

Performers y Performensos

Performance y construcción
de ciudadanía en la elecciones
presidenciales del 2010 en Colombia

Herman Ocampo Salgado

PERFORMERS Y PERFORMENSOS
PERFORMANCE Y CONSTRUCCIÓN DE
CIUDADANÍA EN LAS ELECCIONES
PRESIDENCIALES DEL 2010 EN COLOMBIA

UNIVERSIDAD NACIONAL
DE COLOMBIA
Instituto de Estudios Políticos y Relaciones
Internacionales (IEPRI)

© Herman Ocampo Salgado

www.iepri.unal.edu.co

© Instituto de Estudios Políticos y Relaciones
Internacionales (IEPRI), Universidad Nacional
de Colombia

iepri_bog@unal.edu.co

ISBN: 978-84-685-4317-8

Primera edición: diciembre de 2019

Diseño y diagramación: Xpress Estudio Gráfico Digital S.A.S. – Xpress Kimpres.

Corrección de estilo: Viviana Zuluaga

Imagen de portada: Xpress Estudio Gráfico Digital S.A.S. – Xpress Kimpres.

Cómo citar:

Ocampo Salgado Herman (2019), *Performers y performensos: performance y construcción de ciudadanía en las elecciones presidenciales del 2010 en Colombia*, IEPRI-Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.

Performers y performensos: performance y construcción de ciudadanía en las elecciones presidenciales del 2010 en Colombia / Ocampo Salgado Herman – Bogotá: IEPRI, 2019.

144 páginas: Tesis.

ISBN 978-84-685-4317-8

1. Performance - dispositivo - imagen - ciudadanía - subditaje - performenso - cultura política
- Ocampo Salgado Hernan - Autor. Colección Maestría en Estudios Políticos - IEPRI.

Esta publicación es el resultado de la convocatoria *Tesis Meritorias 2010-2014*, en la Maestría de Estudios Políticos del IEPRI.

Índice

Resumen	9
Introducción	11
Capítulo I. Arte de estado	17
La imagen del actor-candidato en la televisión.....	18
Ahora sí, performance.....	21
<i>Performance como episteme</i>	22
El debate como performance	24
¿Ciudadano o súbdito-performenso?	26
Generalidades de la cultura política colombiana.....	31
Capítulo II. La evolución performática de la campaña presidencial 2010.....	33
Temporada de teatro 2010	34
<i>Entonación</i>	36
<i>Expresividad corporal</i>	36
<i>Claridad en el libreto</i>	36
<i>Capacidad</i>	36
<i>de improvisación</i>	36
<i>Estilo</i>	36
Las reglas del reality	41
Empieza la función.....	42
Escena 1. “El Gran Debate. Elecciones 2010”. RCN, Revista Semana y La FM. 10 de marzo de 2010. 11:00 p. m.....	42

<i>Esbozos de ciudadanía y subditaje</i>	42
<i>Se gesta la Ola Verde</i>	44
Escena 2. “Gran Debate Televisivo”. Caracol Televisión-Radio y El Espectador. 18 de abril. 9:00 p. m.....	44
<i>Esbozos de ciudadanía y subditaje</i>	45
<i>La performance en los medios</i>	47
Escena 3. Debate electoral. CityTV, El Tiempo y La W. 27 de abril. 9:00 p. m.....	50
<i>Esbozos de ciudadanía y subditaje</i>	50
<i>Santos se llena de Mockus</i>	51
Escena 4. Foro electoral. “¿Hacia dónde va Colombia?”. Telemedellín. 12 de mayo. 6:30 p. m.....	55
<i>Esbozos de ciudadanía y subditaje</i>	56
Escena 5. Foro El Colombiano y Telemedellín. 13 de mayo. 8:30 p. m.....	57
<i>Esbozos de ciudadanía y subditaje</i>	58
<i>Besos y abrazos</i>	61
Escena 6. Segundo debate electoral de Caracol. 18 de mayo. 7:00 p. m. ...	62
<i>Esbozos de ciudadanía y subditaje</i>	63
Escena 7. Debate “Yo pregunto”. Nuestra Tele Noticias (NTN), RCN y La Silla Vacía. 18 de mayo. 11:00 p. m.....	65
<i>Esbozos de ciudadanía y subditaje</i>	66
<i>Mockus se hace un Santo</i>	68
Escena 8. Debate electoral. CityTV, El Tiempo y La W. 25 de mayo. 8:00 p. m.	71
<i>Esbozos de ciudadanía y subditaje</i>	72
<i>Toconur, toconsan. Todos contra Uribe, todos contra Santos</i>	74
Escena 9. Debate electoral. RCN, Revista Semana y La FM. 27 de mayo. 7:00 p. m.....	75
<i>Esbozos de ciudadanía y subditaje</i>	75
Escena 10. Debate electoral. Caracol y El Espectador. 28 de mayo. 10:00 p. m.....	79
<i>Esbozos de ciudadanía y subditaje</i>	80
<i>30 de mayo. Elecciones primera vuelta</i>	82
<i>Cuerpos cansados y heridos</i>	86

Escena 11. Debate CM&, Centro de Liderazgo y Gestión, Revista Semana y Revista Dinero. 3 de junio. 7:00 p. m.	87
<i>Esbozos de ciudadanía y subditaje</i>	88
Escena 12. Debate electoral Caracol y El Espectador. 15 de junio. 7:00 p. m.....	91
<i>Esbozos de ciudadanía y subditaje</i>	91
<i>La recta final</i>	95
Escena 13. Debate electoral. RCN, Revista Semana y La FM. 17 de junio. 7:00 p. m.	95
<i>Esbozos de ciudadanía y subditaje</i>	96
<i>Elecciones segunda vuelta</i>	102
Conclusiones	105
Más performensos que ciudadanos	121
Anexo	125
Referencias.....	143

Resumen

Esta investigación asume que el juego político de los procesos electorales es ante todo *performance*. Se centra en cómo dar cuenta de fenómenos propios de nuestra cultura política a partir del análisis de la performatividad que emerge en los candidatos y en la población durante un proceso electoral de orden nacional, enmarcado en un precario desarrollo de la ciudadanía y en un relevante ejercicio de subditaje en la sociedad colombiana del siglo XXI. Los debates presidenciales son mirados como dispositivos performativos, los candidatos como *performers*. Los *performances* que emergen de la población se leen en la perspectiva de ciudadanos o *performensos*. La investigación se propone identificar los elementos que caracterizan lo performativo y el uso que le dan los actores-candidatos y la población que participa en la contienda electoral.

Palabras clave: *performance*, dispositivo, imagen, ciudadanía, subditaje, *performenso*, cultura política.

Abstract

This research assumes that the political game of electoral processes is primarily a performance. It focuses on how to account for typical phenomena of our political culture based on the analysis of performativity that emerges from candidates and the population during a national electoral process, framed in a precarious citizenship development and a relevant exercise of subjugation of 21st century Colombian society. Presidential debates are regarded as performative devices, candidates as performers. The Performances that emerge from the population are read from the perspective of citizens or *performensos*. The research aims to identify the

elements that characterize the performance and the use candidate-actors and the population, which participates in the electoral contest, make of them.

Key words: performance, device, image, citizenship, subjugation, performenso, political culture.

Introducción

Existen múltiples formas de leer el diseño, el desarrollo y el resultado de las campañas políticas, no obstante, en el campo de los estudios políticos valorar este proceso desde la perspectiva del *performance*, ha sido un asunto poco explorado. En consecuencia, esta investigación gira en torno al cómo dar cuenta de fenómenos propios de nuestra cultura política a partir del análisis de la performatividad que emerge en los candidatos y en la población durante un proceso electoral de orden nacional, enmarcado en un precario desarrollo de la ciudadanía y en un relevante ejercicio de subditaje en la sociedad colombiana del siglo XXI.

Para abordar el tema del *performance* en la campaña política a la presidencia 2010-2014, se retoman inicialmente algunas definiciones del concepto, dado que su significado y sentido se ajustan a diversos matices y perspectivas de las ciencias humanas y sociales, lo cual representa una potencialidad analítica para este texto.

Para Schechner (2000) “‘Todo ‘se construye’, todo es ‘juego de superficies y efectos’, lo que quiere decir que todo es *performance*”. Y de acuerdo con Taylor (2008):

Los *performances* funcionan como actos vitales de transferencia, transmitiendo saber social, memoria, y sentido de identidad a través de acciones reiteradas, o lo que Richard Schechner ha llamado comportamiento dos veces actuado. (...) *Performance* incluye pero no puede reducirse a los términos que usualmente se utilizan como sus sinónimos: teatralidad, espectáculo, acción, representación.

Expresión que “gira en torno al cuerpo, reflexiona sobre él, es objeto y sujeto al mismo tiempo, es soporte y metáfora”. Cuatro elementos básicos la constituyen: un determinado aquí, un ahora, el cuerpo del *performer* y la relación entre este y el espectador (Aschieri, 2008).

Esta investigación asume que el juego político que se observa en los procesos electorales es ante todo *performance*, entendiéndolo por ello el comportamiento expresivo-comunicativo humano, que propicia un funcionamiento integral y eficiente del cuerpo, como herramienta comunicativa que circula también en el campo de la política. En este marco de análisis, los debates presidenciales son mirados como dispositivos performáticos¹, en la perspectiva de Foucault (1991), los cuales son modelados por la coyuntura política del momento y a su vez, la retroalimentan. En el debate, los candidatos son leídos como *performers*: actor/receptor del acontecimiento político.

Al tiempo, en campaña electoral, se observan los *performances* que emergen de la población en respuesta a su identificación o rechazo con el momento político correspondiente, constituyéndose en el receptor/actor, bien sea como ciudadano activo que se asume como sujeto de derechos, deberes y libertades propias de los Estados contemporáneos o como súbdito cuyo comportamiento responde a parámetros de obediencia, sumisión y apatía, a quien el acontecimiento político no impacta ni a favor, ni en contra y que en esta investigación denominamos *performenso*².

Es pues, el proceso electoral un escenario para expresar la vivencia de la política en las calles, en manifestaciones de apoyo, en choques con simpatizantes de otros grupos, en *flash mobs*, cabalgatas de acción de gracias,

¹ Dispositivo: conjunto decididamente heterogéneo que comprende discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos y proposiciones filosóficas, morales y filantrópicas. Los dispositivos son capaces de hacer funcionar una multiplicidad de técnicas, abstrayéndolas de los objetivos particulares que tenían cuando fueron inventadas y poniéndolas a trabajar conforme con objetivos enteramente diferentes (Castro, 2010).

² ¿Por qué *performensos*? Este término lo usó la artista Jesusa Rodríguez para saludar a los asistentes del encuentro de Performance y Política del Instituto Hemisférico de Performance del 2001 en México, ella al decir *performensos* quiso decir idiotas en el sentido griego de la palabra. El *performenso* en este caso constituye la expresión de obediencia, sumisión, apatía y rechazo hacia la política y los políticos, actitud y acción que aporta poco a las sociedades y colectivos, respecto a los sentidos de estar juntos en torno a un proyecto común.

como la que se efectuó en Medellín para homenajear a Álvaro Uribe, en plazas públicas, directorios políticos, en la sátira de los programas de humor, en cánticos y arengas, entre otras expresiones performáticas, que permiten observar actitudes de ciudadanía y subditaje propias de la cultura política colombiana.

Performers y *performensos* asumen el debate televisivo como un “dispositivo” diseñado y aplicado por los medios de comunicación privados, que actúan en el marco de las posibilidades que permiten las “relaciones de poder”³ de nuestro sistema político. Desde la perspectiva de Foucault (1991) el debate crea un “medioambiente” en el transcurrir de las campañas, que se acopla a las subjetividades impuestas por el liberalismo económico, a través de la puesta en práctica de tecnologías de información y entretenimiento.

Al analizar al candidato como *performer*⁴, se pretende visualizar su comportamiento en el escenario, el trasfondo de los contenidos ideológicos y simbólicos adoptados, identificando los aspectos que los hacen eficaces y la forma en que estos se transforman, así mismo cuáles están direccionados a la construcción de ciudadanía, esto es: sujetos críticos, propositivos, conscientes de la realidad del país y la de su entorno cercano y cuáles dispositivos por el contrario, legitiman al Establecimiento y más que aportar a la formación y a la construcción de ciudadanos, perpetúan y consolidan la condición milenaria de súbditos.

A partir de la idea de que ejercer la política se constituye en un hecho actoral y que son los actores más creíbles⁵ los que acceden al poder del

³ Para Foucault una cosa son las relaciones de poder y otra los estados de dominación. La diferencia es que por tratarse de un “juego de acciones sobre acciones” las relaciones de poder son reversibles, mientras que en los estados de dominación no impera el juego de libertades sino el ejercicio de la violencia (Castro, 2010).

⁴ Patricia Aschieri plantea una reflexión alrededor de lo que se supone es un cruce de lenguajes, entre el *performance* y el poder. Afirma que, en la esfera ritual, se integran diversos géneros que solo pueden transmitirse en el lenguaje del *performance*; enfatizando en que delimitar su sentido y significado, es complejo. Esta complejidad tiene que ver con que: “Cada *performer* reúne a los medios y disciplinas que necesita en cada ocasión para producir el hecho estético. Abre la posibilidad de cuestionar la idea de obra como un hecho cerrado, y reflexiona en torno al cuerpo, con y en el mismo” (Aschieri, s. f.).

⁵ “Gobernar es hacer creer”, . ¿Qué es lo más creíble? Hoy en día la imagen. La imagen es ley. Darse a conocer, o cómo quedar bien se ha convertido en la primera norma del político. De demostrativa, la estrategia del poder se ha hecho mostrativa; la retórica se

Estado, este texto propone como hipótesis, que el debate televisivo fue un dispositivo de comunicación política que propició la puesta en escena de cada *performer* y que este escenario mediático concretó y determinó las coyunturas que modelaron el desarrollo de la campaña, pese a que es considerado por los actores-candidatos y por un amplio sector del “público”, como un espacio superficial, que no favorece el debate efectivo ni es determinante en el resultado de las campañas⁶, considerando que los factores de éxito dependen más de las fortalezas en términos económicos del candidato, de su trayectoria y del hábil manejo que este realice de las maquinarias políticas y de la coyuntura del momento.

En nuestro caso, elecciones presidenciales 2010, dada la “imagen positiva” del mandatario Álvaro Uribe en el imaginario de un amplio sector de la población que se identificaba con su candidato sucesor, se podría asumir que los debates fueron un simulacro vacío, que poco afectaban el resultado electoral, pues se “sabía” que el candidato Santos ganaría la contienda, ya que todas las condiciones estaban dadas para que así fuera. En este caso, la única función de estos dispositivos sería la de legitimar formalmente el poder consolidado y crear un ambiente de gobernabilidad para Santos, al tiempo, los demás candidatos que participaron en los debates fueron modelados por la coyuntura política del momento y su rol en la escena política 2010, se ajustó al papel de extras o actores secundarios.

convierte en escenografía.

⁶ La Revista Semana (marzo de 2010, p. 30) en un artículo publicado sobre el primer debate, plantea que estos espacios son casi siempre irrelevantes electoralmente, basándose en estudios que demuestran que con frecuencia el televidente considera ganador al candidato de su preferencia y el debate no cambia su intención de voto.

Este ejercicio investigativo no considera que los debates sean simulacros vacíos, por el contrario, observa cómo en este dispositivo de la política contemporánea se dan juegos que son relevantes en dos sentidos: uno tiene que ver con que pese a que los formatos no permitan un verdadero debate, ni facilitan profundizar en las ideas, sí logran visibilizar ciertas problemáticas, posturas y enfoques de desarrollo, que viabilicen su resolución y que validan el ideario de lo que se constituye en el voto programático.

El segundo sentido de este juego político muestra que el debate es un simulacro vivo, en tanto el candidato es más que un simple producto del *marketing* político, el candidato también es un cuerpo que actúa, con una performatividad propia, cuyo lenguaje lo ubica en una posición ideológica que agencia o restringe el ejercicio pleno de la ciudadanía. Este cuerpo que actúa también es determinante en el desarrollo de la campaña, pues el éxito del candidato dependerá del grado de identidad que encuentre en la performatividad de súbditos y ciudadanos votantes.

Ya los estudios de *marketing* político han hecho hincapié en la idea del debate como pieza crucial en el desarrollo de las campañas políticas y en la importancia de las rutinas de entrenamiento, que deben abordar los candidatos para aprender a improvisar, a desenvolverse ante las cámaras, aprender libretos, proyectar posibles preguntas y respuestas, acoplar y resumir discursos en frases sencillas que le ayuden a posicionar su marca, etc. No obstante, los asesores de *marketing* reconocen que si bien es posible entrenar para mejorar el desempeño actoral, todo lo que está en juego en los debates televisivos depende también del lenguaje no verbal del candidato y de su capacidad para sortear situaciones imprevisibles, que puedan deteriorar o potenciar su imagen y en consecuencia su campaña.

Performers y *Performensos* se propone identificar los elementos que caracterizan lo performático y el uso que le dan los actores-candidatos que participan en la contienda electoral. Los métodos y técnicas que se aplican en la investigación son diversos: el trabajo de campo y el ejercicio de observación, consistió en registrar y acopiar información de los principales debates de televisión, las imágenes y los elementos performáticos empleados en las diferentes campañas: actos masivos, manifestaciones públicas, comerciales de televisión y páginas web. También se hace análisis del discurso aplicado por los candidatos en estos actos masivos de

comunicación política. Igualmente se valoran las expresiones que emergen de la población durante la campaña. El material que se recolectó se sistematizó, observando:

- Las estrategias performáticas aplicadas y la metamorfosis del actor-candidato durante el proceso electoral.
- Los idearios políticos encarnados y la forma en que estos se reafirman o no, desde los dispositivos performáticos usados.
- El ejercicio de ciudadanía que promueve cada uno de los *performer*-candidatos.
- Las diferencias en términos de *marketing* político de cada *performer*.
- La identificación o rechazo de la población con los candidatos y con el momento político.

La sistematización de información, la descripción y contrastación con la teoría sobre *performance* y política, procuran develar las transformaciones que se dan durante las campañas y la eficacia política del candidato, como *performer* a la hora de actuar en los debates televisivos, dado que para esta investigación, las campañas desde el punto de vista performático, se asumen como un juego político, que entiende el debate televisivo como el escenario en el que se pulsa, se pugna y se define el ejercicio del poder político, mediado por el papel preponderante de la imagen televisiva en la contemporaneidad.

Otro elemento que despierta el interés para estudiar el *performance* en el campo de la política y observar la efectividad en el uso del cuerpo de quienes intervienen en la escena política, particularmente en las campañas electorales, busca dar respuesta a cuestiones referidas a qué aspectos se deben tener en cuenta a la hora de evaluar la efectividad de un candidato en términos performáticos y cómo considerarlos estratégicamente para mejorar el desempeño político. También se aspira a que esta investigación académica encuentre proyección social en los sectores y actores políticos, interesados en agenciar la cualificación de la ciudadanía y la cultura política colombiana.

Capítulo I

Arte de estado

Al decir arte de estado y no estado del arte como debería ser, se pretende resaltar la idea de la política como arte de actuar para acceder al poder del Estado. ¿Qué significa arte de actuar en el campo de la política? En este caso diríamos que el actor-candidato, adopta un *performance* adecuado, convincente, seductor, acorde con los “dispositivos tecnológicos” que operan en el sistema político contemporáneo y que son funcionales a la cultura política predominante de cada sociedad.

En la contienda electoral el actor-candidato usa su cuerpo en diferentes espacios y escenarios de campaña: plazas y recintos públicos, salas de conferencia, congresos políticos, ruedas de prensa, radio y debates de televisión. El tránsito del cuerpo del actor-candidato en estos escenarios públicos y mediáticos, permite la construcción de su imagen, en este tránsito esta imagen se transforma, se expande o se retrae, de acuerdo con el manejo performático que hace el actor-candidato en cada situación de contacto con el “público”, pero es en el dispositivo *performance*-debate televisivo, donde el actor-candidato, puede suscitar en la población, entendida en la perspectiva de Foucault como el público⁷, un mayor impacto en sus idea-

⁷ “La población, entonces, es por un extremo la especie humana y, por otro, lo que llamamos el público (...) El público, noción capital en el siglo XVIII, es la población considerada desde el punto de vista de sus opiniones, sus maneras de hacer, sus comportamientos, sus hábitos, sus temores, sus prejuicios, sus exigencias. (...) Para los mecanismos de poder, son los elementos pertinentes dentro de los cuales y con respecto a los que se debe actuar” (Castro, 2010, p. 85).

rios e imaginarios, en sus subjetividades, *ethos*, deseos y prácticas. Desde esta óptica el debate televisivo es un insumo sustancial para el análisis de *Performers* y *Performensos*, pues se reconoce la relevancia de la televisión en la cotidianidad de la sociedad contemporánea.

La imagen del actor-candidato en la televisión

Es claro entonces que en la contemporaneidad los debates de televisión se convierten para cada actor-candidato en un espacio obligado, pues es allí donde en últimas se consolida su imagen. Régis Debray (2010) plantea que la televisión es íntegramente fabricación y difusión, industria. Un “dispositivo que emplea imágenes por el que circulan las culturas contemporáneas” (Debray, 2010), esta idea nos permite observar el debate como un dispositivo performático que funciona a partir de la emisión de imágenes y en el que se construyen a su vez, imágenes en términos de *marketing* político.

Por lo tanto, en el análisis, es pertinente considerar los planteamientos de este autor en cuanto a las tres dimensiones prácticas de la imagen:

Una técnica, referida al modo de hacer y de transmitir. La segunda simbólica, es decir contiene la naturaleza de los términos entre los que media y la tercera relacionada con lo político, dimensión que se ocupa de determinar y administrar las imágenes que se producen (Debray, 2010).

Para Debray (2010) la comunicación telepática es producida por el cuerpo, las mímicas y los gestos y ha precedido, en la especie y en cada individuo, a la comunicación simbólica.

Es también oportuno retomar de Debray su planteamiento sobre los tres ambientes mediológicos en que ha vivido la humanidad: ambiente de la escritura (logosfera), ambiente de aplicación de la imprenta (grafosfera) y ambiente audiovisual (videosfera). Debray (2010) afirma que a cada ambiente le corresponde un tipo de imagen –el ídolo, el arte, lo visuátil– y cada imagen tiene su propio régimen –presencia, representación, simulacro–. Agrega que a través de la historia se ha presentado un común denominador, que tiene que ver con la administración que hace de la imagen, el poder político y el poder económico.

Según Debray en el ambiente mediológico de la videosfera⁸, “Nuestro visual está en rotación constante, ritmo puro, obsesionado con la velocidad” (Debray, 2010) cuyo régimen es el “simulacro”⁹. Los debates de televisión, los candidatos como *performers*, las coyunturas que les anteceden y preceden, las reacciones tipo súbdito-performenso o ciudadano, se observan entonces en el marco de lo que Debray (2010) denomina simulacro como régimen dominante en la contemporaneidad y que podemos asociar con el concepto de tecnologías políticas (Castro, 2010) de Foucault, como la puesta en marcha de una racionalidad técnica, expresada en dispositivos encaminados al control y manejo de las subjetividades.

Dispositivos que se corresponden con los flujos tecnológicos de cada momento histórico y que hoy día permiten el control de la población y de sus necesidades de consumo. Para Foucault (1999) el simulacro agencia el control social en tanto impacta los aspectos relacionados con el deseo del público, es decir, con las subjetividades.

Para el caso colombiano, se presenta en estos debates-simulacros de democracia, una variedad de posturas y respuestas que corresponden a la estructura política del “público”. El ciudadano crítico encuentra en los debates la reafirmación de sus creencias y criterios políticos. Por su parte, un segmento de lo que aquí consideramos súbditos-performensos, de cara al debate refuerza cómodamente sus estereotipos, en la medida en que encuentra representación en los discursos y postulados de la clase política tradicional. Para otro segmento de esta categoría, el debate televisivo carece de interés, sus parámetros de sociabilidad no contienen el tema político, el devenir de la sociedad no forma parte de sus necesidades e intereses existenciales.

⁸ “El fenómeno característico de la videosfera es la desimbolización mediante la *privatización de la mirada*. Se dispersa lo colectivo, lo comunitario, hasta la humanidad genérica misma (...). Lo visual indica, decora, valoriza, ilustra, autentifica, distrae, pero no muestra. Y está destinado a identificar el producto en un segundo, y no a ser mirado por lo que es en sí mismo. Lo visual da seguridad” (Debray, 2010, pp. 251-255).

⁹ Según Jean Baudrillard (2008) “La simulación no corresponde a un territorio, a una referencia a una sustancia, sino que es la generación por los modelos de algo real sin origen ni realidad: lo hiperreal”. Para Baudrillard “Después de Maquiavelo los políticos quizá han sabido siempre que el dominio de un espacio simulado está en la base del poder, que la política no es una función, un territorio o un espacio real, sino un modelo de simulación cuyos actos manifiestos no son más que el efecto realizado” (2008, pp. 9-33).

Sobre este telón de fondo, es válido retomar la afirmación de Debray cuando plantea cómo la unidimensionalidad temporal y la sucesión vertiginosa de imágenes engendran seres sin memoria, dándose la unilateralidad y el no retorno del público a la emisión televisiva¹⁰. Para él esta dinámica crea una asimetría que se convierte en legitimación de un mandato, el orden queda de un solo lado de la pantalla, esto implica que la televisión es un hecho político, en tanto codifica lo visible. “El poder pertenece a los visibles” (Debray, 2010, p. 261), de ahí la importancia que dan los políticos al diseño de su performance y el peso que otorgan a la preparación de sus puestas en escena, que se televisan.

Debray (2010) nos muestra claramente la existencia en el campo de la política contemporánea, de un problema estructural también revelado por Sartori (2006), en cuanto a la relación que puede darse entre los poderosos del sistema político y los poderosos del sistema académico –tecnocracia–, configurando “una tiranía perfecta y perfeccionada por la tecnología del hombre como resultado de un control simbólico totalitario”, en el marco de un “mundo horizontal cuya unidad organizativa y de análisis son la imagen y el mensaje”.

Sartori (2006) nos muestra cómo en cuanto más impera la “voz del mensaje”, más se hace posible excitar, manipular y movilizar a las masas humanas en una dirección u otra. Lo que Sartori (2006) destaca es que “el epicentro de nuestro ‘hábitat simbólico’ se ha modificado radicalmente, pasando de la palabra escrita y hablada a la imagen visual; que la centralidad de la imagen visual marca cada vez más profundamente nuestra existencia” (p. 324). Para Sartori (2006) las preguntas que condicionan nuestro futuro se refieren a ¿quién controlará y de qué manera el bombardeo del mensaje? ¿Cuál es la suerte y las posibilidades de la democracia? Entendida esta según la tradición occidental como un “sistema protector” de la libertad individual.

¹⁰ Un ejemplo de esta situación mediática se observa en el proceso electoral del 2008 en los Estados Unidos. Para el ex vicepresidente Al Gore, el electorado norteamericano se mueve al vaivén de los instintos y las manipulaciones, su fuente primaria de información es la llamada caja idiota, “En el mundo de la televisión, el masivo flujo de información es en su gran mayoría de una sola vía. Los individuos reciben pero no envían. Una ciudadanía bien informada está en peligro de convertirse en bien entretenida” (El Espectador, 22 de agosto de 2008).

Ahora sí, *performance*

La aplicación y desarrollo del *performance* en el campo de las artes y el teatro a mediados del siglo XX, suscitan en las ciencias sociales la asunción de sus postulados, criterios y perspectivas, para explicar y entender la complejidad de lo que algunos autores denominan la “condición posmoderna”. La noción y el concepto de *performance* han sido sujetos de múltiples definiciones y aplicaciones, la evolución del concepto se ha consolidado de diferente manera en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica.

En Europa el concepto se deriva de los estudios teatrales, partiendo del significado fundamental de la palabra *performance*, que es el de representar, interpretar, actuar. La teatrología es una disciplina que evolucionó principalmente en Francia e Italia desde los años sesenta y que se centró en la semiótica para estudiar el fenómeno escénico. Patrice Pavis (1984) sugiere que la teatrología es una disciplina social y antropológica cuyo objetivo es el de establecer una “relación social concreta”, lo que ha permitido que en la actualidad amplíe su marco de análisis al contexto de la sociedad dentro de la cual se efectúa un montaje escénico. Es decir que, a partir de los criterios, pautas y principios de un campo de expresión humana, en este caso el teatro, puede pensarse, analizarse y entenderse una sociedad. No obstante, se continúan dando discusiones en torno al significado de la palabra, sus connotaciones en la esfera del teatro y lo que representa su extrapolación al campo social y de la cultura.

En Estados Unidos, también hacia los años sesenta Schechner (2000) y otros investigadores del tema se interesan en el campo de estudios de la *performance*, mediado por la comprensión de que las sociedades de la época se desarrollan en el marco de

(...) un mundo post-colonial, en el que las culturas se chocan, se influyen y hasta se interfieren, hibridizándose con energía. Esos choques no son siempre “políticamente correctos” (...) las poblaciones se mueven por fuerzas económicas a las que cortésmente llamamos “mercado” por el internet y otras nuevas tecnologías de la comunicación (Schechner, 2000, p. 11).

Esta perspectiva estadounidense retoma entonces los géneros estéticos y expresivos del teatro, la danza y la música, incluye también los ritos

ceremoniales humanos y animales, seculares y sagrados, las representaciones y juegos de la vida cotidiana, contenidos en los roles familiares, sociales y profesionales que asume el individuo. Igualmente, asume la acción política, las campañas electorales y los modos de gobierno, los deportes y otros entretenimientos populares, las psicoterapias dialógicas y las que se orientan hacia el cuerpo, las diversas formas de curación (chamanismo) y los medios de comunicación. Para Schechner (2000) el *performance* no tiene límites fijos, al tiempo que es propicio como “campo de estudio *inter*, es decir interdisciplinario, intergenérico, intercultural, inestable”, que puede tomarse como construcción teórica y/o como disciplina académica.

En América Latina investigadores sociales hacia los años setenta retomaron la extrapolación de la teatralidad para lograr la interpretación de los diferentes contextos socioculturales de la región. Diana Taylor es la precursora de los estudios de la *performance* latinoamericana, articulándose a la dinámica que se jalónaba desde la corriente de estudios de *performance* norteamericana. Al tiempo que su traducción al español ha motivado discusiones de los especialistas, también ha permitido que se obtengan consensos en torno a las cualidades referidas a sus múltiples usos y significados, lo que lo convierte adicionalmente, en un elemento estratégico para comprender la contemporaneidad de la sociedad, dada la presencia ancestral de lo performático en las diversas culturas.

Performance como episteme

En otro sentido, los estudios del *performance* facilitan la apropiación de una metodología en la que los acontecimientos pueden leerse como *performance*, en tanto se repiten y se reproducen.

Temas como el de la ciudadanía, el género, la etnicidad, la sujeción civil entre muchas otras prácticas sociales, culturales y políticas, pueden entenderse y suscitar transformaciones a partir del *performance*, en tanto episteme. Es pues en la actualidad el *performance*, un territorio en construcción, que es terreno fértil para el análisis de comportamientos humanos en el campo de las artes y en la esfera pública, poniendo de manifiesto las interacciones, interconexiones, roces y fricciones de los diversos sistemas comunicacionales que hacen posible y comprensible, las dinámicas humanas y permiten

la aplicación del término y de la perspectiva del *performance* en el campo académico, político, científico y de los negocios (Taylor, 2009, p. 30).

Dada la vastedad y amplitud de su dimensión, señala Taylor (2009), es importante valorar las diferencias entre *performance* y algunas expresiones que están inmersas en él, como es el caso de la teatralidad, el espectáculo, la acción y la representación. En cuanto a la teatralidad, el milenario desarrollo de las artes escénicas da cuenta de la aplicación de cánones y criterios teatrales universales. Ello supone que en la puesta en escena, hay una preconcepción, portadora de una intención, que pretende un resultado eficaz. La puesta en escena centra también la atención de los participantes, concebidos como entidades presentes, vivas.

“De manera opuesta a las narrativas, los escenarios (peripecias) nos obligan a considerar la existencia corporal de todos los participantes. La teatralidad hace de esa peripecia algo vivo y atrayente” (Taylor, 2009, p. 33). En este marco de análisis, el teatro propicia la expresión de otros lenguajes no discursivos. A su vez el espectáculo, Taylor (2009) lo entiende como “una serie de relaciones sociales mediadas por imágenes, el espectáculo, ata a los individuos a una economía de miradas y de mirar”. Respecto a la noción de acción, señala que actuar procura la intervención de los individuos, dentro de unos marcos estéticos y políticos. “‘Acción’ aparece como más directa e intencional, y de esa manera menos implicada social y políticamente que ‘perform’, que evoca tanto la prohibición como el potencial para la transgresión” (Taylor, 2009, p. 33).

Este prisma conceptual tiene en común la inclusión de asuntos como el cuerpo, el movimiento y la representación, instrumentos para la configuración de actos humanos vitales que procuran la transmisión del saber de las sociedades, por ende, conservan la memoria de los pueblos, factor contundente para mantener y renovar la identidad de las culturas.

En este recorrido observamos el papel y la función del *performance* desde diversas perspectivas, que en unos casos se refieren a su carácter efímero, en tanto acción viva, que no logra documentarse o reproducirse. Otras comprenden el *performance* como un aliado en la transmisión y preservación de la memoria, de la historia y del conocimiento. Incluso, Taylor se aventura a proponer que a través del *performance* puede construirse una

nueva visión del mundo, ya que podría reconstruirse la historia humana, que ha atestiguado los desaciertos del ejercicio del poder y de la dominación cultural milenariamente.

Al tiempo, indica que la historia registra creaciones y experiencias en perspectivas inteligentes y solidarias, las cuales abren una veta interesante para repensar la calidad y la eficacia de las expresiones y prácticas socioculturales. Esta propuesta sugiere entonces, la posibilidad de asumir la construcción de un horizonte humano diferente, en la medida en que “performar” proactivamente, procuraría la renovación y transformación de prácticas y costumbres desacertadas, por lo tanto, habría una oportunidad de escribir una historia que registre un ser humano consciente, fraterno y equitativo, de lo cual hay pocos reportes.

El debate como *performance*

Si bien el *performance* en el marco del desarrollo de las artes deviene en parte de las artes plásticas, es evidente que estas toman de las artes representativas del teatro, sus estructuras básicas. Esta “apropiación” de la estructura básica de las puestas en escena teatrales, supone una modelación que amplía las posibilidades de su uso. Aspectos tales como el tiempo en la esfera del teatro, el sentido del tiempo teatral y los tecnicismos del tiempo teatral en diferentes épocas históricas, son cimientos sobre los que la performance construye sus propuestas.

En el teatro y en el *performance*, se requiere conceptualizar y darle sentido a las escenas, a los cuadros, a las secuencias de lo narrado. Igualmente han de pensarse las entradas, las salidas de personajes, el intercambio entre ellos. En ambos, también cumplen una función los gestos de los actores, la forma en que enuncian el contenido del texto y lo que gesto, texto y puesta en escena pueden dar por sobrentendido.

Peter Brook sostiene:

No hay duda de que una sala de teatro es un lugar muy especial. Es como un cristal de aumento y también como una lente reductora. Es un mundo pequeño que fácilmente puede ser insignificante. Es diferente de la vida cotidiana y fácilmente puede divorciarse de la vida (1990, s. f.).

Brook (1990) resignifica los sentidos de la práctica actoral, mediado por el compromiso que aplican los actores, asegurando que en la escena la vida se refleja, no se separa de lo que afuera de la escena ocurre, asume entonces, que el actor ha trabajado en torno a la observación de valores que se reproducen en la sociedad y de los que el actor, se ha formado un juicio.

El actor más tosco e incoherente está comprometido en la graduación del tono, el modo de andar, ritmo, posición, distancia, color y aspecto como el más cultivado. En los ensayos, la altura de una silla, el tejido de un traje, la intensidad de la luz, la calidad de emoción, importan en todo momento: la estética es práctica. Se equivocaría quien dijera que eso se debe a que el teatro es un arte. El escenario es un reflejo de la vida, pero esa vida no puede revivirse por un momento sin un sistema de trabajo basado en la observación de ciertos valores y en la formación de juicios sobre tales valores (Brook, 1990, s. f.).

Al traer esta apreciación del autor al escenario de los debates de televisión, se evidencia cómo en ellos se pone en escena todo un tinglado estratégico: elementos estéticos, tecnológicos, colores del lugar, iluminación, disposición de imágenes institucionales y el vestuario de todos los presentes. Aquí, el candidato de turno se comporta como lo hace el actor, en la descripción anterior. Actor y candidato otorgan “lo mejor de sí”, en busca del resultado esperado. Igualmente, el *performer* desarrolla a cabalidad su propuesta, en dirección a la movilización deseada de su “público”.

El actor-candidato cristaliza su personaje, consolida o deteriora su imagen en el debate televisivo, ya que esta herramienta mediática pone en escena sus ideologías, filosofías y subjetividades. Retomando a Schechner (2000), en el drama hay un texto fijo en todos sus detalles, los gestos precisos del papel se ensayan para una ocasión particular mientras que “en la vida”, el texto se “reemplaza por un proceso continuado que se pone en movimiento gracias a las exigencias objetivas del papel y los motivos subjetivos y las metas del actor” (Schechner, 2000, p. 29).

El debate es un *performance* y los candidatos *performers*¹¹, en la medida en

¹¹ “El actor” al introducir explícitamente, materialmente su cuerpo en su obra, introduce los aspectos particulares, la diferencia de raza, género, sexo, etc., y genera un nuevo vínculo con el público activando una serie de impulsos (deseos) que el cuerpo despierta en sí.

que las escenas y el contexto de la campaña suponen una puesta en juego que implica reglas, competencia, representación y teatralidad, dirigida al logro del objetivo: alcanzar el poder para continuar direccionando las riendas del país, preservando los privilegios de la clase política u ofrecer un nuevo panorama, un cambio, una transformación de la realidad nacional en lógicas y perspectivas incluyentes, integrales y equitativas.

Por otro lado, la valoración de la esencia artificial del teatro como lugar especial que demanda escenografía, vestuario, maquillaje, etc. permite observar en el marco de la campaña política, que en el debate televisivo, el candidato-actor retoca su identidad y junto al público, se viste con el esmero que los cánones exigen para entrar a un lugar de privilegio político y social. “Vida y artificio, recreados en el teatro, o en la televisión se relacionan con diversas circunstancias sociales, teniendo en común la necesidad de un público, que valide su propósito” (Schechner, 2000, p. 29).

En este caso la valoración del *performance* de los candidatos en las diferentes escenas, ayuda a contemplar aspectos como la entonación, la expresividad corporal, la claridad en el libreto, la capacidad de improvisación y el estilo de cada uno de los actores. Aspectos que se reflejan en su desempeño como *performer* y en sus propuestas de *marketing* y que, a su vez, dan cuenta de la visión de ciudadanía que portan.

¿Ciudadano o súbdito-performenso?

Si esta investigación tiene como propósito analizar el trasfondo de los contenidos ideológicos y simbólicos adoptados en el discurso del candidato como *performer*, para identificar su relación con la construcción de ciudadanía, es pertinente definir qué se entiende por ello.

De acuerdo con el concepto de ciudadanía de Cortina (1997), encontramos que para esta autora la tradición griega aporta el cimiento de lo cívico en la tradición republicana, con el propósito de superar la violencia por medio

La performance mientras tiene lugar, produce lecturas continuas tanto para el “actor” como para el público. “Uno de los puntos más indiscutibles del arte de la performance: el artista deviene su propia obra de creación”. “La performance –dice Jochen Gerz– es un acto vivo, hecho por un ser vivo, delante de personas vivas” (Nava, 2000, s. f.).

de la comunicación, señalando que este componente griego de la deliberación, emerge en su momento en los postulados de la tradición liberal y en los planteamientos que en el tiempo, formularon los autores comunitarios en tanto, es un medio adecuado para generar desde las posturas y criterios individuales, una voluntad común. “La participación directa en los asuntos es la marca de la ciudadanía” (Cortina, 1997, p. 50). En esta mirada, la autora apunta las limitaciones de esta apuesta griega, que aún hoy operan y muestra cómo estos hechos dieron pie a que la noción de ciudadanía se desplazara de la participación activa, al proteccionismo de los gobernantes.

Se puede observar que si bien la raíz de la ciudadanía es griega, el concepto actual de ciudadano procede de los siglos XVII y XVIII, período en el que surge el concepto de Estado de derecho, que al lado de los conceptos de nación y ciudadanía, se nutre de otros desarrollos históricos y de los entramados sociales, producto de las revoluciones francesa, inglesa y norteamericana y del nacimiento del capitalismo, para derivar en la concepción contemporánea de la ciudadanía.

Cortina (1997) considera canónico el concepto de ciudadanía social planteado por Thomas H. Marshall, quien concibe al ciudadano como aquel que en una comunidad política goza de derechos civiles que le procuran libertades individuales, derechos en los que insisten las tradiciones liberales. Así mismo ejerce el ciudadano derechos políticos que facilitan la participación política, aspecto que retoman los republicanos y también de los derechos sociales, referidos al acceso al trabajo, educación, vivienda, salud y prestaciones sociales. “La ciudadanía social se refiere a este tipo de derechos sociales, cuya protección vendría garantizada por el Estado nacional, entendido no ya como Estado liberal, sino como Estado social de derecho” (Cortina, 1997, p. 67).

Para Cortina (1997) es fundamental contener en el concepto de ciudadanía, el hecho de que el ser humano es ante todo miembro de una sociedad civil, por esta razón asume también las teorías de Kant, que discurren por los territorios de la publicidad como principio de ordenación jurídica y como método de ilustración. También contiene en su análisis la teoría de J. Rawls, respecto al uso público de la razón y la publicidad política de Habermas, que ressignifica:

(...) que los sujetos de esta opinión pública no son como en el caso de Kant, los sabios ilustrados, sino los ciudadanos afectados por el sistema político y el económico, que defienden intereses universalizables y colaboran, por tanto, en la tarea de formar una voluntad común discursivamente. Se trata pues de un espacio público creado comunicativamente (Cortina, 1997, p. 172).

En síntesis, para la autora

(...) un concepto pleno de ciudadanía integra un estatus legal (un conjunto de derechos), un estatus moral (conjunto de responsabilidades) y también una identidad, por la que una persona se sabe y siente perteneciente a una sociedad, donde el Estado debe proteger la autonomía de los sujetos al elegir la identidad individual y debe permitir la coexistencia del más amplio número de formas de vida, junto a la libertad privada, el bienestar personal y la seguridad de los ciudadanos (Cortina, 1997, p. 172).

A este Estado lo denomina Estado radical, para diferenciarlo del Estado liberal neutral, que “elude las discrepancias”.

Por otro lado, para esta investigación es oportuno incluir los planteamientos de la historia del sufragio universal, que hace Pierre Rosanvallon (1999) en el texto *La consagración del ciudadano*. En su análisis enfatiza en el valor que de fondo demanda su instauración, al poner en la escena pública el tema de la igualdad y lo que supuso para las distintas sociedades que tuvieron que ver con sus orígenes, el asunto de la concepción de la libertad moderna. Para Rosanvallon (1999) la igualdad política reconoce el mundo de los individuos.

El sufragio universal es una especie de sacramento de la igualdad entre los hombres. El derecho al sufragio produce a la propia sociedad. Es un derecho constructivo. El sufragio universal logra, en su sentido más profundo la laicización del mundo occidental, y se abre verdaderamente la era del individuo (Rosanvallon, 1999, p. 12).

El individuo y la realización de la igualdad, se constituyen entonces, en los elementos estructurantes de las sociedades modernas, la igualdad política inaugura la historia moderna de lo político, sin embargo, el autor sostiene que “si la institución del derecho al voto está ya establecida irre-

versiblemente, erigida en una evidencia, los principios que la fundan no han terminado, por su parte, de cuestionar nuestras prácticas y de sacudir nuestras certidumbres” (Rosanvallon, 1999, p. 17).

La idea del derecho al sufragio no es ciertamente concebible si no se reconoce la soberanía del pueblo y el uso del procedimiento electoral, para designar representantes. Durante un largo período, será a través de toda una serie de equívocos y deslizamientos entre lo viejo y lo nuevo, como la figura del ciudadano elector se superpondrá a la del individuo sujeto de derecho, tendiendo a mezclarse progresivamente los dos sentidos de la palabra ciudadano (Rosanvallon, 1999, pp. 32-33).

Por último, para definir el concepto de ciudadanía que asume *Performers* y *Performensos*, es válido también considerar las ideas esbozadas por el grupo de investigación Ciudadanías Incluyentes, de la Universidad Nacional de Colombia, quien afirma que “el concepto de ciudadanía vive hoy un renacer político que le ha dado vuelo teórico y práctico”. Estos investigadores entienden la ciudadanía “como un conjunto de mecanismos de inclusión en la vida política, socioeconómica y cultural de las sociedades locales” (Universidad Nacional de Colombia, 2009, p. 39). En esta propuesta académica se indica además cómo

(...) el énfasis neoliberal en las políticas económicas jalonadas por instancias supranacionales se ve reflejado en las prácticas que limitan y obstaculizan la constitución de ciudadanía nacional e incluso global. Aún más, como resultado de la transnacionalización del capital privado, la globalización transforma el concepto y la vivencia de la ciudadanía subordinándola y confundiéndola con la figura del consumidor. En respuesta a estos procesos globales de exclusión social que son connaturales al modelo neoliberal han surgido nuevas estrategias, discursos y prácticas, también globales alrededor de la protección del entorno, la promoción de los derechos humanos, el fomento de la representatividad y el respeto por las especificidades de minorías étnicas, raciales y sexuales. Estas luchas sociales rompen con patrones tradicionales de entender la política y han contribuido de manera significativa a la constitución de una ciudadanía más incluyente (Universidad Nacional de Colombia, 2009, p. 40).

Para este grupo de investigación,

(...) la ciudadanía es un concepto dinámico y no solamente el resultado exclusivo de la acción del Estado, ya que la visión institucional de ciudadanía es transformada constantemente por procesos de producción, circulación y empleo estratégico y táctico de conocimientos socialmente pertinentes para reinventar la convivencia y el bienestar social. Así mismo la propuesta muestra cómo en la sociedad colombiana marcada por la desigualdad y la concentración extrema del poder, la ciudadanía no se ejerce, sino que se conquista a través de la participación de los sujetos (Universidad Nacional de Colombia, 2009, p. 41).

Podríamos decir que este ejercicio investigativo está orientado por una concepción republicana de la ciudadanía en tanto,

(...) el republicanismo concibe al ciudadano como alguien que participa activamente en la configuración de la dirección futura de su sociedad a través del debate y la elaboración de decisiones públicas. Toma la concepción liberal de la ciudadanía como conjunto de derechos y le suma la idea de que un ciudadano tiene que ser alguien que piensa y se comporta de un modo específico. Un ciudadano se identifica con la comunidad política a la cual pertenece y se compromete con la promoción del bien común por medio de la participación activa en su vida política, hay disposición a argumentar y a escuchar las razones dadas por los demás, absteniéndose de la violencia y la coerción. En la visión republicana de ciudadanía las identidades grupales se reconocen en el sentido de que todos los sectores pueden acceder a los foros de tomas de decisiones y no existen barreras para las pretensiones y exigencias que presentan (Miller, 1977, p. 83).

El súbdito, en nuestro caso el performenso, es el sujeto que no se interesa ni en ejercer, ni en conquistar la ciudadanía, en los términos antes descritos, en tanto valora con apatía o indiferencia el mundo de la política y opta por no participar o, lo hace seducido por prácticas clientelistas. También entendemos por súbdito, el individuo que no se reconoce como sujeto de derechos y deberes y no se apropia de los dispositivos de interlocución con el Estado, asumiendo una postura de sumisión, obediencia y recepción pasiva, emparentada más con un modelo de gobierno monárquico que con un Estado social de derecho.

Generalidades de la cultura política colombiana

Según el último estudio sobre cultura política del Latin American Public Opinion Project (LAPOP) (2010) Colombia reporta uno de los índices de votación más bajos del continente, dos de cada tres colombianos dicen que la política les interesa poco o nada. En cuanto al activismo político, expresado en el proselitismo y la participación en campañas electorales, Colombia muestra un nivel de comportamiento bajo, tres de cada cuatro colombianos nunca trataron de convencer a alguien de votar por algún candidato o partido, mientras que uno de cada diez, trabajó para algún candidato o partido en las elecciones presidenciales del 2006.

Otro aspecto relevante para nuestro caso, es el de las afinidades partidistas. El mismo estudio hecho por el LAPOP, da cuenta de cómo entre 2009 y 2010, se incrementó el porcentaje de seguidores del Partido de la U, creado a instancias del entonces presidente Álvaro Uribe, al tiempo que se observa un descenso en los seguidores del Polo Democrático Alternativo y el surgimiento del Partido Verde. Dos partidos cuyos simpatizantes se ubican en las zonas urbanas y en los niveles educativos más altos de la población, mientras que partidos tradicionales, especialmente el Liberal y el Conservador reciben más adhesiones en sectores menos educados y residentes en áreas rurales.

Frente a la dimensión económica, relacionada con una mayor o menor intervención del Estado en la economía y la dimensión social-moral-ética que se asocia con actitudes frente a temas de drogas, sexualidad, racismo, libertad de cultos, entre otros, el estudio revela que quienes simpatizan con la U y Cambio Radical se muestran como los más estatistas, los afines a los partidos tradicionales son los más conservadores, mientras que los seguidores del Polo, siendo estatistas no son tan progresistas en términos sociales-morales, en esta dimensión, los más “liberales” son los Verdes, pero son quienes menos respaldan la intervención estatal en la economía.

Veamos cómo la performatividad que emergió en la campaña presidencial del 2010, nos permite hacer otra lectura de nuestra cultura política identificando las situaciones que agencian o restringen la construcción de una ciudadanía plena.

Capítulo II

La evolución performática de la campaña presidencial 2010

Para analizar la evolución del *performance* de los candidatos en campaña, partimos de la tesis propuesta en esta investigación: ejercer la política comporta una acción actoral en la que el actor-candidato es un *performer* en múltiples escenarios. En específico, se considera que el escenario del debate de televisión es el más determinante en la construcción de una imagen, ajustada a los parámetros de consumo cultural y político propios de la posmodernidad.

Dentro de la metodología aplicada, se hace seguimiento a catorce debates, entre el 10 de marzo y el 17 de junio de 2010. En este mismo período se registra el reporte de las noticias políticas de los canales RCN, Caracol, Uno, CityTV, Teleantioquia y Telemedellín. Además se hace un sondeo permanente de la evolución de las campañas en la web y de manifestaciones partidistas en Bogotá y Medellín. El rastreo tuvo en cuenta:

- *Formas performáticas*: la escena, el espacio que se abre para la socialización del ideario político de candidatos, el diseño y el formato de quienes convocan.
- *Elementos performáticos*: la manera en que cada candidato asume el escenario y la imagen que proyecta su *marketing* político.

- *Libretos*: formas discursivas que promueven el ejercicio de la ciudadanía o el subditaje. Aspectos conceptuales e ideológicos puestos en juego, los acentos que se aplican en los discursos, mediados por la vehemencia, el sarcasmo, la agudeza, la severidad o el tono crítico con que se expresan, propiciando que la palabra y su tono, den cuenta del poder performativo del lenguaje.
- Expresiones de apoyo o rechazo a los candidatos y al momento político.

Temporada de teatro 2010

Al equiparar la contienda electoral con una temporada de teatro, encontramos que no es fácil clasificar el debate televisivo dentro de un género teatral particular, pues no es una tragedia como tal, así sepamos que el propósito básico de la tragedia sea causar compasión y terror en el espectador y con ello, servir de canal catártico al público¹². Ahora bien, en el debate televisivo se simula para el “público” un ideario en el que la esperanza, la búsqueda de progreso y la aplicación de la equidad, permitirán de una vez por todas que la nación no penda de un hilo, para ello, el actor-candidato-*performer*, ofrece unos equilibrios que trascienden el hecho catártico, en dirección a satisfacer subjetividades consumistas.

El candidato representa la esperanza de salir de la tragedia en la que se vive, pues su *performer* le exige posar de redentor, de pastor y contadas excepciones el actor-candidato se interesa en mostrar los límites de ese Estado que aspira a gobernar y que para el caso colombiano, es un Estado en el que la tragedia no deja de expresar nuestra realidad política.

El debate de televisión tampoco es una comedia, porque si bien algunos formatos suscitan situaciones divertidas, por lo general, las puestas en escena son sosas, repetitivas, poco emocionantes y con finales no siempre felices. De acuerdo con los formatos observados el debate se parece mucho más a un género televisivo contemporáneo, que a las categorías teatrales existentes. Estamos pues, frente a un *reality*, que a su vez forma

¹² Según Ávalos (2006) la tragedia nos muestra una confrontación argumentativa que no persigue la verdad sino lo razonable y plausible, por medio de una adecuada exposición de ideas. En efecto, la tragedia, y esto es muy importante, es contraria a la verdad filosófica.

parte del gran *reality* que es la campaña misma, modelado por condiciones coyunturales externas, donde muchos ven a pocos y aunque en este escenario emergen temas relevantes, estos no alcanzan a desarrollarse en profundidad, mediado por los tiempos televisivos, tiempos que implican brevedad, contundencia, concreción y rapidez en las respuestas, lo que suscita que las miradas se dirijan a los cuerpos que actúan, *performers* que obran también como marcas que ofertan satisfacer no solo necesidades de carácter político, como seguridad e identidad, sino también otras más subjetivas aun, como el riesgo, la adrenalina y el placer que quiere sentir el receptor al no tener que pensar frente a la emisión de mensajes *light*.

Las encuestas como dispositivos que retoman la opinión pública, se aplican paralelamente al desarrollo de los debates televisivos, crean también un “medioambiente” y se convierten en punto de referencia. En este caso determinó el criterio para invitar a los actores de la temporada¹³. Siete actores llegan a la primera presentación del año. Tienen como reto dar a conocer sus libretos, mostrarse, hacerse visibles, ofertar su imagen. Dada la coyuntura del momento, deben transmitir al “público” identidad con la continuidad de las políticas de seguridad del presidente Uribe, quien se constituye en otro actor de la temporada.

La valoración del *performance* de los candidatos en las diferentes escenas, contempló aspectos como la entonación, la expresividad corporal, la claridad en el libreto, la capacidad de improvisación y el estilo de cada uno de los actores. Aspectos que se reflejan en su desempeño como *performers* y en sus propuestas de *marketing*, las cuales dan cuenta de la visión de ciudadanía que portan.

¹³ En este momento de la campaña, la quinta gran encuesta de Ipsos-Napoleón Franco, hecha para Semana, La FM y RCN radio y televisión, aporta el siguiente punto de partida en términos de intención de voto: Juan Manuel Santos 36 %, Noemí Sanín 17 %, Antanas Mockus 9 %, Germán Vargas Lleras 8 %, Gustavo Petro 6 %, Sergio Fajardo 5 % y Rafael Pardo 4 %. Jaime Araújo, Jairo Calderón y Robinson Devia, también son candidatos, ninguno llega al 1 % de intención de voto (Semana, marzo de 2010, p. 22).

Tabla 1. Criterios valoración performer

<i>Entonación</i>	<i>Expresividad corporal</i>	<i>Claridad en el libreto</i>	<i>Capacidad de improvisación</i>	<i>Estilo</i>
Da cuenta del ritmo y la fluidez en que se expresa el discurso hablado de cada actor-candidato	Refiere la expresión corporal que desarrolla en la escena, el manejo de público y cámaras y la expresión de los gestos faciales	<p>Contiene las formas con las que cada candidato argumenta su ideología, idearios y subjetividades.</p> <p>Señala el manejo de las reglas de juego de cada debate</p>	Explicita la capacidad de dar respuestas acertadas frente a aspectos imprevistos que se abordan en los debates	Perfila la perspectiva discursiva que aplica cada actor-candidato al comunicar sus propuestas. Se define como natural, en la medida que la expresión de sus convicciones es clara y su expresión corporal se percibe en armonía con su discurso. Se define como hechizo, el que se acomoda para lograr básicamente el objetivo electoral

Criterio	Candidato	Valoración
Entonación	Santos	Aunque su tono puede ser fuerte, todo el tiempo mantiene un ritmo pausado
	Mockus	En general su ritmo es pausado, aplica también tonos críticos y vehementes
	Petro	Fuerte
	Vargas	Fuerte, militarista
	Pardo	Sostenida, sin altibajos
	Noemí	Fuerte, redundante, usa diminutivos para expresar sus ideas
Expresividad corporal	Santos	Realiza movimientos controlados de brazos y manos de manera cíclica, repetitiva. Dirige la mirada generalmente en una sola dirección, su gesto facial denota muchas veces arrogancia
	Mockus	Es simpático con quienes interactúa, mira permanentemente a su público. Enfatiza el movimiento controlado, particularmente de su brazo y mano izquierda. En ocasiones sus manos temblaron dejando ver su afectación por el párkinson
	Petro	Arrogante, parca, sonríe muy poco

criterio	Candidato	Valoración
	Vargas	Parca, poco gestual. Mira en una sola dirección fija, no pestañea. Señala vehemencia con el movimiento del índice derecho. Visibiliza con aparente intención el muñón de su mano izquierda
	Pardo	Su carisma se ha desdibujado en su trayectoria política. Habla con carácter, con actitud, su expresión facial y mirada son tristes y serias
	Noemí	No proyecta la tranquilidad que le exige el libreto. Tiene manejo adecuado de público y de cámara
Claridad en el libreto	Santos	Memoriza guiones, se expresa con convicción
	Mockus	La forma en que transmite sus ideas es inadecuada, sus respuestas no son entendidas por la mayoría del público, en tanto las plantea en una perspectiva compleja
	Petro	Agudo, locuaz y fluido
	Vargas	Libreto totalmente memorizado, expresado con convicción
	Pardo	Es comprensible
	Noemí	Redundancia en su discurso. Critica el statu quo, al tiempo lo valida
Capacidad de improvisación	Santos	Es capaz de improvisar, su técnica consiste en hacerse el loco, seguir como si nada. Respetuoso con las reglas de juego
	Mockus	No siempre logra improvisar acertadamente, eventualmente se bloquea, por momentos es lúcido, en ocasiones se deja confundir de los entrevistadores. No es riguroso con el cumplimiento de tiempos de respuesta
	Petro	La tiene, lo hace con un humor crítico y mordaz. Respeto las reglas del juego
	Vargas	Improvisa con la fluidez de quien ha estado siempre en la palestra pública. Respeto las reglas del juego
	Pardo	La tiene, aplica el humor con regularidad. Respeto las reglas del juego
	Noemí	Sus rasgos la delatan, para acoplarse a lo que le imponen formatos en los que debe improvisar. Utiliza frecuentemente adagios populares como argumento. Respeto las reglas del juego
Estilo	Santos	Natural-clásico, cachaco de alta élite, <i>lord</i> inglés. Hombre cosmopolita
	Mockus	Natural, académico, profe, intelectual bohemio, performer, transgresor

criterio	Candidato	Valoración
	Petro	Natural, serióte inteligente, <i>nerd</i> .
	Vargas	Natural, militar, radical, dictatorial
	Pardo	Natural ejecutivo, fresco
	Noemí	Hechizo. Refleja las posturas de una señora educada de clase media-alta

Para valorar cómo en el contenido de los discursos-libretos de los actores-candidatos, se perpetúan los esquemas y estereotipos que procuran el afianzamiento de subditaje o ciudadanía, *Performers* y *Performensos* trazó los siguientes criterios de análisis.

Tabla 2. Criterios valoración afianzamiento del subditaje

Respuestas formales-funcionales-cliché	Da cuenta de los argumentos planteados sobre idearios y visiones políticas tradicionales, que respondan a la perpetuación del Establecimiento, que en el tiempo operan de manera funcional y se han convertido en cliché, que satisface a las mayorías
Posturas confesionales	Aquellas que aluden a la estigmatización de sectores poblacionales y actores sociales, desde una perspectiva enfáticamente ortodoxa
Propuestas paternalistas-asistencialistas respecto a procurar derechos económicos, sociales y culturales¹⁴	Propuestas que se basan en favorecer la dependencia al Estado, sin procurar una eficiente transformación de las condiciones de vida de las mayorías, que desconocen los sentidos de un desarrollo en equidad y excluye a las minorías
Laxitud frente a la norma	Releva las posturas ambiguas y cómodas frente a las normas y reglas constitucionales, desdibujando el sentido de la ley y de las instituciones
Marketing político orientado a la campaña negativa	Plantea estrategias dirigidas a descalificar las iniciativas, idearios, visiones y propuestas de quienes considera adversarios

¹⁴ Los derechos económicos, sociales y culturales constituyen una amplia categoría de derechos humanos garantizados en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales y en otros tratados internacionales y regionales sobre derechos humanos jurídicamente vinculantes. Casi todos los países del mundo son Estados partes en alguno de los tratados jurídicamente vinculantes que garantizan dichos derechos. Entre estos se encuentran: el derecho al trabajo, el derecho a la educación, los derechos culturales de las minorías y de los pueblos indígenas; el derecho al disfrute del más alto nivel posible de salud física y mental, el derecho a una vivienda adecuada, el derecho a la alimentación y el derecho al agua.

Énfasis en resolución militar del conflicto	Argumenta permanentemente las bondades de la defensa nacional, sobre parámetros guerreristas, no democráticos
Afianzamiento y aceptación del Establecimiento	Los argumentos son planteados desde la plataforma que el Establecimiento regula, con el propósito de fortalecerlo y perpetuarlo

Tabla 3. Criterios valoración afianzamiento de la ciudadanía

Respuestas alternativas	Contienen argumentos que perfilan nuevas y diferentes maneras de entender y ejercer la política. Igualmente denotan otras vías para abordar estratégica y participativamente el desarrollo
Posturas laicas y seculares	Evidencian la apertura a la diversidad y pluralidad de las conductas y propuestas sociales, que están por fuera de los cánones del Establecimiento
Propuestas estratégicas de desarrollo humano sostenible	Iniciativas centradas en el establecimiento de un modelo de desarrollo integral e incluyente, que pretende instalar criterios de equidad y ciudadanía
Rigor frente a la norma	Reconoce en la ley y en las instituciones, el conducto adecuado para garantizar el cumplimiento de derechos y deberes ciudadanos
Marketing político orientado a la promoción del programa	Centra las estrategias en la difusión y comprensión de iniciativas, idearios, visiones y propuestas propias
Apertura a resolución negociada al conflicto armado	Proponen nuevas formas y maneras de abordar el conflicto armado colombiano, desde una perspectiva democrática
Críticas y nuevas propuestas al Establecimiento	Los argumentos se desprenden del marco constitucional, que pretende el fortalecimiento de un Estado social de derecho

A la par se observó cómo cada canal e institución, imprime en las escenas su sello que se expresa en la metodología, en los contenidos de la interpelación, en la ambientación, donde la localización de los logos publicitarios es predominante, al igual que el uso de tecnologías de punta y la adopción de un formato en específico, factores que propician el desarrollo de una performatividad, que afianza el subditaje o la ciudadanía. Para el análisis esta investigación contuvo los criterios que aparecen en las tablas 4 y 5.

Tabla 4. Criterios valoración medios televisivos afianzamiento del subditaje

Refuerzo de esquemas que perpetúan el subditaje	Argumentos
Neutro frente a temas relevantes para la ciudadanía	Define la exclusión de temas, que no son considerados esenciales para el Establecimiento, dada la postura de que los grandes temas se centran en la economía, la infraestructura, las relaciones internacionales y la defensa nacional
Aborda solo temáticas coyunturales	Centra la indagación en la coyuntura del momento político, restándole al abordaje de problemáticas importantes para el desarrollo del país
Reglas que prohíben la expresión de la subjetividad y emotividad de los actores	Establecen reglas para el debate en las que no se manifiesten factores emocionales entre los actores-candidatos, actores-periodistas y público
Reglas que limitan la deliberación	El formato del debate y los tiempos para responder, limitan ampliar y tratar en profundidad los temas
Publicidad excesiva	Aprovechan la importancia política del evento para programar segmentos amplios de publicidad
Transmisión a altas horas de la noche	Excluyen de la información a las mayorías, que suelen acostarse temprano para madrugar a trabajar o a estudiar

Tabla 5. Criterios valoración medios televisivos afianzamiento de la ciudadanía

Fortalecimiento de esquemas que aportan a la construcción de ciudadanía	Argumentos
Activo o polémico frente a temas relevantes para la ciudadanía	Contiene en la indagación temas incluyentes en cuanto a sectores poblacionales o aspectos del desarrollo, que constituyen problemáticas álgidas para la ciudadanía
Aborda temas que incluyen sectores minoritarios y aspectos fundamentales para el desarrollo nacional	Además de contener la valoración de la coyuntura y de los temas estructurales del desarrollo, incluye las problemáticas de sectores minoritarios y de aspectos del desarrollo que usualmente no son tenidos en cuenta, en “un país donde lo urgente, no deja tiempo para lo importante”
Reglas que permiten la expresión de la emotividad y subjetividad de los actores	Procuran que durante el debate emerjan expresiones emotivas

Reglas que propician la deliberación	El formato y los tiempos para responder facilitan una profundización y deliberación alrededor de las temáticas abordadas
Publicidad moderada-ausencia de publicidad	Priorizan la importancia del acontecimiento político, frente a la productividad económica que garantiza la publicidad
Transmisión en horarios accesibles	Propician que segmentos amplios de la población se informen en horarios accesibles a sus ritmos de vida

Las reglas del reality¹⁵

Una de las características más valiosas de un actor-candidato, es su capacidad de síntesis y de construcción de mensajes claros, acordes con los tiempos definidos por los diferentes formatos, pues en su cumplimiento está la clave para lograr un mejor desempeño. Las reglas de juego de los debates, las determina el factor tiempo, una fracción del presente, en la que en términos de Austin (citado en Butler, 2004), se manifiesta un performativo perlocusionario, un actor que promete y que si bien no hace lo que promete, en el momento en que lo expresa, su enunciado genera efectos en el comportamiento social, en el que se está emitiendo dicha promesa.

Otros aspectos a tener en cuenta como reglas del debate, son la pulcritud en la presentación del actor y la buena actitud, en la medida que son criterios que operan en el imaginario político y mediático, que a su vez los medios validan. La forma en que se ritualiza el lenguaje en los debates se acompaña de una utilería, por lo general con colores y diseños neutros para consolidar la idea de imparcialidad del medio que lo promueve. Estar sentado o parado, ocultar o dejar que se vean los pies, son algunos de los detalles que determinan una pauta de comportamiento para el actor-candidato, quien siempre debe considerar el desempeño en el debate con una mirada estratégica, es decir, ajustarse a las reglas, es lo conveniente.

¿Qué y cómo se pregunta? ¿Quién diseña las preguntas? ¿A quién se pregunta? ¿Quién pregunta y en qué momento? Son cuestiones que a simple vista pueden parecer irrelevantes, pues se da por hecho que en el debate los cuestionarios giran en torno a temas relevantes, no obstante, en estos

¹⁵ Los detalles de estas reglas se registran en el anexo.

simulacros implícita y explícitamente subyace una intención que porta una ideología y a su vez fija el formato del debate y la puesta en escena.

Empieza la función

Escena 1. “El Gran Debate. Elecciones 2010”. RCN, Revista Semana y La FM. 10 de marzo de 2010. 11:00 p. m.

RCN inicia el ciclo de debates televisivos, programados por lo que denominan la Gran Alianza de Medios. El espectáculo se anuncia con rimbombancia patriótica, imágenes del tricolor nacional fluyen en los fondos de la pantalla, ratificando con ello el poder y el impacto de los medios en el devenir de este proceso electoral.

La escenografía observada en todos los debates no desconoce los criterios de *marketing* moderno, como colores neutros, diseños minimalistas en utilería, posicionamiento de logos institucionales y demás. La escena del primer debate ha sido dispuesta en forma rectangular, fondo negro, tablero electrónico con infografía sobre las reglas del debate, agua en vasos transparentes y dos mesas enfrentadas: actores-periodistas y actores-candidatos ocupan el set televisivo. La mecánica del debate utiliza un sonido, simulador de escena y momento de suspenso o terror para anunciar la finalización del tiempo de respuesta¹⁶. Cuatro mujeres “estrellas” del canal RCN y el director de la Revista Semana, conforman el grupo periodístico¹⁷.

Esbozos de ciudadanía y subditaje

Estos esbozos dan cuenta de cómo cada actor-candidato incentiva la construcción de ciudadanía o refunde y estimula el subditaje, en este debate observamos en Mockus una expresión de su *performance* más centrada en el plano de la ciudadanía. Con sus posturas, privilegia los planteamientos éticos a los pragmáticos y transgrede reglas del *marketing* político y del deber ser de su comportamiento en el debate de televisión. Si bien se prepara, no desarrolla adecuadamente su libreto, no dimensiona asertivamente el manejo del tiempo, no se ajusta con rigor a las reglas del juego, sin que

¹⁶ Primer debate candidatos presidenciales de Colombia Parte 1. En: <http://www.youtube.com>

¹⁷ Clara Elvira Ospina, Vicky Dávila, Claudia Gurisatti y Alejandro Santos.

ello se lea o se reporte en este momento de la contienda electoral, como algo negativo para su campaña.

Un claro aporte al subditaje lo hacen Noemí, Santos, Vargas y Pardo quienes dejaron ver por primera vez, su capacidad de argumentación para blindarse frente a preguntas que comprometen actividades y acciones políticas previas. Su actuación es la defensa argumentada, gestos que denotan tranquilidad, performatividad que puede leerse como comportamiento cínico, que les permite “lavarse las manos”, “pasar la página”.

Frente a la pregunta por su responsabilidad en el tema de los Falsos Positivos¹⁸, Santos se refugia en su servicio al Estado. Noemí asegura que ha participado en diferentes gobiernos de todos los partidos por sus competencias. Vargas y Pardo se defienden de señalamientos de paramilitarismo en sus partidos y expresan su voluntad para que no vuelva a suceder. Por otro lado, Petro, Mockus y Fajardo se acercan más a una performatividad menos calculada, menos prosúbdita.

Petro ratifica que no ha sido indultado, ni amnistiado, busca limpiar su reputación ante preguntas incisivas respecto a su pasado político. Fajardo por su parte, enfatiza en la honestidad y transparencia de su gestión en Medellín. Antanas reconoce su “pecado” por haber dejado la alcaldía para optar a la presidencia en 2006 y explicita que ya pidió perdón a la ciudadanía y “cerró ese ciclo”.

Asumiendo que los televidentes actúan como ciudadanos cualificados, Clara Elvira Ospina termina la conducción de este primer simulacro expresando: “Ahí están todas las propuestas de los candidatos para que los televidentes tomen partido...”¹⁹. El lenguaje que subyace en el discurso de la presentadora, reafirma el subditaje, al pretender mostrar al canal de televisión como un agente neutral en los procesos de *marketing* político y formación de opinión, también al vender el dispositivo debate como un mecanismo cuyo único propósito es procurar la participación ciudadana y

¹⁸ Término usado para dar cuenta del involucramiento de miembros del Ejército de Colombia en el asesinato de civiles inocentes, haciéndolos pasar por guerrilleros muertos en combate dentro del marco del enfrentamiento a grupos armados. En: <http://www.anarkismo.net/article/10199>

¹⁹ Primer debate candidatos presidenciales de Colombia Parte 1. En: <http://www.youtube.com>

la promoción de la democracia, obviando su interés económico determinado por la pauta publicitaria en un horario de 11:00 p. m., que usualmente cuenta con un bajo porcentaje de televidentes y su interés permanente en refundar el sistema de valores socioculturales imperante, que le permite permanecer en el negocio de los *mass-media*.

Se gesta la Ola Verde

Del primero al segundo debate se produce la Alianza Verde, Mockus-Fajardo, coyuntura que modifica la intención de voto en tanto la dupla, captura el mayor porcentaje del voto de opinión que emergió en este momento de la campaña, por otro lado, los demás candidatos, se refuerzan en sus maquinarias. Analistas políticos de la Revista Semana (abril de 2010) plantean que a esta fórmula le falta conocimiento del país rural, que solo mueven sectores específicos de sus ciudades de origen, por ello consideran que el voto de opinión impacta en las encuestas, no en el resultado electoral.

Escena 2. “Gran Debate Televisivo”. Caracol Televisión-Radio y El Espectador. 18 de abril. 9:00 p. m.

En la disposición de este set se puede observar una intención de significar democracia, en tanto el “círculo mágico” que proponen, se elonga en semicírculo, espacio ideal que denota el “todos caben”. Las paredes laterales del estudio cuentan con un telón de fondo ambientado con telas templadas color marfil, sillas y atriles de metal y acrílico transparentes. Este uso de materiales da cuenta de la intención de aludir a un proceso electoral que invoca al ejercicio político transparente, al tiempo el uso de mobiliario contemporáneo, si bien puede significar la imparcialidad, también puede apuntar a la urgencia de modernidad en la política del país. El color de esta escena es diametralmente opuesto al utilizado por RCN en sus debates, quedando claro entonces, que la pugna y la competencia no es solo entre candidatos.

El logo del canal se ubica en el centro del piso de la escena. La cámara panea en redondo, generando la sensación de que en ese espacio sucede un acontecimiento magnánimo para el país, que expresa claramente la injerencia de los medios en “la determinación de los pueblos” contemporáneos, y la preeminencia maniquea que ejercen en la sociedad, como reproductores del Establecimiento.

En contraste con el primer debate de RCN, el tono de grandilocuencia de *reality* decrece, no desaparece. La entrada de los candidatos se hizo en orden alfabético, al ingresar a la escena una voz en *off*, en tono de reinado de belleza, propone un perfil de su trayectoria, apoyados en la proyección de imágenes que muestran sus orígenes, procesos de formación y su ejercicio público y privado: el presentador refiere que Antanas, es hijo de emigrantes. Petro, exmilitante del M-19. Santos, de familia poderosa. Vargas de familia tradicional en la política. Posteriormente el presentador sustenta la metodología general del primer momento y se proyecta en primer plano la balotera –transparente– para comenzar el debate.

La escena es nuevamente de una aparente democracia, en ella los temas álgidos y subjetivos cuentan. El tono del debate oscila entre lo periodístico y el espectáculo: la prestancia de los periodistas, la tecnología en pantalla y un escenario contemporáneo *inn*, en cuanto al diseño. El presentador utiliza una corbata rosada, color “independiente” a todas las campañas y propicio para el espectáculo. En este *performance* político el uso de los colores de la corbata se convierte de manera estratégica en representación de los colores de partido o de la campaña: Antanas la lleva verde, Pardo, roja. Santos, naranja, Vargas, roja. Petro, amarilla. Por su parte, Noemí usa un vestido azul oscuro, portando un collar de perlas, que denota elegancia. Se observa también que el color de la ropa de los asistentes está en la gama de negros-grises-*beige*, colores que constituyen la elegancia en los parámetros de la moda.

En esta puesta en escena se hace explícito al público, la prohibición de barras y abucheos, esta regla cancela cualquier expresión que linde con la subjetividad del “público”, agenciando un control mediático, emparentado con el subditaje.

Esbozos de ciudadanía y subditaje

Los idearios que los actores-candidatos tienen de la construcción ciudadana o de la reafirmación del subditaje, continúan emergiendo en sus discursos, las respuestas permiten visibilizar sus criterios en torno a la función social del Estado, el modelo de desarrollo y las relaciones internacionales, campos en los que el “público” está de diferentes modos relacionado y articulado. Analizamos a continuación algunos de ellos.

En el marco de la pregunta “¿revisarían acuerdo militar con USA, mediado por problemas con Venezuela?”²⁰, Santos afirma que no renegocia, porque él diseñó el acuerdo que no fue hecho para agredir. Expresa también que la intromisión de Venezuela y Ecuador en su contra “es un adfesio jurídico”, cuña su pronunciamiento, señalando que el día anterior Antanas aseguró a un periodista que “sí extraditaría a Uribe”, por violar el derecho internacional.

Antanas argumenta que desconocía que la extradición la definía el presidente, aceptando que respondió sin conocer a fondo el tema. Esta circunstancia del debate hace visible la postura pro Establecimiento de Santos, con la que se blinda y descalifica la verdadera respuesta de Antanas, quien efectivamente basó su afirmación en la consideración constitucional, aplicando nuevamente una postura cercana a la *parrhesia*²¹, propio de su *performer* y de su ideario.

Al respecto Petro plantea que el acuerdo no es válido para la Corte, ni para el Consejo de Estado, considera que debió dirimirlo el Congreso, sostiene que el tratado es de Bush, no de Obama. Llevaría a la Corte Penal Internacional el caso de la relación Venezuela-Farc. Asevera que Colombia rompió el derecho internacional con Ecuador, “hay que reconocerlo, indemnizar y no repetir”. La contundencia del planteamiento de Petro, da cuenta de lo que le significa la norma y la legalidad, significación que comparte con Antanas y unos pocos dentro del “público”, que se manifiesta con un aplauso lánguido, aplauso de seguidores entusiastas, que están experimentando el *performance* de “su candidato”.

²⁰ Gran debate Caracol. 18 de abril. En: www.youtube.com

²¹ “El término ‘parrhesia’ suele traducirse en inglés bajo la forma de ‘free speech’ (discurso franco, sincero) en francés ‘franc-parler’ (hablar franco) y en alemán ‘freimütigkeit’. En español, el término podría interpretarse como un hablar con franqueza; sinceridad. Así el parrhesias es el que expresa la verdad”. En la *parrhesia* el orador da cuenta de todo cuanto tiene en su mente, y la audiencia, por otra parte, comprende “exactamente” lo que el orador piensa. Por lo tanto, la “parrhesia” refiere a un tipo de relación que se establece entre el orador y lo que este piensa; y por ello, no utiliza ningún rodeo o artificio retórico y se vale de expresiones más corrientes y directas, evitando hacer uso de figuras o términos técnicos que pudieran ocultar o velar su pensamiento.

La performance en los medios

Para el 27 de abril de 2010, los actores-candidatos han desarrollado ampliamente su *performance*, en otros escenarios diferentes al de la televisión, como foros y entrevistas radiales, igualmente sus *performances* son valorados y analizados en artículos y comentarios de prensa e ironizados y recreados dentro de la programación humorística²² en la que se critica y se burla el juego actoral. El noticiero humorístico NP& muestra a Antenas Lockus, critica la complejidad de su discurso, al iniciar le hacen una pregunta, su respuesta la da a través de todo el programa y al final, dice que aún no ha terminado de exponer sus argumentos.

Ridiculizan también la confrontación que Noemí le hace a Santos por prebendas, le dicen que escupa y no se ría, le cantan la canción: “Es Noemí la conservadora, que vino de España, que vino de España, a ver si se amaña y nos da la paz”. Tola y Maruja cuentan en qué consiste el menú en casa de Santos: “Róbalo al campesino y patas a la cazadora”. Se muestra además escena de Furibe con Lamber y Patraña criticando el último debate en televisión. Ridiculizan la canción-himno de Santos compuesta por el cantante vallenato, Jorge Celedón.

Esta muestra de lo que procuran los espacios televisivos de humor, permite observar las sutilezas de la relación medios-poder, los medios y los poderosos pueden darse el lujo de generar simulacros de democracia, en tanto pareciera que pueden expresarse abierta y democráticamente los diferentes puntos de vista, sobre los grandes temas de la política nacional. De esta manera “unos pocos”, los humoristas, canalizan las discrepancias y afinidades del “público”, frente al Establecimiento, los humoristas exponen el malestar general, procurando que el “público” sienta representado su disenso.

La campaña electoral es el punto focal de los noticieros y de los programas de opinión durante el período electoral. Caracol hace recuento diario en horas, minutos, segundos, del tiempo que falta para llegar al “Gran Día”, abren

²² Los estereotipos que estos dispositivos promueven por lo general reafirman puntos en los que los candidatos son más débiles. Al respecto véase en www.youtube.com parodia de los debates en Sábados Felices y Los Reencauchados, donde los personajes actuaban como Nueve Mil Saltin, Juan Manual Saltos, Antenas Mikos y Gastado Pietro.

también los noticieros segmentos para recoger los idearios y propuestas de los candidatos: Caracol, “Colombia elige”, “Ud. qué haría”. RCN, “Los candidatos toman partido”. Por su parte Telemedellín abre el segmento “Voto en red”, la participación se da a través de Twitter y Facebook, para recoger la intención de voto cada día. Este cubrimiento permite entonces intensificar la lectura que la población hace de la oferta electoral y “acerca” a la ciudadanía a los *performers*, mediado por los dispositivos que crean los noticieros para incluir las preguntas e inquietudes ciudadanas.

En este momento de la campaña los medios resaltan el fenómeno creciente de opinión favorable que fortalece a la “Ola Verde”. Los adeptos, la ciudadanía que cree en este ideario, también entran en performance, en centros comerciales de Bogotá los participantes localizados en el espacio central, adoptan inicialmente diversas posturas corporales y realizan un estático. Luego se desplazan alborozados, se quitan la chaqueta, todos tienen por debajo la camiseta del Partido Verde, cierran arengando sus estribillos de campaña: “Levanten las manos, ¿quién va por Antanas? Yo voy por Antanas la vida es sagrada”. “En la primera vuelta Antanas presidente”²³. En Barranquilla en una concentración con mujeres, Antanas las invita a “las camisas”, ellas se levantan la camiseta verde, en sus sostenes tienen girasoles. En la red también aparece una nueva canción para campaña de Antanas.

En la escena pública Antanas hace uso de sus habilidades performáticas y realiza en Popayán el ejercicio del “desgonzado” (una persona en el centro, relajada, es sostenida por dos personas) para aludir a la importancia de construir confianza y de trabajar en equipo. Los medios registran a Noemí siendo abucheada en Neiva en foro de mujeres, al declararse contra el aborto. Entre tanto, reportan a la socióloga Florence Thomas quien señala que Noemí no representa a las mujeres, dada la ortodoxia de sus idearios. Madres comunitarias en Bogotá denuncian participación del ICBF en campaña de Santos, en la celebración del día de madres, el 14 de mayo en el estadio El Campín, el candidato intervino en el evento. Ellas manifiestan haber sido usadas. Este hecho ejemplariza cómo el aparato estatal aplica reiteradamente al servicio de su candidato, práctica “común” en nuestro sistema político.

²³ *Flashmob* Centro Comercial Andino. En: www.youtube.com

Entre tanto, candidatos con menor *rating* como Araújo, Calderón y Devia, recién comienzan a aparecer en pantalla, por fuera de los espacios obligatorios. Telemedellín sugiere la visita a su página, *link* de elecciones, donde ha hecho visibles sus propuestas y los demás canales los reportan también en sus segmentos de campaña.

El *performance* electoral incluye la consulta en Caracol, a una numeróloga, que propone en su perspectiva, las oportunidades de los candidatos de acuerdo con su localización y número en el tarjetón: Antanas 8, todo a su favor. Pardo 9, está aislado. Noemí 7, puede pasarse toda la vida lanzándose a la presidencia sin alcanzarlo. Petro 5, número de la suerte. Vargas 4, entrará en choques.

Telemedellín en su sección “Voto en red”, da cuenta de un nuevo programa estadístico de Facebook, el *facebakers*, en él aparece Colombia con doce millones de usuarios de Facebook y Antanas ocupa el puesto número nueve en aceptación de los usuarios. En el programa se argumenta el sentido del tema del voto en red, asumiendo el impacto de las redes sociales en la dinámica cotidiana de la sociedad contemporánea y particularmente en este período electoral. El segmento del noticiero denominado “Voto en red” comenzó el 23 de abril, para este día se reportaron algunos de los videos más observados en la red²⁴.

Todos los candidatos tienen página web, están en Facebook y en Twitter. En esta campaña es obligatorio formar parte de la red, generar una presentación creativa de la propuesta, permitiendo que se les conozca, que la gente participe en los espacios de interlocución y que el candidato sea competitivo, en tanto, su nombre es también una marca²⁵.

²⁴ Véase en YouTube: video de la película *La Caída*, de Hitler, en la que el personaje protesta por el resultado de las encuestas de Datexco, es un remedo de Uribe furioso por el surgimiento de la “Ola Verde”. Video de mujer deprimida, llorando por la “Ola Verde” y sugiriendo votar por Santos. Video de Noemí invitando a cantar en un evento el himno antioqueño, ella inicia con el himno nacional. Segmento de Jaime Garzón imitando a Antanas, enfatizando en su discurso complejo.

²⁵ Telemedellín muestra cómo Antanas cuenta con 698 700 seguidores en Facebook y 47 000 en Twitter, afirma que su campaña es la más interactiva y señala que ha innovado con la aplicación Flash Movie en el espacio público. En contraste, Santos cuenta con 187 000 seguidores en Facebook y 7000 en Twitter, su campaña es de corte tradicional, emplea aún la estrategia de la plaza pública.

Respecto a cómo las encuestas en red reflejan parte del acontecimiento político, el caso a referenciar es el de la campaña de Obama. Campaña que suscitó una dinámica de difusión y apoyos en red, que se materializan en el resultado electoral. Para el caso de Colombia 2010, esta campaña electoral asume estos mecanismos por primera vez. La comunicación bidireccional, entre actores-candidatos y “público” se diferencia de otras épocas, en tanto, es el usuario el que da y pide la información, no el candidato. La cantidad de usuarios hace que tengan presencia en otros medios de información los resultados que la red arroja. Los usuarios son básicamente jóvenes, quienes transmiten la información a los adultos, que a su vez la multiplican en el intercambio comunicacional-social que está puesto en juego. No obstante, en la temporada de teatro 2010, el fenómeno de la red cobija un porcentaje bajo de la población. Según Telemedellín, en su sección “Voto en red”, el 39 % de la población colombiana accede a la red, por lo tanto no refleja el total de la intención de voto.

Escena 3. Debate electoral. CityTV, El Tiempo y La W. 27 de abril. 9:00 p. m.

Con reglas más flexibles, sin orden, sin límite de tiempo, preguntas y contrapreguntas de los periodistas, intervenciones y contrapreguntas de los candidatos, esta forma del debate se diferencia de las propuestas metodológicas formales hasta este momento observadas en los otros medios.

La escena horizontal está dispuesta en forma de cuadrado, línea que sugiere la integración de quienes componen su centro. Candidatos y periodistas están de pie. Telón de fondo negro, atriles de acrílico transparente para periodistas, de madera para los candidatos, ¿puede inferirse de ello que se alude con el acrílico a la transparencia del medio, con la madera a la fortaleza de los candidatos? En la escena el logo ocupa un lugar preponderante, dos logos de CityTV proyectados en el piso, uno cerca a los presentadores, otro entre los candidatos. Detrás de los periodistas cuatro pantallas con logo del debate, pocillos con logo del canal. El escenario en apariencia es incluyente, refleja un ejercicio armónico de la democracia.

Esbozos de ciudadanía y subditaje

En la respuesta al “¿cómo financiarán la salud?”, emergen nuevamente las visiones de súbdito y ciudadano de cada uno de los actores presentes: Santos

responde que ya “dio la orden a su bancada para apoyar la elaboración de una reforma a fondo, y convocó al Instituto Británico de Medicina, para plan de control”. En Santos es apreciable que sus estrategias se derivan de nociones militares: orden, atacar, focos de corrupción, contra corrupción, etc. Además Santos, tiene un lapsus en ese momento, al llamar a Vargas jefe del Partido Liberal, lo que suscita sonrisas relajadas entre candidatos y el público. En términos performativos este lapsus no rompe la regla, sin embargo, denota la filtración de elementos militaristas subsumidos en la ideología y estrategias políticas, de este candidato en particular.

Petro afirma que no “matará” la ley, cambiará el modelo de salud. Señala el índice de inequidad existente en Colombia, en contraste con las disposiciones de la Constitución: la salud es derecho, no una mercancía. Racionalizará los recursos para ofrecer un modelo de salud integral-pública-gratuita, para que las ganancias no sean solo de la empresa prestadora del servicio. El periodista Alberto Casas comenta del planteamiento de Petro, en tono descalificador, “de eso tan bueno, ¿dónde dan?”.

Los apuntes de Casas pueden leerse como pseudo-críticos-chéveres. Con sus argumentos, Petro no ratifica el Establecimiento, como lo hacen los demás, que en general proponen posturas ortodoxas, nada que esté por fuera de los cánones de la economía de mercado, esta visión de Petro es un ejemplo de la forma como esta investigación comprende la ciudadanía, no obstante su discurso responde también a su estrategia de posicionamiento en el contexto nacional y local para futuras contiendas.

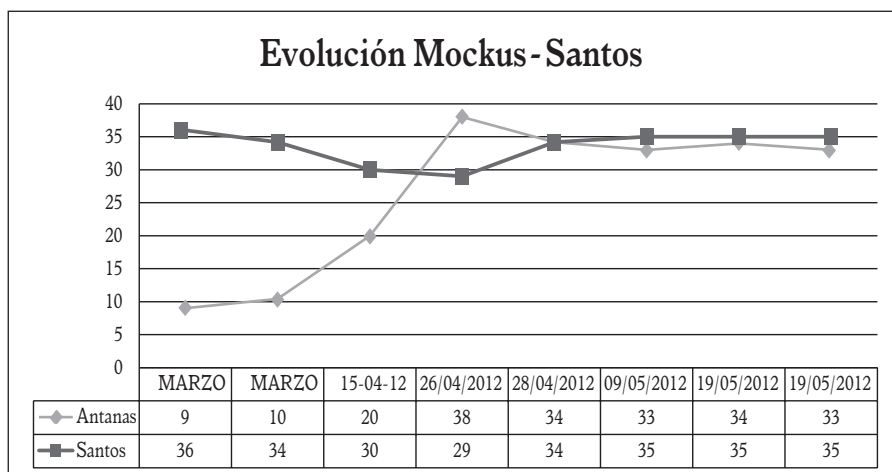
Santos se llena de Mockus

En este momento electoral, los encuestadores protagonizan con sus datos las particularidades del *show*, las encuestas hacen mojonos. De acuerdo con la encuesta RCN Ipsos-Napoleón Franco, se reportan datos de intención de voto, contrastados con la encuesta del 15 de abril, en ella se registra un rápido crecimiento de la campaña Verde, respecto a la campaña del Partido de la U. El 27 de abril, la encuesta de CM& y el Centro Nacional de Consultaría, hace visible el primer empate técnico entre Antanas y Santos, al igual que Caracol en sus reportes del día 28 de abril.

Tabla 6. Evolución de los candidatos en las encuestas

Candidato	RCN Ipsó- Napoleón	Caracol	RCN Ipsó- Napoleón Franco 2	RCN Ipsó- Napoleón Franco 3	Caracol 4	RCN	CMI y el Centro de Consultoría	Caracol
	MARZO	MARZO	15-04-12	26-04-12	28-04-12	09-05-12	19-05-12	19-05-12
Antanas	9	10	20	38	34	33	34	33
Santos	36	34	30	29	34	35	35	35
Noemi	17	23	12	11	16	10	9	8
Pardo	4	5	4	5	6	3	4	4
Petro	6	6	7	6	5	8	6	6
Vargas	8	6	8	5.6	4	7	6	8.6
Fajardo	5	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	85	86	81	89	99	96	94	86

Gráfico 1. Evolución Mockus-Santos



En cuanto a las encuestas llama la atención que todos los candidatos argumentan su relatividad, sin embargo, la tensión sobre el debate político, las estrategias de difusión y los discursos del día a día de los candidatos, tienen por base las encuestas. Noemí plantea que sus electores a quienes ha consultado, no han respondido ninguna encuesta. “Las encuestas son como la morcilla, uno la come, pero no sabe cómo la hacen”. Al referirse al impacto y veracidad de las encuestas, el actor-candidato Santos, menosprecia la fuerza de la “Ola Verde”, “las olas se rompen y desaparecen”.

La “Ola Verde” se constituyó en el marco de la campaña electoral 2010-2014 en una dinámica ciudadana, en la que particularmente la población juvenil encontró un paradigma del ejercicio político, que se deslinda del ejercicio tradicional clientelar en el país. Esta coincidencia de conciencia política, generó un movimiento de opinión en las redes sociales, en tanto los criterios de legalidad y respeto a la vida, se articularon con fuerza al ideario propuesto por la Constitución, en relación con que la democracia se construye y consolida con la participación ciudadana.

Además, el carisma de Antanas –hombre culto, que en su trayectoria política no ha incurrido en triquiñuelas clientelares, cercano al ámbito universitario, consciente de la importancia de incentivar el desarrollo de las ciencias, las artes y la tecnología, portador de un discurso humanista, convencido de que es a través de la educación como se transforma la cultura– le permitió encontrar eco en sectores de la población que no se sienten representados en los políticos tradicionales ni en los partidos de izquierda. La Ola Verde significó en este proceso electoral 2010, una ficción de avanzar hacia la modernidad de la política en Colombia.

El 3 de mayo, los titulares de los noticieros informan sobre el relanzamiento de la campaña de Santos: “Hemos sufrido un traspíe, lo vamos a corregir, me hago responsable, ya di las órdenes”. Su tono de voz es rasposo, pseudofuerte. Anuncia cambios en su estrategia publicitaria, cambia el equipo y contrata a J. J. Rendón, publicista venezolano criticado por sus “campañas sucias”, que descalifican a opositores. Pide minuto de silencio por Lina Marulanda, quien murió en la fecha y fue su presentadora en el lanzamiento de su campaña. Invita al “público” a que le acompañe, “ahora los necesito, necesito sus votos para dar continuidad...”, exalta la labor de Uribe, refuerza la continuidad que hará de sus programas, convoca a que se articulen a su propuesta “todos los colores”. La escena tiene por fondo una súper pantalla, dos a los lados tipo presentación de Al Gore, la iluminación es sombreada entre luz blanca y naranja, al final de su intervención, lluvia de confetis al mejor estilo estadounidense.

Santos declara que él y Uribe están en contra de las campañas sucias, lo cual nos lleva a pensar en el dicho popular de “explicación no pedida, acusación manifiesta”, dado que fue evidente durante el desarrollo de la campaña el uso de aspectos negativos del contrincante más fuerte a la campaña de

Uribe y su heredero. Situación “sucia” que los medios también aplicaron con respecto a Antanas, en referencia a sus creencias religiosas, su relación con Chávez, su relación con Uribe y a su enfermedad de Parkinson. Esta tensión se evidencia también en diferentes vallas publicitarias: “Admirar a Chávez es indigno. Vote Santos”. “Seamos serios, vote Santos”. “UPA pues!!! Santos presidente”.

En este contexto Uribe en Popayán, recibe adhesiones con publicidad anti-Mockus, hecho que estuvo mediado por la respuesta de Antanas en debate televisivo, del 27 de abril en CityTV, sobre la extradición. Paradójicamente en esa misma fecha, Antanas, al ser indagado sobre qué tan al centro o a la derecha se localiza, manifiesta, “soy un continuetas libre”.

Pardo critica la publicidad de Santos, “todo en él es falso, por eso es el candidato de los Falsos Positivos”. Al respecto Noemí considera que la publicidad de Santos, ofende a Uribe y afirma que Santos es un experto en el juego sucio.

En la noche, las noticias se centran en el accidente de Fajardo, a partir de este momento su participación en el desarrollo de campaña, se minimiza. Esta ausencia le resta al *performance* de Antanas, mediado por el carisma y las adhesiones que suscitó Fajardo, en algunos sectores nacionales y que pudo haber redundado de manera positiva para los Verdes.

El 10 de mayo, Devia se encuentra en la Plaza de Bolívar, inicia huelga de hambre, demanda equidad en la participación en los medios, sostiene que no existen las mismas garantías y recursos para todos los candidatos. “La Cosa Política” reporta el coqueteo de la campaña del Polo a Antanas, quien afirma que un sector del Polo está de acuerdo con la lucha armada. Este comentario suscita que la página del partido político se plantee, “Adiós Antanas, nos vamos solos”. Clara López considera un agravio para con el Polo, las calumnias de Antanas, “buscan desvertebrar un partido legítimamente constituido”.

El 11 de mayo, Santos participa en Medellín en la marcha de “Acción de Gracias” a Uribe por su magna labor. Frente a la campaña sucia, dice que en su página, han montado “el muro de la vergüenza” para visibilizar estas acciones. Vargas es indagado sobre su alianza con Santos, su no es

rotundo, descalifica la campaña que le hace J. J. Rendón. Por su parte Antanas, cuestiona el uso de la voz de Uribe en la publicidad de Santos y expresa a ese respecto que “eso no se hace”. Frente al planteamiento de Antanas de la afinidad con la lucha armada y las propuestas de reforma agraria del Polo, Petro dice que es la misma postura del DAS, “se quiere aniquilar la diferencia”.

Escena 4. Foro electoral. “¿Hacia dónde va Colombia?”. Teledimedellín. 12 de mayo. 6:30 p. m.

Convocaron el evento Teledimedellín, Conexión Global, Proantioquia, Fenalco y Librería Panamericana. El propósito del foro se centró en conocer la oferta social, comercial y de seguridad de los candidatos. El tono del presentador, director de Conexión Global, es pues, el tono de grandes empresarios, procuradores del desarrollo local que impactan positivamente a la nación, tono que ratifica el ideario centenario de “Antioquia la grande”. Los actores de la fecha son: Antanas, Vargas, Araújo, Noemí y Pardo. Por agenda previa no participan Petro ni Santos.

El director de Fenalco modera, propone las reglas del juego: el orden de participación se da por sorteo, aborda cuatro temas, tres minutos para responder. Las preguntas fueron formuladas por expertos y recogen el contexto nacional de acuerdo con el tema. Se cierra el debate con el planteamiento de cada candidato sobre su visión de país. La escena está dispuesta en forma rectangular, ofrece sillas negras, estilo contemporáneo, localizados uno al lado del otro, con publicidad de los convocantes en el fondo. Flores, orgullo antioqueño, en las cuatro esquinas del set, luces indirectas en los rincones, telón de fondo negro-azul.

Ningún candidato saluda al auditorio, a excepción de Araújo que lo hace en su última intervención, todos se ponen de pie para hablar. ¿Por qué se pararon para hablar? Puede pensarse en que se sienten más seguros, tal vez por la presencia en frente del público, al estar sentados ¿“pierden altura”? En este debate ninguno logra contestar los diferentes aspectos en tres minutos. En su desarrollo Antanas pide le repitan algunos puntos de las preguntas, lo hace con tranquilidad, sin embargo estas actitudes se convierten en comidilla para los críticos, que en charla o en serio, aluden a la complejidad de su discurso o a su enfermedad de Parkinson.

Esbozos de ciudadanía y subditaje

En este foro, las expresiones de ciudadanía y subditaje se pueden valorar a partir del formato aplicado y de las respuestas de los candidatos frente a temas que fueron recurrentes en los debates, relacionadas con las ofertas para garantizar la aplicación de los derechos económicos, sociales y culturales.

El presentador enfatiza que el evento se ajusta a su propósito de no ser un debate, sino un escenario para significar los logros del presidente Uribe en materia de seguridad y relaciones exteriores. El foro es más un escenario empresarial, donde la inclusión y la democracia se manejan desde los parámetros del Establecimiento, quedando claro que todos apoyan el ideario de Uribe. Al finalizar el evento, el presentador alude a “lo valioso, amable y cálido que ha sido el desarrollo del foro”. Comentario que ratifica cómo le gusta el orden al Establecimiento, no hay presencia de desmanes, de tonos inadecuados.

Este foro puede calificarse como un escenario cuadriculado y acartonado, promotor del subditaje. Al igual que en los debates anteriores y posteriores, los temas de las minorías no se abordan, nos referimos a asuntos de género, infancia, juventud, tercera edad, indígenas y afrocolombianos. Tampoco se incluye en los equipos periodísticos a mujeres periodistas, salvo RCN y en el debate de El Colombiano, en el que participa una periodista-propietaria del periódico.

A la pregunta “¿Cuáles serán las políticas de mediano y largo plazo en educación, salud, vivienda y pensiones?” Noemí sugiere aplicar un modelo macroeconómico, con responsabilidad social al que se ajusta su TPP: trabajo, producción, progreso. Apoyará el emprendimiento, la vivienda con productividad: “todos van a poder tener su tiendita en la casa, la peluquería”, vivienda sin ahorro programado, con “localito”. Creará quinientos mil empleos, conservará subsidios, dado que es “una deuda social”, reitera que “los pobres no deben subsidiar a los ricos”. Retomará el pago de horas extra, incrementará el ingreso económico de las mayorías desde una perspectiva ética.

En el lenguaje de la candidata podemos observar el uso recurrente de diminutivos, Noemí habla como una señora filántropa y asume dirigirse a

un público receptor de obras de caridad. La idea de Noemí del “localito” es demagógica: este procurará en los sectores populares la implementación de una tienda, miscelánea, peluquería, etc., perspectiva que da cuenta, al igual que la oferta de subsidios, de una postura frente a la clase obrera y trabajadora, que aplica esquemas que fortalecen el subditaje.

Por su parte, Antanas propone un aporte diferente a la construcción de ciudadanía, expresado en su respuesta a la pregunta “¿Cuáles son las estrategias de seguridad y de defensa?”. En su modelo de gobierno viabilizará la autorregulación del “guachecito” que cada quien lleva adentro, buscará la aplicación de conciencia de los otros, sobre el “guachecito” que no se autorregula. Si esto no funciona se aplica la justicia y asume en positivo el “saldo pedagógico del castigo”, con ello significa la asunción de aprendizajes éticos, que redunden en el bienestar general. Este planteamiento le permite afirmar que “la seguridad democrática debe ser transitoria”.

Antanas utiliza entonces la expresión “guachecito” para ejemplificar la ausencia de ética ciudadana y acuña la expresión “el saldo pedagógico del castigo” para comprender la importancia de las sanciones, como elemento reflexivo-corrector de actitudes que deterioran la vida en sociedad. Por lo tanto, desde esta perspectiva, propone una vía diferente para abordar la seguridad y la convivencia ciudadana cotidianamente, perspectiva que agrega al debate el componente civilista, en oposición a la mera aplicación de estrategias coercitivas y punitivas.

Escena 5. Foro El Colombiano y Telemedellín. 13 de mayo. 8:30 p. m.

El equipo de periodistas de este encuentro lo conforman Rafael Nieto, Juan Gómez, Ramiro Valencia y Ana Mercedes Gómez, quienes al contrario de los candidatos se encuentran sentados. El moderador está en el centro, a cada lado tres actores-candidatos, que permanecen de pie. Como en todos los debates, la ambientación se elabora con los logos empresariales y se emplean elementos tecnológicos de punta, atriles blancos. La escena tiene un fondo negro con publicidad del periódico, repetida, el piso es de color azul²⁶.

²⁶ Gran debate El Colombiano con los candidatos presidenciales. En: www.youtube.com

“Bienvenidos. Promover la democracia y motivar la participación ciudadana, son dos de los objetivos primordiales del periódico *El Colombiano*”, no obstante este enunciado se desdibuja a lo largo del debate, pues esta escena, se convierte en un ejemplo adecuado para dar cuenta del efecto que tiene en el desarrollo del debate, la postura ideológica del actor-periodista. En este caso, Gómez Martínez²⁷ es incapaz de ocultar su desprecio por las posturas e ideario del candidato Petro. El tono del lenguaje del actor-periodista, crea tensión, que se expresa en una actitud sectaria y excluyente frente a Petro.

Esbozos de ciudadanía y subditaje

Juan Gómez, líder conservador con trayectoria pública, es portador de un ideario en el que la voz de la diferencia, la voz de la izquierda en este caso, no tiene cabida, esto explica en parte por qué es incisivo el tono de lenguaje que emplea para indagar y contrapreguntar a Petro. “Sin respaldo en el Congreso, ¿está dispuesto a hacer alianzas, a negociar o a disolverlo?”. Ninguno lo revocará, salvo Petro, que afirma que hay una bancada de la mafia, él generaría un acuerdo antimafioso, buscaría acuerdos con los partidos, haría un gobierno multicolor. “Si prevalece el poder del chantaje, convocaría una Asamblea Nacional Constituyente”. Para Petro, los que están en la cárcel no pueden negar la relación políticos-mafia. “¿Quiénes son los mafiosos? Identifíquelos, ¿por qué no los denuncia antes de hacer campaña?”. Pregunta Gómez en un tono fuerte, ratificando su distancia ideológica con el candidato. “Te recuerdo que yo los denuncié, tu partido no me acompañó, denuncié al DAS antier. Te puedo dar nombres: Álvaro García Pimiento...”.

Claramente la posición del comunicador dista de procurar una perspectiva que incentive sin sesgos la construcción de ciudadanía, que respete las diferencias ideológicas en el marco de una democracia activa y sana, como lo demuestra el siguiente registro. A la pregunta “¿Fumigaría con glifosato?”. Petro responde que cambiará el Plan Colombia, lo considera hipócrita, a través de él “se lava el dinero para invertir en tierras”. Sin gringos, sin narcos, buscará la equidad rural, “yo necesito jueces, no ve-

²⁷ Gómez Martínez y el resto del equipo periodístico, son miembros del Partido Conservador y dueños del periódico *El Colombiano*. Todos fieles defensores del proyecto uribista.

nenos”. “No fumigar en zona de frontera, error del presidente Correa ha generado un corredor de 10 km sembrados de coca a lo largo de ella”, afirma el periodista, Petro sustenta que el departamento de Nariño ha incrementado su tasa de homicidio, “la fumigación traslada la siembra”, señala el nexo de los narcos con el poder, “el narco abraza al alcalde, al gobernador, al senador y se cuelga por los sótanos del Congreso”. “¿Cómo se colaron ustedes en la toma del Palacio de Justicia?”. Dice Juan Gómez, en tono fuerte y sarcástico, mirando con desdén al candidato Petro, quien responde mirándolo fijamente a los ojos, “Parece que los periodistas son de un solo color político”.

El discurso de Petro es sometido nuevamente al tono incisivo y punitivo de Gómez, la respuesta del candidato suscitó el sonido de tres aplausos entre el público, a su favor. Se observa en este momento del foro, una pugna de poderes y una postura radical del Establecimiento de derecha. El ambiente de la escena es de tensión pura.

Este debate en particular ejemplifica cómo el diseño de las preguntas y el actor-candidato al que se dirigen, obedecen a un cálculo estratégico y responden a la postura ideológica del productor del reality. En este tinglado se trae a colación un tema candente de la semana: “El presidente pide que la toma del Palacio de Justicia, sea declarada un crimen de lesa humanidad”, nuevamente indagan a Petro con intención, él ratifica que “la mesa es de un color político” y afirma que el presidente no tipifica delitos, lo hace la justicia.

En otro lado de la escena, frente a la indagación sobre “¿Qué garantías pensionales ofrece?”. Noemí asevera que el Estado debe responder por este derecho. No hay un sistema pensional, hay que buscar nuevas formas de garantizar la pensión: “que la tenga un miembro de la familia, que exista la media pensión”. De nuevo el discurso de Noemí es el de dama de caridad: pensiones para pobres, educación para pobres, subditaje a granel, es la estructura sobre la que la actriz-candidata, soporta su ideario. Por su parte Santos, dice que creará empleo para 2 500 000 colombianos, formalizará 500 000 empleos. Habrá una persona por familia con empleo formal, considera que la formalidad aporta a la viabilidad económica, se debe ampliar la base de cotizantes, al igual que en el sistema de salud. Para Santos es imperativo del Estado formalizar la economía. Sus ofertas buscan

incrementar el número de súbditos, su discurso no contiene iniciativas y estrategias que dignifiquen el trabajo y la calidad de vida de las mayorías, su discurso ratifica al Establecimiento nacional, que está adscrito al gran Establecimiento global.

En este debate el *performance* de Antanas es recibido con resistencia por el público antioqueño, público tradicionalmente conservador, que adicionalmente se localiza en esa fecha, en un escenario conservador. “¿Qué garantías pensionales ofrece?”. Para Antanas la ecuación inicial del sistema ya no opera, habrá más pensionados que cotizantes, plantea entonces su fórmula de que “el contribuyente es el rey”. Aplica su estribillo de “pagar y pagar”, siente y manifiesta la resistencia del público a responder su juego. Por su parte, Vargas sostiene que el Estado tiene que pagar, la solución no es incrementar la edad. En su gobierno ocho millones de colombianos cotizarán, “yo fui ponente de ley contra privilegios”. El *performance* de Vargas releva permanentemente sus “virtudes y calidades”, que están consignadas en su página web.

“¿Ud. es ateo?”. Le preguntan a Antanas, él desestructura la pregunta con la respuesta. Asegura que la Constitución respeta la diversidad de creencias, “mis creencias ¿son tema de este debate? Aquí nació el nadaísmo, yo he hablado de robar hostias consagradas y hostias sin consagrar ¿qué pensarán de mí?”. Llama la atención el uso del poder performativo del lenguaje que hace Mockus al plantear estas preguntas para dar respuesta a un tema tan comprometedor en un país sustancialmente católico. No obstante la *performance* de Mockus²⁸ en este aspecto varió significativamente, al principio de la campaña en entrevista televisiva del programa “Yo José Gabriel”, se declaró agnóstico y explicó su postura ante dios como científico.

En la fase final de la campaña, en este mismo programa hace una venia, inclina su cabeza y junta sus manos para invocar a dios, desdibujándose en este sentido su postura parrhesica, pues esta actuación se observa cal-

²⁸ En el imaginario nacional, Antanas tiene como hombre público, antecedentes performáticos: siendo rector, quiso llamar la atención de los estudiantes de la Nacional, bajando sus pantalones, se casó en un circo, durante sus administraciones en la alcaldía planteó propuestas ciudadanas, de las cuales la cultura política colombiana tenía pocas noticias, empleando elementos de la cultura y para la cultura.

culada y en función de complacer a la población católica. En contraste, para el candidato Santos el componente religioso estuvo contemplado de manera estratégica en su campaña, pues en varias intervenciones haciendo reverencias, mirando hacia arriba, juntando sus manos, expresaba: “Yo sí creo en Dios”²⁹.

Al abordar la pregunta “¿Negociará con la guerrilla?”. Vargas señala a sus compañeros, “Ustedes estuvieron en el Caguán. Yo se los advertí, no al indulto, no a la amnistía”. Considera que estamos lejos de una salida política, sugiere no comprometer en la guerra a las nuevas generaciones. Los comentarios de Vargas muestran claramente la pugna por el poder entre establecedores del Establecimiento. Noemí dice que no está dispuesta al despeje, reitera que irá a todas partes con policía, tanques, tractores, bibliotecas y ratifica que “el que la hace...”. Pardo entre tanto pondera la importancia de cerrar el ciclo de la violencia, “debe terminarse la guerra, la seguridad democrática solo logra control territorial”. Para Pardo la prioridad son las víctimas, aplicará ley de reparación, promoverá el desarrollo regional que abra las oportunidades en el marco de la legalidad. Afirma que “hay que dialogar, para no alargar la paz”. El uso que hace Pardo de la expresión “alargar la paz”, puede dar cuenta del significado de la presión del tiempo para las respuestas. Dentro del debate, al actor-candidato se le exige agilidad, integralidad y concreción en la expresión de sus ideas, que son puestas a prueba.

Besos y abrazos

Para el 15 de mayo, las noticias del día se cierran con la información de CM&, sobre cómo sacaron a seguidores de Antanas de un centro comercial de Cartagena, donde harían un *performance*, la administración del lugar argumentó al respecto, que no podía garantizar la seguridad de tanta gente. En la “videosfera” nacional, también se da cuenta de la protesta del cantante Juanes por la adaptación de su “Camisa negra” en la campaña de Santos, esta responde que lo hizo un seguidor. En tono de expectación, los medios comienzan a anunciar el cierre de campañas.

²⁹ Santos en el avivamiento, Santos expresando su amor a Dios. En: www.youtube.com

En este momento político, se incorporan al entorno de la campaña, las opiniones de actores externos, como los presidentes de Ecuador y Venezuela, que crean una coyuntura favorable al candidato Santos, pues estas desatan un sentimiento nacionalista que se expresa no solo en las bases populares, sino también en la cúspide de las élites políticas³⁰. La siguiente escena muestra cómo Santos potencializa esta situación a favor de su campaña y cómo el medio televisivo le agencia esta acción.

Escena 6. Segundo debate electoral de Caracol. 18 de mayo. 7:00 p. m.

La mecánica de este debate incluye la formulación de preguntas individuales o para varios candidatos. Moderan Darío Fernando Patiño y Darío Arismendi. El orden de intervención se definió por sorteo previo, los moderadores sugieren que cada candidato maneje de manera adecuada el tiempo de la respuesta. La parafernalia de la escena se repite, varía el tono grandilocuente del primer debate, se observa un tono coloquial, cercano, en apariencia no tenso, proveedor de democracia, se nota también en la atmósfera un ánimo de aparente comprensión, diálogo y sana interlocución.

A este debate Antanas llega retrasado por congestión vehicular, inician sin él 22 minutos después de lo planeado. Este imprevisto, ocasionado por el tráfico vehicular de Bogotá y la lluvia, causó revuelo en la producción, expectativa entre los actores-candidatos que en la misma fecha participaron en el debate interactivo convocado por NTN, de RCN, a las 11:00 p. m. y expectativa en la teleaudiencia, que usualmente no experimenta imprevistos de ese corte en la programación ordinaria. En la dinámica de la televisión, todo está calculado, “el tiempo es oro”, llegar tarde por razones ajenas a

³⁰ Ecuador está empeñado en demandar responsabilidades a Colombia, en particular a Santos por la intromisión en su territorio para capturar al jefe guerrillero de las Farc, Raúl Reyes, operación militar en la que Santos participó como ministro de Defensa. El desdibujamiento político de las causas guerrilleras, su articulación al narcotráfico, el desplazamiento forzado suscitado en medio del conflicto y la credibilidad en las políticas de seguridad de Uribe, constituyen algunos de los elementos que logran la adhesión de la opinión pública en general y de un alto porcentaje de las clases populares y de las élites que encuentra representación en estos idearios. En este mismo sentido, en el imaginario colectivo la imagen del presidente de Venezuela está cuestionada, para muchos su proyecto político es considerado con recelo, se le tilda de demagógico, castrista, aliado de actores del “eje del mal”, contradictor de Uribe y por tanto, enemigo de la patria.

su voluntad, le proporciona en esta fecha 22 minutos de protagonismo a Antanas, que llega sonriente a la escena.

Esbozos de ciudadanía y subditaje

Para empezar, a la indagación “¿Qué piensa del TLC firmado con Europa?”, plantea Vargas que ha formulado críticas, observa que hay acciones aceleradas, sin embargo, ofrece total respaldo a su firma. Señala que participó en favor de “TLC con USA, Chile, Triángulo del Norte”. Llama la atención cómo Vargas pasa de la crítica al gobierno, al respaldo, en este juego se percibe la aprobación y aquiescencia con el Establecimiento, al cual el actor-candidato ha estado articulado siempre, Establecimiento que le procura privilegios y que él con “el mejor programa”, no está dispuesto a ceder. En esta respuesta de Vargas es apreciable su naturalidad para expresar libretos memorizados y su hábil manejo de las cámaras, evidenciando un entrenamiento y una aplicación consciente de las técnicas actorales propias del debate televisivo.

La pregunta para Noemí, se dirige a que “Refiera 2-3 acciones concretas contra la corrupción en los recursos públicos”, cita entonces, frase de Sor Juana Inés, referida como “al que peca y reza...”, expresa que ella es un ejemplo de transparencia, “no tengo mácula”, ella es un ejemplo y debe dar ejemplo. Fortalecerá el control de la ciudadanía, “el que la hace...”, luchará contra la impunidad, configurará un tribunal anticorrupción, apelará a la denuncia ciudadana, hará seguimiento y fomentará el rechazo social a estas acciones. Reitera “el que la hace...”. En su respuesta se observa que la noción de ciudadanía que aplica, oscila entre el ciudadano-veedor y el ciudadano- punitivo.

En esta lógica al ciudadano-veedor le compete estar atento a que la gestión pública se realice de forma transparente, Noemí connota la postura “al que peca y reza...”, para caracterizar al funcionario o dirigente cuyas acciones comportan una doble moral: “servir” al pueblo y robar al fisco, servidor que estará simultáneamente vigilado por el ciudadano-punitivo que hará cumplir la sentencia milenaria de que “el que la hace...”.

Los periodistas profundizan en lo que se constituyó en el tema del día en el país, “Uribe viene defendiendo y defendió hoy a Santos, en Europa,

por dictamen del Ecuador, Uds. ¿se solidarizan?”. Vargas ya sugirió la elaboración conjunta de un comunicado entre candidatos, ¿por qué no se dio? Santos como un niño aplicado en la escuela, dice levantando la mano, “Yo quiero hablar”. Da las gracias nombrando a cada candidato y expresa con una amplia sonrisa, “Que lindo lo que está pasando aquí”, refiriéndose al acuerdo implícito y a la adhesión de los candidatos, al criterio de que “primero están los intereses de la patria”. También señala que es “irónico” que ellos que fueron a salvar al país, ahora sean condenados y agrega, “Hoy no es el momento para ocuparnos de la violación del derecho internacional público. Hoy es día de debate para nuestra democracia, de todo corazón gracias”. En la intervención de Santos, se advierte la ratificación del Establecimiento al afirmar que la acción de Sucumbíos se hizo para beneficiar a la patria. Adicionalmente, excluye el debate sobre el derecho internacional público.

“¿Firmamos?”. Reiteran los periodistas, Santos inmediatamente dice: “yo firmo”. Este abordaje del tema crea una atmósfera de patria unida. El momento muestra una manera de lograr consensos en un escenario donde se supone interactúan diferentes ideologías. En este instante los comentarios no están regulados por los moderadores, se genera un “desorden” que se expresa en la concreción de las ideas de apoyo a Santos y la exigencia de Noemí, para que sea tiempo de debate. En el desorden se escucha a Petro decir que “esto parece el debate de Santos”.

En este debate-espectáculo predominó en todos los discursos la ratificación del Establecimiento, salvo en la perspectiva que tiene Petro de un Establecimiento, enmarcado en los cánones del derecho internacional público y de los desarrollos regionales en América Latina. Visión que comparte Antanas, “no se pueden realizar acciones, buscando solo los resultados. Colombia recibirá sanción. Eso no se hace”, sin embargo, considera la demanda ecuatoriana un sinsentido jurídico.

El presentador expresa en este momento del debate, en el que cunden “bechos y abachos” solidarios, que los candidatos de vestido oscuro están a un lado, los de vestido claro al otro. Noemí apunta que los claros son los de la transparencia: ella, Petro y Antanas. Del lado contrario están Vargas, Pardo y Santos. Alude también el presentador al color de las corbatas, que corresponden a los colores de partido. En el comentario se aprecian

connotaciones del juego político-electoral, particularmente referidas al *marketing* político, que asume que cada escena es una oportunidad para vender el producto.

Una técnica de venta consiste en mostrar las cualidades del producto, técnica que puede emplear la descalificación de los otros, la alianza oportunista, según la coyuntura, a los idearios del mejor postor del momento, es decir, se repite el criterio del “todo vale”, acuñado en el ideario de Antanas. En campaña los gobernantes suelen decir las “verdades” que ocultan durante el ejercicio del poder, aman al “público”, como no lo hacen cuando están vinculados a un gobierno de turno. Igualmente se muestran “creativos” en sus propuestas de campaña, hasta cuando entran en pleno al ejercicio del poder.

El tono de *reality*, sobre todo en este debate, se orienta en un sentido coloquial, que no permite observar las tensiones y pugnas propias del poder, tono ideal para abordar la controversia sobre la pretendida judicialización de Santos desde el Ecuador, coyuntura del día. Opera en este debate el amor a la patria, patria obediente, única, verdadera, la patria establecida. Al tiempo las posturas de Antanas y Petro frente al hecho, hacen visible la perspectiva de otra patria, que reconoce otra postura ética que debe asumir el Establecimiento respecto a la violación del derecho internacional público. Esta afirmación, se convierte en otra vertiente de pensamiento y cultura política que también está instalada en la memoria de otro sector de la población.

Escena 7. Debate “Yo pregunto”. Nuestra Tele Noticias (NTN), RCN y La Silla Vacía. 18 de mayo. 11:00 p. m.

A diferencia de los demás debates que se realizaron entre las 7:00 y 8:00 p. m. (*prime time* familiar), como oferta del postre del día, de la memoria más fresca, del acontecimiento en vivo, este se llevó a cabo en el horario de las 11:00 p. m. horario de ejecutivos que llegan tarde a casa, de cibernautas trasnochadores. El formato aplicado fue completamente interactivo, hace de la red la protagonista. Segmentos de preguntas son formulados por el “público”. Este debate lo modera Juanita León de La Silla Vacía y Hassan Nassar de NTN, y plantea tiempos de respuesta cortos, los más cortos del mercado, treinta segundos para preguntas, diez para contrapreguntas.

Participan los candidatos con representación en el Congreso. El turno de intervención como en todos los debates y foros, se sorteó previamente. Utilizan la designación de módulos para definir los bloques temáticos. Se introduce el debate esbozando lo innovador del formato, la calidad de los periodistas y la pluralidad de participantes: estudiantes locales y en el extranjero, mujeres cabeza de familia, homosexuales y trabajadores.

La escena rectangular contiene pantalla de fondo con rostros de seis usuarios. Logos de NTN en el piso de madera y en pocillos de los candidatos. Fondo *beige*-dorado con mapamundis en paneles, característicos de NTN, atriles blancos con logos de campaña y nombre de los actores-candidatos, que se encuentran sentados. Usan la misma ropa del debate de Caracol, dado que se realizó en la misma fecha. En general se observaron cómodos los candidatos con la metodología y el contenido de las preguntas, no obstante, el tiempo suscitó la presión en las respuestas, quedándose cortos muchas veces para expresar la totalidad de sus ideas.

Esbozos de ciudadanía y subditaje

En este debate llama la atención el calibre de las preguntas, preguntas directas, que dan cuenta de la lectura del “público”, de la ciudadanía, a la oferta electoral y que aborda aspectos que no se incluyen en los debates “formales”. A continuación se reportan algunos ejemplos:

Se interroga a Petro por “¿Quiénes configuran el núcleo intelectual de las Farc?”, en su respuesta descalifica la formación de la élite de las Farc. “¿Protestaría enérgicamente si las Farc son apoyadas por otros países?”, su respuesta es un sí. “¿Está de acuerdo con la adopción entre homosexuales? ¿Respaldaría ponencia en el Congreso? ¿Desmontaría el sistema bancario, dada la pobreza y el desempleo en el país? ¿Estatizará la banca como lo ha hecho Chávez?”, son ejemplos de las preocupaciones de las y los colombianos del común que experimentan la marginación y la ausencia de oportunidades, que leen los acontecimientos políticos locales y regionales, que entienden o cuestionan los idearios de quienes se empeñan en robustecer el subditaje o la ciudadanía.

A Noemí se le inquiera, “¿Por qué los candidatos están empeñados en dar continuidad a las propuestas de Uribe, si las han cuestionado en

campaña? ¿Se está realizando un continuismo de Estado?”. Ella afirma que hará ajustes a las propuestas de Uribe, manifiesta su ratificación del Establecimiento.

A Antanas un telespectador le pregunta: “Se dice que unos entienden sus mensajes y otros no, ¿por qué no es más claro, por qué balbucea, por qué no ha ideado una forma adecuada de comunicarse si es pedagogo?”. Responde que ha reflexionado el asunto y se esmera en pulirlo, rescata su capacidad de pensamiento complejo: “en Colombia pocas personas pueden articular aspectos psicológicos, sociológicos, económicos”. La contrapregunta le plantea, “Su discurso es de legalidad y transparencia, sin embargo ha hecho varias rectificaciones. ¿Cómo saber que no se equivocará en la toma de decisiones?”, Antanas resignifica el sentido del trabajo en equipo y las calidades y experiencia en los diferentes temas técnicos y de gobierno, que caracteriza al suyo.

Para Santos las preguntas del público lo ponen de frente a sus vulnerabilidades políticas y personales. “¿Si la seguridad democrática es tan exitosa por qué hay secuestrados? ¿Quién responde por los fracasos de la seguridad democrática: Falsos Positivos, bandas emergentes, soldados secuestrados? ¿Ud. admitió haber fumado marihuana, reformará el tema constitucionalmente? ¿Qué propuesta tiene?”.

Igualmente el público es directo y crítico con Vargas, las preguntas se refieren a temas como, “¿Generará una ley para la paternidad irresponsable, dará apoyo a madres cabeza de familia? Se habla de avances en la lucha contra las Farc, sin embargo la guerrilla está viva. ¿Cree en una salida negociada al conflicto? ¿Dando continuidad a la política de seguridad democrática, cree que en los próximos cuatro años se terminará la guerra?”.

A todos los candidatos se les formula la pregunta de “¿cuánto piensan que es el salario justo para un médico?”. Antanas respondió que menos de un millón de pesos estaría bien. La respuesta suscita el desvanecimiento y desdibujamiento de la Ola Verde, su “público” se diluye. ¿Por qué dio esa respuesta? ¿Cómo con su experiencia de alcalde de Bogotá en dos ocasiones, desconoce cuánto gana un médico en la actualidad? La reacción en la red frente a esta respuesta no se hizo esperar, fue tan demoledora como el impulso que en su momento le propicio esta misma plataforma tecnológica

a la campaña de Antanas. Pautas como “Seamos serios, votemos Santos” y “Yo ya no voy a votar por Antanas”³¹ dan cuenta de las expresiones del “público”, de performensos y ciudadanos frente a su respuesta incoherente, pues por un lado minimiza la retribución salarial que el sistema le asigna a uno de los sectores profesionales mejor perfilados, por otro genera un manto de dudas sobre un conocimiento certero de la realidad laboral del país. En esta respuesta del “público”, se evidencia cómo percibe la actuación no asertiva de un actor-candidato.

Mockus se hace un Santo

Se sabe en términos de *marketing* político, que el candidato debe tener claro a quien le habla, preguntas como cuánto cuesta un pasaje en transporte público o un producto de la canasta básica son recurrentes en estos escenarios. La suspicacia se aplica con el propósito de desestabilizar a los actores-candidatos y forma parte del juego político. En este caso Antanas desconoce las recomendaciones de sus asesores de imagen, en términos de lo que significa calcular y preparar una respuesta, aprender libretos. Adicionalmente el candidato debe dimensionar el uso del tiempo para la respuesta, dado que el tiempo asignado es la regla general del formato, que regula la expresión de los contenidos ideológicos y programáticos.

Antanas no alcanza a explicar en treinta segundos por qué pagaría menos de un millón de pesos a un médico. Posteriormente tampoco logró dar una respuesta convincente en los espacios que los medios le dieron para ello. Para este momento Antanas lucha con su *agenda setting*³², pues se convirtió en blanco de miradas por una situación desventajosa, en la que hubiese sido preferible que no se enfatizara. Dos sociedades médicas envían carta a Santos y a Antanas, confrontan sus planteamientos sobre salario de médicos generales, aludiendo ligereza

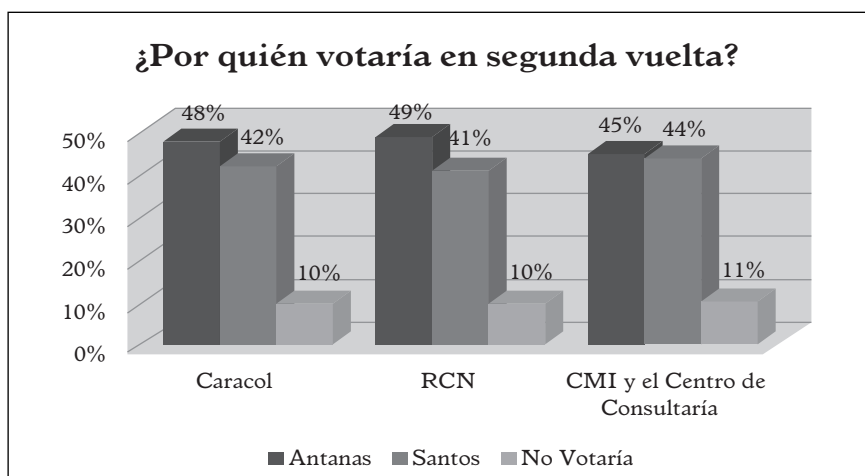
³¹ Yo ya no voy a votar por Antanas. En: www.youtube.com

³² *Agenda-setting*: anglicismo que postula cómo los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia sobre el público al determinar qué historias poseen interés informativo y cuánto espacio e importancia se les da. El punto central de esta teoría es la capacidad de los mass-media para graduar la relevancia de la información que se va a difundir, dándole un orden de prioridad para obtener mayor audiencia, mayor impacto y una determinada conciencia sobre la noticia. Del mismo modo, deciden qué temas excluir de la agenda (Maarek, 1997).

en sus propuestas y desconocimiento de la situación. Antanas en comunicación escrita, corrige su postura. Todos los noticieros dedicaron amplios segmentos a la cobertura de esta opinión y del cambio de posturas frente a sus creencias y planteamientos anteriores, cambios de opinión que modificaron el efecto positivo de la comunicación política de la campaña y crearon un ambiente de inestabilidad y desconfianza en sus seguidores. En este momento, la campaña de Antanas comienza a perder efervescencia, sin que ello se alcance a reflejar en las últimas encuestas publicadas.

El 19 de mayo Caracol reporta datos de la encuesta del día, CM& y Centro Nacional de Consultoría, en la que continúa el empate técnico en primera vuelta, Antanas registra un 34 % de favorabilidad y Santos un 35 %. La pugna se observa posteriormente en la segunda vuelta en la que la intención de voto para Antanas es de un 45 %, sobrepasando a Santos, que cuenta con el 44 % de la intención de voto.

Gráfico 2. ¿Por quién votaría en segunda vuelta?



Para el 21 mayo la performatividad de la campaña la observamos también en las imágenes que reportan los noticieros: encapuchados del ELN se toman la Plaza Che, en la Universidad Nacional de Colombia sede Bogotá, el 20 de mayo en las horas de la tarde, llevan dos armas, reparten panfletos sugiriendo votar en blanco y arengando sobre el fascismo de todos los

candidatos³³. Por otro lado, ciudadanos y performensos participan y se expresan en el cierre de campañas. Los de Antanas y Petro estuvieron muy concurridos, contaron con alta presencia juvenil y de mujeres.

En el cierre de campaña de Pardo se evidenció una baja participación ciudadana, la mayoría de su público lo constituyó la población adulta. Noemí, Santos y Vargas finalizaron campaña con los suyos, adultos en su mayoría y en cantidades usuales de partido tradicional, que suele reclutar en período electoral, a un buen número de integrantes de las masas populares, esperanzados en que el circuito clientelar los contenga nuevamente en la sombra del Estado.

Este paneo general de cierre permite ver dónde se localizan diferentes sectores poblacionales, por un lado la ciudadanía colombiana adulta acompaña a los partidos tradicionales. Por otro, llama la atención la correspondencia de los “públicos” de Antanas y de Petro, entre sus adeptos es significativa la presencia y acompañamiento no solo de adultos, sino también de muchachas, muchachos y mujeres, demostrando que dichos sectores encuentran representación en los idearios de los actores-candidatos, que adicionalmente renuevan los performances tradicionales en la escena política nacional.

La pauta publicitaria para súbditos se hizo visible en casi todas las campañas, pero fue la de Santos la que puso en evidencia estrategias eficaces de *marketing* político dirigida a individuos irreflexivos. La sección “Qué tal esto” de Noticias Uno reporta ampliamente el plagio de campaña del presidente de Honduras, aplicada en la campaña de Santos³⁴. Esta información pone en entredicho para algunos sectores, la honestidad del publicista y se cuestiona la aquiescencia de Santos con este personaje,

³³ Para Schechner (2000) muchas acciones del teatro de guerrilla, actos terroristas, secuestros, asesinatos y demostraciones –por no hablar de otras más banales como conferencias de prensa, inauguraciones de edificios públicos y desfiles– se teatralizan para atraer el ojo de la televisión. La idea es llegar a las grandes masas por ese medio. Los poderosos siempre han tenido acceso, cuando no control, a los medios de información. Pero la televisión, tanto más flexible e instantánea que los medios impresos, democratiza celebrando el apetito de “noticias”. Grupos que de otro modo no tendrían voz y serían invisibles pueden verse y oírse si hacen algo “digno de noticia”.

³⁴ Video oficial campaña Juan Manuel Santos No. 12. También: “¿Más trabajo?”. En www.youtube.com. Video subido por actores que rechazan la publicidad de Santos.

que si bien es defendido por sus clientes, suscita cierta repulsión entre el “público” general. Telemedellín en su sección “Voto en red”, del 24 de mayo refiere cómo este dispositivo hizo visible el plagio en la campaña de Santos con relación a otra de Honduras. Paralelamente en la red montan parodia de Los Simpson, burlando este hecho. El plagio de esta cuña y el uso de la voz de Juanes, es decir la campaña sucia, da cuenta entonces de una concepción de ciudadanía, que valida el “todo vale” y el ejercicio clásico de las posturas políticas en las que la ética poco cuenta.

A una semana de la primera vuelta emerge el *performer* de Uribe, este le sugiere al nuevo gobierno cuidar su labor política con la metáfora de la gallina culeca y sus tres huevitos: la seguridad democrática, la confianza inversionista y la política social. Frente a esta sugerencia, Vargas sostiene que “debe cambiarse de gallo, el de las chuzadas y los Falsos Positivos”. Noemí se refiere al tema aludiendo que “para cuidar esos huevos yo soy la mejor gallina”, “los demás solo cacarean”.

Escena 8. Debate electoral. CityTV, El Tiempo y La W. 25 de mayo. 8:00 p. m.

El canal aplica la metodología del debate anterior: sin reglas, sin orden, sin límite de tiempo, preguntas y contrapreguntas desde los periodistas, intervenciones y contrapreguntas de los candidatos. Los periodistas son los mismos: Alberto Casas y Roberto Pombo, la escenografía también se repite. En esta escena, se asume por primera vez en la campaña el tema de la cultura.

Para este debate, las corbatas ya no operan como banderas, salvo para Antanas que siempre la lleva verde y Pardo también la lleva de color Liberal. La de Santos, es fucsia, la de Vargas roja, Petro usa el violeta. Noemí, vestido negro, chaleco rojo.

En el transcurso de este debate, uno de los periodistas manifiesta de manera performática: “Noemí tiene nuevo *look*, chaleco rojo”. Noemí señala su pecho y dice que ahí caben todos los colores. “Y Petro cambió la camisa”. Petro responde, “Sí, cambié el cuello como lo sugiere Pilar Castaño”³⁵. “Veo mucho rojo, menos Antanas, han cambiado el color de las corbatas”.

³⁵ Asesora de moda.

Este ánimo aparentemente desenfadado en los presentadores, se expresa en el momento de recta final de la campaña, cuando el país tiene una mirada general de la contienda, en la que no ha habido situaciones de alta tensión por fuera de la que suscitan los discursos y la que supone una primera decisión en la campaña a la presidencia, 2010-2014.

Esbozos de ciudadanía y subditaje

Este debate tuvo momentos publicitarios excesivos, tipo telenovela en su mejor momento. Permitted la observación del rol que adopta el actor-periodista, mediado por la mecánica espontánea que proponen y su efecto en el desarrollo del debate. En este caso expresan sus comentarios con suspicacia, con algo de humor e incluso califican o concluyen, denotando sus posturas políticas en algunos casos. Vamos a algunos ejemplos:

Vargas saluda a periodistas, explica que está ronco, luego de hablar Vargas, el periodista en tono jocoso señala que su voz está muy bien.

Cuando Petro afirma que, “las guerras degradan, no son limpias,” el actor-periodista le contrapregunta, “¿Ud. ha hecho guerra limpia?”, Petro sostiene que Bolívar fue un soldado irregular y asevera que en caso del paramilitarismo debe haber confesión y entrega de tierras por parte de los implicados.

A la pregunta sobre “una medida concreta, que implementarían para que el desplazamiento deje de ser la tragedia que es y las posturas frente al tema de justicia y paz”, remata el actor-periodista: “Todos coinciden en que se puede aplicar la ley de verdad, justicia y reparación”. “Se observa más complementariedad que contradicción”, expresa de manera suspicaz, para cerrar el tema. Otra muestra del “desparpajo” del periodista, se denota en el comentario concluyente luego de abordar los temas de la reforma tributaria, el IVA, el impuesto al patrimonio y la gasolina: “Uds. hacen los planes y nosotros ponemos los titulares”.

Estos comentarios evidencian también el carácter que imprime en este escenario, la metodología de reglas flexibles. Este diseño se ajusta a las estrategias del *rating* y de innovación, que aplican los medios y que para el momento de la campaña puede considerarse acertado, ya que facilita

mostrar otros matices de los discursos políticos y programáticos y de los *performances*, en la medida en que la atmósfera del debate se distiende, al no tener la presión de un tiempo definido para la respuesta.

En este debate emerge una actitud *parrhesica* en el *performance* de Antanas, frente al planteamiento de, “Una medida concreta para que el desplazamiento deje de ser la tragedia que es”, emplea un tono vehemente al referirse a las masacres, señala que los candidatos no han mencionado las masacres, “no debemos aceptar ni una más, la guerra se debe ganar legalmente, aunque resulte más costosa”. “Ni la policía, ni los hacendados han actuado legalmente siempre”. Reafirma en su intervención las desventajas de irse por los atajos, “Debe curarse la herida, la lucha del Estado contra irregulares debe ser limpia, su arma debe ser la Constitución”.

Antanas deja ver una actitud de orgullo y cuenta: “hoy recibí carta de Habermas y expertos que respaldan la construcción de cultura ciudadana”. Sostiene que la cultura ciudadana le resta a la indiferencia social, genera identidad, resignifica las tradiciones. Este reconocimiento de Habermas y su grupo le suma a su imagen, para desdibujar un poco la percepción del Establecimiento y del “público” en general, del *nerd*-complicado-lento-parkinsoniano-loco.

Respecto a “¿Qué hará con la reforma tributaria, el IVA y el impuesto al patrimonio?”, Antanas nuevamente tiene un brote de vehemencia, al pronunciar la palabra futuro. Cuestiona titular de prensa, “El Tiempo plantea que voy a raparle el dinero a los ricos, debió haber anunciado que seré duro y seductor”, expresión que evidencia tensión frente a la hegemonía de poderosos. A la pregunta de “¿Qué hará en el corto y largo plazo con respecto al ajuste fiscal y la infraestructura vial?”, Antanas responde “Justicia es cobrar al que tiene, los inversionistas pagan pocos tributos, un ciudadano que tributa puede exigir que se le atienda bien porque paga”, retoma el estribillo de la ranchera, “Pero sigo siendo el rey”, cambiando llorar por pagar y cierra diciendo: “ahí se acaba el problema fiscal”. Sugiere al auditorio cantar, como lo ha hecho en plaza pública. Este auditorio cuadrículado, medianamente musita su sugerencia, lo que denota en parte su adhesión al Establecimiento y deja ver cómo este *performance* enfático no cala fácilmente en la cultura, por lo tanto no es eficiente.

Frente al tema económico “reforma tributaria, el IVA y el impuesto al patrimonio”, Santos declara que generará un sistema amable. Para él incrementar el IVA y el predial constituye un golpe para la clase media. Antanas indica con sarcasmo que en el continuismo pareciera que todo está bien. Sin embargo, habló con integrantes de Fedesarrollo, quienes dicen estar conscientes de la importancia de incrementar los impuestos. Santos replica diciendo que la equidad no se consigue con más impuestos, ni disminuyendo el precio de la gasolina. “El Tiempo debió haber puesto en el titular: Mockus subirá los impuestos”, considera que esa es una decisión regresiva.

En la recta final de la primera vuelta, los actores-candidatos se tornan contundentes en sus planteamientos y apreciaciones, en este debate se observó también cómo unos de otros, han tomado en el proceso de campaña, palabras y conceptos. “Atajos” forma parte del discurso de Antanas, que se ha hecho común, igualmente “las colas de Uribe” que refiere Pardo. Todos coinciden en que se puede aplicar la Ley de Verdad, Justicia y Reparación, evidenciando el interés en las propuestas de los otros, en ello se refleja una flexibilidad, en donde el límite entre el oportunismo o el reconocimiento de una idea plausible, es indiferenciado.

Toconur, toconsan. Todos contra Uribe, todos contra Santos...

A partir del 25 y 26 de mayo, implementan nueva publicidad de campañas, Santos incluye a Garzón. Petro se dirige al público y orienta el ejercicio de voto en primera vuelta. Pardo entre la multitud que repite *sus consignas*. Noemí en un partido de fútbol, invita a unirse a su propuesta. Antanas emplea canción sobre la alegría de votar. Vargas aparece hablando fuerte ante una multitud expectante.

Devia continúa su huelga de hambre, ha perdido once kilos, sigue ocupando el espacio central de la Plaza de Bolívar, las noticias de ambos días giran básicamente en torno a los mismos temas, abre Caracol un segmento nuevo en su noticiero, “Candidatos en familia”. A su vez RCN abre el segmento “Perfil de las esposas”. Los medios encabezan las noticias con la declaración de Uribe, en defensa de su hermano Santiago Uribe señalado de tener vínculos con paramilitares: “han cogido de idiota útil al Nobel de Paz y al *Washington Post*”. El presidente y su heredero de manera estra-

tégica se victimizan, y resaltan constantemente que los cuestionamientos al gobierno y a su candidato carecen de validez, mostrándolos al público como persecuciones de campaña.

Escena 9. Debate electoral. RCN, Revista Semana y La FM. 27 de mayo. 7:00 p. m.

En el segundo debate de RCN usan la escenografía y la metodología del debate anterior. El humor y el sarcasmo estuvieron presentes. Pardo, Petro, Antanas y Vargas los emplean en relación con el continuismo uribista. El escenario como todos los precedentes juega a ser incluyente.

No tuvo momentos publicitarios, restándole al tedio de la publicidad, ofreciendo un bloque grueso de discurso político. El tono del anuncio continúa siendo el del espectáculo contundente, el espacio del debate ha ganado en “calidez”, altura, democracia, en el sentido del tono de las preguntas, de la visibilización de argumentos de fondo, dado que los candidatos, a través de la campaña han profundizado aspectos de sus programas y el “público” elector, el performenso y el ciudadano reconocen o interiorizan los discursos.

Esbozos de ciudadanía y subditaje

En este segundo debate de RCN se aborda el tema del acuerdo humanitario, frente a la pregunta “¿Qué harán con los secuestrados?” ningún candidato considera oportuno un acuerdo humanitario en este momento, salvo Pardo quien afirma que sus compañeros, “están más papistas que el papa”, retoma en positivo el caso de Israel, que canjea cien combatientes por un cadáver. Petro reitera que si las Farc abandonan el secuestro, “liberamos a los policías por canje”. Para Santos el rescate militar ha sido un éxito, reitera el triunfo que supuso para el país la Operación Jaque.

Vargas expresa complacencia por la profundidad de la discusión en este debate, en su apreciación puede observarse que hasta el Establecimiento reconoce las bondades de aplicar nuevas formas de ejercer la política, de deliberar de manera “limpia”, es decir, se hacen planteamientos y no se mata al contrincante, se discute. Anota también Vargas que el ciudadano lee y registra estas maneras de ejercer la política, asunto que “anima” al

“público” permitiéndole “sentir” que “sí podemos mejorar”, “hoy por fin hay un verdadero debate”.

Respecto a la cuestión del canje, Antanas reconoce cómo el ideario guerrillero se ha desdibujado, ha dejado de ser una “delincuencia con ideales”, asume que con ellos no debe haber indulgencia, los considera tercios. La periodista contrapregunta: “¿La familia de Libio Martínez, debe esperar a que las Farc lo quiera liberar? Trece años se ha mantenido la misma posición”, Antanas no responde a la contrapregunta, lo que revela nuevamente un *performance* ineficiente, en tanto este silencio podría indicarle al “público” que el candidato no se interesa en los casos particulares, casos que de alguna forma calan en el imaginario colectivo, pues representan una tragedia de los sectores populares, que “donan” sus hijos a los diferentes bandos que protagonizan el conflicto colombiano.

Pardo pregunta a sus compañeros sobre lo que piensan del DAS y la UIAF. Para Santos el Estado requiere estos organismos, que el gobierno está asesorado por Estados Unidos e Inglaterra al respecto, que la oposición quiere sepultarlo a él como candidato, “ante todo lo pequeño que sucede”. Santos espera el resultado de las investigaciones y da fe de la transparencia de Uribe. Santos como Noemí, sabe que “el que la hace...”, “Uribe nunca insinuó un uso indebido de ellos”. Con su postura defiende el gobierno de Uribe, es un experto en ratificar permanentemente el Establecimiento, lo hace de modo pausado y seguro, habla de una manera educada, un poco “ga-ga”, le habla a un público respetuoso de las formalidades y los buenos modales. Su alusión a que la oposición le endilga “todo lo pequeño que sucede” busca minimizar el escándalo de los exabruptos de la administración Uribe, que son *vox populi*.

Frente a la *vox populi* los candidatos se pronuncian: Petro afirma que Uribe convirtió al DAS en policía política, recuerda que “fui víctima” en su gobierno, instalará inteligencia civil y militar, Petro sin reparos acusa abiertamente al Establecimiento. Antanas indica el caso de Yidis, lo califica de grave, “por una causa supuestamente noble, se actúa torcido”. Para Pardo el caso del DAS es grave, por ende deben procurarse sanciones ejemplarizantes, “debemos saber quiénes son los montesinos, que interfieren con la Corte Suprema de Justicia”.

En este debate también se aborda el asunto de la corrupción. “Con la reforma política, ¿cómo manejarán la corrupción?”, Santos anuncia que reformará la Constitución para que no se venzan los términos de investigación, asegura que deben castigarse a los culpables, duplicar penas, en su administración habrá un comité anticorrupción, será severo. Le contrapreguntan, “¿la reelección legitimó el cohecho?”, declara que “fue legítima, mediado por la cantidad de votos obtenidos a favor de la corrupción, perdón de la reelección”³⁶. Llama la atención este nuevo lapsus en Santos, pues hace visible el inconsciente personal del actor-candidato, que “traiciona” las premisas de su ideario transparente y democrático. El lapsus puede ser resuelto por el “público”, para unos “cualquiera se equivoca”, para otros el candidato “dejó ver” el trasfondo de su ideario³⁷.

Al respecto Vargas afirma ser el primero, ya presentó propuesta para aplicar extinción de dominio, reglamentar el cabildeo, ejercer con transparencia y aplicar regulación financiera de campañas. Para Petro es fundamental y prioritario restarle poder político a las mafias, separarlas del Estado, dice que no necesita gringos, que se requiere aplicar la justicia transicional. Noemí plantea que para evitar los carteles de contratación, fortalecerá la sociedad civil y el tratado de anticorrupción, “es hora de la mujer y de la transparencia”. Por su parte, Antanas considera que lo decisivo es que quien gobierne, se comprometa a hacerlo sin corrupción, enfatiza las posibilidades que ofrece al país la “Ola Verde”, asegura que no significa saltar al vacío, como lo sugiere Santos, por el contrario la “Ola Verde” es la posibilidad de cambiar la cultura, porque “la unión hace la fuerza”.

³⁶ “Shoshana Felman nos recuerda que la relación entre el habla y el cuerpo es una relación ‘escandalosa’, una relación hecha al mismo tiempo de incongruencia y de inesperabilidad (...). el escándalo consiste en el hecho de que el acto no puede saber lo que está haciendo (...). Felman sugiere que el acto de habla en tanto que acto de un cuerpo parlante, es siempre en cierta medida desconocedor de aquello que produce, dice siempre algo que no puede decir, y por lo tanto no puede ser el emblema del dominio y de control que algunas veces pretende ser. Según Felman lo que permanece inconsciente en una acción corporal como el habla puede ser interpretado como el ‘instrumento’ a través del que se hace la afirmación. De la misma manera ese cuerpo que desconoce señala el límite de la intencionalidad en el acto de habla. El acto de habla dice más o dice de un modo diferente, de lo que pretende decir” (Butler, 2004, p. 28).

³⁷ Mirar en www.youtube.com: lapsus de Santos a favor de la corrupción, por decir a favor de la reelección.

Pardo asegura que las leyes están desdibujadas, lee apatía en el país frente a la aplicación de las normas, para Pardo la ciudadanía no solo está cansada de las Farc, sino también de “ocho años de corrupción, este gobierno tiene carteles de contratación y de concesiones”, propone no reelegir la corrupción. Reitera la presencia de este fenómeno en el mandato de Uribe. Según Pardo en el gobierno están enquistadas las “roscas” e indaga a Santos por el manejo de contratistas de Uribe. Este responde con la serenidad que lo caracteriza, que nunca tuvo sospechas al respecto.

Germán Vargas comparte la perspectiva de Pardo, manifiesta que no quiere “molestar” a Santos, pero sabe que para la reelección, se dieron aportes a los partidos, varias veces expresa que no quiere incomodar a Santos, “pero...”. Después le pregunta: “No lo quiero molestar, la reportera de la ONU dice que aparecen patrones en los Falsos Positivos, no la conducta de un desadaptado, ¿qué opina?”, Santos expresa que lo leyó el día anterior, a su entender el informe señala que el gobierno es eficaz y que los Falsos Positivos no son política de Estado. Asegura que sobre el hecho el gobierno actuó y corrigió los desmanes, “me desgarró el corazón”, y de manera performativa pone su mano en el corazón, su cara deja ver tristeza y concluye diciendo que aspira a que en este caso opere la justicia.

En cuanto a los Falsos Positivos Petro indica que la resolución 029 es una resolución secreta, que se dio durante el ministerio de Santos, asevera que se daba dinero por muerto entregado y enfatiza en que la definición del tercer canal de televisión, está comprometida por la vinculación de oferentes, de la familia del heredero del gobierno de Uribe. Santos replica que con la 029 se aplicó recompensa por información exitosa en el combate y que esa eficacia se debe mantener. Petro cuestiona el ejercicio de Santos en el Ministerio de Defensa, período en el que se visibilizó este asunto. Petro con su *performance* busca desestructurar a Santos pero no lo logra, porque pese a que la entonación de Santos es más fuerte, prima su estilo pausado y de buenos modales para defenderse, “hacer como si nada” es su estrategia. Santos reitera que la bonificación se dio por información, “es un sofisma, un mito, hemos priorizado las desmovilizaciones a las bajas”. Petro manifiesta, “quiero un gobierno sin Falsos Positivos”, “yo también” responde Santos.

Frente a las proyecciones de sus programas de gobierno, se indaga a los actores-candidatos sobre “¿Cuál será su megaobra?”, Santos enuncia que en la administración de Uribe han logrado implementar 300 km por año, además no cree que se deban incrementar impuestos, ya que frena la economía, en su mandato dará más empleo. Antanas responde a este, que el impuesto no frena la economía, “quiero una placa de mármol con la propuesta de Santos de no subir impuestos”. Santos asevera que si se incrementa el impuesto se espanta la inversión y se vulnera a los pobres. Su *performance* se ciñe a la lógica de “gobernar es hacer creer”. Antanas responde que Brasil lo logró, apostándole a la legalidad, no solamente a la infraestructura y a los estímulos. Antanas reta la palabra de Santos, con programa de no impuestos que registrará en mármol³⁸. Este reto de Antanas se convierte en el tema de la semana, Antanas dice que de escribir la placa, se convertirá en un lugar turístico, no importa quién llegue a la presidencia.

Escena 10. Debate electoral. Caracol y El Espectador. 28 de mayo. 10:00 p. m.

Este es el último debate de la primera vuelta. Se repite la escena y la metodología de los dos debates anteriores. La presencia de equipos de trabajo, esposas e hijos, refunde el carácter de *show* mediático, competitivo, carácter que se observa en los registros previos y posteriores al debate, que se reportan como “curiosidades” detrás de cámaras.

El tono del discurso de los actores-periodistas fue crítico con la gestión de Uribe, la corrupción dada en este gobierno fue el tema principal. Petro, Pardo y Antanas también argumentaron sus críticas al respecto. Mientras Santos lo defendió todas las veces, Noemí lo apoyó, disimuló los males, “porque ahora comienza un nuevo tiempo”. Vargas también lo critica y adicionalmente asegura tener la solución para que retorne la santa ortodoxia al Estado. En apariencia es un escenario incluyente y democrático. En esta, como en todas las escenas registradas en *Performers* y *Performensos* no emergieron en los contenidos generales idearios que aluden a la perspectiva de género, las minorías étnicas, la población LGBTI, la afrocolombiana y demás sectores marginales y marginados.

³⁸ La placa de mármol de Santos. En: www.youtube.com

Esbozos de ciudadanía y subditaje

A la pregunta de si “¿Financian los contratistas del Estado las campañas?”, Santos recuerda de la Escena 9, “Un compañero habló ayer de que apoyar la seguridad democrática, incluía apoyar la corrupción”, expresa su discrepancia y manifiesta que asume la seguridad democrática para garantizar la confianza inversionista. Reivindica la gestión de Uribe, “ha hecho lo mejor”, sugiere que se mantenga este rumbo y que se hagan las correcciones necesarias. “Este no es un gobierno corrupto, Uribe es honorable, delicado, transparente”.

A Antanas luego de responder quiénes apoyan su campaña, le inquietan: “Ud. aspira a disminuir la violencia con un lápiz y un computador, ¿también logrará acabar con la corrupción?”, responde afirmativamente, argumentando que el lápiz y el computador representan la transformación que puede lograrse a través de la educación. “Ahora todo es un *reality*, este debate lo es, quien vaya a gobernar no debe olvidar que las cámaras están en todas partes”.

El actor-periodista indaga a Pardo sobre un abordaje del debate del día anterior, “Ud. ayer habló de roscas enquistadas”, Pardo dice que sí, enfatiza en que los grandes contratistas están en la rosca, “se ha convertido en una profesión ser contratista”. Tiene claro que el continuismo apoya las roscas y sugiere que debe reglamentarse la participación de contratistas en campañas. Petro manifiesta que su campaña se financia con un 98 % de aportes del Estado. Él trabajó en el Senado en la precisión de la Ley de Garantías, buscando que las campañas se hagan con recursos del Estado.

Noemí propone cambiar de tema, realizar un pacto que ponga límite a los contratistas, denunciar y repudiar la corrupción. Santos dice que mientras Antanas hará cambio con lápiz y computadora, él hará reforma constitucional para que no prescriban los procesos, garantiza eficiencia, eficacia en la gestión e implementación de una unidad de élite anticorrupción. Antanas sugiere el uso de mecanismos legales, conceptúa que debe transformarse la cultura con el lápiz, el computador y la Constitución.

También Petro indica que en los aeropuertos hay publicidad de un candidato, publicidad patrocinada por los contratistas, propone que se pregunten

a dónde van los dineros de juegos de azar, quién financia al PIN, a quién apoya de manera clandestina, por qué no se dice nada. Santos aduce que están en su contra o en contra de Uribe, utilizando la expresión toconur, toconsan: todos contra Uribe, todos contra Santos. El actor-periodista, en su rol de fustigador de Uribe le pregunta directamente: “El partido de la U ¿tiene publicidad en aeropuertos?”³⁹, Santos no sabe nada, considera que el tema no viene al caso y reitera “ahora estamos en toconur, toconsan”. El periodista insiste, “¿y el PIN”, sostiene Santos que en su campaña todo está hecho de la manera correcta y “no tenemos acuerdo con el PIN”.

Ahondando incisivamente en la crítica le preguntan directamente a Antanas. “¿Qué piensa del toconur, toconsan, dado que Uribe todos los días habla en los medios sobre las campañas?”. Manifiesta que así es la vida pública, dice sentir extrañeza de los comentarios de Uribe, no quiere estar a la defensiva, prefiere antes de defenderse, defender los derechos de los demás. “Las expresiones de Uribe chocan con el aprecio que le tengo, lo veo y no lo creo”. “¿Por qué lo hace Uribe?”. “Él escogió apoyar un candidato”.

Y se dirigen acto seguido a Santos: “¿Tenían previsto el espionaje?”. Él expresa: “continúa el toconur, toconsan. Uribe es un hombre derecho”, defiende de nuevo su gobierno y sus políticas. “¿Sin atacar?”. “¿Cuál es el problema de que quiera proteger su gallinita? Deben cuidarse sus políticas, no hacer borrón”. “Hoy Uribe habló del alza en impuestos”. “¿Él sabe que el incremento de impuestos frena la economía?”, “continúa el toconur, toconsan”. Vargas le señala a Santos defender permanentemente a Uribe, y le sugiere no seguir mencionando el toconsan, dado que el tema aborda el comportamiento del gobierno actual, al que él dará continuidad. Admite que admira la lucha de Uribe, sin embargo, expresa que debe aplicarse cero tolerancia hacia la corrupción. La metáfora de la gallina culeca da de qué hablar y se localiza en el imaginario político, hasta la fecha: gallina = Uribe = huevitos = Uribe.

Los periodistas ahondan en el tema de la corrupción, se observa en ello una postura mediática que procura ilustrar a la ciudadanía sobre un problema estructural del sistema político. Llama la atención cómo se vuelve

³⁹ Efectivamente, todos los aeropuertos tenían publicidad de la U, con frases como: “Upa pues”, “Partido de la U” y “Seamos serios: vote Santos”.

importante en el discurso de los críticos de Uribe, la recurrencia a la idea del fortalecimiento de la ciudadanía, como agente social regulador.

Sobre el mismo tema Santos arguye que la impunidad en el país es del 95 %, por ello la Fiscalía debe depender del ejecutivo para poder señalar los culpables y los inocentes y así restarle a la impunidad para consolidar un sistema respetuoso. De manera sarcástica Pardo menciona que “Ese es el verdadero huevo de la gallina, el gobierno quiere el control en las investigaciones judiciales, esa es la cola de este gobierno”. Pardo durante la campaña acuña la expresión “la cola del gobierno” para hacer visible el manejo corrupto que hizo de los organismos del Estado.

Santos continúa su defensa: “No se legisla por la coyuntura. Si el presidente es el responsable debe manejar la Fiscalía y responder, como sucede en México, USA y Alemania”. Vargas dice que el fiscal debe depender de la Corte Suprema de Justicia, no del ejecutivo. Petro afirma que la propuesta de Santos, ya se aplica, “Yo no sería candidato si lo que me ha hecho el DAS lo hubiera hecho la Fiscalía, toda la oposición estaría en la cárcel. No puede darse más poder al ejecutivo, sería una dictadura”, lamenta el estado de corrupción de la Comisión de Acusaciones de la Cámara, alude a la importancia de una renovación profunda de la democracia colombiana.

Pardo concluye que el primer gobierno de Uribe comenzó con un hastío de las Farc, ahora se cierra con hastío de la corrupción, que sale de la Casa de Nariño, sugiere la importancia de asumir y ejercer otra actitud, cuando se gobierna. Antanas considera que en aras de combatir a las Farc, los sectores “sanos” toleraron alianzas con la mafia lo que genera un costo enorme: la Yidispolítica, las chuzadas del DAS, los Falsos Positivos.

El día antes de las elecciones, Uribe realiza consejo comunal en la Casa de Nariño.

30 de mayo. Elecciones primera vuelta

El acto de salir a votar da cuenta de un *performance* colectivo, con reglas y locaciones similares en todo el territorio. Este día escenifica un momento magno para la democracia representativa, en la que podemos observar a *performers*, ciudadanos y *performensos* en acción en todo el país. Dispo-

nerse a salir de casa, vestirse con tonos neutrales para evitar problemas con la ley, nada de amarillo, azul, rojo, verde, llevar a mano el documento de identidad, buscar la mesa en la que se ejerce el derecho, someterse a requisas, saludar a los jurados, entregar el documento, recibir los tarjetones, ir al cubículo, buscar el candidato, rayarlo, doblar el tarjetón, depositarlo en el cubículo, recibir el documento y el certificado de que se ha votado, salir del lugar del que se vota, volver a casa, o estar en la calle, esperando el resultado, son las acciones que forman parte de la performatividad de una jornada electoral colombiana.

Llaman la atención casos aislados de ciudadanos y performensos. En Bogotá un jurado es retirado por ingresar ebrio al recinto de votaciones, un edil hace publicidad a Cambio Radical. Chocan adeptos de Santos y de Antanas, el motivo es el uso de camisetas verdes. En Medellín se da suplantación de cédula en Eafit y una mujer solicitada por la Fiscalía, es apresada en el sitio de votación. En Barranquilla no hay afluencia masiva, a diferencia de las elecciones de marzo, en Cali distrito de Aguablanca, entregan propaganda política con datos errados y compran votos. En Armenia el 15 % de los jurados no asiste, algunos portan publicidad. Entre tanto, en el Cauca continúan los hostigamientos de las Farc. En el departamento de Caldas trasladan mesas en dos ruralidades, por ubicarse en zona de riesgo natural.

Los medios reportan el momento en que los actores-candidatos desarrollan su *performance* ciudadano, igualmente muestran a los coequiperos y al presidente Uribe, que llega “de primero” a las 8:00 a. m. a la Plaza de Bolívar. Antanas “de segundo”, a las 9:00 a. m. llega a la Hemeroteca Nacional, “Demos gracias democracia” corea con sus acompañantes. Soltó mariposas con su equipo, en ritual mañanero, recuerda la metáfora del aleteo de la mariposa. Espera llegar en primera vuelta.

También madrugan Santos y Noemí, van a misa antes de votar, el primero vota acompañado de su familia en el norte de Bogotá. Noemí, en Engativá, al sufragar hace un voto de compromiso con el país. Avanzada la mañana, Pardo hace su elección en la Plaza de Bolívar e invita a la ciudadanía a participar. Vargas y su hija votan en Ciudad Jardín, ella orgullosa y contenta estrena ciudadanía. Por último, registran a Petro, quien sufraga en el centro de Bogotá, también acompañado de su familia, invita a votar

amarillo, “como el sol de hoy”. Señala indicios de *hackers* y compra de votos de la campaña Santos. Mientras tanto, Devia continúa su huelga de hambre en la Plaza de Bolívar.

Por otro lado, los ciudadanos madrugadores significan el sentido del voto. Los medios registran el incremento en la participación juvenil en las mesas, algunos votantes comentan su nexos con la red y el impacto de los discursos escuchados en los debates. A partir de las 4:00 p. m. comienza el carrusel de los boletines, los resultados iniciales marcan una tendencia que se sostiene. Santos arrasa en todo el país, Antanas en Putumayo.

Antanas se pronuncia en su sede, indica la importancia de cambiar la ruta del país, dice portar la altura para encarar a sus contradictores, resalta la labor de los medios para informar a la ciudadanía, afirma que las alianzas las reflexionaran. En la sede se arenga mientras él habla, “A mí no me pagaron, yo vine porque quise”, “no es un sueño, es un hecho”, “no más fraude”, “tu vida es sagrada”, “sí se puede”, “tu conciencia vale más que un almuerzo, un guarito y un tamal”. “Colombia te siente, Antanas presidente”, “abajo los mafiosos”. “Mi presidente, mi profesor”, “no más Falsos Positivos”, “menos corrupción, más educación”. Antanas se articula a su colectivo y dirige las voces, “más agua, más verde”, “más verde, más agua”, “más cultura, más verde, más agua”, “este es un parcial, vamos pa’l final”.

Retoma su discurso el actor-candidato y manifiesta que los Verdes representan a la nueva ciudadanía, también significa la importancia de avanzar en la consolidación de una cultura sin narcos, ni clientelismo, enfatiza en que la ley debe cumplirse para el aprovechamiento de los recursos ambientales y consolidar el 40 % del territorio biodiverso. Le sugiere a su “público” que al marcar el nuevo tarjetón, no debe olvidar que la vida es sagrada, que más de tres millones le apostarán a jugar limpio, a respetar las reglas y la legalidad, asegura que los Verdes innovarán en la cultura política nacional con estrategias “zanahorias”. El colectivo le apoya con aplausos y más arengas. Los Verdes expresan satisfacción con el resultado, saben que es producto del voto de opinión, no de la maquinaria, que refleja la capacidad ciudadana de abrirse a modos inéditos de gobernar y de participar.

Entre tanto en la sede, Santos declara su gratitud con dios y con Uribe, admite que recibe la adhesión de su “público” con humildad, recuerda las

enseñanzas de sus padres y abuelos, faros de su vida, agradece a su esposa. Sus adeptos arengan “Tutina”. Agradece también a sus hijos, a la juventud de Bogotá, a los militares y policías, otra vez a Uribe, “el mejor presidente del país”. El colectivo arenga “Uribe”, “Uribe presente, Santos presidente”, “lo dices tú, lo digo yo, el presidente es de la U”. Reitera su agradecimiento a Uribe, que en su lucha contra las Farc, abre el camino para el empleo, la educación y la prosperidad, “este es su triunfo señor presidente, y es el legado de todos”. Agradece a diputados, ediles, conservadores, liberales, independientes que lo apoyaron, hará la unidad nacional, está orgulloso de su vicepresidente, de su equipo de trabajo, asesores, publicistas, amigos de la red. Invita a Noemí, a Vargas, a Pardo, a Petro (quien ha hecho oposición por ocho años) y a Antanas a la unidad nacional.

Todos los especialistas que participaron en el análisis de los resultados coinciden en que Colombia es un país uribista, significan el impacto en la cultura política nacional de la dependencia de los subsidios, el ejercicio del clientelismo parcelador, aseguran que existe analfabetismo funcional y electoral, sin embargo, consideran que hay cambios en la cultura política, que se ajusta a las tendencias en América Latina y que se está dando un relevo generacional.

Para este momento, *Performers* y *Performensos* tiene puestas las cartas sobre la mesa. Es el momento de repensar el tinglado político. Se retroalimenta entonces la escena, se estrategiza la continuidad de la campaña. La tensión de los ganadores frente al reto que supone obtener la corona, también se expresa en el caso de los perdedores. Petro apunta a desdibujar a Santos, en tanto lo considera un clon de Uribe. El Polo solicita diálogo abierto con los Verdes para estudiar el tema de mafias, tierra, no bases militares de Estados Unidos, estatalización de la salud y de la educación.

El performenso se expresa con esplendor en el índice de abstención nacional, que es del 52,7 %, en Barranquilla la abstención fue del 70 %, donde la primera votación la tuvo Santos, Petro la segunda y Antanas la tercera. El fenómeno no es nuevo, pero se puede observar una leve mejora si se le compara con elecciones como la de 1966 donde es elegido Lleras y la de 1968 donde se elige a Turbay. Ambas, con un porcentaje de abstención del 59 %, en las de 1994 donde se opta por Samper se da un 66 % de abstención y en las de 1998 en las que es electo Pastrana, la abstención es del 59 %.

Cuerpos cansados y heridos

El 31 de mayo se inicia la segunda temporada de esta puesta en escena nacional. Santos hace contactos con los partidos, buscando la unidad nacional. Va a palacio a saludar a Uribe. Ratifica que no va a subir impuestos, “lo escribo sobre una piedra”. La tolda conservadora se adhiere también a Santos, el *performer* de Noemí ha concluido en esta pieza teatral. Antanas recibe críticas por las arengas en el cierre de campaña, consideran que no es pertinente, que es agresivo. Las consideran un insulto para Uribe. Llama la atención la percepción y valoración crítica del Establecimiento sobre las arengas de los Verdes, arengas “maleducadas”.

Tabla 7.

Arengas “educadas”	Arengas “maleducadas”
“Tutina” “Uribe” “Uribe presente, Santos presidente” “Lo dices tú, lo digo yo, el presidente es de la U” “Hoy ganamos, el veinte rematamos”	“A mí no me pagaron, yo vine porque quise” “No es un sueño, es un hecho” “No más fraude” “Tu vida es sagrada” “Sí se puede” “Tu conciencia vale más que un guarito y un tamal” “Colombia te siente, Antanas presidente” “Abajo los mafiosos” “Mi presidente, mi profesor” “No más Falsos Positivos” “Menos corrupción, más educación” “Más agua, más verde” “Más cultura, más verde, más agua” “Este es un parcial, vamos pa'l final”

Dado el contexto Antanas y su equipo valoran alianzas y estrategias para atraer a la población que se abstiene de votar y representa más de dos millones de votos. Reconoce que no hace goles, por ello dentro de sus estrategias para construir ciudadanía y cultura política no se incluye pagar el transporte a los electores.

¿Qué tan súbdito se es cuando se aceptan prebendas? En la cultura política colombiana hasta la seducción de la corrupción tiene estratos. Los sectores populares tienen similares necesidades básicas sin resolver, la clase media aspira a ascender en la escala económica, política y social, las élites se aseguran de no perder sus privilegios. Refrigerios, transporte para asistir a eventos políticos, cemento, ladrillos y tejas, suplen transitoriamente la carencia material de los súbditos. Burocracia, dinero y prestigio social movilizan la “conciencia” política de los otros, súbditos enmascarados que ratifican con sus acciones, el deber ser del sistema establecido.

Para el 1 de junio, Antanas apunta que la unidad propuesta por Santos es el nuevo Frente Nacional⁴⁰, que garantiza la presencia de la clase política en el poder, insta a no permitir su instalación e invita a la consolidación de la democracia. El Polo abre diálogo público y transparente, que busque acuerdos programáticos para segunda vuelta, “si la vida y los recursos públicos son sagrados, los derechos humanos también lo son”. Santos, como el gobierno de Uribe, no convoca a la oposición a su gobierno de unidad. Uribe, activo como siempre se reúne con Angelino, fórmula vicepresidente de Santos. Antanas solicita reunión con Uribe el 2 de junio, argumenta que su intención es buscar que Uribe no favorezca ninguna campaña, “Yo también puedo cuidar esos huevitos”. Antanas desea que sea neutral, dialogan durante dos horas en la noche.

Escena 11. Debate CM&, Centro de Liderazgo y Gestión, Revista Semana y Revista Dinero. 3 de junio. 7:00 p. m.

Moderador la escena Yamid Amat, la acompañan los actores-empresarios José Cortés, Antonio Celia y Nicanor Restrepo. El tono del discurso fue periodístico, directo, concreto. Se abordaron los temas del incremento de

⁴⁰ Período comprendido entre los años 1958 y 1974, acuerdo político que ponía fin a la confrontación entre liberales y conservadores, fase de tiempo denominado como La Violencia en Colombia.

impuestos, la política fiscal y los Falsos Positivos. Las propuestas de los candidatos son contrastadas y valoradas por los expertos.

La escena es el auditorio del Centro de Liderazgo y Gestión, ambientado en tonalidades azules y grises. El fondo contiene logos de convocantes, mesas de madera, localizados todos en línea horizontal, los candidatos están sentados, utilizan copas para el agua. El auditorio es empresarial, justo en este momento de la campaña electoral, los actores-empresarios son jueces e interlocutores de quienes detentarán el poder. La escena 11 de *Performers* y *Performensos* es un ejemplo claro de cómo en la “videosfera”, se refunda el Establecimiento. Esta escena simula como todas las anteriores que es un espacio incluyente, democrático, pero en sus contenidos las minorías y los marginales no entran en discusión, no forman parte de lo que constituye lo “importante” para lo establecido.

Esbozos de ciudadanía y subditaje

La primera pregunta aborda el tema del desempleo y su relación con la “informalidad tributaria y laboral” que presentan el “60 % de las empresas del país”, lanza el periodista, “¿Qué opinan los candidatos de los planteamientos sobre parafiscales?”, Antanas responde que suele mirarse “todo” en perspectiva económica. Sabe que en esta campaña se han dado rumores sobre que él acabará con el Sena. Comenta que le dijo a Uribe que esta institución debe permanecer, advierte que hablar del tema le supone un costo político, sin embargo considera que la legalidad se debe estimular de diferentes maneras.

El “público” aplaude durante varios momentos de su intervención. Santos promete que no desmontará los parafiscales, dada la relación costo-beneficio propondrá exenciones, incentivos y cruces parafiscales para la pequeña empresa, en busca de su formalización. “¿Está de acuerdo con hacer deducciones a quien dé nuevos empleos?”, Antanas afirma enfáticamente, sabe que los costos de trámite y vigilancia tributaria son onerosos. “Cree oportuno promover la tributación silenciosa, caso 4 x 1000”, adiciona que este impuesto debe innovarse, tener metas de recaudo, aunque sea doloroso, “pagar más, preocuparse menos”.

Santos replica “si Ud. adora el 4 x 1000, yo lo detesto”, afirma que es antitécnico, que fue creado por coyuntura, va contra el consumo de los

pobres, lo disminuirá gradualmente y generará empleo. El “público” aplaude. Santos hoy condena lo que ayer creó. Señalar que va contra la capacidad de consumo de los pobres, da qué pensar en el sentido de que los meros consumos básicos que hacen las clases populares, dan grima. “Ud. contribuyó a crearlo”, lo impele Yamid. Aplausos para Yamid. Santos se defiende “Fue por la coyuntura, el Estado iba a la quiebra, hoy nos damos el lujo de disminuirlo”, su programa contiene la reducción. El actor-candidato hace explícito en su discurso que tiene “poder” y que es tan grande que pudo asegurar lo anterior. En sus respuestas se observa preparación, acción estratégica de decir lo que la gente quiere oír y no lo que debería oír, actitud que localiza a Santos como un actor que agencia el subditaje.

¿Subir impuestos? Pregunta ágilmente el actor-periodista. Antanas sugiere que en lugar de pensar en el desmonte gradual, se valoren otras opciones frente al patrimonio y a la renta. Aplausos para Antanas. Llama la atención la recurrencia en la aplicación de aplausos por parte del “público”, para cada candidato. En este escenario los aplausos no estaban reglados, a este “público fino” no se le restringió la expresión de sus emociones, la aprobación de los argumentos, de uno o de otro, denotaba una tensión de idearios, que desde diferentes perspectivas propugna por la preservación del *statu quo*.

Santos complacido con el desarrollo del debate expresa, “qué bien que estemos aquí, Ud. y yo”. Reitera que con sus propuestas no se frenará el crecimiento de la economía, se cubrirá el déficit del 4,1 %, sin subir tarifas de renta, ni IVA. Asegura que las regalías se incrementarán, se formalizará el empleo, para restarle presión al PIB, a la evasión. Quitará la exención a algunas empresas, “En mi gobierno no se subirán los impuestos” “Le firmo en piedra, en mármol, en lo que quiera, tendremos más gallinas y más huevos”.

Retoma la metáfora de la gallina de los huevos de oro, que da cuenta de la lógica y del enfoque de su propuesta de gobierno. Más aplausos. Antanas también aplaude. “¿Por qué aplaude Dr. Mockus?”. “No sabemos quién será presidente, sin embargo, el lugar en el que Santos haga la placa será un lugar turístico y eso da cuenta de la madurez de la campaña”. Reitera que crear impuestos cuando la economía está bien, es lo correcto, en caso contrario sería negativo. Propone que los empresarios pueden pagar 2-3

puntos más. “¿En cuáles impuestos?”, lo interpela el periodista, Antanas sonriendo responde que es para seducir a los empresarios, los que tienen bienes, los más ricos, los estratos 5 y 6 deben pagar más, “todos ponen”. Aplausos a su “todos ponen”. Sugiere que se debe ser ambiciosos y pensar en pagar la deuda con los desplazados. Antanas se autodenomina bastardo en el marco empresarial, dada su procedencia académica. Reconoce que existe una pugna entre los campos y esferas sociales. Invita a Santos a tributar más, a fortalecer la cultura del tributo. La *performance* de Mockus en este debate es fluida, no balbucea, su entonación es fuerte y le es imposible ocultar su malestar con Santos y la forma en que este le remeda, le habla y le mira.

El periodista indaga a José Cortés. “Dr. Cortés, ¿lo convence el argumento de Antanas?”, Cortés sin reparos responde que sí y declara “uno está dispuesto a pagar más impuestos”. A esta reafirmación de que el empresario va a pagar más, le responden los aplausos. Celia está de acuerdo con Cortés, para ella debe hacerse una reforma tributaria para garantizar que se cumplen los derechos constitucionales, enfatizando en que para ello se requiere voluntad política. Nicanor Restrepo está de acuerdo con Celia, es decir, los tres fueron potencialmente sujetos de seducción, de la propuesta de Antanas.

Las respuestas de Antanas se dirigen en este caso a esbozar un deber cívico y promueven una actitud desidiotizadora en el “público”, aun sabiendo que es una osadía política. El *performance* Mockus para este momento aparece con una cara más triste, movimientos corporales tensos y en general deja ver un hombre cansado, pese a su cansancio es enfático en recordar que los actores-candidatos suelen prometer no subir los impuestos, aunque cuando gobiernan todos hacen lo contrario.

Otro momento del debate se ocupa del tema de la corrupción, el periodista le pregunta a Antanas, “¿Hasta dónde la empresa privada es corrupta?”, Antanas responde, “yo he preguntado en diferentes auditorios: ¿qué es peor, robar al Estado o robar a las personas?, para mí es más grave robar al Estado, esto puede ser parte de mi departamento de autogoles, yo les sugiero: si estás condenado a robar, no le robes al Estado”. Santos expresa, “también me he hecho autogoles”, y ajustando su discurso a los conceptos del discurso de Antanas, sostiene que aplicará garrote y zanahoria a la

corrupción, también sabe que los dineros públicos son sagrados, hará un Estado efectivo, combatirá a los corruptos con determinación, en el marco de su propuesta de unidad nacional.

Escena 12. Debate electoral Caracol y El Espectador. 15 de junio. 7:00 p. m.

Hablan los mismos periodistas, Darío F. Patiño y Darío Arismendi. Recuerdan los tiempos asignados a la intervención y contrapreguntas, el turno nuevamente se da por orden alfabético. Candidatos y periodistas usan ropa formal. Antanas corbata verde, Santos azul celeste. Periodistas corbata roja y azul, ¿esta elección de colores de las corbatas tendrá que ver con los partidos que están fuera de escena y al tiempo regentan el poder político, en el imaginario social? El tono del discurso de periodistas fue coloquial, abierto, flexible en el manejo del tiempo y en las interpelaciones. Los candidatos mantuvieron un tono tenso, crítico de parte de Antanas, conciliador y defensivo se observa a Santos.

Esta escena no tuvo momentos publicitarios. ¿Cómo se explica que el medio en plena franja familiar se dé el lujo de no pautar? Realmente ¿el medio está interesado en aportar a la cualificación de la cultura política? Una aproximación posible como respuesta puede referirse a que durante la campaña, Caracol mantuvo la postura crítica que le caracteriza frente a los hechos políticos de los actores en contienda. Igualmente puede pensarse que el interés comunicativo de los medios en general, incluye sin lugar a dudas, una intención de procurar escenarios para la construcción de ciudadanía, dada su injerencia en la escena sociocultural de la videosfera contemporánea.

Esbozos de ciudadanía y subditaje

El debate comienza como es de esperar con el tema del día, la Operación Camaleón. “Asumiendo el resultado del rescate militar y conociendo la postura de los candidatos de no canje” el periodista indaga, “¿El tiempo entre un operativo y otro, no es demasiado amplio?”. Santos asegura que el canje dinamiza el secuestro y no se equipara con las condiciones que soportan los secuestrados, resalta en diferencia, la calidad de vida de los presos políticos. Antanas sugiere mirar las imágenes periodísticas que dan cuenta de la presencia de Santos en otras acciones que muestran lo

contrario. Santos se defiende, ridiculizando un tanto a Antanas responde que no tiene nada que decir al respecto, que espera que se haga un debate de ideas, de propuestas sin agresiones, habla de dos Antanas, uno tolerante, filósofo, con lápiz y girasoles, antes del 30 de mayo. El otro agresivo, que pasó de filósofo a sofista.

Espera que los periodistas ayuden a ello. Los periodistas ratifican su objetividad de cara a su función social y señalan que son los candidatos los que marcan el tono. Por ello preguntan, “¿Qué tiene que responder Antanas?”. Agradece Antanas que lo defina Santos como profesor, para indicarle la contradicción, porque si le dice sofista lo agrade. Subraya que Santos no debe afirmar que él generaliza, cuando habla de algo en particular, caso alcaldes o militares en el debate anterior. Asevera que su actitud cambió por los parámetros que estableció J. J. Rendón, quien con rumores afectó su campaña y su tranquilidad personal.

“Este tema nos pone de cara al concepto del manejo de la verdad o la mentira de un gobernante”, Santos manifiesta preferir la verdad siempre, “quien va con la verdad no pierde, es buena compañera”. “¿Verdades a medias o completas?”, indaga el periodista. Santos dice que hay matices, ejemplifica con lo que podría ser el anuncio de una devaluación, cree que el Estado está obligado a no plantear de una vez la verdad, señala riesgos que supondría para la economía en un caso como este. Afirma que quien va con las mentiras le va mal. Antanas dice que no puede mentir, “se le nota en la cara”. Sabe que no decir la verdad termina resultando costoso, reitera que no sabe mentir, porque no es tan perfecto, “caminaría de rodillas antes de mentir”.

“¿La clase política miente?”. Antanas cuestiona la corruptela enmascarada, asegura que pagar favores está fuera de la ley, igualmente adjudicar contratos con preferencias crea una complicidad, por tanto se incumple la ley, “todos se hacen pasito”, dice que la corruptela y la mentira se localizan en lo profundo de la cultura política nacional. Santos anota que no es justo generalizar a toda la clase política tradicional, algunos lo hacen, otros lo hacen regularmente, otros no lo hacen, debe diferenciarse. Santos defiende su casta.

Avanzado el debate se aborda el tema de la tensión del ejecutivo con las cortes. “Ud. como hombre de Estado, exministro, ¿qué piensa de las

críticas permanentes de Uribe a las cortes?”, Santos es enfático en su defensa a Uribe, “si quiere ponerme a criticar a Uribe, no lo va a lograr”. “Ud. en un debate dijo que Uribe es Uribe y Santos es Santos”. Santos lo reafirma, sin embargo, reitera su respaldo, respeto y defensa a Uribe, dado que él tiene derecho y deber de hacerlo. Asegura que frente a la extradición, Uribe ha buscado hacer respetar los derechos. Antanas resalta en negativo la postura continuista de Santos, dice entender la lealtad, pero quiere saber qué opina él, independiente de Uribe.

Santos responde, “ahí va el Mockus 2, yo quiero hablar con el Mockus 1”. Expresa que el 95 % de los casos se quedan en la impunidad. La Fiscalía debe depender del ejecutivo para garantizar su eficiencia. “¿Satisfecho Antanas con la respuesta?”, Antanas dice que no porque así se rompe el equilibrio de los poderes. Dada la complejidad para hacer visible la corrupción del ejecutivo que ha venido criticando, el actor-candidato no es asertivo en su respuesta, pues es admisible que en un marco de buen gobierno, ambas instancias actúen sinérgicamente.

Retoma el debate otro tema preponderante de los últimos días en el país. “El caso de Plazas Vega, ¿pone en discusión la ampliación del fuero?”. Santos reitera su argumento de militar juzga a militar, salvo crímenes de lesa humanidad. Antanas cuestiona el planteamiento anterior, “es un argumento increíble, militar juzgado por militar porque nadie sabe de eso, entonces a los periodistas que los juzguen los periodistas”. Cree en los estándares internacionales, define nuevamente el triple heroísmo a los que se someten los militares. Considera que Uribe fue fuerte en sus pronunciamientos, al respecto no aprueba la reacción de Uribe, sabe que internacionalmente se le hace una lectura dura, en tanto disequilibra las relaciones de poder, confunde a la ciudadanía y no reconoce los excesos. Esta respuesta de Antanas refleja la importancia de la legalidad en torno a la construcción de una verdadera ciudadanía.

Santos ratifica la perspectiva guerrerista del Establecimiento, “yo soy militar, yo soy periodista”, mantiene que el ejército es la columna vertebral del país, que son especiales y no deben compararse con otra profesión. Antanas replica, “los periodistas en este país arriesgan su vida”. Considera que deben investigarse las faltas e implementar comités de ética. Reconoce la labor del ejército, sus avances y afirma que el soldado contemporáneo

tiene muchas exigencias. Santos le pregunta a Antanas si cree en la disciplina de las Fuerzas Armadas, si les devolvería el fuero y se lo quitaría a la Procuraduría. El periodista refuerza la indagación de Santos, “¿cuestiona la postura de Uribe?”, Antanas titubea en la respuesta, finalmente dice que devolverá el fuero y se lo quitará a la Procuraduría.

Después se aborda la propuesta de unidad nacional. “La propuesta de Santos de unidad nacional no contiene a la oposición. Antanas no se articulará porque señala corrupción, entonces ¿Santos con todos y Antanas con su grupo?”. Santos cuestiona posturas del Partido Verde, declara que ha logrado acuerdos con los partidos, considera injusta la acusación de que todos son corruptos. Reitera que los acuerdos se han basado sobre programas. “El 8 de junio Fajardo dijo que Vargas era idóneo, ahora es clientelista, así que los Verdes son honestos y la U es corrupta”.

Antanas lamenta no tener la lista de la parapolítica, sabe que hay parlamentarios correctos, otros han sido elegidos vía parapolítica, otros forman parte del reparto burocrático. Afirma que todos responden a las reglas clientelistas, se pregunta “¿cómo irán a comportarse?, ¿cómo romperán el clientelismo, sin presiones, sin pagos, sin sobornos, sino sobre la base de los argumentos?”. Advierte que no está generalizando. Antanas no cesa en su pugna, le merma al tono del debate anterior, se observa contenido e incisivo en el cuestionamiento a los aliados de unidad nacional.

Finaliza el debate abriendo el espacio para la libre expresión. “Tienen un minuto para hablarle al país”. Santos le regala a Mockus el libro *Golpes al terrorismo*, lee la dedicatoria y le sugiere que no hable de falsas victorias. Rechaza el comercial de Antanas en el que se refiere a la pérdida de vidas inocentes, subraya que los militares no están de acuerdo con ello. Antanas agradece su caballerosidad, quiere aplaudir la Ola Verde, reconoce la labor de Santos, invita a votar para recuperar los recursos que deben atender a la población vulnerable. Afirma que los Verdes tienen voz en el país, sugiere que se imaginen al país gobernado por ellos, con leyes redactadas y comprendidas por todos, donde el recurso público sea sagrado, sin narcos, sin ilegalidad, invita a que Colombia se dé una oportunidad. Cierra comentando con suspicacia que habrá un momento para que Santos dé cuenta de su reunión con Raúl Reyes en Centroamérica, encuentro desconocido por la opinión pública.

La recta final

El noticiero al día siguiente reporta los momentos de cuestionamiento de uno y otro candidato, en el detrás de cámara llama la atención la expresión de la cara de Lucho Garzón al ingreso al canal, estaba circunspecto, de “velorio”. Indagan a Antanas sobre dónde tiene el libro que Santos le regaló, dice que lo tiene uno de sus escoltas o alguien del equipo.

El 16 de junio continúa en primera plana la Operación Camaleón. La bomba del día nuevamente la proporciona el presidente Uribe, mediado por la carta de adhesión de César Gaviria a Santos, justificada en el carácter y talante de este candidato. Uribe responde que Gaviria es oportunista, ratifica que en su gobierno no se negoció con los Pepes, no se levantó otra Catedral, no se excluyeron los TLC y se trabajó con amor por Colombia. En el transcurso del día Uribe en conversación telefónica con Gaviria le señaló que es un cobarde. Gaviria le responde, “vaya termine lo que le queda de su gobierno, que es un asco”. Por su parte Santos agradece a Gaviria, no obstante, rechaza los agravios a Uribe.

Un día después de nueva publicidad de Santos, Antanas cambia la suya. RCN invita a debate del 17, en tono de gran espectáculo enfatiza en que es el último, “para que Ud. tome partido”.

Escena 13. Debate electoral. RCN, Revista Semana y La FM. 17 de junio. 7:00 p. m.

Este se constituye en un debate fatídico para Mockus en términos de desempeño actoral, gaguea más de la cuenta, no responde algunas preguntas, da pie a ser interpelado, es avasallado por la periodista Vicky Dávila. La escena rectangular es la misma, se muestra pantalla partida en dos para visualizar a cada candidato, que se encuentra uno frente al otro. El formato de este debate varía con relación al tiempo de respuesta, cada candidato contó con treinta minutos para sus diferentes respuestas, tiempo que se descuenta con su intervención, cuando lo consideren conveniente. Las periodistas hacen preguntas durante otros treinta minutos.

Antanas usó de nuevo corbata verde. Santos la lleva verde pistacho, ¿envía un mensaje de tener algo verde en su corazón? El tono del anuncio conti-

nuó siendo el del espectáculo contundente, las periodistas por momentos presionaron a los candidatos, vía la concreción en las respuestas, también emplearon algo de humor y sarcasmo. Entre candidatos se mantuvo la tensión un tanto matizada, que Antanas ha marcado en la segunda vuelta.

Esbozos de ciudadanía y subditaje

“¿En qué se parecen y diferencian Antanas y Santos?”, es la pregunta que abre el debate. Para Santos ambos quieren a la patria, desean el bien, el trabajo, el progreso, la prosperidad social. Luchan contra la corrupción, quieren aplicar propuestas para el desarrollo de la ciencia y la tecnología. Establece la diferencia a partir de su deseo de unidad nacional que no es compartido por Antanas, si por los colombianos “que quieren trabajo, trabajo, trabajo para erradicar la pobreza y mostrarnos al mundo”. Santos cuando afirma que ambos quieren ciencia y tecnología, resalta este tema que no ha sido relevante en su campaña y en la de Antanas sí.

Antanas dice que ambos han prestado servicios al país en distintos escenarios luego de la Constitución del 91, que da cuenta de quiénes son y qué calidades tienen para su ejercicio político. Sostiene que la diferencia estriba en que los jefes de Antanas no reniegan de él. En cambio Santos impulsó la apertura económica en el gobierno de Gaviria, asunto que Uribe rechaza. Participó en el despeje de Pastrana, Samper también se alejó de él. Recuerda que Santos aseguró que nada tuvo que ver con la Yidispolítica. Añade que trata de entender en la lógica del camaleón, qué tanto lo son uno y otro, un camaleón educado cierra los ojos, cuando el otro cambia de color. El camaleón maleducado diría en este caso, que Santos ha cambiado más de posición estratégica en la vida política que él, da como ejemplo su participación en pro de una Asamblea Constituyente en el 97 y del despeje, hoy lucha contra las Farc.

Santos se defiende diciendo que acaba de intervenir el Mockus 2. Antanas no bajó el argumento crítico para indicar las diferencias entre él y Santos. Retoma la palabra camaleón para plantear sus diferencias y precisa que hablar de Mockus 1 y Mockus 2 constituye un ataque personal. Santos ignora el comentario y continúa su intervención reiterando que quiere un debate de ideas y de programas. Recuerda que con el exministro de Hacienda Hommes, que hoy acompaña a Antanas, hizo la apertura econó-

mica. También fue veedor del proceso de despeje, advirtiendo a Pastrana que no funcionaba bien.

Antanas reitera que propuso Constituyente para negociación con las Farc y el ELN. No cesa en señalar a Santos, quien a su vez se defiende. Santos afirma que eso sucedió antes del Caguán, que formaba parte de la Comisión de Paz, proceso que se frustró. Asegura que el país conoce su gestión, le pide que no lo acuse de amigo de las Farc. Antanas “¿y la reunión con Raúl Reyes en Costa Rica?”, Santos asevera que fue un hecho público en el que también participaron García Márquez y monseñor Rubiano. Le recuerda que siendo alcalde, él permitió la publicación de una columna de Alfonso Cano y que en el libro que le dio están registrados los acontecimientos. En el rifirrafe, Antanas pregunta por su injerencia en presunto golpe a Samper. Santos le sugiere no caer en trampas, afirma que jamás se fraguó un golpe, que su labor estaba relacionada con la búsqueda de paz, le sugiere informarse mejor. “¿Consideran que hay suficiente ilustración?”. Con esta pregunta la periodista corta el tema.

Este cambio de tono es además contraproducente para Mockus, efectivamente se evidencia un personaje diferente al de la primera vuelta, performatividad poco eficiente que potencializa la campaña Santos, donde de manera calculada se observa el uso de la frase, Mockus 1 y Mockus 2.

Uno de los temas relevantes en la semana nacional, da pie a abordar el asunto de, “la adhesión de César Gaviria y la respuesta de Uribe, ¿qué piensan?”, Santos agradece la adhesión de Gaviria, sin embargo respalda y respeta a Uribe, no se distanciará de él. Antanas señala críticamente la lealtad de Santos a Uribe, comenta con sarcasmo, “si no, tomará distancia como lo hizo de Samper”. Santos reitera su aprecio y admiración por “el mejor presidente del país en 200 años”, quien con su política de seguridad, hizo que el país cambiara, sabe que hay que hacer rectificaciones, aunque asegura que “es un hombre honorable”.

Una de las periodistas pregunta, “¿Como camaleones qué ventajas encontraron para sus propuestas en la primera vuelta?”, Antanas afirma que en primera vuelta eran seis candidatos, ahora dos. Asegura que Santos en el último debate actuó de víctima del Ecuador, que hizo una campaña cínica en la que los rumores y el uso de la voz de Uribe impactaron en la

población. Cuenta que una señora le preguntó si iba a acabar con la policía. “¿Hubo errores en la campaña?”, Antanas, dice haberse declarado el jefe del departamento de autogoles del Partido Verde, se asume culpable. Indica el uso de las apariencias y de la cortesía: Santos le dice profesor, le regala libro, al tiempo J. J. Rendón crea rumores, los pone a circular por espacios claves, da el caso de los troles en la red, denuncia planteada por La Silla Vacía. Inventaría mentiras que han sido puestas en su boca. Este cuestionamiento de Antanas a la hipocresía funcional reafirma su ideario ético, aplicado en su trayectoria política.

Santos lo interpela sobre quién le habla, si Mockus1 o Mockus 2. Antanas manifiesta con fuerza su indignación, asegura que él es uno, solo que está indignado, mediado por su interés de servir al país, asegura que sufrió un complot de la campaña de Santos. “¿Santos participó?”, pregunta la periodista, Antanas recuerda que muchos periodistas lo dicen.

Basándose en que “la propuesta de meritocracia de Uribe fue calificada de 52/100, ¿cómo abordarán a los funcionarios públicos?”, responde Antanas con la descripción del ciclo clientelar, “tú haces la política, yo contratista te la pago”, sugiere en ello la existencia de un blindaje jurídico, una trampa, una rutina del favor, en oposición al mérito. “¿A qué gobierno se refiere?”. “Opera desde gobiernos anteriores a Uribe”. “¿Qué opina Santos?”. “Por sus hechos los conoceréis”, asegura Santos, él sabe escoger sus equipos, refiere su calidad en los múltiples cargos que ha ocupado y recuerda los postulados de su fundación Buen Gobierno. “¿Qué hay que enderezar del gobierno de Uribe?”. Reconoce que la aplicación de la meritocracia avanza, que se han implementado los concursos requeridos.

El debate profundiza en el tema de la corrupción, “¿Promovería una reforma a las funciones de la Corte Suprema de Justicia para investigar a funcionarios con fuero?”, Antanas dice que sí, le parece conveniente que haya mayor presión jurídica, pero lo más importante es superar la cultura de la corrupción. Trae a colación un ejemplo de los empresarios, que en un 60 % creen que los demás empresarios consiguen los contratos a través del apoyo al proceso electoral. La periodista le pide concreción: “¿En qué específicamente modificaría las funciones de la Corte, a la hora de investigar a congresistas?”. Aquí Antanas comete el error más grande de toda la campaña al plantear que no puede responder a esa pregunta porque no

tiene elementos para hacerlo. Afirmo que los periodistas orientan la opinión, él asume la primera y segunda instancia para juzgarlos. Vicky Dávila es incisiva con Antanas, lo reta: “Pero profesor Mockus: sinceramente usted entenderá que tenemos que decirle que no puede ser que una persona aspire a la presidencia sin saber cuáles son las funciones de la Corte”.

Clara Elvira Ospina explica la pregunta. “En la actualidad los congresistas tienen como única instancia a la Corte Suprema de Justicia, ¿usted qué haría?”. Mockus buscaría que se diera una segunda instancia, así fuera logrando que las distintas salas actúen como instancias separadas y después la Corte en pleno, “al menos es una solución posible, me imagino, ¿es posible?”, contrapregunta el candidato a las periodistas. Y Claudia Gurisatti, dice “¿Es posible qué?”. En este momento de la puesta en escena Mockus refunde su error performático, dejando ver que no hay libreto, no emerge en el *performance* de Mockus un discurso de poder, no hay fuerza en sus palabras, su cuerpo solo expresa cansancio, además por más esfuerzos que haga el candidato por hacer entender que en la política como en la vida, los candidatos no se la saben todas, su imagen no encuentra respuesta en la cultura política colombiana, pues esta demanda un performer que al hablar no gaguee, que dé cifras, que se muestre seguro, “encantador” y libretado.

Por su parte y de una manera absolutamente estratégica, Santos responde en cuarenta segundos lo que Antanas trató de decir en 2,16 minutos. Santos acoge la segunda instancia, ya que los congresistas no gozan de ella, lo negociaría con las cortes. No gaguea, ni titubea, es puntual, lo cual no da pie a que las periodistas le interpelen, su discurso es contundente, expresa poder.

Avanza el debate con la indagación respecto a “¿Cuántos empleos formalizarán y cómo lo harán?”. Antanas manifiesta que se centrará en el apoyo a la pequeña empresa, disminuirá los trámites. “¿Y la formalización?”, considera que es difícil precisar la cantidad, aspira a que sean un millón, lo hará por sectores, cambiará el modelo para evitar la corrupción. Santos aprovecha nuevamente la imprecisión de Antanas para fustigarlo, señala en su desmedro, que una gerencia debe tener objetivos, plantea los suyos. Antanas precisa los inconvenientes de la planeación, respecto de las metas, afirma que “el papel puede con todo”, expresa que prefiere ser prudente.

Para Santos su propuesta no constituye un “salto al vacío”, tiene metas y objetivos para gerenciar el Estado, asevera que hará un buen gobierno y pone por ejemplo el asunto de la inflación, que afecta a los pobres. Llama la atención cómo la afirmación de “los pobres” en todos los discursos, legitima su existencia. Santos suele emplear estratégicamente el desmedro hacia el contrincante, señalando enfáticamente lo que considera negativo, en este caso el “salto al vacío”, que en su concepto caracteriza a las propuestas Verdes. Antanas continúa cuestionando el sentido de las metas, plantea la reducción de homicidios durante seis años en el gobierno de Uribe, expresa su admiración por ello, dado que coinciden con que la vida es sagrada, sin embargo da datos del incremento de las tasas de homicidio en los dos últimos años en Bogotá. Santos aprovecha para desdibujar a Antanas y dice, “¿Le está echando un vainazo a la administración de Lucho Garzón?”. “¿Si baja el alcalde, sube el ministro y si sube el ministro, baja el alcalde?”.

Pese a que Antanas no se deja, Santos es mucho más contundente en su discurso, aprovecha que en realidad le habla Mockus 2, pues es evidente su cambio de tono, es decir, aquí vemos un Mockus que calculó plantear aspectos negativos de su contrincante, lo cual no corresponde con el *performer* observado durante toda su campaña. En este caso frente a la disminución de homicidios, al Mockus querer mostrar a Uribe como héroe por sus logros en el plano nacional y a Santos como villano por su papel como ministro de Defensa en relación con el aumento de homicidios en Bogotá, termina acorralado por Santos, quien lo interpela constantemente, para desconcentrarlo e inducir a Mockus a balbucear, titubear, gaguear y contradecirse.

“Ud. promete trabajo, trabajo, trabajo, ¿qué hará con el salario mínimo?”. Santos agradece la pregunta, pareciera que lo hace porque es súper experto en el tema y expresa otra vez: “por sus actos los conoceréis”. Recuerda sus logros en cargos afines al tema y replantea sus propuestas al respecto. Santos es rooseveltiano, bíblico, inglés, chileno, harvardsista, cuidador de gallinas y huevos. Antanas recuerda que es la Corte Constitucional la que pone piso a los topes de salario mínimo. Expresa que solo “hechos humanamente extraordinarios” conseguirían incrementarlo. Con esta aseveración ratifica el Establecimiento, al tiempo que está abierto a un aumento salarial, “Si la economía lo soporta”.

Se le suma a la pugna y tensión del debate, el abordaje del siguiente tema. “La Operación Camaleón, ¿impacta estas elecciones?”. Antanas declara que puede influir, sin embargo cree en la ciudadanía consciente, que reconoce el logro de las instituciones. Santos, radiante con el hecho, como pez en el agua, alude a la figura del soldado raso, el hijo de las mujeres del pueblo y él, un hombre prestigioso, lo pone en escena. Reconoce el mérito en los soldados, sabe de la alegría que esta acción produce en los colombianos. Sostiene que no es propaganda, que no fue planeado, “como lo dicen algunos sin fundamentos”. Asegura que habrá muchas más operaciones.

“Los miembros del M-19 hacen parte de la vida pública, los militares van a la cárcel por hechos del M-19, ¿está de acuerdo con un punto final, perdón y olvido?”. Estas preguntas sobre la actualidad candente, exigen posturas claras de los candidatos, dándole más drama a la escena de actualidad en el país. Para Antanas el M-19 pagó por sus delitos, incluyendo los de lesa humanidad, por tanto las Fuerzas Militares deben tener igual tratamiento por “equidad con el pasado”, que además podría ser “mal vista” una sentencia que beneficie al ejército, “hoy no se puede indultar así no más”. Recuerda que la justicia ha cambiado, que existen restricciones internacionales. Santos defiende al ejército, su ejército. “¿Hay una culpa histórica?”. Reitera que deben respetárseles las garantías, que pueden demostrar su inocencia porque ellos son honorables.

“Les queda un minuto”, recuerda la moderadora, Santos alude a que en su recorrido por el país conoció gente buena, por ello su propuesta de unidad nacional busca “el trabajo, trabajo, trabajo para todos”. Espera el apoyo de los colombianos para darle un gol excepcional a la abstención, dado que conocen las dos propuestas. Da las gracias a Antanas por haber demostrado que en Colombia se vive la democracia, “en el partido por el futuro de Colombia, hagámosle un gol a la abstención”. Santos es “cortés” con Antanas y espera convocar con su propuesta a la abstención.

Ambos utilizan la palabra excepcional para calificar el día electoral. Antanas manifiesta que el domingo es un día excepcional, que los colombianos han podido ver “que no se las sabe todas”, que es innovador, que entiende que en la ley hay un camino, que sabe gobernar con buenos equipos para generar confianza desde la legalidad, que ha criticado el clientelismo, que lucha porque la vida sea un bien sagrado, a diferencia de cómo Uribe

aplica la seguridad y cómo se relaciona con la justicia. “Señoras y señores, estoy en sus manos”.

La periodista cierra dándoles las gracias a los candidatos y reiterando que en las manos de la teleaudiencia está la decisión sobre quién gobernará en los próximos años el destino del país.

Elecciones segunda vuelta

Al iniciar la “Gran fiesta electoral” el 20 de junio, llueve en todo el país, por este motivo durante la mañana los medios reportan baja participación en las urnas. Registran también a los actores principales en ejercicio del voto. Santos vota luego de ir en familia a misa. Espera que dios y la democracia lo conduzcan a la victoria. Hace gesto de victoria con los dedos. Antanas vota en la Hemeroteca Nacional. Cuenta anécdota de indígena que estrenaría su cédula feliz de votar por él. También los medios reportan a la ciudadanía electora, quien sustenta la importancia de votar. Llama la atención que en ningún medio emplean la palabra ciudadanía ampliamente para referirse a los electores, usan más palabras como gente y personas.

Este día, se corrobora la abstención como una característica histórica de los procesos electorales del país. Este hecho da cuenta de que ningún candidato representa al elector o el mundo de la política, no suscita ningún interés en la mayoría de la población. La transmisión especial de Caracol reporta datos como que en Santa Marta de 800 000 potenciales electores, votaron solo 120 000, para los expertos invitados por RCN, la abstención obedece a la desmotivación producto de los debates y del resultado de las encuestas, que mostraron una ostensible diferencia entre candidatos. El reporte de las 4:30 p. m. muestra a Antanas con 3 560 000 votos y a Santos con 8 230 000 votos, obteniendo más de dos millones de sufragios que en mayo.

Los medios nacionales transmiten pasadas las seis de la tarde el discurso de Antanas, que refiere el encanto que le suscita la sede de campaña como lugar de encuentro, para quienes desean instalar una nueva opción de gobernar. Resalta en positivo cómo las propuestas Verdes inspiran a niñas, niños y jóvenes, sobre una manera diferente de ejercer la política, lo que lo llena de orgullo. Pronuncia que la tecnología los ayudó a multiplicar sus

ideales, los compara con una escalera altruista, que contiene nuevas ideas de cara a las exigencias de presente y futuro en el país. Agradece a todas y a todos los que se acercaron, indagaron y debatieron alrededor del proyecto Verde. Sabe que muchos se preguntan ¿y ahora qué?, “Ahora todo”, dada la representación que tienen en el Congreso como opción de centro.

Sabe también que con el símbolo del computador y el lápiz, significan la importancia de aplicar la ley y la educación para construir el país que “nos merecemos”, para cambiar a Colombia. Resalta nuevamente la fuerza independiente que representan los Verdes, su interés en los argumentos para transformar la política, para ejercer control político en el Congreso en la perspectiva de la justicia. Está feliz de que tres millones de ciudadanos defiendan la Constitución, la vida, los recursos públicos, porque la ilegalidad es dañina, porque quieren ser mejores, quieren acceder a sus derechos, cuidar el medioambiente, lograr una sociedad igualitaria. Asegura que los Verdes no defraudarán a sus electores, van con la Constitución que es el patrimonio que reúne los ideales nacionales. Sabe que el sueño Verde perdurará. Para esta ocasión, en el escenario Verde no se arenga, escenario con luces verdes, pendón con “la historia no termina aquí, hoy apenas comienza”, luego de Antanas habla su esposa Adriana, cierran el momento electoral, bailando.

Por otro lado, la escena para el discurso de Santos se asemeja a la escena electoral gringa. Guardas verticales tricolores, columnas, elaboradas con bombas, siete pantallas son el telón de fondo, en sus intersticios se proyectan textos tricolores ondulantes: “Todos con Santos”. Se proyecta publicidad de campaña al público presente, eslóganes de campaña y de agradecimiento, “gracias Colombia”, también proyectan el escudo nacional. En los costados hay pendones verticales, en letras blancas y negras se lee: “Santos Presidente”, “Gracias Colombia”. Piso central negro, semejando baldosas grandes con borde de neón, iluminado de azul. Sobre el público luces amarillas-rojas. Atril transparente para Santos, sobre base roja, en escenario central. Un escenario en cada costado, ocupado por músicos y bailarines. La orquesta Baranoa de Barranquilla es la invitada, junto a músicos, bailarines y cantantes de diversas regiones del país. Los periodistas en tono de atestiguar un “gran espectáculo” comentan que observan un nuevo equipo de seguridad, los invitados llevan boletas. La cámara panea la entrada de senadores y seguidores cercanos al candidato.

La banda y las danzas dan comienzo al evento interpretando “La pollera colorá”, un bambuco, un sanjuanero. Vestidos de pantalón negro y camisa blanca ingresa la familia al estadio. Con balón en la mano, significando un “gol a la abstención”, la familia sube al escenario, saluda. Una sanandresana interpreta el himno nacional, la actitud corporal al cantar de Santos, Angelino Garzón su vicepresidente y familias es de “estar en la gloria”. El Ballet de Colombia cierra con su presentación el momento inicial de esta fiesta de la U, un joven vestido de llanero y una joven vestida de indígena son saludados por Santos, lo acompañan al centro de la escena.

Santos inaugura su discurso en un tono airoso, fuerte y decidido: da gracias a dios, al país, a los nueve millones que votaron a pesar de la lluvia y del fútbol. El público arenga con la voz “presidente, presidente”. Santos dice que ha sido una jornada histórica, agradece a la Registraduría, saluda con respeto y afecto a Antanas y a Fajardo, al Partido Verde. Parte del público chifla. Afirma que Antanas fue un contendor de altura. Sabe que en el fragor de la contienda se suscitan heridas, hoy quiere cerrarlas para siempre. Continúa diciendo que hoy quiere hacer un homenaje a un “hombre excepcional”. El público arenga “Uribe”.

Santos quiere hacer un tributo “al mejor presidente que ha tenido el país en 200 años”. “Muchas gracias señor presidente Álvaro Uribe Vélez”. Nuevamente arenga el público, “Uribe”. Ratifica el agradecimiento que le tiene el pueblo colombiano, asevera que continuará avanzando en sus propuestas, “este triunfo también es suyo”. Su rostro denota toda la felicidad del mundo.

Saluda y felicita con gratitud a las Fuerzas Armadas. Súper arengas al ejército. Él dice “Vivan las Fuerzas Armadas”, el público responde. Expresa que lo enorgullecen, que le dan seguridad y tranquilidad al país. Estas arengas son “bien” leídas por los medios y la opinión pública. Anuncia al mundo que al terrorismo y las Farc, “se les acaba su tiempo”. El público: “no más Farc”. Asegura que si continúan aplicando sus métodos de ataque, no dialogará, los atacará con firmeza. Exige la liberación unilateral de los secuestrados. El público: “libertad”.

A dios le pide fortaleza, justicia, templanza, prudencia para transitar la senda de la prosperidad en paz, unidos, para vivir en una patria alegre,

arengan “viva Colombia”. Caen confetis, hay humo de colores, los protagonistas unen sus manos y las levantan de cara al público. Para esta “fiesta” se dispusieron 39 pantallas públicas, en 9 ciudades del país.

Pasadas las 8:30 de la noche, reportan las noticias un porcentaje del 55 % de abstención. Santos obtiene 9 001 000 votos, Antanas 3 586 731.

Conclusiones

Al finalizar este ejercicio es pertinente preguntarse: ¿cuál es el aporte del análisis de la performatividad de la campaña presidencial 2010-2014 al campo de los estudios políticos? *Performers* y *Performensos* desarrolló una perspectiva para el análisis, reivindicando la idea del ejercicio de la política como el arte de actuar, la política como *performance* y desde este enfoque epistemológico observó en los cuerpos de los candidatos y de la población, rasgos de nuestra cultura política que a simple vista pasan desapercibidos, valorando en positivo aspectos subjetivos y emocionales que son descartados por miradas y parámetros que corresponden a los criterios de elección racional.

Frente a la relación establecida entre *performer* y ciudadanía, el análisis nos permite concluir que buena parte la performance de *performers*, *mass-media* y público, ratifica los elementos y valores estructurales del Establecimiento nacional y global como el militarismo, el machismo, el autoritarismo y el racismo. No obstante, también emerge otra performance que expresa, reivindica y procura un ejercicio de la ciudadanía.

En cuanto a los *performers*, la campaña mostró que los formatos de la política contemporánea demandan de cada actor-candidato una conciencia y un trabajo que permitan cualificar su desempeño actoral, con el propósito de generar una identidad en la performatividad de su público. En general, todos los *performers* respondieron a los parámetros del *marketing* político que les exige aprendizajes comunicacionales, para que su desempeño impacte en la ciudadanía, en “el público”.

En las diferentes escenas se observaron entonaciones fuertes, con ritmos pausados, que eventualmente denotaban vehemencia. Respecto a la expresividad corporal es apreciable que tienen incorporados los cánones y

protocolo que la escena supone, es decir, en sus cuerpos se observa acartonamiento, “buen comportamiento”. Quien rompe el estereotipo paga un costo alto, en este proceso electoral el caso de Antanas es un claro ejemplo de ello. Su parrhesia no logró opacar el desdibujamiento de su campaña, mediado por titubeos e imprecisiones, que suscitaron un reporte negativo en los medios y un impacto también negativo en la ciudadanía.

La hipótesis de esta investigación propone que aun habiéndose dado una coyuntura favorable para el candidato Antanas Mockus, su performatividad no respondió a los parámetros dominantes de la cultura política colombiana. Su *performance* poco eficiente en lo que incumbe a su actuación en los debates más publicitados, genera que en este escenario se deteriore su imagen y se configura una derrota no prevista por el dispositivo encuesta antes de la primera vuelta, momento de la campaña que lo localiza como presidente de los colombianos. Es decir, si bien Mockus consiguió favorabilidad y aceptación como personaje, no supo desenvolverse al actuar como candidato, en el dispositivo debate, que obra como *reality* televisivo y que se ha constituido en un escenario determinante de la política contemporánea⁴¹.

Todos los actores-candidatos llegaron libretados a las catorce escenas televisivas. Antanas, a pesar de tener un libreto, no logró comunicar sus ideas a todos los sectores del público, este candidato dados sus constantes errores en términos de inconsistencia en sus libretos, argumenta que no prepara las respuestas para un debate, porque eso obedece a un ejercicio de cálculo político, que riñe con sus principios éticos⁴², queriendo mostrarse como un actor absolutamente íntegro, lo cual ni es estratégico, ni es cierto según lo observado, pues su puesta en escena dejó ver la emisión de respuestas calculadas⁴³ y repetición de estribillos de los aspectos centrales de su discurso, haciendo uso de forma calculada del poder performativo del lenguaje.

⁴¹ Es preciso no ignorar otros factores que también pudieron incidir en los resultados de la campaña de Mockus, como la poca respuesta en las urnas de la población joven que apoyó masivamente su propuesta y desconocimiento del candidato de aspectos políticos y competencias –extradición de Uribe, salarios actuales de profesionales, entre otros– que generaron desconfianza en sus seguidores.

⁴² Mirar documental “La bella parásita” de Caracol y La Silla Vacía.

⁴³ Mirar las intervenciones de Antanas en los debates de la segunda vuelta.

En general, los actores-candidatos cuentan con una capacidad de improvisación fluida, centrada en sus convicciones, salvo Noemí que ante el imprevisto, se observa nerviosa e insegura, evidenciando que responde más a unos parámetros formateados y a un estilo hechizo. La mordacidad, la crítica, la utilización de proverbios populares y el humor estuvieron presentes en los momentos que lo ameritaron, momentos que se salen del libreto y que se capitalizan o no de acuerdo con las capacidades de cada actor. Saber improvisar, supone un conocimiento del tema y una convicción profunda de los ideales que se representan, ambos elementos aportan a que la fluidez verbal y argumentativa se presente de manera variada y cualificada. En el caso de Antanas es apreciable que la forma en que transmite sus ideas no es asertiva, sus respuestas las plantea sin calcular el efecto que causa en el público, al aplicar en muchas de ellas las perspectivas de complejidad discursiva.

En cuanto al estilo que caracteriza a los candidatos, en la contienda del 2010 participaron actores clásicos, convencidos de sus convicciones de partido, lo que les otorga a sus perfiles una “naturalidad” para navegar en las aguas del poder. No obstante, existen diferencias entre ellos. Santos, Vargas y Pardo responden al estilo deseado y validado por el Establecimiento. En contravía opera el estilo de Petro, centrado en la racionalidad. Por su parte Antanas, el académico, transgrede con su estilo los cánones establecidos, que descalifican las imprecisiones argumentativas. Noemí aplicó un estilo hechizo, probando que fue una pieza caduca del ideario conservador.

Independiente de la pregunta o el momento, los candidatos buscaron imponer su marca y en lo posible deteriorar la de sus adversarios, a veces al margen de las reglas de juego o dentro de ellas pero al fin y al cabo sobrevirtiendo la formalidad del formato, momentos de los debates en donde se expresa el performativo de Austin⁴⁴ –ejercicio del lenguaje que realmente hace “algo”– y que resultó relevante examinar en esta investigación, en

⁴⁴ La afirmación más radical de lo que “es” *performance* –o de lo que podría ser– reside en la noción de “performativo”, término acuñado en el los cincuenta por el inglés J. L. Austin, filósofo del lenguaje. El performativo de Austin es una categoría del lenguaje que realmente “hace” algo: promesas, contratos, matrimonios, bautismos de barcos... Sobre la base de las ideas de Austin, de que la lengua hace algo más que describir o expresar (Schechner, 2000).

tanto tener conciencia de ello, se vuelve estratégico en la preparación del *performance* de un candidato.

Asistir al taller de actuación es determinante en la vida del político contemporáneo, bien sea porque el candidato quiera moverse de manera funcional en la cultura política existente o por que quiera transformarla. Tener conciencia de ello, implica asumir la política como técnica, ser consciente de sus reglas, situación que según lo observado, no consideró la campaña Mockus, pues si esta incluía enfáticamente las ideas de Habermas, excluía por completo los aportes de Maquiavelo.

En términos de *marketing* político, Maarek (1997) argumenta que el 80 % de los electores no se interesa en política sino en períodos electorales, por ello definirse en una palabra es lo que cuenta. Para observar el tipo de *marketing* de cada candidato, su evolución según la coyuntura y su aporte a la construcción de ciudadanía, *Performers* y *Performensos* estableció los siguientes criterios para el análisis.

Tabla 8. Criterios valoración *marketing*

Imagen <i>marketing</i>	Tono de la campaña	Afectación de la coyuntura
Refiere cómo es concebido el actor-candidato, en tanto producto que se oferta en el mercado político y refleja la intención ideológica, los medios que utiliza y los aspectos relevantes de los mensajes publicitarios	Da cuenta de las posturas ideológicas y de los idearios que cada quien expresa. Se asume como polémico cuando cuestiona programas, prácticas y actitudes de sus contendores. Neutro, cuando no polemiza y es aquiescente con el Establecimiento. Pseudobjetivo, cuando aparenta una racionalidad renovadora en sus posturas (Maarek, 1997)	Señala el impacto de las circunstancias políticas y socioculturales que entran en juego cotidianamente en la escena nacional y que comprometen acciones políticas previas de cada actor-candidato

Síntesis valoración <i>marketing</i>			
Candidato	Imagen <i>marketing</i>	Tono de la campaña	Afectación de la coyuntura
Santos	Generar en la población miedo frente al terrorismo y a la pérdida de los logros de Uribe. Su pauta publicitaria da cuenta de elementos esperanzadores a través de la idea de prosperidad. Los métodos aplicados son convencionales, incursionó en la web tardíamente. La Silla Vacía denunció el uso de “troles” contra la campaña Verde	Pseudobjetivo	Capitaliza situaciones en torno a relaciones internacionales, generando un sentimiento patriótico. Impacta la coyuntura, utilizando campaña negativa
Mockus	Su imagen esperanzadora se oferta desde la honestidad y la legalidad. Su campaña es innovadora, es quien más impacta en las redes sociales. Los métodos usados son alternativos, en general emergen de los ciudadanos, seguidores de campaña	La campaña pasó de un tono neutro a polémico. Al iniciar se definieron “ni uribistas, ni antiuribistas”. Pero al final, antiuribistas	La coyuntura lo afectó en negativo permanentemente.
Petro	Encarnar el nuevo tiempo para las mayorías es su pretensión. Ofrece la renovación del Establecimiento y de la democracia, a partir de la concertación ciudadana	Es enfáticamente polémico	Su pasado guerrillero lo afecta permanentemente
Vargas	Proyecta imagen redentora, experta en todos los temas. Refundó los criterios del Establecimiento. Capitaliza su trayectoria política, su cercanía a Galán y los hechos violentos que experimentó. Salvaguardar al país del terrorismo es una herramienta de motivación en la imagen de su campaña	Posa de polémico en muchas oportunidades, en una intención de querer contemporizar el ejercicio de la política tradicional, de élite. Es pseudobjetivo	Las debilidades de otras campañas impactan positivamente su crecimiento en la aceptación del público

Síntesis valoración <i>marketing</i>			
Candidato	Imagen <i>marketing</i>	Tono de la campaña	Afectación de la coyuntura
Pardo	No genera temor, ni esperanza, rememora e invoca más bien el ideario de la justicia social, como bandera de su partido. Este producto político es en apariencia un estadista “fresco”, demócrata	Es más polémico que neutro	La coyuntura del surgimiento de nuevos partidos impacta en negativo su campaña
Noemí	Pretende renovar el ejercicio del poder y transformar el país desde la perspectiva de la mujer tradicional, profesional, emprendedora. La publicidad de televisión la muestra como redentora de las clases populares, es demagógica. Los métodos de <i>marketing</i> utilizados son convencionales	Neutro y pseudobjetivo	Inicia campaña en la sombra de Uribe. Sucumbe en la alianza Mockus-Fajardo

La imagen de *marketing* en la campaña 2010 representa claramente el ideario de los partidos tradicionales, en la campaña de Santos la sugerencia de “prosperidad para todos” al lado de la motivación a preservar los “tres huevitos” de Uribe, refunde en el público el miedo al terrorismo. Igualmente, la campaña de Vargas hace uso de este elemento y lo revalida con la visibilización de su trayectoria y con su infortunada experiencia personal, en tanto ha sido víctima del terror, lo que da la posibilidad de visibilizar en las imágenes publicitarias su talante autoritario y militarista. Los liberales centran su imagen en la recuperación de los idearios ancestrales de justicia social, que viabilicen una democracia activa y fuerte. Los conservadores pretendieron ofrecerle al país el gobierno de una mujer, por primera vez en la historia.

Los nuevos partidos refrescaron la escena electoral y la cultura política. La honestidad y la legalidad, propuestas en la imagen de Antanas, abren la esperanza de un público que reacciona positivamente a su ideario en las

redes sociales, lo que a su vez propició un aire a la cultura política nacional. Otra perspectiva la aportó Petro, al proponer la concertación ciudadana como herramienta que renueva el Establecimiento y la misma democracia. Mockus y Petro emplean un *marketing* direccionado a la pedagogía política, en el claro interés de que la ciudadanía comprenda sus idearios e iniciativas para el desarrollo. A esta intención se suman de manera funcional Pardo y Vargas, el primero apela a su visión liberal de justicia social, el segundo la aplica para reforzar el Establecimiento.

El tono de las campañas fue variopinto, la neutralidad no fue la pauta general y la polémica no siempre respondió a la fuerza de los argumentos, como en el caso de Petro, sino más bien a la defensa de las ideologías que le apuestan al Establecimiento, derivando casi todas las campañas, en un tono pseudobjetivo.

Los asuntos coyunturales Santos los aprovechó permanentemente, en tanto era implícitamente considerado el heredero del gobierno de Uribe, quien durante la campaña fue un actor activo, mediado porque el ejercicio de su gobierno constituía la materia prima de la coyuntura de la época. Vargas se crece debido a las inconsistencias y debilidades de otras campañas, en contraste con Antanas que fue afectado con frecuencia por ellas. De la misma forma la coyuntura afectó en negativo a Pardo, a Noemí y a Petro.

Respecto a Pardo y a Noemí es evidente que sus partidos están en desmedro, ambos se han afectado por el surgimiento de nuevos partidos que representan de mejor modo los intereses generales. Aunque Petro forma parte de un nuevo partido, la ortodoxia del Establecimiento hizo lo que estuvo a su alcance para enrostrarle que formaba parte del combo de los “bandidos”, terroristas, que tienen al país sumido en la guerra.

La siguiente matriz muestra la valoración de los diferentes discursos-libretos de los actores-candidatos, y su aporte al subditaje y a la ciudadanía.

Tabla 9. Síntesis afianzamiento del subditaje

Criterios	Santos	Antanas	Petro	Pardo	Vargas	Noemí
Respuestas formales-funcionales-cliché	X			X	X	X
Posturas confesionales	X				X	X
Propuestas paternalistas-asistencialistas respecto a procurar derechos económicos, sociales y culturales	X	X	X	X	X	X
Laxitud frente a la norma	X				X	X
<i>Marketing</i> político orientado a la campaña negativa	X		X			X
Énfasis en resolución militar del conflicto	X				X	X
Afianzamiento y aceptación del Establecimiento	X			X	X	X

La matriz hace visible cómo los actores-candidatos pertenecientes a los partidos tradicionales, son quienes enfáticamente refuerzan en sus discursos el afianzamiento del subditaje. Santos, Vargas y Noemí se dan la mano en cuanto a responder de manera formal-funcional-cliché, para ellos el sentido de gobernar se fundamenta en la perpetuación del Establecimiento. Ellos solo adicionan elementos que lo cualifican, desde esta óptica sus planteamientos se tornan laxos frente a la norma, con posturas ambiguas y cómodas que le restan a la aplicación cabal de la ley.

En sus discursos emergieron constantemente posturas confesionales, el estigma a todo aquello diferente es su bandera, aunque funcionalmente aprueben lo pluricultural. En esta lógica, encuentran coherente que la solución al conflicto armado colombiano se realice por la vía militar y no tienen dudas éticas en la implementación de un *marketing* político en el que se validen las campañas negativas. Dado el contexto político nacional y respecto a la aplicación de campaña negativa, Petro también hizo uso de ella, mediado por los ataques que recibió con frecuencia de la ortodoxia

política y también como parte de su estrategia de posicionamiento en el contexto nacional y local.

Si bien el discurso de Pardo no es la excepción, en tanto forma parte de la cultura política tradicional, planteó diferencias con respecto a Santos, Vargas y Noemí. Su discurso liberal reivindicó la inclusión de los diversos sectores sociales y poblacionales y el respeto a las normas, así mismo abogó por una resolución negociada del conflicto armado.

Frente al afianzamiento del subditaje y la relevancia de la fuerza elitista que estructura al Establecimiento colombiano, que ha generado además de la miseria, la violencia y la inequidad, una cultura política mínima, obediente, no es de extrañar que todos los actores-candidatos en sus discursos perpetúen propuestas paternalistas-asistencialistas, que alejan a la ciudadanía del logro de sus derechos y lo localiza en la perspectiva de la dependencia perenne al Estado, asunto que le resta ostensiblemente a la transformación de las condiciones de vida de las mayorías, en tanto no aplica perspectivas de desarrollo en equidad. No obstante, se observan matices en Petro y Antanas, como lo visibiliza la siguiente matriz.

Tabla 10. Síntesis afianzamiento de la ciudadanía

Criterios	Santos	Antanas	Petro	Pardo	Vargas	Noemí
Respuestas alternativas		X	X	X		
Posturas laicas y seculares		X	X			
Propuestas estratégicas de desarrollo humano sostenible		X	X			
Rigor frente a la norma		X	X			
<i>Marketing</i> político orientado a la promoción del programa		X	X	X	X	
Apertura a resolución negociada al conflicto		X	X	X		
Críticas y nuevas propuestas al Establecimiento		X	X			

En los discursos de Mockus y Petro se apreciaron argumentos que perfilan nuevas maneras de entender y ejercer la política, proponiendo un enfoque de democracia deliberativa y de empoderamiento de la ciudadanía, para hacer viable el Estado social de derecho. Desde esta lógica, sus planteamientos e idearios pugnan por la apertura a la diversidad y a la pluralidad de las conductas y propuestas sociales. En la misma dirección, se encontró en sus discursos la intención de establecer alternativas integrales de desarrollo, en las cuales la ley y las instituciones garanticen el cumplimiento de derechos y deberes.

En la campaña política del 2010 además del impacto consuetudinario de la televisión, se presenta la incidencia de la opinión en la red, que dada su magnitud, la televisión también registra. El fenómeno de preferencias no consigue cristalizarse en el resultado electoral, pues de acuerdo con los datos reportados por “Voto en red” Antanas contó con 698 000 seguidores, Santos con 186 000 y Petro con 158 000.

Se observó además, cómo cada canal e institución imprimió en las escenas una performatividad, que afianza el subditaje o la ciudadanía. La valoración hecha permite ratificar la prevalencia de los medios masivos de comunicación en la estructuración y desarrollo de la “realidad” de las sociedades contemporáneas. Los medios televisivos al abordar los temas políticos y sociales del mes, de la semana o del día, en presente, en tono mediático de primera noticia, “*flash*”, de “último minuto”, crean una atmósfera de “importancia” de los hechos, que el receptor-ciudadano-súbdito-performenso recibe y decanta para “alimentar” su imaginario sociopolítico.

Los hechos coyunturales en Colombia tuvieron que ver en su mayoría con la alta corrupción, los “bandidos de las Farc”, la narcoguerrilla, los narcoparamilitares, las bacrim. También en la escena nacional es tema coyuntural la violencia contra las mujeres, el maltrato infantil, el paso del invierno o la sequía y el impacto negativo que se da, generalmente en las regiones y poblaciones vulnerables y marginales. En este telón de fondo la atención y el análisis de las problemáticas estructurales, pasan a segundo renglón, lo mismo que las iniciativas que propongan visiones estratégicas para el desarrollo o que incluyan idearios de complementariedad, integralidad y prevención en cualquiera de los campos de atención social y cultural.

Entre la noticia coyuntural y las problemáticas estructurales que no se resuelven, los medios cuentan con suficiente material de novelas, *shows* y farándula, para cumplir con su misión de entretener. Los medios entonces, se hacen neutros a las problemáticas sustanciales, los asuntos estructurales se centran en la economía, la infraestructura, las relaciones internacionales, la defensa nacional, la cobertura en salud y educación.

Tabla 11. Síntesis valoración medios televisivos afianzamiento del subditaje

Criterios	Medios de comunicación													
	Escenas													
	RCN			Caracol				CityTV			Telemedellín		NTN	CM&
	1	9	14	2	6	10	13	3	8	12	4	5	7	11
Aborda solo temáticas afines al Establecimiento y coyunturales	X	X		X	X	X	X	X		X	X	X		X
Neutro frente a temas relevantes para las minorías	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X
Reglas que prohíben la expresión de la subjetividad-emotividad de los actores	X	X		X	X	X	X				X	X	X	
Reglas que limitan la deliberación	X	X									X	X	X	
Publicidad excesiva	X								X					
Transmisión a altas horas de la noche	X					X				X			X	

En términos del aporte del formato de los debates a la construcción de ciudadanía, se observa que no contribuye a la aplicación de perspectiva de género en contenidos generales de preguntas y respuestas, no se abordan temáticas referidas a todos los sectores minoritarios de la sociedad, como indígenas, afrocolombianos, mujeres en general, niñas y niños, tercera edad, comunidad LGBTI, madres comunitarias, mujeres receptoras de subsidios. En los debates, el formato se flexibiliza cuando eventualmente emergen los temas o sectores excluidos en las discusiones, por solicitud de la ciudadanía o porque están insertos en las problemáticas gruesas en las que se han centrado los debates, como por ejemplo mencionar problemáticas juveniles cuando el tema tiene que ver con la violencia y el sicariato juvenil⁴⁵. Queda claro también, que la hegemonía periodística es masculina, salvo el caso de RCN, que incluye a sus “divas” de la presentación como parte de su sello empresarial y en el debate convocado por El Colombiano.

Los formatos propuestos por Caracol y RCN contuvieron momentos en los que se realizaron ejercicios de cara a cara, método que supone el enfrentamiento contundente entre concursantes. Para el análisis, es interesante valorar a quién se pregunta y a quién no, dado que hace visible el peso del contendor en el marco general de la campaña. Por otro lado, el análisis ratifica cómo en el diseño de los debates se adoptan reglas similares a las de los *reality*, formatos que responden a las lógicas del mercado, por ende, responden a su función de entretener.

⁴⁵ En el segundo debate de RCN se plantea la mirada a la violencia y la delincuencia juvenil, esto por la presencia de dicha problemática en las noticias de los últimos días. Se pregunta entonces a los candidatos “¿Disminuirá la edad de judicialización de los menores dado el incremento del crimen urbano?”.

Tabla 12. Síntesis valoración medios televisivos afianzamiento de la ciudadanía

Criterios	Medios de comunicación													
	Escenas													
	RCN			Caracol				CityTV			Telemedellín		NTN	CM&
	1	9	14	2	6	10	13	3	8	12	4	5	7	11
Activo o polémico frente a temas relevantes para la ciudadanía			X						X				X	
Aborda temas que incluyen sectores minoritarios y aspectos fundamentales para el desarrollo nacional													X	
Reglas que permiten la expresión de la emotividad y subjetividad de los actores			X					X	X	X				X
Reglas que propician la deliberación			X	X	X	X	X	X	X	X				X
Publicidad moderada- ausencia de publicidad		X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X
Transmisión en horarios accesibles		X	X	X	X			X	X		X	X		X

El formato mediático de los debates políticos también estableció reglas que pretendían que no se manifestaran factores emocionales y subjetivos entre los actores-candidatos, actores-periodistas y público, estas reglas consisten en no aceptar intervenciones por fuera del turno, no se permite la expresión de las barras, ni los abucheos entre el público. Ejercer este control de las emociones garantiza “seriedad” en el desarrollo del debate,

sin desmanes de los actores involucrados, se espera un comportamiento civilizado de quienes le apuestan a regir los destinos del país, de quienes los interrogan y de su público.

Ahora bien y paradójicamente el público está siempre ávido de emotividad, reconocer la subjetividad del candidato en un ámbito tan racional propicia el interés de develar la carne, el hueso y el corazón de los actores, por ello en todos los debates se hicieron preguntas en torno a sus relaciones familiares, sus sueños y visiones de país. En general los actores-candidatos coinciden en formar parte de familias “normales”, “bien” constituidas, que a pesar de tener hijos en diferentes matrimonios algunos, o estar separados y en segundas nupcias, ya no son socialmente mal mirados por la mayoría, como lo serían cincuenta años atrás. En Santos, Vargas y Noemí sus sueños y visiones de país están representados en la defensa nacional, la economía de mercado y la explotación de los recursos naturales. Petro, Pardo y Antanas esbozan visiones más cercanas a la democracia que a la perpetuación de los privilegios.

En cuanto a las reglas que limitan la deliberación, el manejo del tiempo es un elemento regulador, supone concreción en las respuestas, los tiempos asignados no superan el minuto, por ende, no propician el desarrollo de las ideas ampliamente, ni su contrastación. Aunque RCN y Caracol flexibilizan el manejo del tiempo en los debates finales de la segunda vuelta, mediados por la contundencia del día electoral, cuando se supone que “todo” deba estar dicho, facilitando entonces que cada candidato interviniera cuando lo consideró conveniente.

El formato de la pregunta no aportó al establecimiento de un diálogo en el que los puntos de vista fueran generosamente expuestos, contrastados o diferenciados, es decir, el tiempo se impuso sobre la profundidad de los argumentos y la diversidad de variables.

Respecto a las reglas de orden y tiempo de intervención CityTV fue el más flexible, sin tiempos y sin orden definido, los candidatos pudieron responder y contrapreguntar. CM& por su parte, además de contar con la presencia de actores-periodistas incluye expertos interlocutores, para contextualizar los temas, en esta escena empresarial y formal, los expertos plantean las propuestas de los candidatos y se contrastan con su valora-

ción, que se convierte en la veta de discusión. Por otro lado, si bien NTN promueve un debate interactivo con estudiantes locales y extranjeros, mujeres, homosexuales y trabajadores que formularon las preguntas, en esta escena el tiempo de respuesta fue tan solo de treinta segundos.

El debate “Yo pregunto” organizado por NTN (de RCN) y la página web La Silla Vacía, se constituyó en el más desventajoso para Mockus dada su precaria capacidad de síntesis. En este debate empieza el declive de Antanas, al afirmar que “menos de un millón estaría bien como salario para un médico general, si se hace para ser más eficiente en términos de administración pública”. Antanas parece no haber medido el impacto de lo que supone hablar siempre con franqueza, evitar los artificios, utilizar un lenguaje que muestre su pensamiento o ratificar estar por fuera de la maquinaria.

Antanas como *performer* da cuenta de una postura ética, política y ciudadana, que puede vincularse en parte con el concepto que Foucault propone de “parrhesia”, usado en el período griego y por el que se entendía “Una actitud personal y ética del buen ciudadano, y un requisito que debía cumplir todo discurso público”. Esta perspectiva del ejercicio público de Antanas no tiene cabida plena en la cultura política colombiana contemporánea.

En cuanto a las metodologías empleadas en las diferentes escenas, también se da un límite en la participación de los actores-candidatos, puesto que se invita a quienes registran más del 1 % de aceptación en la Primera Gran Encuesta o cuentan con representación en el Congreso. Para garantizar la transparencia del evento los medios, los representantes de las campañas o el equipo periodístico, sortean con balotera o basándose en el orden alfabético, el orden de intervención. En este asunto de la participación de actores-candidatos, subyace un elemento regulador, que excluye de la gran escena a representantes de partidos y movimientos sociales, que no forman parte de la maquinaria tradicional, así se hayan desprendido de ella o hayan surgido en oposición.

En estos escenarios, el tiempo dedicado a la publicidad también es calculado, pues es ella la que genera rentabilidad a los medios. Cuando se aplica de manera excesiva, se convierte en un elemento que refuerza los esquemas de subditaje, el público debe soportar amplios segmentos publicitarios,

que se presentaron particularmente en la primera escena de la contienda electoral, que aprovecha la coyuntura del inicio de la temporada, y la octava escena que marca la recta final de la primera vuelta.

En lo que atañe al horario de transmisión a altas horas de la noche, encontramos que de alguna manera se excluye al ciudadano de la información política, como en el caso del primer debate, realizado por RCN, el tercero de Caracol, que corresponde al cierre de la primera vuelta y el de NTN, que se efectúan después de las 10:00 p. m. hora en que la masa trabajadora duerme, por tanto, no accede a la información que en ellos se produce.

Para la ciudadanía es un placer poder ver un debate político entero, completo, sin cortes para pauta publicitaria y en horario accesible, pero el dinero marca la emisión del debate televisivo, por ello en esta temporada electoral, la ciudadanía soportó las dosis de publicidad “mesurada” que estilan los medios nacionales y que es excesiva en su moderación. La televisión privada navega en los cánones del Establecimiento global, sigue a pie juntillas sus formatos y métodos, en ellos se promueve una apariencia de libertad, de democracia, de acceso a la información, por ello con ligeras excepciones ya mencionadas, los medios ofrecen el debate en horario familiar.

Valorar la incidencia de los medios, en la vía de aportar a fortalecer la construcción de ciudadanía, abre una perspectiva proactiva de lo que puede y debe ser su función social y su prevalencia en la estructuración y desarrollo de la “realidad” de las sociedades contemporáneas. La maquinaria del Establecimiento global también es experta en “aparentar” que la democracia es un hecho, por esto al final de la primera y segunda vuelta, escenas ocho y catorce, y en la escena siete, NTN, propician la indagación de temas incluyentes en cuanto a sectores poblacionales o aspectos del desarrollo, que constituyen problemáticas álgidas para la ciudadanía.

En particular, el debate interactivo promovido por NTN hizo visible las problemáticas e intereses de sectores minoritarios y de aspectos del desarrollo que usualmente no son tenidos en cuenta, como el descontento con los partidos tradicionales, las posibilidades de un proceso de paz, las políticas de seguridad democrática y el fin de la guerra, las posturas frente al secuestro, los Falsos Positivos y las bandas emergentes. Abrir el debate

al público, airea la contienda, la masa se siente contenida, el candidato se siente cerca de ella. Esta aproximación de la ciudadanía a la escena reporta ganancias para la cultura política del país, en tanto quienes participan logran exponer sus inquietudes y conocer un poco más del fondo programático, que está puesto en juego.

En cuanto a las reglas que permiten la expresión de la emotividad y subjetividad de los actores, CityTV consiguió en sus tres debates mantener una cierta atmósfera de cercanía entre actores-candidatos y actores-periodistas, a partir de comentarios mediáticamente “ligeros”, “no tan serios”, de un manejo autorregulado del tiempo para exponer las ideas, de la posibilidad de plantear a discreción contrapreguntas y de contener la expresión de las visiones y subjetividades de los diferentes actores, que los medios restantes en menor proporción también contuvieron.

La deliberación amplia no fue la constante de la temporada electoral, el *marketing* de los medios exige prontitud en la respuesta. El intercambio entre pares se limitó la mayoría de las veces a impugnar al contendor.

Más performensos que ciudadanos

Para esta investigación el performenso significa y representa al idiota contemporáneo, su acción corporal e ideológica no hace ningún aporte al interés general, a la vida comunitaria o colectiva que permite a las sociedades agruparse en torno a un proyecto común. Esta expresión de apatía hacia la participación en contiendas electorales, excluye la posibilidad y la potencialidad de reconocerse en la igualdad política, dada la existencia del sufragio universal como resultado de conquistas políticas históricas, desconocidas por un alto porcentaje de la población. Así mismo, el performenso también lo personifican aquellos ciudadanos que ejercen el voto sin una reflexión y comprensión del acto y del contexto en el que se está votando, movidos por intereses y creencias particulares, más que por un propósito colectivo.

En las elecciones presidenciales del 2010, de cada 100 personas con posibilidad de ejercer el derecho al voto, solo 45 personas lo hicieron, de este dato puede inferirse que en esta contienda electoral ganaron los performensos. El grupo de personas votantes respaldó mayoritariamente

propuestas que según el análisis de *Performers* y *Performensos*, restringen la conquista de una ciudadanía plena, situación que da cuenta de cómo en Colombia la ciudadanía se ejerce de manera consciente por una mínima franja de la población.

Asumiendo entonces que la construcción de cultura política en el país aún es precaria, para esta investigación es importante y significativo poder concluir que si bien la ciudadanía la ejerce una franja minoritaria de la población, esta se expresó en múltiples y variados *performances*, lo que a su vez nos indica que a un mayor ejercicio de la ciudadanía se observa una mayor comprensión y uso del *performance* como instrumento de construcción política.

Para finalizar, podríamos decir retomando a Sartori (2006), que el performenso como ser no político es un ser defectuoso, un ser inferior, lo que ayuda a resignificar la urgencia y la relevancia ciudadana de que quienes estén signados por una fuerte pulsión e interés de participar activamente en la esfera pública, avancen en la cualificación de la cultura política, para hacer viable el proyecto democrático que se perfiló en la Constitución de 1991, que incluye enfáticamente el sentido de la activa participación ciudadana, en el marco de un Estado social de derecho, más cercano a la equidad que a la perpetuación de los privilegios de las élites nacionales y globales.

Para la fecha en que este texto se imprime, el país se mueve en un clima de polarización generado por el apoyo o el rechazo al plebiscito que referendaría el acuerdo de paz entre el gobierno y las Farc. Nuevamente el sector ganador es el de los performensos, 21 833 898 de personas (62,5 %) ni siquiera hicieron uso de su derecho al voto, confirmando su peso en el devenir de la sociedad colombiana, la opción del No con 6 431 376 votos se impone sobre la opción del Sí que obtuvo 6 377 482 votos.

El sector del No desarrolló una estrategia para potenciar el “guachecito” que llevamos dentro, sectores confesionales y homofóbicos lograron mostrar su capacidad para incidir en este resultado, potenciando aspectos que nada tenían que ver con la resolución política del conflicto armado. En la perspectiva de esta investigación podemos afirmar que el *marketing* político del No se diseñó para afianzar el subditaje, en tanto escasearon las discusiones y análisis en torno al contenido real del acuerdo.

No obstante, “La plebitusa” despertó por el tema de la paz la pasión que hasta la fecha no había suscitado, marchas, tomas culturales, campamentos, *performances* y cabildos abiertos, forman parte de la performatividad que caracteriza a la ciudadanía que al margen de los partidos políticos, se ha apropiado de la defensa de los acuerdos de paz y de la terminación política del conflicto armado con las Farc, lo cual da cuenta de ciudadanos activos y participativos en el devenir del país.

Anexo

Matriz debates escenografías

ESCENA UNO: 10-03-2010. Primer Gran Debate Alianza de medios RCN-Semana.		Tópicos analizados				Hora de transmisión: 11 pm
Tipo de publicidad	Escenografía	Reglas de juego	Formato pregunta	Temáticas centrales	Temáticas excluidas	Actores-periodistas
Momentos publicitarios excesivos	Está dispuesta en forma rectangular, fondo negro, tablero electrónico con infografía sobre las reglas del debate, agua en vasos transparentes y dos mesas enfrentadas: actores-periodistas y actores-candidatos.	Se invita a candidatos que registran más del 1% de aceptación en la Primera Gran Encuesta Previamente, representantes de las campañas, definen el orden de intervención, diversos formatos de pregunta.	Desarrolla 7 módulos o segmentos de preguntas. El formato incluyen variación de asignación del tiempo. Preguntas diseñadas para hacer visible vulnerabilidades, propuestas y subjetividades 15 segundos para formular pregunta, 1 minuto para la respuesta.	Historia política personal de los actores-candidatos. Derechos económicos, sociales y culturales DESC. Subjetividades y opiniones personales.	Minorías étnicas, poblacionales sociales y culturales: Indígenas, afrocolombianos, LGTBI, mujeres, niñas y niños jóvenes franja poblacional adulta entre los 45 y 60, tercera edad. La cultura La participación ciudadana Medio ambiente	María Elvira Ospina, Claudia Gurissatti, Vicky Dávila, Alejandro Santos

ESCENA UNO: 10-03-2010. Primer Gran Debate Alianza de medios RCN -Semana.		Tópicos analizados				Hora de transmisión: 11 pm	
Tipo de publicidad	Escenografía	Reglas de juego	Formato pregunta	Temáticas centrales	Temáticas excluidas	Actores-periodistas	
	La mecánica del debate utiliza un sonido, simulador de escena y momento de suspenso o terror para anunciar la finalización del tiempo de respuesta.	Desactivación del sonido del micrófono personal al finalizar el tiempo asignado. No se aceptan intervenciones por fuera del turno.					

ESCENA DOS: 18-04-2010. Gran debate televisivo. Caracol Televisión-radio, el Espectador.		Hora de transmisión: 9 pm				
Tópicos analizados						
Tipo de publicidad	Escenografía	Reglas de juego	Formato pregunta	Temáticas centrales	Temáticas excluidas	Actores-periodistas
Momentos publicitarios moderados	Escena dispuesta en semicírculo. Telón de fondo ambientado con telas templadas color marfil. Muebles de metal y acrílico, transparentes. Candidatos sentados. Logo de Caracol en el piso del centro de la escena. La cámara panea en redondo, generando sensación de magnanimidad, de súper acontecimiento, mientras muestra a l@s asistentes y participantes.	No se permiten, ni barras, ni abucheos al público. Entrada de candidatos por orden alfabético Balotera para definir los turnos de intervención.	Preguntas formuladas por instancias y personas expertas en los diferentes temas de interés nacional. Preguntas entre los candidatos. Preguntas elaboradas por la ciudadanía desde la red.	De los expertos Relaciones internacionales Niveles de liderazgo personal Estrategias y visión de gobierno Desplazamiento DESC. Proceso de paz. Entre candidatos Relación guerrilla-Venezuela Bachilleres y vocación técnica Estrategias para la generación de confianza ciudadana	Minorías La cultura La participación ciudadana Medio ambiente	Dario Arismendi Dario Fernando Patiño Fidel Cano

ESCENA DOS: 18-04-2010. Gran debate televisivo. Caracol Televisión-radio, el Espectador.		Hora de transmisión: 9 pm				
Tópicos analizados						
Tipo de publicidad	Escenografía	Reglas de juego	Formato pregunta	Temáticas centrales	Temáticas excluidas	Actores-periodistas
				Demandas personales: Pardo reclama a Santos señalamiento de cercanía a las FARC Reforma laboral Corrupción De los periodistas Relación con Chavez Clientelismo DESC Subjetividades y opiniones personales Propuestas de gobierno De la ciudadanía DAS Falsos positivos Corrupción Reforma política Políticas de tierra Presupuesto de defensa		

ESCENA TRES: 27-04-2010. Debate electoral City TV, El Tiempo, la W.		Tópicos analizados				Hora de transmisión: 9 pm
Tipo de publicidad	Escenografía	Reglas de juego	Formato pregunta	Temáticas centrales	Temáticas excluidas	Actores-periodistas
Momentos publicitarios moderados	Dispuesta en forma de cuadrado. Telón de fondo negro Atriles en acrílico transparente para periodistas, de manera para los candidatos. Dos logos de City TV proyectados en el piso, uno cerca de los presentadores, otro en los candidatos. Detrás de los periodistas cuatro pantallas con logo del debate.	A diferencia de los debates anteriores, aplican reglas más flexibles, sin orden, sin límite de tiempo.	Preguntas y contra preguntas desde los periodistas, intervenciones y contra preguntas de los candidatos.	Base militar de USA y relaciones con Venezuela Financiamiento de la salud Desempeño Corrupción Reforma al congreso Primera acción de gobierno, que marque sello personal	Minorías La cultura La participación ciudadana Medio ambiente	Alberto Casas Roberto Pombo

ESCENA CUATRO: 12-05-2010. Foro electoral. Hacia dónde va Colombia? Telemedellín, Conexión Global, Proantioquia, FENALCO, Librería Panamericana.		Hora de transmisión: 6:30 pm				
Tópicos analizados						
Tipo de publicidad	Escenografía	Reglas de juego	Formato pregunta	Temáticas centrales	Temáticas excluidas	Actores-periodistas
Momentos publicitarios moderados	Sillas negras, estilo contemporáneo, una por candidato, localizados uno al lado del otro, escena rectangular. Publicidad de los convocantes en el fondo Flores en 4 esquinas, luces indirectas en los rincones.	El orden de participación se da por sorteo previo.	Se plantea inicialmente que se hará un diálogo, no un debate y gira en torno a preservar el legado de Uribe en cuanto a relaciones internacionales. Habrá 4 temas, 3 minutos para responder. Se cierra con planteamiento por candidato de su visión de país.	DESC Relaciones internacionales y comercio exterior Desempleo Infraestructura vial Estrategias para seguridad y defensa Visión de país	Minorías La cultura La participación ciudadana Medio ambiente	Empresario antioqueño

ESCENA CINCO: 13-05-2010. Foro electoral El Colombiano.		Tópicos analizados				Hora de transmisión: 8:30 pm
Tipo de publicidad	Escenografía	Reglas de juego	Formato pregunta	Temáticas centrales	Temáticas excluidas	Actores-periodistas
Momentos publicitarios moderados	Atriles blancos, moderador en el centro, a cada lado 3 candidatos. Fondo negro con publicidad del periódico, repetida. Piso azul con más publicidad.	Es una invitación a los 6 candidatos que recogen la mayor intención de voto previamente se ha hecho un sorteo para definir el orden de participación.	3 minutos para responder, habrá contra preguntas, respuestas de 1:30	Relaciones con el Congreso Mafias y política, cultura mafiosa Infraestructura vial Modelo de desarrollo e hidrocarburos Pobreza Justicia y Constitución Garantías pensionales Fumigación Narcotráfico y relaciones internacionales Justicia penal internacional Subjetividades y opiniones personales Negociación con la guerrilla	Minorías La cultura La participación ciudadana Medio ambiente	Rafael Nieto Juan Gómez M. Ramiro Vakncia Cossio Ana Mercedes Gómez

ESCENA SEIS: 18-05-2010. Debate electoral. Caracol Televisión-radio, el Espectador		Tópicos analizados				Hora de transmisión: 7:00 pm
Tipo de publicidad	Escenografía	Reglas de juego	Formato pregunta	Temáticas centrales	Temáticas excluidas	Actores-periodistas
Momentos publicitarios moderados	La parafernalia de la escena se repite	Cada candidato puede asistir con 6 personas El orden se da por sorteo previo, sugieren manejar individualmente, de manera adecuada, el tiempo de la respuesta.	Formulan preguntas individuales o para varios candidatos.	Subjetividades y opiniones personales al principio y al final TLC con Europa Elección de Fiscal Impuesto de guerra Estrategias contra la corrupción Crimen organizado y Congreso Ecuador, Uribe y Santos Solidaridad con Santos Mensaje para los colombianos	Minorías La cultura La participación ciudadana Medio ambiente	Dario Arismendi Dario Fernando Patiño

<p>ESCENA SIETE: 18-05-2010. Debate “Yo pregunto” Nuestra Tele Noticias - NTN, de RCN y la página web La Silla Vacía.</p>		<p>Actores- periodistas</p>		
<p>Tópicos analizados</p>		<p>Actores- periodistas</p>		
<p>Tipo de publicidad</p>	<p>Escenografía</p>	<p>Reglas de juego</p>	<p>Formato pregunta</p>	
<p>Temáticas excluidas</p>	<p>Temáticas centrales</p>	<p>Temáticas excluidas</p>	<p>Actores- periodistas</p>	
<p>Momentos publicitarios moderados</p>	<p>Rectangular, pantalla de fondo con rostros de 6 usuarios. Logos de NTN en el piso de madera, en pocillo de los candidatos. Fondo beige con mapamundis en paneles Atriles blancos con logos de campaña, nombre de candidatos que están sentados.</p>	<p>La modalidad del debate es la interactividad Participan los candidatos con representación en el Congreso El turno de intervención se sorteo previamente.</p>	<p>Se dividen los temas en módulos. Estudiantes locales y extranjeros, mujeres, homosexuales, trabajadores formularon las preguntas Los periodistas desempeñan rol de veedores para garantizar respuestas en contra preguntas. 1 minuto para la respuesta, 10 segundos para respuesta a contra preguntas.</p>	<p>Juanira León Hassan Nassan</p>
<p>Único escenario en el que temas de interés de las minorías, se abordan</p> <p>La cultura</p> <p>La participación ciudadana</p> <p>Medio ambiente, desde el uso de glisofato</p>	<p>Las FARC Continuidad de las políticas de Uribe Descontento con partidos tradicionales Cuestionamiento a Antanas sobre su discurso “confuso” Proceso de paz Seguridad democrática y fin de la guerra, secuestros, falsos positivos, bandas emergentes Adopción homosexual Paternidad irresponsable Madres cabeza de familia. Abuso infantil Fumigación Consumo de droga Sistema bancario</p>	<p>La cultura</p> <p>La participación ciudadana</p> <p>Medio ambiente, desde el uso de glisofato</p>	<p>Juanira León Hassan Nassan</p>	

ESCENA OCHO: 25-05-2010. Debate electoral. City TV. El Tiempo, la W		Tópicos analizados				Hora de transmisión: 8 pm	
Tipo de publicidad	Escenografía	Reglas de juego	Formato pregunta	Temáticas centrales	Temáticas excluidas	Actores-periodistas	
Los momentos publicitarios fueron excesivos	La escena, es la misma, Logos de convocantes en atriles y pocillos, candidatos de pié.	Aplican la metodología del debate anterior: Sin reglas, sin orden, sin límite de tiempo	Preguntas y contra preguntas desde los periodistas, intervenciones y contra preguntas de los candidatos	Desplazamiento Extradición Ley de verdad, justicia y reparación Políticas de cultura y paz Cultura y conflicto con Ecuador Reforma tributaria, el IVA y el impuesto al patrimonio Subjetividades y opiniones personales Convocatoria a los colombianos	Minorías La participación ciudadana Medio ambiente Único escenario en el que aborda el tema de cultura	Alberto Casas Roberto Pombo	

ESCENA NUEVE: 27-05-2010. Debate electoral RCN, Revista Semana, La FM		Tópicos analizados			Hora de transmisión: 7 pm	
Tipo de publicidad	Escenografía	Reglas de juego	Formato pregunta	Temáticas centrales	Temáticas excluidas	Actores-periodistas
Único escenario que no tuvo momentos publicitarios ofreciendo un bloque grueso de discurso político	La escena rectangular, es la misma, fondo negro, pantalla en el centro con título del programa, piso de madera y logo RCN, candidatos y periodistas sentados en mesa única por grupos, vasos transparentes	Se aplican las del debate del 10-03	Aplican la metodología del debate anterior. Pregunta por candidato, 1 minuto de respuesta, contra pregunta de periodistas o candidatos, conclusiones	Periodistas Bienestar de la fuerza pública Edad de judicialización de niños Secuestro Rescate militar DAS Acuerdo militar con USA Corrupción Sistema pensional Infraestructura y mega obras Entre candidatos Reelección de Uribe Falsos Positivos Aguas y tierras Emprendimiento y banca Banca agraria y violencia Guerra sucia y campañas Subjetividades e idearios personales	Minorías La cultura La participación ciudadana Medio ambiente	Clara Elvira Ospina, Vicky Dávila y Gurissatti

ESCENA DIEZ: 28-05-2010. Debate electoral Caracol, El Espectador		Tópicos analizados				Hora de transmisión: 10 pm
Tipo de publicidad	Escenografía	Reglas de juego	Formato pregunta	Temáticas centrales	Temáticas excluidas	Actores-periodistas
Momentos publicitarios moderados	Se repite la escena empleada en los 2 debates anteriores	Se repiten normas	La metodología de preguntas, contra preguntas de periodistas y candidatos, minuto por respuesta, se aplica nuevamente	Mensaje a los colombianos Relación contratistas-campañas Corrupción Intromisión de Uribe en campaña Uribe y el DAS Articulación del servicio de inteligencia a las FFMM	Minorías Cultura La participación ciudadana Medio ambiente	Dario Arismendi Dario Fernando Patiño

SEGUNDA VUELTA. ESCENA ONCE: 03-06-2010. Debate CMI, Centro de Liderazgo y Gestión, revistas Semana y Dinero		Hora de transmisión: 7:30 pm				
Tópicos analizados						
Tipo de publicidad	Escenografía	Reglas de juego	Formato pregunta	Temáticas centrales	Temáticas excluidas	Actores-periodistas
Momentos publicitarios moderados	La escena es el auditorio del Centro de Liderazgo y Gestión, en tonalidades azules y grises El fondo contiene logos de convocantes, mesas de madera, localizados todos en línea horizontal, sentados. Copa para el agua	Se inicia por orden alfabético	Se plantean las propuestas de los candidatos y se contrastan con la valoración de los expertos	Incremento de impuestos Terna fiscal Falsos Positivos Empleo Informalidad tributaria y laboral Parafiscales Alto costo del crédito Exportaciones Corrupción y regalías Corrupción y empresa privada Calidad y cobertura en educación Crisis de la salud Infraestructura	Minorías Cultura La participación ciudadana Medio ambiente	Yamid Amat Los empresarios José Cortés Antonio Celia Nicanor Restrepo

SEGUNDA VUELTA. ESCENA DOCE: 10-06-2010. Debate electoral City T, El Tiempo y la W							Hora de transmisión: 10 pm	
Tópicos analizados								
Tipo de publicidad	Escenografía	Reglas de juego	Formato pregunta	Temáticas centrales	Temáticas excluidas	Actores-periodistas		
Los momentos publicitarios fueron menos excesivos que en el segundo debate	La escena, varía un poco, localizan 2 pantallas gigantes detrás de los periodistas. 1 detrás de cada candidato. Conservan atriles de manera para Santos y Antanas de acrílico para periodistas. Logos de convocantes en atriles y pocillos, logo del debate en el piso, todo sombra chinesca, candidatos de pié.	Aplican la metología del debate anterior: sin reglas, sin orden, sin límite de tiempo, preguntas y contra preguntas desde los periodistas, intervenciones y contra preguntas de los candidatos.		Uribe y adhesión a Plazas Vega Fuero militar Corrupción y "atajos" Justicia internacional y nacional Excesos militares Terna fiscal Uribe y tensiones con la CSJ Nuevo gobierno y relación con las cortes TLC con USA Abstención y participación ciudadana Uribe y capacidad de convocatoria Diferencia en la oferta de cada candidato	Minorías La cultura Medio ambiente Único escenario en el que se aborda la participación ciudadana, desde la abstención	Alberto Casas Roberto Pombo		

SEGUNDA VUELTA. ESCENA TRECE: 15-06-2010. Debate electoral Caracol. El Espectador		Hora de transmisión: 7 pm	
Tópicos analizados			
Tipo de publicidad	Escenografía	Reglas de juego	Formato pregunta
Momentos publicitarios moderados	Se repite escena de vice presidenciales paneles de tela recogidos, luz del piso hacia el techo, intercalan una naranja y verde. Los candidatos de frente a periodistas, atriles transparentes, con silla, no se sientan durante el debate. Periodistas localizados en la mesa del debate anterior, láminas, semicircular plateada. Público detrás derecha, pantalla logo debate "Colombia Elige", izquierda	Se repiten normas	La metodología de preguntas, contra preguntas de periodistas y candidatos, minuto por respuesta, se aplica nuevamente. Aplican la metodología de asignación de 30 minutos por candidato, que se descuenta con sus intervenciones, pueden intervenir cuando lo consideren conveniente. Posteriormente las periodistas, hacen preguntas durante otros 30 minutos
			Rescate militar Acercamiento y gestos proactivos de las FARC, vía la paz Ética de los gobernantes Farc-computadores-Ecuador Tensión Uribe y Cortes Dinámica de la Fiscalía Reforma a la justicia Fuero militar Regalías y corrupción Visión de gobierno Propuestas para el país
			Minonías La cultura La participación ciudadana Medio ambiente
			Actores-periodistas Dario Arismendi Dario Fernando Patiño

SEGUNDA VUELTA. ESCENA CATORCE: 17-06-2010. Debate electoral. RCN, Revista Semana, L.a FM		Tópicos analizados				Hora de transmisión: 7 pm	
Tipo de publicidad	Escenografía	Reglas de juego	Formato pregunta	Temáticas centrales	Temáticas excluidas	Actores-periodistas	
Momentos publicitarios moderados	La escena rectangular, es la misma, fondo negro, para la teleaudiencia se muestra pantalla partida en dos para visualizar a cada candidato, que se encuentran uno frente al otro, vasos transparentes. Tras las periodistas pantallas en el centro con título del programa, piso de madera y logo RCN.	Pueden intervenir cuando lo consideren conveniente.	Aplican la metodología de asignación de 30 minutos para la intervención total por candidato, se descuentan con sus intervenciones	<p>Subjetividades y visiones de cada candidato</p> <p>Adhesiones de Uribe y César Gaviria a las campañas</p> <p>Ventajas halladas en primera vuelta</p> <p>Errores de campaña</p> <p>Contratistas y corrupción</p> <p>Meritocracia y funcionarios públicos</p> <p>Reforma a la Justicia y fuero. Investigación a congresistas. Empleo, horas extra, jornada laboral de 8 horas.</p> <p>Créditos bancarios.</p> <p>Salario mínimo</p> <p>Impacto de la operación Camaleón en la campaña.</p> <p>Fuero, perdón y olvido para el M19 vs Plazas Vega relación con Venezuela</p>	<p>Minorías</p> <p>La Cultura</p> <p>Participación ciudadana</p> <p>Medio ambiente</p>	<p>Clara Elvira</p> <p>Ospina</p> <p>Claudia</p> <p>Gurissatti</p> <p>Vicky Dávila</p>	

Referencias

- Albano, S. (2005). *Glosario de aplicaciones Michel Foucault*. Buenos Aires: Cuadrata.
- Ávalos, T. G. (2006). *El monarca, el ciudadano y el excluido*. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Baudrillard, J. (2008). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- Brook, P. (1990). *El espacio vacío. Arte y técnica del teatro*. Barcelona: Península.
- Butler, J. (2004). *Lenguaje, poder e identidad*. Madrid: Síntesis.
- Castro, S. (2010). *Historia de la gubernamentalidad*. Bogotá: Siglo del Hombre.
- Cortina, A. (1997). *Ciudadanos del mundo*. Hacia una teoría de la ciudadanía. Madrid: Alianza.
- Debray, R. (2010). *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*. Barcelona: Paidós.
- Foucault, M. (1999). La filosofía analítica de la política. En: *Obras esenciales. Volumen III: Estética, ética y hermenéutica*. Barcelona: Paidós.
- Latin American Public Opinion Project. *Barómetro de las Américas. Cultura política de la democracia en Colombia 2010*. Bogotá: Universidad de los Andes.

- Maarek, P. (1997). *Marketing político y comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Miller, D. (1977). Ciudadanía y pluralismo. *La Política. Revista de Estudios sobre el Estado y la Sociedad. Ciudadanía el Debate Contemporáneo*.
- Nava, I. (2000). Bocetos para definir lo que hoy llamamos performances. Disponible en: <http://usuarios.lycos.es/fppformaticas>
- Pavis, P. (1984). *Diccionario del teatro. Dramaturgia, estética, semiología*. Barcelona: Paidós.
- Price, V. (1994). *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*. Ciudad de México: Paidós.
- Revista Semana. (abril de 2010). Ediciones 1456 y 1458.
- Rosanvallon, P. (1999). *La consagración del ciudadano. Historia del sufragio universal en Francia*. Ciudad de México: Instituto Mora.
- Sartori, G. (2006). *La política. Lógica y método en las ciencias sociales*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Schechner, R. (2000). *Performance. Teoría y prácticas interculturales*. Buenos Aires: Libros del Rojas Universidad de Buenos Aires.
- Taylor, D. (2009). Hacia una definición de performance. En: *Performance y política. Ciudadanías en escena. Performance y derechos culturales en Colombia*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.