución final en el momento justo: cuando el juicio de inmoralidad pública, por la complacencia y connivencia con el narcotráfico, no solo conmovió los cimientos internos, sino que también afectó los vínculos externos, de un lado; y, cuando la sentencia de vulnerabilidad institucional, por la debilidad y permisividad ante la insurgencia, evidenció la inminente falla estatal, de otro lado. Pero, además, apareció con el sujeto oportuno: respetable y creíble por sus realizaciones transparentes, víctima en cuerpo propio del enemigo común, titular de un discurso anclado en la doble propuesta ética contra la corrupción y la politiquería.

¿Qué fue el *factor Uribe* de 2002? La notificación de la crisis de la *democracia de partidos* catapultada por el *efecto bandwagon*. ¿Qué fue el *factor Uribe* de 2006? La transformación del sistema representativo colombiano en una *democracia de audiencia* impulsada por el *efecto gobermedia*, puesto en escena por la *proximidad* del gobernante en

campaña permanente, estrategia general, a través de los Consejos Comunales de Gobierno, tácticas particulares, las preferentes pero no las únicas.

El *factor Uribe* llegó, en 2002, catapultado por el favor de las encuestas de opinión, bajo la jurisdicción conceptual del *efecto bandwagon*, para desmarcar la práctica bipartidista de facturar la elección presidencial y para marcar la vocación de un nuevo sistema de partidos que fuera responsable de un nuevo sistema político, de un nuevo sistema democrático. Llegaba, entonces, el final de la *democracia de partidos* en el sistema representativo colombiano.

Las reformas política de 2003 y constitucional de 2004, de las reglas en el sistema de partidos y en el sistema electoral y de la reelección presidencial inmediata, respectivamente, se convirtieron en los argumentos jurídicos para su doble pretensión de capturar toda expresión proselitista y de perpetuarse en el ejercicio de la función presidencial. Estas fueron las vías institucionales para hacer realidad legal lo que ya, mediante los Consejos Comunales de Gobierno, expresión del *efecto gobermedia*, la acción de gobierno en vivo y en directo, era una realidad legítima. Surgía, así, el comienzo de la *democracia de audiencia* en el sistema representativo colombiano.

Se obtiene, entonces, que el *efecto gobermedia* fue el que, a la postre, facilitó la transición a la *democracia de audiencia* durante el primer tiempo del *factor Uribe*, 2002-2006, y endosó al mismo el triunfo en las elecciones presidenciales del 26 de mayo de 2006, unas elecciones ausentes de debate ideológico y programático, porque la suerte estaba, de antemano, echada en favor del presidente-candidato, lo que muy claramente quedó comprobado en los resultados electorales<sup>60</sup>.

---

<sup>60</sup> Ver Tabla 6.

Tal vez en el momento más dramático de la historia reciente de Colombia llegó el *factor Uribe* para ofrecer un proyecto redentor, que solo la Historia, y en su tiempo, lo juzgará de la manera más adecuada. Por eso fue acogido, porque representó la transición de un tiempo pasado, endilgado al bipartidismo, la *democracia de partidos*, a un tiempo presente/futuro, cifrado en el nuevo y prometeico personalismo, la *democracia de audiencia*. El *factor Uribe* simbolizó la fractura de la historia en la doble acepción del tiempo: *Khrónos*, χρόνος, un tiempo que pasa; *Kairós*, καιρός un tiempo de gracia, como los tiempos de la *Historia de dos ciudades*:

Era el mejor de los tiempos y el peor; la edad de la sabiduría y la de la tontería; la época de la fe y la época de la incredulidad; la estación de la Luz y la de las Tinieblas; era la primavera de la esperanza y el invierno de la desesperación; todo se nos ofrecía como nuestro y no teníamos absolutamente nada; íbamos todos derechos al Cielo, todos nos precipitábamos en el infierno. En una palabra, a tal punto era una época parecida a la actual que algunas de sus autoridades más vocingleras insistían en que, para bien o para mal, se la tratara solo en grado superlativo (Dickens, 2008, 9).

## Bibliografía

Alcántara, Manuel y García Díez, Fátima (2008). *Elecciones y política en América Latina*. México: Porrúa, Instituto Electoral del Estado de México, Sociedad Mexicana de Estudios Electorales. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

----- y Tagina, María Laura, editores (2011). *América Latina: política y elecciones del bicentenario (2009-2010)*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

Annunziata, Rocío (2011). “Proximidad”, *representación y participación. El Presupuesto Participativo en Argentina*. En: *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*. Núm. 40. Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO - Sede Académica de Ecuador. Pp. 57-70.

----- (2013a). *¿Hacia un nuevo modelo de lazo representativo? La representación de proximidad en las campañas electorales de 2009 y 2011 en Argentina*. En: *Sin programas, sin promesas. Liderazgos y procesos electorales en Argentina*. Isidoro Cheresky y Rocío Annunziata (compiladores). Buenos Aires: Prometeo Libros. Pp. 24-55.

----- (2013b). *Una propuesta de clasificación de los dispositivos participativos en Argentina*. *Postdata* 18, Nro. 2, Octubre/2013. Buenos Aires. Pp. 247-280.

Ariza Farfán, Diego Armando (2014). *La seguridad democrática, una estrategia de marketing político del gobierno de Álvaro Uribe Vélez: percepción vs. realidad 2002-2010*. Bogotá: Facultad de Ciencia Política y Gobierno. Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.

Ballén, Rafael (2006). *La pequeña política de Uribe. ¿Qué hacer con la seguridad democrática?* 4ª. Ed. Bogotá: Ediciones Desde abajo, Le Monde Diplomatique - Colombia.

Bejarano, Ana María y Dávila Ladrón de Guevara, Andrés, compiladores (1998). *Elecciones y democracia en Colombia 1997-1998*. Bogotá: Fundación Social; Departamento de Ciencia Política, Universidad de los Andes; Veeduría Ciudadana a la Elección Presidencial.

Bejarano, Ana María (2011). *Democracias precarias. Trayectorias políticas divergentes en Colombia y Venezuela*. Bogotá: Universidad de los Andes. Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Ciencia Política-CESO.

Botero Jaramillo, Felipe (2007). *Colombia: ¿democracia, paracracia o simplemente desgracia?* En: *Revista de Ciencia Política*, vol. 27, número especial. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile. Pp. 97-111.

----- (2008). *¿Pavimentando con votos? Apropiación presupuestal para proyectos de infraestructura vial en Colombia, 2002-2006*. En: *Colombia Internacional*, 68. Bogotá: Universidad de los Andes. Departamento de Ciencia Política-CESO. Pp. 14-42.

-----, compilador (2009). *¿Juntos pero no revueltos? Partidos, candidatos y campañas en las elecciones legislativas de 2006 en Colombia*. Bogotá: Universidad de los Andes. Departamento de Ciencia Política-CESO.

-----, Hoskin, Gary y Pachón, Mónica (2010). *Sobre forma y sustancia: una evaluación de la democracia electoral en Colombia*. En: *Revista de Ciencia Política*, vol. 30, nro. 2. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile. Pp. 41-64.

----- y Rodríguez Raga, Juan Carlos (2011). *Escepticismo optimista. La reforma electoral colombiana del 2003*. En: *Partidos y elecciones en Colombia*. Felipe Botero, compilador. Bogotá: Universidad de los Andes. Facultad de Ciencias Sociales. Departamento de Ciencia Política-CESO. Pp. 521-552.

Canel, María José (2007). *La comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Tecnos.

Carrillo Cruz, Lina Tatiana (2010). *El uso de los Consejos Comunitarios de Gobierno como propaganda política por el gobierno de Álvaro Uribe Vélez en su primer período*. Bogotá: Facultad de Ciencia Política y Gobierno. Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.

Castro Agudelo, Santiago José (2012). *Del dicho al hecho: reformas políticas y sistema de partidos en Colombia 2002-2010. Transformaciones en el sistema de partidos en Colombia a partir de las reformas políticas de 2003 y 2009 y la reelección presidencial*. Bogotá: Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano.

Celis Varón, Carolina, Mejía Houghton, Orlando y Restrepo Romero, Camilo (2004). *La improvisación de Serpa*. Chía: Universidad de la Sabana, Facultad de Comunicación Social y Periodismo.

Cheresky, Isidoro, compilador (2007). *Elecciones presidenciales y giro político en América Latina*. Buenos Aires. Manantial.

Colman, Andrew (2003). *El efecto bandwagon*. Madrid. Biblioteca Oxford.

Contreras, Joseph (2002). *Biografía no autorizada de Álvaro Uribe Vélez (El señor de las sombras)*. Bogotá. Oveja Negra.

Correa Olarte, María Eugenia y Cañón Murillo, Nicolás (2008). *Análisis comparativo de las elecciones presidenciales y de Congreso de 2002 y 2006 y de los partidos políticos en relación con el impacto de la reforma política de 2003*. Bogotá: Universidad La Gran Colombia.

Corte Constitucional. Sentencia C-551 del 9 de julio de 2003. M. P. Eduardo Montealegre Lynnet.

----- Sentencia C-1040, del 19 de octubre de 2005. MM.PP. Manuel José Cepeda Espinosa, Rodrigo Escobar Gil, Marco Gerardo Monroy Cabra, Humberto Antonio Sierra Porto, Álvaro Tafur Galvis y Clara Inés Vargas Hernández.

Crespo Martínez, Ismael y Garrido Rubia, Antonio (2008). *La conquista del poder. Elecciones y campañas presidenciales en América Latina*. Buenos Aires: La Crujía.

Dávila Ladrón de Guevara, Andrés y Natalia Delgado Varela (2002). *La metamorfosis del sistema político colombiano: ¿clientelismo de mercado o nueva forma de intermediación?* En: *Degradación o cambio. Evolución del sistema político colombiano*. Autores varios. Bogotá: Norma. Pp. 319-355.

Daza Beltrán, Carlos Andrés (2010). *Análisis de las estrategias de marketing político de Álvaro Uribe Vélez durante sus campañas electorales de 2002 y 2006 y durante el ejercicio de su gobierno presidencial en Colombia*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales.

Dickens, Charles (2009). *Historia de dos ciudades*. Madrid: Alianza.

Donsbach, Wolfgang (1989). *Interdependencia entre los medios de comunicación y la investigación sobre opinión pública*. En *Comunicación y sociedad*, Vol. II, Nro. 27. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra. Pp. 7-30.

Duverger, Maurice (2002). *Los partidos políticos*. México: Fondo de Cultura Económica.

Duzán, María Jimena (2004). *Así gobierna Uribe*. Bogotá: Planeta.

Escalante Mahecha, Claudia Marcela (2012). *Una lectura crítica sobre la política de participación ciudadana promovida por el gobierno de Álvaro Uribe Vélez. Caso de estudio: los Consejos Comunales de Gobierno. Período de estudio: 2002-2010*. Tesis de grado para optar

al título de Magíster en Estudios Políticos e Internacionales. Bogotá: Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.

Garay Salamanca, Luis Jorge, coordinador (2002). *Repensar a Colombia. Hacia un nuevo contrato social*. Bogotá: Agencia Colombiana de Cooperación Internacional, PNUD.

García Villegas, Mauricio y Revelo Rebolledo, Javier Eduardo, codirectores (2009). *Mayorías sin democracia. Desequilibrio de poderes y Estado de derecho en Colombia, 2002-2009*. Bogotá: Dejusticia.

Gaviria, José Obdulio (2006). *A Uribe, lo que es de Uribe*. Bogotá: Planeta.

Gehring, Hubert, editor (2014). *Partidos políticos en Colombia. Evolución y prospectiva*. Bogotá: Konrad Adenauer Stiftung.

Giraldo, Fernando (1998). *Un análisis del discurso de Serpa*. En: *Papel Político*, 8. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Pp. 79-101.

----- (2007). *Partidos y sistema de partidos en Colombia*. En: *La política por dentro. Cambios y continuidades en las organizaciones políticas de los países andinos*. Rafael Roncagliolo y Carlos Meléndez (editores). Lima: International Institute for Democracy and Electoral Assistance, Asociación Civil Transparencia. Pp. 123-160.

Gómez Giraldo, Juan Carlos (2012). *Los Consejos Comunales de Gobierno como ritual estratégico de comunicación gubernamental en las campañas permanentes*. Chía: Facultad de Comunicación. Universidad de La Sabana.

González, Fernán (1980). *Clientelismo y administración pública en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

----- (2003). *Aportes al diálogo entre historia y ciencia política. Una contribución desde la experiencia investigativa en el CINEP*. En: *La historia política hoy, sus métodos y las ciencias sociales*. César Augusto Ayala Diago, compilador. Bogotá: Universidad Nacional. Pp. 299-327.

----- (2006). *El fenómeno político de Álvaro Uribe Vélez*. En: *Las formas de legitimidad en Colombia: legitimidades institucionalizadas y legitimidades prácticas*. Bogotá: Equipo de Investigadores del Centro de Investigaciones y Educación Popular (CINEP). Pp. 12-27.

----- (2014). *Poder y violencia en Colombia*. Bogotá: Observatorio para el Desarrollo de la Convivencia y el Fortalecimiento Institucional.

Gutiérrez-Rubi, Antoni (2014). *Campaña y comunicación permanente*. Quito: Comunicación política e institucional, Nueva Política.

Gutiérrez Sanín, Francisco (1998). *Rescate por un Elefante: Congreso, sistema y reforma política*. En: *Elecciones y democracia en Colombia 1997-1998*. Ana María Bejarano y Andrés Dávila Ladrón de Guevara, compiladores. Bogotá: Fundación Social; Departamento de Ciencia Política, Universidad de los Andes; Veeduría Ciudadana a la Elección Presidencial. Pp. 215-253.

----- y Dávila Ladrón de Guevara, Andrés (2000). *Paleontólogos o politólogos: ¿qué podemos decir hoy sobre los dinosaurios?* En: *Revista de Estudios Sociales*, 6. Mayo. Bogotá: Universidad de los Andes. Facultad de Ciencias Sociales. Pp. 39-49

Gutiérrez Sanín, Francisco (2002). *Historias de democratización anómala. El partido liberal en el sistema político colombiano desde el Frente Nacional hasta hoy*. En: *Degradación o cambio. Evolución del sistema político colombiano*. Autores varios. Bogotá: Norma. Pp. 25-78.

----- (2003). *La radicalización del voto en Colombia*. En: *Colombia 2002. Elecciones, comportamiento electoral y democracia*. Gary Hoskin, Rodolfo Masías Núñez y Miguel García Sánchez (compiladores). Bogotá: Uniandes, Departamento de Ciencia Política-CESO; Fundación Konrad Adenauer; Registraduría Nacional del Estado Civil; Departamento Nacional de Planeación. Pp. 87-114.

---- (2004). *Ilegalidad y sistema político en Colombia: la agenda de Uribe Vélez*. En: *Nueva Sociedad*, 192. Julio-agosto. Pp. 59-71

----- (2006) *¿Más partidos?* En: Leal Buitrago, Francisco y otros. *En la encrucijada. Colombia en el siglo XXI*. Bogotá: Norma. Pp. 147-170.

----- (2007). *¿Lo que el viento se llevó? Los partidos políticos y la democracia en Colombia 1958 - 2002*. Bogotá: Norma.

----- (2014). *El orangután con sacoleva. Cien años de democracia y represión en Colombia (1910-2010)*. Bogotá: IEPRI, Debate.

Guzmán M. Carlos Enrique (2007). *Elecciones presidenciales de 2006. ¿Reelección presidencial o la reafirmación de la política de seguridad democrática?* En: *Las elecciones de 2006 en Colombia. Una mirada desde la reforma política*. Rodrigo Losada y Patricia Muñoz Yi, coordinadores de la investigación. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Pp. 129-170.

Henderson, James D. (2012). *Víctima de la globalización. La historia de cómo el narcotráfico destruyó la paz en Colombia*. Bogotá: Siglo del Hombre.

Hoskin, Gary (1998). *Elecciones presidenciales, 1998*. En: *Elecciones y democracia en Colombia 1997-1998*. Ana María Bejarano y Andrés Dávila Ladrón de Guevara, compiladores. Bogotá: Fundación Social; Departamento de Ciencia Política, Universidad de los Andes; Veeduría Ciudadana a la Elección Presidencial. Pp. 361-399.

----, Masías, Rodolfo y García, Miguel (2003). *La decisión del voto en las elecciones presidenciales de 2002*. En: *Colombia 2002. Elecciones, comportamiento electoral y democracia*. Gary Hoskin, Rodolfo Masías Núñez y Miguel García Sánchez, compiladores. Bogotá: Uniandes, Departamento de Ciencia Política-CESO; Fundación Konrad Adenauer; Registraduría Nacional del Estado Civil; Departamento Nacional de Planeación. Pp. 27-86.

Hoskin, Gary (2007). *La reforma política y las elecciones legislativas de 2006. Candidatos y campañas*. En: *¿Juntos pero no revueltos? Partidos, candidatos y campañas en las elecciones legislativas de 2006 en Colombia*. Felipe Botero, compilador. Bogotá: Uniandes-CESO, Departamento de Ciencia Política. Pp. 59-68.

Hoyos Gómez, Diana, editora académica (2007). *Entre la persistencia y el cambio. Reconfiguración del escenario partidista y electoral en Colombia*. Bogotá: Universidad del Rosario. Centro de Estudios Políticos e Internacionales. Facultades de Ciencia Política y Gobierno y de Relaciones Internacionales.

Katz, Richard S. y Peter Mair (2007). *La supremacía del partido en las instituciones públicas: el cambio organizativo de los partidos en las democracias contemporáneas*. En: *Partidos políticos. Viejos conceptos y nuevos retos*. José Ramón Montero y otros (editores). Madrid: Trotta. Pp. 101-126.

Kirchheimer, Otto. *El camino hacia el partido de todo el mundo*. En: Lenk, Karl y Neumann, Franz. *Teoría y sociología críticas de los partidos políticos*. Barcelona: Anagrama. Pp. 328-347.

Latorre Rueda, Mario (2007). *Elecciones y partidos políticos en Colombia*. Bogotá: Universidad de los Andes. Departamento de Ciencia Política-CESO.

Losada, Rodrigo, Giraldo, Fernando y Muñoz, Patricia (2003). *Las elecciones presidenciales de 2002 en Colombia: un esfuerzo explicativo*. En: *Papel Político*, 15. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Pp. 11-31.

Losada, Rodrigo y Patricia Muñoz (2007). *Las elecciones de 2006 en Colombia. Una mirada desde la reforma política de 2003*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales.

----- y otros (2005). *Atlas sobre las elecciones presidenciales de Colombia, 1974 – 2002*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales.

López de la Roche, Fabio (2014). *Las ficciones del poder. Patriotismo, medios de comunicación y reorientación afectiva de los colombianos bajo Uribe Vélez (2002-2010)*. Bogotá: IEPRI-Debate.

Manin, Bernard (1998). *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza.

Mazzoleni, Gianpietro (2010). *La comunicación política*. Madrid: Alianza.

McLuhan, Marshall (2000). *El medio es el mensaje*. Barcelona: Gedisa.

Medellín Torres, Pedro y Juan Carlos Tarquino (2007). *Elecciones parlamentarias 2006: primeros rasgos del cambio en la política*. En: *Las elecciones de 2006 en Colombia. Una mirada desde la reforma política*. Rodrigo Losada y Patricia Muñoz Yi, coordinadores de la investigación. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Pp. 11-44.

Michels, Robert (2008). *Los partidos políticos. Un estudio sociológico de las tendencias oligárquicas de la democracia moderna*. Buenos Aires: Amorrortu.

Molina Giraldo, Jesús María (2011). *La identificación de los colombianos con Álvaro Uribe Vélez: del cálculo de los discursos al goce del fuego cruzado*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Psicoanálisis.

Montoya Piedrahíta, Catalina (2007). *El presidente Álvaro Uribe Vélez y la nueva dramaturgia política. (El primer mandatario construido y narrado en los noticieros de televisión)*. Tesis de Grado para optar al título de Magíster en Ciencia Política. Medellín: Universidad de Antioquia. Instituto de Estudios Políticos.

Murillo C., Gabriel y Fernández Andrea Paola (2003). *Elecciones presidenciales 2002: un desafío a la seguridad*. En: *Colombia 2002. Elecciones, comportamiento electoral y democracia*. Gary Hoskin, Rodolfo Masías Núñez y Miguel García Sánchez (compiladores). Bogotá: Uniandes, Departamento de Ciencia Política-CESO; Fundación Konrad Adenauer; Registraduría Nacional del Estado Civil; Departamento Nacional de Planeación. Pp. 1-26.

Noelle-Neumann, Elizabeth (1984). *Return to the Concept of Powerful Mass Media*. En: *The spiral of silence. A theory of public opinion – or Social skin*. Chicago: University of Chicago.

Ortega, Félix (2011). *La política mediatizada*. Madrid: Alianza.

Palomares Guzmán, David (2009). *Televisión, poder y dramaturgia: el caso del presidente Álvaro Uribe Vélez*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Comunicación y Lenguaje.

Pizarro Leongómez, Eduardo (1999). *Colombia: ¿Renovación o colapso del sistema de partidos?* En: *Misión: la política en Colombia*. Bogotá: ESAP. Pp. 30-62.

----- (2002). *La atomización partidista en Colombia: el fenómeno de las microempresas electorales*. En: *Degradación o cambio. Evolución del sistema político colombiano*. Autores varios. Bogotá: Norma. Pp. 357-401.

----- (2005). *El bipartidismo colombiano: entre la guerra y la conversación de caballeros*. En: *Los retos de la democracia. Viejas y nuevas formas de la política en Colombia y América Latina*. Clara Rocío Rodríguez Pico y Eduardo Pizarro Leongómez, editores. Bogotá: FFNPC, IEPRI, Fundación Heinrich Böll. Pp. 87-135.

Porras Nadales, Antonio (2007). *Evaluar la acción de gobierno. Elementos para una búsqueda de horizontes metodológicos*. En: *Nuevas Políticas Públicas. Anuario Multidisciplinar para la modernización de las Administraciones Públicas*. Andalucía. Pp. 59-82.

----- (2014). *La acción de gobierno. Gobernanza, gobernabilidad y gobermedia*. Madrid: Trotta.

Ramírez Peñalosa, Álvaro Esteban (2010). *Análisis comparado de la situación política del Partido Conservador en los mandatos de Andrés Pastrana (1998-2002) y Álvaro Uribe Vélez (2002-2006)*. Bogotá: Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Facultad de Ciencia Política y Gobierno.

Roberts, Kenneth (1999). *El neoliberalismo y la transformación del populismo en América Latina. El caso peruano*. En: Moira Mackinnon, María y Petrone, Mario Alberto, compiladores. *El populismo y el neopopulismo en América Latina. El problema de la cenicienta*. Buenos Aires: Eudeba. P. 380.

Rodríguez Pico, Clara Rocío (2005). *La reforma política de 2003: motivaciones, definiciones y contenido*. En: *Los retos de la democracia. Viejas y nuevas formas de la política en Colombia y América Latina*. Clara Rocío Rodríguez Pico y Eduardo Pizarro Leongómez (editores). Bogotá: FFNPC, IEPRI, Fundación Heinrich Böll. Pp. 211-247.

Roll, David (2002). *Rojo difuso, azul pálido. Los partidos tradicionales en Colombia: entre el debilitamiento y la persistencia*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

----- (2005). *Partidos políticos y Congreso. Élités políticas y mayorías parlamentarias*. En: *Colombia en la década de los noventa*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Rosanvallon, Pierre (2012). *La legitimidad democrática. Imparcialidad, reflexividad, proximidad*. Buenos Aires: Manantial.

Sartori, Giovanni (1989). *Videopolítica*. En: *Il Politico. Rivista Italiana di Scienze Politiche*. Pavía. Agosto de 1989.

----- (2008). *Elementos de teoría política*. Madrid: Alianza.

----- (2009). *Partidos y sistemas de partidos*. Madrid: Alianza.

Secretaría de Prensa y Alta Consejería para la Competitividad y las Regiones de la Presidencia de la República (2010). *Credibilidad en el diálogo público - Consejos Comunales de Gobierno, el sello del Presidente Álvaro Uribe Vélez*. Bogotá: Presidencia de la Re

Uribe Vélez, Álvaro (2002). *Manifiesto democrático (Cien puntos)*. Bogotá: Fundación Primero Colombia.

----- (2010a). *Credibilidad en el diálogo público - Consejos Comunales de Gobierno, el sello del Presidente Álvaro Uribe Vélez*. Bogotá: Secretaría de Prensa y Alta Consejería para la Competitividad y las Regiones de la Presidencia de la República.

----- (2010b). *Consejos Comunales de Gobierno*. Compilación propia a partir del histórico de la Secretaría de Prensa de la Presidencia de la República, agosto de 2002-agosto de 2010.

Wills Otero, Laura (2009). *El sistema político colombiano: las reformas electorales de 1991 y 2003 y la capacidad de adaptación de los partidos*. En: *¿Juntos pero no revueltos?*

*Partidos, candidatos y campañas en las elecciones legislativas de 2006 en Colombia.* Felipe Botero, compilador. Bogotá: Uniandes-CESO, Departamento de Ciencia Política. Pp. 11-46.

Publicaciones periódicas:

*El Colombiano*: edición del 10 de febrero de 2001. P. 12.

*El Espectador*: ediciones de: febrero 6 de 2005, p. 6 A; agosto 17 de 2009, p. 34; febrero 18 y 25 de 2010, p. 16.

*El País*, Madrid: edición de enero 22 de 2002, p. 7.

*El Tiempo*: ediciones de: julio 18 de 1995, p. 2; enero 26 de 1996, p. 2; mayo 25 de 2001, p. 2; marzo 12 de 2002, p. 7; marzo 21 de 2002, p. 2; mayo 14 de 2006, p. 12; junio 2 de 2008, p. 2.

*Revista Dinero*, diciembre de 2001, pp. 12-14