Las teorías del *storytelling* y el *framing* en la comunicación política: un análisis de la campaña y primer mandato presidencial del expresidente colombiano Álvaro Uribe Vélez

Autora:

Valeria Lafaurie García

Tutor: Dr. Alfredo A. Rodríguez Gómez

Máster en Comunicación Política y Empresarial

Facultad de Comunicación y Humanidades
Madrid-España
Julio 2020

Universidad Camilo José Cela

Agradecimientos

Este trabajo se lo quiero dedicar, a un ángel que me cuida desde el cielo, María Elena Saade. Solo Dios sabe lo infinitamente agradecida que estaré contigo por tu apoyo en este proceso.

También a mi madre, por su esfuerzo y sacrificio para sacarme adelante, no hay un solo recuerdo de mi vida en el que no estés a mi lado cuando te he necesitado. Gracias por enseñarme la importancia de depender de mi misma y construir mi propio proyecto de vida.

Las teorías del *storytelling* y el *framing* en la comunicación política: un análisis de la campaña y primer mandato presidencial del expresidente colombiano Álvaro Uribe Vélez

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo analizar los aspectos más relevantes de las teorías del *storytelling* y del *framing* y su aplicación al caso del expresidente colombiano Álvaro Uribe Vélez. La muestra de estudio tomará como referencia la campaña política para el mandato presidencial 2002-2006 en Colombia. La metodología a tener en cuenta, estará fundamentada en el análisis cualitativo de tipo descriptico-documental que tendrá en cuenta la revisión de literatura especializada sobre las teorías referidas en el marco de la comunicación política; investigaciones académicas sobre el legado de Uribe Vélez y su comportamiento electoral que lo condujo al éxito de su mandato presidencial y revisión de discursos y entrevistas alrededor de la figura del expresidente.

Palabras clave

storytelling, framing, Álvaro Uribe Vélez, comunicación, política, Colombia

Abstract

This research aims to analyze the most relevant aspects of the theories of *storytelling* and *framing* and their application to the case of former Colombian President Álvaro Uribe Vélez. The study sample will take as reference the political campaign for the 2002-2006 presidential mandate in Colombia. The methodology to be taken into account will be based on the qualitative analysis of the descriptive-documentary type that will take into account the review of specialized literature on the theories referred to in the framework of political communication; academic research on the legacy of Uribe Vélez and his electoral behavior that led him to the success of his presidential mandate and a review of speeches and interviews around the figure of the former president.

Keywords

storytelling, framing, Álvaro Uribe Vélez, communication, politics, Colombia

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción y planteamiento 5
1.1 Objeto de estudio 7
1.2 Finalidad de la investigación 7
1.3 Justificación 8
1.4 Oportunidad 8
2. Marco teórico 9
3. Diseño de la investigación 21
3.1 . Preguntas de investigación 21
3.2 . Objetivos 22
Objetivo general 22
Objetivos específicos 22
3.3 . Hipótesis 22
3.4. Metodología 23
4. Desarrollo del trabajo 23
4.1 . La comunicación política del expresidente Álvaro Uribe, durante su primera campaña y primer mandato presidencial 23
4.2 Aspectos relevantes de las teorías s*torytelling* y *framing* y su aplicación al caso del expresidente Álvaro Uribe. 36
4.3 El mensaje político de Álvaro Uribe alrededor de su figura y la consolidación de una estructura política que lo tiene como referente de liderazgo 57
5. Conclusiones 76
6. Discusión de resultados y del trabajo 80
7. Futuras líneas de investigación 83
8. Referencias bibliográficas 85
9. Índice de gráficos 89
Tabla 1. Aspectos estructurales del Plan de Desarrollo del primer mandato de Álvaro Uribe 89
Tabla 2. Términos recurrentes en el discurso de campaña y primer mandato presidencial de Álvaro Uribe Vélez 89
Imagen 1. Logo publicitario, primera campaña presidencial 2002 89
Imagen 2. Condecoración a mandos militares por parte del Presidente Álvaro Uribe Vélez . 89
Imagen 3. Álvaro Uribe Vélez dirigiendo un discurso durante la primera campaña presidencial 89
Gráfica 1. Triangulación del mensaje político que articuló el éxito electoral de Álvaro Uribe Vélez. 89

1. Introducción y planteamiento

En el año 2000, Colombia era básicamente un Estado fallido. El conflicto armado con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, reconocidas a nivel mundial como FARC-EP, ejercían sobre la ciudadanía un enorme terror como consecuencia de las masacres, extorsiones y secuestros que cometían las estructuras de este grupo subversivo. Solo para citar alguna de ellas, entre los años 1958 y 2018, las FARC-EP habrían cometido 4.210 masacres y 68.431 hechos de desaparición forzada. (El Tiempo, 2018). Estas cifras escalofriantes cuyas víctimas eran en su gran mayoría personas inocentes, ajenas a la guerra y de poblaciones periféricas de Colombia, constituían todos los días la franja roja de noticias en todos los medios de comunicación del país.

Adicionalmente, se estaba viviendo el fracaso de un proceso de paz, liderado por el expresidente conservador Andrés Pastrana en el que se había dispuesto una mesa de diálogo e incluso una zona desmilitarizada para dicho fin. Las guerrillas de Las FARC continuaban fortaleciéndose mediante el negocio del narcotráfico, cometiendo crímenes, atentados terroristas y saboteando las negociaciones. Ello conllevó a que la ciudadanía percibiera un Estado incapaz de garantizar la seguridad, proteger la vida y combatir a un grupo terrorista. En aquella época muchos de los colombianos no podían recorrer el país en carro, dado que en las carreteras se encontraban los retenes ilegales de Las FARC mediante los cuales se realizaban secuestros. La situación de violencia afectaba directamente la economía del país, como quiera que se estaba atravesando por una recesión que disparó los índices de desempleo y ocasionó que la inversión de nacionales y extranjeros se fugara del territorio colombiano.

Por otra parte, junto al problema del conflicto armado y la agudización de la violencia en Colombia ha habido problemas relacionados con la administración de los recursos públicos que ha conducido al Estado a un sistema plegado por la corrupción que ha debilitado la legitimidad de los gobiernos y sus actuaciones. “El poder corruptor de la mafia del narcotráfico que penetró toda la institucionalidad colombiana, transformó significativamente, importantes procesos productivos y generó adhesiones sociales a través de sofisticados y burdos procesos de sometimiento de funcionarios e instituciones”, (Medina, 2010, p. 48).

Todo este conjunto de problemáticas públicas como la incidencia del narcotráfico en el poder ha ocasionada en Colombia un rechazo generalizado hacia los partidos políticos tradicionales, las maquinarias políticas y la configuración de un Estado con instituciones ineficientes que anteponen los intereses populares a intereses personales desconociendo la razón de ser del mandato popular. Por eso, y como un gesto ciudadano contra todos los antecedentes señalados, es que se ha visto como han ganado terreno en los últimos años las propuestas sobre medio ambiente, educación y seguridad de políticos que se alejan de los círculos tradicionales de poder, que siguen enquistados en desviar sus propósitos a fines contrarios al bienestar general del pueblo.

Es así como aparece Álvaro Uribe Vélez en la campaña presidencial del 2001, como candidato independiente de los partidos políticos tradicionales avalado por un movimiento denominado Primero Colombia. Sin embargo, esta no era la primera aparición de Uribe Vélez en la escena pública, como quiera que había ocupado varios cargos públicos importantes como la Secretaría General del Ministerio del Trabajo, la dirección de la Aeronáutica Civil, la alcaldía de Medellín, el Senado de la República y había sido gobernador del departamento de Antioquia, avalado por un movimiento

también independiente fundado por él, llamado el Sector Democrático, disidencia del Partido Liberal Colombiano.

Contra todo pronóstico, empezó a ascender de manera contundente en las encuestas, pasando de un uno a un cincuenta por ciento de favorabilidad en pocos meses. Sin duda alguna, el candidato se encontraba en absoluta sintonía con el sentir de la ciudadanía y la agenda pública del momento. Es así como, mediante un eslogan de campaña denominado "Mano Firme, Corazón Grande" y una propuesta basada en cinco grandes ejes, en los que más adelante se profundizará (la política de seguridad democrática y lucha anticorrupción, confianza inversionista, cohesión social, estado austero y dialogo popular y permanente con la ciudadanía), Álvaro Uribe logró recoger el sentir de un pueblo cansado de un estado rendido al terrorismo y al narcotráfico y en 2002, logra llegar a la presidencia de Colombia con el 54% de los votos.

1.1 Objeto de estudio

El presente trabajo tiene como objetivo analizar las teorías del *storytelling* y el *framing*, aplicadas a la estrategia de comunicación del expresidente de Colombia, Álvaro Uribe Vélez, durante su campaña y primer periodo presidencial (2002-2006).

1.2 Finalidad de la investigación

Explicar las teorías del *storytelling* y *el framing*, para demostrar que, siendo aplicadas a la campaña a la presidencia de Colombia en el año 2001, Álvaro Uribe logró mover el voto a su favor, elaborando un mensaje claro y oportuno, alcanzando un alto porcentaje de favorabilidad que le permitió dirigir un gobierno legitimado e incluso, lograr una reelección, convirtiéndose así en uno de los líderes políticos con mejor manejo de las comunicaciones en Colombia.

1.3 Justificación

La presente investigación se justifica por dos razones principales. La primera tiene que ver con la importancia de la comunicación política, sus mensajes y el impacto en la sociedad. Y no precisamente en cualquier tipo de sociedad. Se trata de sociedades en el contexto de democracias estables, donde hay gobiernos y legitimidad política de sus gobernantes. De sociedades donde existen mínimos de acceso a educación o garantía de derechos y libertades básicas. A partir de la entrada en vigor de la Constitución Política de 1991, Colombia es una de ellas. La evolución política del país ha cambiado hasta nuestros días. Hay mayor acceso a servicios públicos esenciales y una participación dinámica entre ciudadanos (votantes) y gobernantes.

La otra razón encuentra su base, en como esa comunicación política va más allá de sus propósitos y alcanza resultados satisfactorios para ese tipo de sociedades democráticas; donde hay periodos electorales ordinarios y donde el tránsito de un político al poder se hace por vías legitimas. Uno de esos casos y como lo intentaremos demostrar en el presente estudio, es el de la comunicación política empleada por el expresidente de Colombia, Álvaro Uribe durante su primer periodo presidencial. Reviste de actualidad las razones expuestas, por tanto, Uribe Vélez se erige en Colombia a pesar de haber culminado mucho tiempo atrás su mandato presidencial, como uno de los más connotados líderes políticos del país. Hoy en día, es senador del Poder Legislativo de Colombia.

1.4 Oportunidad

El presente trabajo es oportuno, toda vez que el papel de la comunicación política cobra cada día más importancia para que los lideres logren, no simplemente intercambiar información, sino realmente, conectar con la ciudadanía, mover emociones, convencer

con sus mensajes, ganar elecciones y lograr consensos una vez son elegidos. Muchos de ellos no son quizás conscientes que a través de teorías tan sencillas y prácticas de aplicar se puede lograr un gran impacto a nivel comunicacional.

Analizar y explicar, los efectos y resultados en la aplicación de la comunicación política en el trabajo de uno de los más destacados líderes políticos y estadistas como Álvaro Uribe Vélez nos permitirá a nivel del debate académico identificar las ventajas y los alcances en su trabajo político para llegar al poder más importante de un país como Colombia, la de la llegada a la Casa de Nariño, la Presidencia de la Republica. Esas lecciones deben ser recopiladas y valoradas a partir de las teorías de la comunicación política antes planteadas.

2. Marco teórico

En este apartado nos detendremos a esclarecer los conceptos principales que emplearemos a lo largo de la investigación. Algunos conceptos como discurso político, *storytelling* o mensaje político, entre otros serán conceptualizados.

El discurso político: se puede decir que, el discurso es la herramienta que le permite al orador, no solo informar, sino fijar ciertas posturas e ideas, construir una imagen, mover emociones y, persuadir o convencer a una audiencia para que respondan de determinada manera. De igual modo, el discurso político sirve como respuesta a ciertas necesidades que se generan en la sociedad en determinado contexto. Meyenberg y Lugo (2011) afirman:

> La comunicación política comprende el intercambio de información, ideas y opiniones que se da a través de la actividad de determinadas personas e instituciones, como los políticos, los comunicadores, y distintos grupos de

> la sociedad. Una de las expresiones clásicas de la comunicación política es el discurso, cuya función principal es persuasiva: busca despertar la confianza del público a quien va dirigido y obtener su apoyo. (p. 79).

Para que un discurso sea convincente, debe tener en cuenta tres categorías: la lógica de los argumentos, las emociones que sienten los auditorios y la personalidad del emisor. A su vez, es importante que el emisor mantenga un uso impecable de la palabra, es decir, lo que dice y como lo dice, así como la claridad en la transmisión de las ideas, ya que esto permite que se construyan las percepciones que se pretenden. Sin embargo, no basta con que un discurso sea convincente, también debe ser legítimo. Dicha legitimidad se da a través del "reconocimiento de un sujeto por otros sujetos, en nombre de un valor aceptado por todos" y, permite construir confianza. Ningún discurso por bien escrito que sea, será eficaz si no se cree o no se confía en quien lo dice". (Meyenberg & Lugo, 2011, p. 121).

El ámbito de la política que es diferenciable a otros ámbitos como los culturales y sociales, donde generalmente hay interacciones ciudadanas más próximas amerita de una preparación más especializada de comunicación para atraer a un conjunto de personas de ciertas ideas planteadas. El discurso político debe ser entonces claro y cercano al público de manera que el mensaje que se quiera trasmitir genere con un buen desarrollo de la oratoria un convencimiento concreto. "En todo discurso político las ideologías compiten entre sí intentando fijar, limitar o ampliar significados de ideas que pretenden condicionar las prácticas sociales y las prioridades institucionales. Para ello, el control del lenguaje político es fundamental". (Guerrero & Vega, 2015, p. 114).

Teniendo en cuenta lo anterior, el discurso se construye desde dos fases, una fase externa que implica el estudio del entorno, de los oponentes, de la audiencia a la cual se va a dirigir y, de la agenda política del momento y, una fase interna que se enfoca más hacia la estructura propia que debe guardar el discurso, desde su inicio, tema principal, el cuerpo y el cierre.

En el campo de la fase interna, sin que, en el presente documento, se pretenda realizar un desarrollo taxativo, de las distintas maneras en las que se puede desarrollar el inicio, tema, cuerpo y cierre de un discurso, vale la pena tener en cuenta, lo siguiente: desde el inicio del discurso se debe generar empatía entre el emisor y receptor, es decir, preparar el terreno para lo que se pretende decir o exponer, así como despertar interés en el receptor. El cuerpo del discurso, debe desarrollar tres, máximo cinco ideas principales, debe contener datos que argumenten lo que se expone, debe guardar relación entre tiempo y espacio, y si se quiere utilizar la herramienta de la enumeración y las transiciones para pasar de una idea a otra. Existen diversos tipos de formas de realizar el final o cierre, sin embargo, para los casos de campañas políticas, el mismo debe inspirar y llamar a la acción al público.

En este punto, resulta importante resaltar que existen, personas, candidatos o políticos que escriben por si mismos sus propios discursos, así como personas dedicadas a este oficio, son los denominados -en español- “escritores fantasmas “, en la medida que no existen, pues nunca será su texto, sino el texto de su jefe o cliente.

Para ello, es necesario, (i) entrevistar al emisor y saber que pretende, que resultado desea obtener o que respuesta quiere dar ante un ataque, (ii) conseguir aprobación del tema relacionado con los mensajes que desee emitir el orador, (iii) estudiar y conocer el

lugar donde se va a emitir el discurso para saber el tono que debe llevar el mismo, (iv) enfocarse, en un asunto principal, (v) reflejar emociones, (vi) complacer tanto al cliente como al auditorio, (vii) tener en cuenta cualquier clase de controversia que se pueda generar en torno al emisor, para que mediante el discurso se brinde respuesta a las dudas que se puedan generar, (viii) difundir el discurso para que llegue a la mayor cantidad de gente, (ix) ensayarlo varias veces. (Meyenberg & Lugo, 2011)

El mensaje político: es uno de los productos que emanan de la investigación que se realiza en una campaña electoral al analizar al candidato, el contexto o la coyuntura del momento, los electores y los contrincantes. En este sentido, no puede confundirse eslogan con mensaje, puesto que el primero a su vez es un producto que resume el segundo. De igual manera, el mensaje sirve para diferenciar a un candidato de los demás, por ello debe ser autentico, sencillo, oportuno, eficaz para conectar y generar emociones, en este mismo sentido, el mensaje debe guardar una estrecha relación con la imagen del candidato.

El mensaje debe representar, los ideales, valores, y principios que defiende el candidato o el líder. Si hay algo que movilice emociones y despierte sentimientos alrededor de una idea es que el mensaje sea directo y claro, de manera que pueda ser interiorizado por quienes lo están percibiendo. No basta con que alguien sea el escogido para hablarnos sobre una problemática en particular, sino está bien estructurado y enfocado el mensaje de su intención. Esto está muy relacionada con la idea de porque hay cierto grupo de ciudadanos que se sienten identificados con cierto tipo de mensajes. Si ese político comprende que las necesidades e historias de quienes se va a dirigir seguramente la recepción comunicativa de lo que quiere expresar será satisfactoria.

De igual manera, se destaca que el mensaje central, es uno solo, pero debe segmentarse, de acuerdo con las diferentes audiencias y canales de difusión. La segmentación permite que los recursos, que son escasos en toda campaña, se prioricen en las zonas donde vale la pena disponer de ellos, en efecto la segmentación tiene como fin ser mucho más eficientes, construir mensajes para cada segmento, utilizar el lenguaje adecuado para referirse a las diferentes audiencias, ser claros, coherentes, organizados, oportunos y, poder medir con mayor exactitud el impacto que tiene el candidato y la campaña.

De acuerdo, con Eugénie Richard (2015), con la segmentación del mensaje se debe responder a las siguientes preguntas:

> (i) ¿Quiénes son nuestros electores?: Es de suma importancia saber quiénes son esas personas que están pensando votar por el candidato (su voto "duro") o los electores que pueden estar interesados, sin saber si van a votar por él (voto "blando") y, además, establecer cuantos votos representan estas personas.
>
> (ii) ¿Quiénes no son?: También es importante saber cuáles son las personas que nunca votaran por el candidato. Puesto que, como se exponía anteriormente, no merecen tiempo, ni recursos, ni energía para tratar de convencerlos.
>
> (iii) ¿Dónde viven? ¿Qué hacen? ¿Cuáles son sus expectativas, sus sueños? ¿Qué temas les interesan? ¿Cuáles son sus gustos?: Para ello, es necesario realizar:

> Segmentación demográfica: edad, género, ocupación, nivel de ingresos y educación. Saber qué edad tiene los electores, resulta de suma importancia, máxime cuando hay que adaptar el discurso a los canales de comunicación que se vayan a utilizar. (p. 33).

Por su parte, en el ámbito de la discusión política y el flujo permanentes de ideas o propuestas en sociedades que padecen una serie de problemáticas sociales y de corte económico incluso, los temas del debate político tratan de enfocarse en las necesidades primarias de sus ciudadanos. Esto es una forma de introducir al debate democrático la importancia de plantearlos a nivel discursivo pero también de propender por sus soluciones. Richard, (2015) plantea que:

> En Colombia los niveles de ingresos y de educación están, generalmente, correlacionados e inciden en el discurso, en los temas de interés y el tipo de campaña. Si los niveles de educación y de ingresos son bajos, los temas de interés de los electores giran alrededor del acceso al colegio para los hijos, el precio de la canasta familiar, la pobreza, la seguridad y el transporte público. Si son más altos, otras temáticas pueden surgir, tales como emprendimiento, el medio ambiente, la infraestructura o las relaciones internacionales. (p, 34).

Segmentación geográfica: por región, ciudades, departamentos o barrios. Eso a su vez permite realizar un mapa electoral para saber dónde se encuentran y poder organizar los encuentros necesarios.

Segmentación psicológica: valores, prioridades, estilo de vida. “Los valores que defienden también son importantes: la justicia social, la transparencia, la lucha contra la

corrupción, entre otros. Es importante saber cuáles son los de mayor importancia para nuestros electores". (Richard, 2015, p, 35).

A su vez, se destaca que, si bien el mensaje cumple con un criterio de unidad, el mismo no puede ser estático, sino que debe tener un espíritu evolutivo. El contenido de los mensajes debe ir variando de manera controlada, así como las palabras que se utilizan para expresarlo, sin olvidar el mensaje central y guardando coherencia con el mismo. "Una estrategia útil, conocida como el Triángulo del Mensaje, se basa en que los mensajes deben deslizarse como a través de las aristas de un triángulo, el cual contiene una idea estratégicamente diseñada en cada pico" (Moreno Cabanillas & Filzmaier, p. 42)

Construcción de la imagen: un personaje político se puede construir por dos vías, como respuesta a grandes acontecimientos en la historia- como crisis o guerras- y, a través de la sedimentación gradual de algunos aspectos de la personalidad que van surgiendo y se repiten al tenor de muchos pequeños procesos. Pequeños procesos, en los que sin duda convergen varios elementos, como la personalidad del candidato, y una relación de reconocimiento, aceptación, y reciprocidad entre este y sus seguidores como a continuación se explica. Autores como Dimmo & Savage (como se citó en Rico, 2008) señalan que:

> De acuerdo con los autores Dan Nimmo y Robert Savage en su libro "Candidates and Their Images", la imagen de un candidato no es el producto de las proyecciones que derivan de los estímulos de campaña, ni de predisposiciones mantenidas de manera independiente por los votantes. La imagen de un candidato se construye a través de relaciones reciprocas que reflejan continuos intercambios entre líderes y seguidores. En efecto,

> según los autores la imagen es: "la construcción mental, subjetivo, que afecta cómo son percibidas las cosas pero que también es influido por los mensajes proyectados".

En dicha relación, los líderes, no sólo proyectan cualidades seleccionadas por sí mismos, sino que también tratan de figurarse en la manera en la que los perciben los seguidores, a su vez que, los seguidores perciben a los líderes y tratan de figurarse como los perciben los líderes. Ello, implica que la imagen tenga un espíritu transaccional, dado por la forma como un candidato es percibido desde la subjetividad de los votantes y, los mensajes proyectados por el candidato.

La imagen de un candidato también puede verse como un todo, es decir a todo aquello que contribuye o aporta a gestionar esa imagen. Aspectos, físicos, su personalidad, las ideas que defiende, su postura frente a determinados temas, su manera de actuar. "La "imagen" de un hombre político se refiere a todo lo que contribuye a definir esa imagen pública de la persona: todos sus aspectos físicos, sean positivos o negativos, su carácter y personalidad, su identificación ideológica, sus discursos y sus actos. En fin, todo lo que se da para ver en una campaña, todo lo expuesto y proyectado visual, oral o simbólicamente participa de la definición de la imagen". (Richard, 2008. p. 77).

Dicho lo anterior, resulta pertinente tener en cuenta las cualidades que afectan en la construcción de la imagen de un candidato. Sin que se pretenda realizar una descripción taxativa de las mismas, se abordaran algunas. La primera de ellas, y quizás la más importante, es la autenticidad, como quiera que no se puede pretender que el candidato sea algo que no es y es pilar sobre el cual se construyen las diferencias entre un candidato u otro, que lo hace único. En este mismo sentido, la autenticidad, contribuye en esa

relación de confianza y credibilidad que se pretende entre el candidato y el electorado, así como ayuda a garantizar que exista coherencia entre lo que el candidato es y lo que representa. "Las personas carismáticas son capaces de transformar, gobernar, y ordenar el mundo en el que viven. Personas que, a través de su sabiduría, en las áreas del conocimiento, conectan con lo divino, con lo centrar de la existencia humana". (Deusdad, 2003, p. 15).

Ahora bien, el carisma expuesto de esta manera nos conecta con otra cualidad que debe tenerse en cuenta en ese proceso de gestión de imagen de un candidato: el liderazgo. Se puede decir que:

> Según Max Weber, "el liderazgo es una relación social, en la que el elemento central es la aceptación de este por parte de los seguidores". Es así como, Weber expone que, el liderazgo, no se da de manera, unilateral, ni se basa únicamente en aspectos de la personalidad, sino que es relacional. Una persona puede ser efectivamente superior, pero no se convertirá en un líder a menos que otros reconozcan o crean que lo es, y que en virtud de ello debe ser seguido o recibir obediencia. Dicho, en otros términos, la personalidad de los líderes (construida a partir de la experiencia individual) puede ser importante, y de hecho lo es, pero no lo suficiente como para hacer un análisis complejo del liderazgo. (Filmaizer & Moreno, 2013).

Precisamente, estas definiciones y naturaleza consensual que tienen las cualidades anteriormente descrita en la construcción de imagen de un candidato generan la necesidad de repasar, las teorías de los marcos conceptuales y el *storytelling*, como herramientas de

comunicación, poderosas y efectivas para que un candidato o líder político pueda conectar con su electorado, generando emociones y apelando a marcos- valores, principios, ideas, prejuicios- preexistentes en la mente de las personas.

La teoría del *storytelling*: son muchos los autores que han definido el *storytelling*, entre ellos, podemos encontrar:

"Se trata de una manera distinta de gestionar los relatos para utilizar la narración como una manera de convencer y movilizar la opinión". (Salmon, 2008). En ese orden, se trata de una estrategia recursiva destacable que cobra relevancia porque no es solo emplear el recurso de la narración con el fin de obtener réditos. Se trata más bien de estructurar una idea que se extienda en su propósito y genere emociones a quienes la reciben.

En la mayoría de nuestras conversaciones sobre temas álgidos como economía, política o incluso cultura son siempre alrededor de temas de gran interés cuyo fin es discutir el impacto o la incidencia de esos asuntos en la vida cotidiana de las personas. De ahí que crear narraciones somos temas comunes que incumben a todos es importante para consolidar relatos de importancia. "No es un cuento para niños, ni un chiste. Tampoco es una narración entretenida. Ni siquiera es una mera leyenda. Un relato tiene algo sagrado, porque es una verdad universal cargada de emociones y sensaciones." (López-Hermida & Vargas, citando a Núñez 2008).

En este sentido se puede decir que el storytelling va más allá de simplemente contar o narrar relatos a una audiencia, puesto que a través de este se pretende cumplir con un fin que se relaciona con esa capacidad de poder convencer, generar recordación,

mover emociones. Es por ello que resulta necesario revisar la estructura con la que debe cumplir un relato narrado a través de dicha teoría.

Ahora bien, "Un esquema de narración universal puede convertirse en un elemento poderoso de persuasión inconsciente. El esquema se presenta bajo la siguiente forma: Julien Greimas, apoyándose en los trabajos de Ferdinand de Saussure, distingue por su parte tres fases o tres pruebas recurrentes en cada relato. La primera fase corresponde a la prueba "calificante" (el héroe debe demostrar su valor en las peripecias), la segunda es la prueba "decisiva" (el héroe vence al enemigo y restablece la situación inicial) y la tercera es "glorificante" (el héroe, victorioso, recibe su recompensa)". (Richard, 2008, p. 91).

En este sentido, la teoría del *storytelling* aplicada a la comunicación política, es la herramienta a través de la cual un candidato en campaña se muestra como el portavoz y héroe de una historia, ficticia o cierta, que despierta sentimientos, emociones y genera conexión en una determinada audiencia, para lograr que la misma se comporte acorde con sus intereses, bien sea para que voten por él y repliquen su mensaje de una forma orgánica y sencilla o para que una vez electo, legitimen sus políticas.

La teoría de los marcos o *framing*: Son muchos los psicólogos, sociólogos y comunicadores que desde mitad de los años sesenta y en la actualidad, han estudiado y desarrollado la teoría de los marcos o *framing* con el fin de entender el comportamiento humano y, la manera cómo responden las realidades que les son presentadas, como las interpretan y que significado le dan a las mismas. Robert Entman (como se citó en Koziner, 2013) afirma que:

> Encuadrar es seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más relevantes en un texto comunicativo, de modo que se promueva una determinada definición del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito. (p. 3).

Como se verá, los marcos a situaciones sociales en particular son esencia la construcción contextual de unos individuos y las sociedades en las que interactúan. Se hace necesaria la existencia de ese encuadre para que deriven del mismo múltiples interpretaciones para dotar de significados la realidad que se nos está presentando. Lo anterior, es al menos de gran utilidad en ámbitos como el político donde hay un interacciones de tipos de comunicación distintos con grupos poblaciones (electorado) muy diversos.

En efecto, según esta teoría, la gente, en general, piensa a través de marcos, "la verdad para ser adaptada tiene que encajar en el marco de la gente, si los hechos no encajan en un determinado marco, el marco se mantiene y los hechos se rebotan" (Lakoff, 2007, p.16). Es decir, un político, candidato, líder, le debe hablar a su audiencia apelando a dichos marcos. Es así como, en Colombia, por ejemplo, los representantes de ideologías de derecha apelan a marcos como la familia, la autoridad, el orden, el libre mercado, menos impuestos, políticas de seguridad y defensa, mientras que, los progresistas o izquierdistas apelan a marcos como medio ambiente, más subsidios, nuevas ciudadanías, equidad de género, entre otros.

3. Diseño de la investigación

La presente investigación se abordará bajo el diseño de investigación cualitativo de carácter documental. Se describirá el contexto y el análisis de datos que permitirán identificar el manejo de la comunicación política en un caso específico, esto es, al análisis y revisión de los aspectos más destacables de la campaña presidencial de Álvaro Uribe Vélez. El análisis de sus discursos, intervenciones más importantes en el contexto político nacional de Colombia, el manejo de sus comunicaciones y el mensaje político de una campaña que lo llevó a ejercer la Presidencia de la Republica de Colombia.

3.1. Preguntas de investigación

P1: ¿Cuáles son los aspectos más relevantes de la comunicación política empleada por el expresidente colombiano Álvaro Uribe Vélez en el contexto sociopolítico de su primera campaña y mandato presidencial?

P2: ¿Qué relación y aplicación tienen los conceptos del *storytelling* y el *framing* en el manejo de la comunicación política del expresidente Uribe Vélez durante su primera campaña y mandato presidencial?

P3: ¿Qué tipo de mensaje político construyó el político colombiano Álvaro Uribe Vélez, que en la actualidad lo tiene como protagonista de una consolidada estructura política y como un referente de liderazgo?

3.2. Objetivos

Objetivo general

Determinar si las teorías del *storytelling* y *framing* fueron empleadas en el proceso de comunicación política realizada en el contexto de la campaña del político colombiano Álvaro Uribe Vélez y su primer periodo presidencial (2002-2006).

Objetivos específicos

OE1: Analizar el manejo de la comunicación política del expresidente Álvaro Uribe en el contexto sociopolítico de Colombia, durante su primera campaña y primer mandato presidencial.

OE2: Describir los aspectos más importantes sobre los conceptos en comunicación política de las teorías de *storytelling* y *framing* y su aplicación al caso del expresidente Álvaro Uribe Vélez.

OE3: Establecer qué tipo de mensaje político construyó el político colombiano Álvaro Uribe que le ha permitido la consolidación de una estructura política que lo tiene como un referente de liderazgo.

3.3. Hipótesis

El manejo de la comunicación política del expresidente Álvaro Uribe Vélez ostentó un mensaje político cuya narrativa lo llevó a ganar la Presidencia de la República de Colombia (2002-2006) a través de la política de la seguridad democrática. Empleando las teorías del *storytelling* y *framing* logró crear un mensaje político del Padre que protege

y protegerá a sus hijos en el contexto de una violencia que tuvo como protagonistas-para su época- a poderosos grupos de guerrillas que tenían un fuerte control sobre la población colombiana, en especial la rural.

3.4. Metodología

La metodología a tener en cuenta, estará fundamentada en el análisis cualitativo de tipo descriptico-documental que tendrá en cuenta la revisión de literatura especializada sobre las teorías referidas en el marco de la comunicación política tales como el *storytelling* y el *framing*; las investigaciones académicas sobre el ejercicio de poder por parte de Álvaro Uribe Vélez y los análisis sobre el manejo a la comunicación política que lo condujo al éxito de su mandato presidencial.

4. Desarrollo del trabajo

4.1. La comunicación política del expresidente Álvaro Uribe, durante su primera campaña y primer mandato presidencial

Para el desarrollo de este primer capítulo se hará necesario esbozar el perfil del expresidente Álvaro Uribe, su carrera política y su llegada al poder. La necesidad de identificar los logros de una determinada forma de hacer política, permiten que sea clave describir el origen de la consolidación de uno de los proyectos políticos más importantes de la derecha en Colombia: la de un expresidente que se hizo reelegir y que hoy día lidera uno de los partidos políticos más importantes en Colombia como es el Partido Centro Democrático al que fundó recientemente y por el que es Senador de la República en la actualidad.

Desde sus inicios y concretamente a partir de los años de su juventud, Álvaro Uribe Vélez siempre estuvo interesado por la política. Nacido en Antioquia, región del suroeste de Colombia y de formación abogado llegó a ser Alcalde de Medellín y Gobernador del Departamento que lo vio nacer. También ejerció cargos públicos de relevancia. Llegó a ser Senador de la República por el Partido Liberal Colombiano donde impulsó proyectos de incidencia, en materia económica, pensional y de salud. En el año 2002 se convirtió en Presidente de Colombia como candidato independiente. Su proyecto político tuvo tanto auge que logró su reelección en el año 2006. Autores como Rey (2015) destacan que:

> Uribe gana las elecciones en primera vuelta con 5.862.655 votos, equivalente al 54,51% de los votos, reconocido como un líder de mano dura en su política de seguridad y con una propuesta suprapartidista de lucha contra la corrupción y la "politiquería", austeridad, inversión social, y ejercicio de la autoridad sobre los violentos. Mantiene como Presidente altos índices de popularidad, lo que le permitió la reelección también en primera vuelta. Su pensamiento político se fue convirtiendo en una corriente política hasta ser la base de un nuevo partido político. (p. 6).

La primera campaña presidencial de AUV tiene un importante aliciente. Uribe Vélez, en el inicio de la misma se mostró como un ciudadano antes que político, cercano a las comunidades, a los grupos sociales que agremiados pedían ser escuchados y empezó a ostentar un perfil de político alejado a las prácticas políticas tradicionales que históricamente representaban lo contrario. Esto, por obvias razones, le dio un manejo

político a su campaña y lo acercó de manera paulatina al sentir de la ciudadanía y sus preocupaciones por el rumbo del país.

Aunado a lo anterior, se suma la compleja situación de violencia que padecía Colombia para la época. El país desde mucho tiempo atrás venía sufriendo de las más angustiosas formas de vida por causa de la violencia de grupos guerrilleros que tenían acechada la vida, bienes y honra de colombianos, principalmente en las zonas más apartadas de Colombia. Uno de esos grupos insurgentes a los que el Estado Colombiano se había estado enfrentando militarmente, era la guerrilla de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia-FARC-EP. Controlar la violencia generada por este grupo y la coexistencia de otros grupos guerrilleros, como el ELN era uno de los retos más desafiantes para el poder ejecutivo en Colombia. Sobre el contexto de violencia del año 2000, el Centro de Memoria Histórica de Colombia –CNMH (2013) señaló lo siguiente:

> Desde finales de 1998, la Fuerza Pública comenzaba a mostrar alguna capacidad para neutralizar la cadena de acciones contundentes que le venían propinando las FARC, gracias a la ventaja que le significaba el uso de helicópteros y aviones. Esta tendencia se afianzó en 1999 y el 2000, y se manifestó en el contraataque del Ejército después de la toma de Mitú, Vaupés, por parte de las FARC, el 2 de noviembre de 1998. A pesar de la contundencia militar de la toma de Mitú realizada por las FARC, la retoma del Ejército fue el comienzo de la quiebra de la ventaja táctica de las FARC entre 1996 y 1998.
>
> Esa iniciativa militar fue reforzada por el Plan Colombia, cuyo aspecto militar coadyuvó a la reingeniería de las Fuerzas Armadas, por medio del

> apoyo norteamericano en materia de tecnología militar e inteligencia. Ese plan, que empezó a ser ejecutado en el 2000, hizo énfasis en la vinculación de los grupos armados con los dineros del narcotráfico. (…) (p. 167).

Este aspecto que reseña la compleja situación de Colombia frente a la violencia, fue determinante en el proyecto político que lideraría AUV. Estábamos frente a un político que en el pasado había sido víctima de la violencia de las guerrillas, principalmente por la relación estrecha del caso por la muerte de su padre en manos de las FARC-EP y en segundo lugar, por la posibilidad que estaba en juego de que un político tomara las riendas de la administración de un Estado que hasta la fecha había sido fallido.

La guerrilla de las FARC-EP que se autodenominaban como Ejército del Pueblo, desde sus orígenes creó un proyecto mucho más militar que social. Aunque tenían marcos ideológicos definidos, sus acciones en territorio desdeñaban sus objetivos iniciales. Las FARC-EP empezaron a crear un brazo económico fuerte que le sirvió de base para mantener sus estructuras. Esa base estuvo soportado por la ola de secuestros que cometían, las numerosas extorsiones a finqueros de las regiones abandonadas de Colombia, muertes a inocentes, retenes ilegales y hasta los más viles actos terroristas jamás vistos en la historia de Colombia. La inmensa mayoría de estos actos, eran desde los más desfavorecidos, campesinos, madres de familia; pero también a políticos y altos dignatarios.

Aunque la violencia en un país como Colombia no iniciaba con la aparición de las FARC-EP ni con sus actos terroristas, la ciudadanía de a pie veía en sus gobernantes una desatención por resolver los problemas estructurales de la nación. Un campesino en el sur del país no podía sacar sus productos porque se encontraba con arremetidas violentas de

grupos subversivos. El ciudadano no podía ir a ejercer su derecho político al voto, porque había municipios sobre todo en zona rural en los que la población no podía escoger a sus gobernantes, porque los puestos de votación eran incendiados por las FARC-EP. Colombia desde la década de los 80 venía sufriendo los golpes de carteles del narcotráfico y el colombiano promedio no confiaba en la institucionalidad. Aunado ello, a las fallidas negociaciones de paz de anteriores gobiernos con la guerrilla de las FARC-EP.

Es por ello, que al momento de la campaña presidencial de 2001, AUV que competía contra contendores políticos fuertes, como los políticos de derecha Noemí Sanín y Horacio Serpa, fue creando una imagen del político comprometido. Del líder que escuchaba las problemáticas de la gente. Instauró en sus iniciantes discursos con un fuerte mensaje de respuesta a la acción violenta. Optando por el lenguaje de autoridad, se comprometió a erradicar toda clase de irregularidad administrativa al interior del Estado y a consolidar un Estado que fuese capaz de derrotar al terrorismo que acechaba a Colombia, incluso con la ayuda de aliados estratégicos. Osorio (2012) señala que:

> El acenso de Álvaro Uribe comenzó a darse incluso antes de que se inaugurara oficialmente la carrera presidencial, siendo en las encuestas realizadas uno de los presidenciables que generaba más entusiasmo entre la gente. A nombre del Movimiento Primero Colombia, la candidatura de Álvaro Uribe Vélez logró su aval a través de la recolección de firmas, y se dio a conocer en intensas jornadas de visitas a diferentes lugares de Colombia, lo que lo llevó a generar una fuerza que, impulsada por su fuerte discurso, pronto se convirtió en una maquinaria con expansión nacional. La fortaleza de su candidatura surgió fundamentalmente de los

> planteamientos con respecto a la seguridad, tema central de su discurso y que restó interés a sus propuestas en temas como salud y educación.
>
> Así entonces, el cansancio de los colombianos con las actuaciones de la guerrilla, principalmente de las FARC, favoreció la aparición de tendencias que abogaban por una mano dura, posición que encontró en el discurso fuerte de Álvaro Uribe su mejor representación. Pero la imagen que este proyectaba no se agotó en su proyecto de «seguridad con autoridad», en ella se conjugaron elementos que elevaban una enérgica crítica a la corrupción y al cuestionable desempeño de la clase política, planteamientos que favorecieron su aceptación. (p. 33).

Con gran asertividad, Álvaro Uribe empeñado en que el país urbano y rural lo conociera más allá del buen ejecutor y administrador que había sido en la Alcaldía de Medellín y en la Gobernación de Antioquia, adecuó su discurso de campaña a proteger el Estado del clientelismo y a cuidar de Colombia de la violencia terrorista. Declarando como enemigo a las FARC-EP y todo actor armado con fines terroristas, AUV concentró la base de su campaña en ejes estructurales como la intención de una reforma política y administrativa, el fortalecimiento de las relaciones internacionales y la política de la seguridad democrática.

El aspecto social de su campaña no fue menor. Se había trazado la mesa- en caso tal llegaran al poder- de garantizar la seguridad alimentaria, la eficiencia de los servicios públicos y la erradicación de la pobreza y miseria. Estos aspectos se ven reflejados, en

uno de los documentos más importantes de la fecha. Se trató del denominado *manifiesto democrático.* Se trata de un documento de 13 páginas presentado para la campaña de 2001 en el que AUV planteó las 100 ideas con las que le serviría a Colombia. Uno de sus apartes, señalaba lo siguiente:

> Apoyar y mejorar el Plan Colombia. Que incluya interceptación aérea para que no salgan aviones con coca y regresen con armas. Pediré la extensión del Plan para evitar el terrorismo, el secuestro, las masacres, las tomas de municipios. Necesitamos nuevas formas de cooperación internacional contra la violencia: que Naciones Unidas envíe una misión humanitaria a uno de nuestros municipios en donde la ciudadanía sufre de represalias guerrilleras por la resistencia civil a nuevos intentos de toma. Que esa misión humanitaria para proteger a la comunidad tenga el apoyo de soldados colombianos avalados por Naciones Unidas para disuadir a los agresores. Este tipo de soluciones son jurídicas, pero no convencionales. Un conflicto de la magnitud del nuestro necesita de soluciones atípicas. Demandamos la cooperación internacional porque este conflicto se financia con el narcotráfico, negocio criminal internacional, y se apoya en armas fabricadas afuera. La comunidad democrática internacional no puede ser indiferente al sufrimiento del pueblo colombiano. Proyectos de sustitución de cultivos ilícitos que sean sostenibles. Un acuerdo con 50.000 familias campesinas, cocaleras y amapoleras, para que erradiquen la droga, cuiden la recuperación del bosque y reciban una remuneración de $5 millones familia por año. (p. 4).

Este núcleo central de la campaña del político antioqueño fue tan decisivo que se convirtió en derrotero de su proyecto político. AUV estaba convencido a través de su formación y experiencia adquirida en la administración pública local, que Colombia estaba acechada por una crisis económica y social de tiempo atrás pero también por un enemigo al que hasta entonces había sido complejo enfrentarlo. Ese enemigo requería voluntad para contrarrestarlo, pero sin descuidar a la población que estaba acechada por la violencia de las guerrillas. Comprendió que necesitaba apoyo internacional para fortalecer e invertir en uno de los más importantes activos de una nación; el de la capacidad militar.

Sin embargo, el panorama planteado requería de aliados y herramientas de gobierno concretas para emprender la arremetida contra la ola de violencia que crecía en el país. Era el inicio de nuevos tiempos pero también de la agudización de fenómenos a nivel mundial que incidían en el bienestar de la humanidad. AUV quería proyectar a Colombia como una nación que se fortalecería sin la intimidación de los actores violentos. Con un aparato estatal que empezaran a responderle a la ciudadanía.

No obstante, un hecho marcó una línea política de abanderamiento en el proyecto político de AUV. Antes de llegar al poder y en plena campaña, EE.UU sufrió el atentado contra las Torres Gemelas, mayor centro financiero mundial. El gobierno de George W. Bush emprendió una arremetida contra los grupos terroristas que habían causado estos atentados y que cobraron la vida de más de 2000 estadounidense, cifra que incluyó el deceso de 18 inocentes colombianos. Esa arremetida concordaba con el discurso y el propósito de Álvaro Uribe para aniquilar a los enemigos de las FARC-EP en Colombia. Combatir el hambre y la miseria, pero combatiendo al actor violento que no permitía garantizar ese enfoque social de su política. Y este hecho fue importante en el éxito

político de AUV, que sobre este aspecto, autores Carvajal (2005) señalaron en su momento que:

> Los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001 y la ruptura del proceso de paz con las FARC en febrero de 2002 (ambos eventos catalizadores del triunfo de Uribe en las elecciones), determinaron que la agenda internacional del gobierno colombiano se haya securitizado y terrorizado. El primero de los adjetivos (la securitización) pretende señalar que la política de la seguridad democrática ha buscado apalancarse en la política exterior para legitimar políticamente sus componentes ante la comunidad internacional, y para buscar recursos financieros que la respalden, sobre todo en los Estados Unidos. Como parte de este último objetivo, Uribe Vélez promueve la aprobación por parte del ejecutivo y el legislativo estadounidenses de lo que el mandatario colombiano denomina Plan Colombia Fase II.
>
> El segundo calificativo (la "terrorización") hace relación con la estrategia internacional adelantada por la Casa de Nariño con el fin, en primer lugar, de realizar la vinculación de las guerrillas colombianas con el terrorismo internacional, con el propósito de deslegitimarlas en el sistema internacional y quitarles así su carácter político y subversivo, y lograr su inclusión en las listas de organizaciones terroristas del Departamento de Estado de los Estados Unidos y de la Unión Europea. Y, en segundo lugar, el nuevo calificativo de "terroristas" que el gobierno promueve para las guerrillas colombianas, también pretende canalizar hacia Colombia los recursos económicos internacionales que se movilizaron con ocasión de la

> llamada alianza mundial anti-terrorista liderada por George W. Bush con posterioridad a los atentados dinamiteros contra el Pentágono y las Torres Gemelas. (p. 146).

En el contexto planteado, el terrorismo mundial que le declaraba la guerra a países desarrollados impactaba de manera indirecta a los países de la región. La desestabilización social que generaba la intimidación y la amenaza violenta sumado a un duro golpe en la economía se convirtió en un motivo más, para que gobiernos unieran fuerzas para derrotar a los autores detrás de estos actos degradantes contra la humanidad. En el caso de Colombia, las FARC-EP eran ese enemigo que acechaba a Colombia con sus atentados en regiones pobres del país mientras coartaban las libertades de la gente, se convirtió en un objetivo de AUV y su llegada a la Presidencia de la República.

Así las cosas, con una votación arrasadora de 5, 862, 655 votos, equivalente al 54% de los resultados y bajo la representatividad del movimiento Primero Colombia, Álvaro Uribe con un perfil de líder carismático, elocuente en sus discursos de autoridad y orden, y con unas habilidades políticas nunca antes vista en el país, se convirtió en Presidente de Colombia. La siguiente tabla ilustra los ejes más relevantes que se pueden extraer del Plan Nacional de Desarrollo del primer mandato de Uribe Vélez. Este documento se convirtió en el derrotero que guiaría el proyecto político de derecha naciente desde el poder.

Tabla 1. Aspectos estructurales del Plan de Desarrollo del primer mandato de Álvaro Uribe

Seguridad democrática	Ante el incremento de las organizaciones al margen de la ley y la agudización del problema de las drogas, el Estado con criterios de legalidad y autoridad combatirá de manera integral los problemas de seguridad a través del fortalecimiento de la capacidad militar.
Desarrollo en zonas deprimidas y de conflicto	Combatir la violencia en aquellas zonas geográficas donde el conflicto armado ha golpeado más. El gobierno nacional opta por una intervención integral que genere alternativas económicas y ambientales sostenibles, para estos territorios. Mejorando la infraestructura social y física de los municipios más afectados.
Fortalecimiento de relaciones internacionales	Aplicación del principio de responsabilidad compartida. Prioridad en aquellos asuntos en los que la comunidad internacional tenga soluciones que puedan ser acogidas por otros Estado, tales como el problema de las drogas y los delitos relacionados con este.
Consolidación de la equidad social	Construcción y apuesta a la equidad social, para lograr una revolución educativa, mejoramiento de la protección social, impulso a la economía solidaria, manejo social del campo, promoción del deporte, entre otros aspectos.

Fuente: *Plan Nacional de Desarrollo 2002-2006.*

En Colombia, el Plan Nacional de Desarrollo más allá de ser un documento-base que plantea las directrices o lineamientos principales de un gobierno; es la ruta esencial para la futura formulación a corto, mediano y largo plazo de las políticas públicas en las que se concentrara un Presidente y su equipo. El Plan Nacional de AUV brevemente esbozado con anterioridad y rotulado en su momento: *Hacia un Estado Comunitario*, constituyó una guía enfocada en resolver el problema de las drogas y las crecientes cifras de cultivos ilícitos, con una profesionalización y fortalecimiento del poder militar. Columnistas como Soto (2008) en diarios tan importantes en Colombia, como *El Espectador*, sobre la política de primer mandato de AUV señalaban lo siguiente:

> Podríamos decir que Colombia difícilmente volverá a tener un gobernante tan carismático y del temple de autoridad de Álvaro Uribe Vélez. Desde los inicios de su gobierno, se fijó el firme propósito de recuperar la paz para sus gobernados, perdida desde hace más de cincuenta años. En verdad que lo está logrando, acabando con los grupos subversivos, sometiendo al paramilitarismo, el narcotráfico y la delincuencia común organizada, pero no con diálogos, ni con despejes; lo está haciendo en ejercicio del principio Constitucional, con autoridad, decisión y mando. Lo más sorprendente de todo esto es que en medio de tanta confrontación y juicios nacionales e internacionales, la economía del país es sólida y la confianza inversionista del sector extranjero se mantiene.
>
> El programa de Seguridad Democrática, de donde se desprende el éxito de su gestión, ha sido el mayor escenario de su popularidad. La Fuerza Pública se ha encargado de ejecutarlo rigurosamente. cuando el Presidente no ve resultados concretos llama a sus comandantes al orden y si es del caso a calificar servicios, como ya lo ha hecho en varias ocasiones.
>
> Su estilo de gobernar es único y su capacidad de trabajo sorprendente. Atentando aún contra su propia salud, lo hemos visto cumpliendo compromisos, desatendiendo prescripciones médicas. Los Consejos

> Comunales de Gobierno, realizados cada ocho días en diferentes ciudades, han servido para que las comunidades de todos los sectores sociales expongan sus problemas y concreten soluciones. Para lograrlo, sale acompañado de su equipo de gobierno de acuerdo a los requerimientos y exigencias de la región visitada. Siempre encuentra una solución adecuada para cada caso en particular. Esto ya lo tienen claro sus gobernados. (El Espectador, 2008, p. 1).

Así las cosas, el país veía en Álvaro Uribe un hombre de Estado, con excelsas cualidades que dejaban ver la inteligencia de su carácter. Confianza inversionista, control de orden público y política social fortalecida. AUV se mostró como el político propositivo y firme en las convicciones políticos que lo llevaron al poder. Ello, sin mencionar el éxito electoral que lo llevó a ser por segunda vez Presidente. Aunque este segundo aspecto no es el objeto de nuestra investigación, solamente nos detendremos en el éxito y resultados que supuso su primer mandato Presidencial. Uno de los mayores y significativos logros de su primer mandato fue el debilitamiento de las estructuras guerrilleras y el afianzamiento de la confianza ciudadana en el Estado. Sobre los logros del ejercicio del poder por parte de AUV, medios económicos como el portal *Dinero* (2010) señalaron lo siguiente:

> Uribe ganó la presidencia en el 2002 con la promesa de derrotar militarmente a las guerrillas izquierdistas en un país azotado por la violencia del conflicto interno armado y en el que sus habitantes no se atrevían a transitar por las carreteras por el temor de ser secuestrados. Uno de sus principales logros ha sido la recuperación de la seguridad con una notable reducción de los homicidios, las masacres, los secuestros, los asaltos a pueblos y los ataques con explosivos contra la infraestructura económica del país. Uribe, considerado el aliado más importante de Estados Unidos en América Latina y quien nació el 4 de julio de 1952 en Medellín, aumentó el número de efectivos de las fuerzas armadas, el presupuesto militar y ordenó una ofensiva contra la guerrilla izquierdista que la obligó a un repliegue estratégico en apartadas zonas montañosas y

> selváticas. Importantes comandantes de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) murieron en la ofensiva, mientras que miles de combatientes desertaron, lo que debilitó la capacidad militar del grupo rebelde considerado por Estados Unidos y la Unión Europea como una organización terrorista. (Revista Dinero, 2010, p. 1).

En ese orden de ideas, este primer capítulo tuvo como propósito identificar no solo el perfil de Uribe Vélez como un líder que en poco tiempo logró captar la atención de ciudadanía frente a los problemas apremiantes de Colombia; sino también sus ideas más relevantes como proyecto político de derecha, planteamientos ideológicos como el de la seguridad o el Estado austero sin desconocer la trascendencia de un ideario político que abanderó con altura y que en la actualidad tiene aceptación por los resultados logrados.

4.2 Aspectos relevantes de las teorías s*torytelling* y *framing* y su aplicación al caso del expresidente Álvaro Uribe.

La política en Colombia siempre ha sido un juego político de contrincantes. Este planteamiento no es malo por sí mismo, por el contrario de eso se trata el debate político. Aseveramos tal tesis porque los últimos 50 años en Colombia ha sido una pugna entre grupos de izquierda y de derecha definiéndose en cada carrera política; algunos con mayor suerte que otros. Esto último, porque Colombia ha sido gobernada en su gran mayoría por políticos de derecha.

Sin embargo, el caso de Álvaro Uribe es un ejemplo de ese proyecto político de derecha naciente en el país que se convirtió en un fenómeno. Álvaro Uribe como pocos políticos en su época, además de dirigirse al país con asertividad y conocimiento de los

problemas más apremiantes de la nación; buscó establecer un diálogo ciudadano cara a cara con la gente.

Por consiguiente, tres razones nos llevan a comprobar lo planteado. La primera es que AUV creó un mensaje, el de salvar a Colombia de las garras de la corrupción, el clientelismo y de los grupos terroristas, en los que se encontraban incluidos Guerrilla del ELN y de la FARC-EP; en segundo lugar consolidó un ambiente ciudadano que desconfiaba del Estado por su desatención poniéndole atención a los problemas de la gente y no a cualquier clase de problemas, a los problemas más comunes, desde la mujer clase media que necesitaba fortalecer su negocio de belleza en un pueblo olvidado de Colombia, hasta el campesino que necesitaba la aprobación de un crédito para tener el negocio soñado. La tercera y última; estando ya en el poder y durante el transcurso de su mandato acercó la institucionalidad a los territorios, programas sociales a poblaciones más vulnerables y fortalecimiento de las fuerzas militares protegiendo a las comunidades y enfrentando la criminalidad.

En el contexto de la comunicación política y por la importancia que la figura de Uribe Vélez constituye para el debate académico, en este capítulo analizaremos de qué manera las teorías del *storytelling* y el *framing* fueron empleadas por el político de Derecho quizá más importante de los últimos tiempos en Colombia. Sobre el *storytelling* autores como Pérez (2016), han señalado lo siguiente:

> En los últimos años el storytelling se ha venido usando con fuerza en la política para transmitir mensajes, sin embargo podría decirse que su aprovechamiento viene desde momentos que ni imaginamos. Lo que hizo Julio César con la Guerra de las Galias, en las que relata sus peripecias conquistadoras y con lujo de detalles nombra personajes, lugares y demás

> elementos de la vida cotidiana, puede ser una buena referencia del uso de este recurso.
>
> En años más recientes tenemos el ejemplo de Ronald Reagan, que a través de su paso por la actuación en California antes de ser Gobernador, había dominado las técnicas del relato que han descrito teóricos de la dramaturgia como Konstantín Stanislavski, actor, director y fundador del Teatro de Arte de Moscú, que entre sus múltiples sugerencias decía: "El actor debe aprender a visualizar los sucesos de la vida del personaje, para que así, al hablar de ellos, comunique al menos una pequeña parte de lo que sabe acerca de los mismos".
>
> Reagan, luego de la actuación, había logrado un detallado manejo de las comunicaciones verbal y no verbal, en los años previos a su ingreso a la política activa se desempeñó como conductor de un espacio televisivo para una firma de electrodomésticos y su tarea era servir de hilo conductor para contar historias.
>
> Lo que busca el storytelling es regresar a lo básico, a la interacción persona a persona, cuando las redes sociales eran de carne y hueso. El gran éxito que tiene este tipo de práctica en la transmisión del mensaje político es la confianza que hay reflejada en él; las personas creemos cuando visualizamos algo que ya pasó. (p. 310).

De este modo, observamos que el fundamento de teorías como el storytelling, es saber contar una historia o un relato para hacer más exacto. Contar una historia a través del arte o la literatura podría ser mucho más fácil cuando al escritor al crear unos personajes y unos hechos; está inspirado por la imaginación. Eso es lo propio en los relatos de ficción por ejemplo. Crear personas para escribir una historia empleando los juegos imaginativos no puede costar mucho, se puede en una novela o cuento crear de una sola historia hasta 10 personajes; pero llevarlos al plano político al que nos

enfrentamos con otra clase de realidad, puede resultar más complejo pero también interesante. He allí la importancia de analizar en los discursos de políticos el éxito de sus mensajes y el resultado en sus acciones. Salmon (2016) sobre el storytelling señala lo siguiente:

> Considerado durante mucho tiempo como una forma de comunicación reservada a los niños cuya práctica se limitaba a las horas de ocio y al análisis literario (lingüística, retorica, gramática textual, narratología…) el *storytelling* disfruta en efecto en Estados Unidos, desde mediados de los años 90, de un éxito sorprendente, que se ha calificado de triunfo, de renacimiento o incluso de *revival*. Es una forma de discurso que se impone en todos los sectores de la sociedad y trasciende las líneas de partición política, cultura o profesionales, acreditando lo que los investigadores en ciencias sociales han llamado el *narrative turn* y se ha comparado desde entonces a la entrada de una nueva era, la era narrativa.
>
> Pero ¿es tan nuevo? – la clave del liderazgo norteamericano y el secreto del éxito presidencial residen, en gran medida en el *storytelling*- escribía en Evan Cornog, profesor de periodismo de la Universidad de Columbia, en *The Power and Story*, un ensayo que reexamina la historia de los presidentes norteamericanos desde George Washington hasta George W. Busch a través del prisma del *Storytelling*:- desde los orígenes de la república norteamericana hasta nuestros días-escribe-, los que han buscado conquistar el más alto cargo han tenido que contar a aquellos que tenían el poder de elegirlos historias convincentes sobre la nación, sus problemas y ante todo sobre sí mismos. Una vez elegido la capacidad del nuevo presidente para contar la historia adecuada y cambiarla cada vez que sea necesario es una cualidad determinante para el éxito de su administración. Y una vez fuera del poder, tras una derrota o al final de su mandato, a menudo se encarga durante los años siguientes de que su versión de su presidencia sea la que retenga la historia. Sin una buena historia, no hay ni poder ni gloria. (p. 309).

Visto lo anterior, examinemos algunos datos que pueden llevarnos a la idea, de que en el caso del expresidente Álvaro Uribe se aplicaron características propias del *storytelling*. Primero sea señalar que, Uribe Vélez optó por una estrategia de ejercicio político interesante que le permitió la consolidación de una plataforma para contar historias alrededor de su primer mandato. Se trató de la creación de los consejos comunitarios. Estos, eran espacios ciudadanos en los que el Presidente con su equipo de gobierno se sentaban en una mesa a dialogar con la ciudadanía, a escuchar el clamor ciudadano pero lo más importante a generar documentos de trabajo que intentaban ser una recopilación-de lo más-de cuidadosa para tener una idea de cómo gobernar a Colombia.

Estos encuentros, se desarrollaban alrededor de una metodología donde el Presidente podía interpelar a los funcionarios públicos y proponer soluciones. Se hacían generalmente en las ciudades capitales o municipios con alto rango de importancia. Pero, lo más destacable de este ejercicio iba más allá del dialogo ciudadano. Aparece un actor estratégico que viene a impulsar todo lo creado en estos espacios. Estos consejos comunitarios eran televisados. Ese aliado se trató de la Televisión. Por ese medio Álvaro Uribe Vélez no solo mostró el líder carismático que podría llegar a ser; sino el buen contador de historias que desarrollaba un discurso estructurado y conectado con los problemas de la gente.

En ese orden, el Presidente Uribe creó una imagen. Esta imagen tenía un elemento narrativo. La imagen creada tenía un mensaje claro: El gobernante que permitía hablar al ciudadano común y corriente y contar su exigencia. Esta situación se hace abierta y sin restricciones, pues la repuesta al problema planteado se daba en dos vías: La primera en

escucharlo y la segunda de plantearle en el acto una solución a su caso concreto. El Presidente se convertía en un ciudadano escuchando y hablándole a otro ciudadano. A ello se sumaba la elocuencia con que AUV tenía para contar historias en estos consejos a partir de ideas o imágenes sencillas, cotidianas, en cierto sentido. Sobre el análisis de algunos de estos consejos comunitarios importantes, y que permiten comprobar nuestro planteamiento autores como Carrillo (2010) nos recuerdan lo siguiente:

> Por ejemplo, en esta frase del consejo comunal #70, Uribe emplea estas estrategias para justificar por qué no alcanzó a bañarse en el Río Vita prometiendo volver el próximo año a la región: ―Lo único que me choca de esta inauguración es que se da en un mes de mucha lluvia, si hubiéramos andado más rapidito y hubiéramos inaugurado esto en marzo, habría tiempo y estarían las condiciones para ir a bañarnos al Vita, a cruzarlo bajito, en el verano y a ver las toninas de agua dulce. Con la ayuda de Dios aquí le vengo en marzo del año entrante‖. Este carácter amistoso, incrementa notablemente la compenetración del público con su imagen y favorece la consolidación de su credibilidad, entendida como el resultado de la interacción entre la honestidad y la experiencia. En la primera de ellas, se asume que el comunicador no miente, es sincero y cree realmente lo que dice; en la segunda, se percibe que el político sabe de lo que habla y tiene la competencia y autoridad para referirse a ello.
>
> En los consejos comunales son reiteradas las oportunidades en las que el presidente hace alarde de su honestidad y experiencia, especialmente cuando se refiere a datos y estadísticas sobre los resultados de su gestión. Una muestra de esto es la siguiente frase del consejo comunal #63: ―El Ministro de Protección (Diego Palacio) ha hecho coincidir esta jornada de vacunación con el Día del Niño, la mejor coincidencia. 350 mil niños colombianos se están vacunando hoy en todo el territorio de la Patria. Es una ocasión para pensar en los niños y en la salud pública, en las tareas de promoción y de prevención. Aquí la cifra aparentemente exacta de cuántos

> niños están siendo vacunados el mismo día del consejo produce la sensación de que el presidente sabe de lo que habla, ya que se percibe su preocupación por los niños como sincera y de otra forma no se atrevería a expresar una cifra exacta de cuántos han sido vacunados. De igual manera, su credibilidad se ha fomentado utilizando frases en las que habla del número de veces que ha visitado algunas zonas del departamento donde celebra el consejo, para denotar su conocimiento de primera mano de la realidad. Es este el caso de la siguiente frase: ―En 24 de diciembre de 2003, realizamos dos visitas, una a Juradó y una aquí a Cupica y nos propusimos a adelantar las obras necesarias para que esta comunidad tuviera viviendas decentes con todos los servicios públicos. (p. 34)

Álvaro Uribe no solo logró llegar a la Presidencia en el 2002, sino que fue reelegido en el 2006 y hoy día es Senador de la República de Colombia ostentando el liderazgo de un partido de derecha que tiene Presidente actualmente. Veamos uno de los apartes en el discurso de posesión en agosto del año 2002, que reseña el Periódico El tiempo de Colombia.

> "Nuestro concepto de seguridad democrática demanda aplicarnos a buscar la protección eficaz de los ciudadanos con independencia de su credo político o nivel de riqueza. La Nación entera clama por reposo y seguridad. Ningún crimen puede tener directa o ladina justificación. Que ningún secuestro halle doctrina política que lo explique. Comprendo el dolor de las madres, de los huérfanos y desplazados de la Patria, en su nombre revisaré mi alma cada madrugada para que las acciones de autoridad que emprenda tengan la más pura intención y el más noble desarrollo. Apoyaré con afecto a las Fuerzas Armadas de la Nación y estimularemos que millones de ciudadanos concurran a asistirlas. Ello aumenta nuestra obligación con los derechos humanos, cuyo respeto es lo único que conduce a encontrar la seguridad y por su conducto la reconciliación.

> Cuando un Estado democrático es eficaz en sus garantías, así los logros sean progresivos, la violencia en su contra es terrorismo. No aceptamos la violencia para combatir el Gobierno ni para defenderlo. Ambas son terrorismo. La fuerza legítima del Estado cumple la exclusiva misión de defender a la comunidad y no puede utilizarse para acallar a los críticos.
>
> La democracia es el único camino para la emulación de las ideas. La democracia es nuestra oferta para que los fusiles sean sustituidos por la política y la seguridad democrática el instrumento para que se haga política sin armas y con el derecho de no ser asesinado. La defensa de los alcaldes, concejales, gobernadores y cuantos representantes del pueblo sean amenazados será salvaguardia de la democracia. No permitiremos que la centenaria lucha popular por el derecho a elegir la más próxima autoridad sea truncada por la presión de las armas. (El tiempo, 2002, p. 1)

Veamos como conceptos como patria, seguridad, democracia toman fuerza en una forma de comunicación que en su momento es televisada y que responde a lo que los ciudadanos, a quienes AUV llama compatriotas adquieren una trascendencia en el plano político. El asunto no es la existencia de tales términos; el objetivo es darle sentido en situaciones prácticas, del diario vivir.

En sociedades ante la ausencia de autoridad, hay que mencionar y darle importancia a la palabra autoridad. El discurso político es una buena herramienta para ello. AUV creaba relatos comunes que originaban emociones en las personas, sus futuros electores. En algunos momentos de su mandato contaba sobre lo doloroso que había sido para él y la familia el asesinato de su padre Alberto Uribe Sierra en poder del grupo subversivo de las FARC-EP, lo que le permitió crear una conexión con los miles de colombianos a los que este grupo también les había asesinado un padre, un hijo o un

hermano. Sobre la importancia de crear historias en el ámbito político autores como E. Richard (2011), han señalado lo siguiente:

> Desde el punto de vista estratégico, la utilización del storytelling en política presenta varias ventajas. Por una parte, las historias son más eficaces que la propaganda porque no intentan cambiar las convicciones de las personas, sino que invitan a escuchar y participar a una experiencia común. En este sentido, no se intenta construir o modelar una opinión pública sino una emoción pública. Encontrar la buena emoción, anticipar el sentimiento del momento, puede asegurar el éxito electoral. Por esta razón, el storytelling no estimula particularmente el debate de ideas que puede ser un elemento imprevisible y peligroso, sino que intenta regular las emociones de los electores. Por otra parte, las historias dan a entender que existen situaciones comunes dentro de las cuales los electores se pueden reconocer. En este sentido, conectan personas. Las historias, y las emociones que generan, son el elemento profundo que conectan los electores. Las redes sociales, por su parte, operan como la herramienta mecánica que permite materializar esta conexión. Estas redes juegan un papel fundamental dado que actúan como amplificadoras de la historia y permiten su difusión en ámbitos amplios y privados. Al igual que todos los modos de difusión de las ideas, las redes sociales están ligadas a la evolución del storytelling y necesarias a su desarrollo. Sin embargo, solas, carecen de interés si la historia que se elaborada en el seno del equipo de campaña, portavoz de unos valores claves a los cuales los electores deben

> identificarse y que se enriquece mientras éstos mezclan sus propias historias a la trama, no está estratégicamente bien pensada. (p. 6)

Por su parte, la teoría del framing o también conocida como de los marcos o encuadre, también reviste de una importancia en la comunicación política, aunque sus iniciales desarrollo se encuentren en campos como la sociología o la psicología. Autores como Ardebol-Abreu como se citó en Entman, 1993) sobre el origen conceptual de esta teoría señala que:

> el encuadre o framing puede definirse como un proceso en el que se seleccionan algunos aspectos de la realidad, a los que les otorgará un mayor énfasis o importancia, de manera que se define el problema, se diagnostican sus causas, se sugieren juicios morales y se proponen soluciones y conductas apropiadas a seguir.
>
> Los encuadres llaman la atención de algunos aspectos de la realidad en detrimento de otros, por lo que para definirlos hay que tener en cuenta tanto lo que describe como lo que omite. El encuadre está por tanto presente en la mente del periodista que escribe el relato noticioso, pero también en la pieza informativa que construye, llegando hasta el lector a través de un proceso de decodificación, necesario para comprender la noticia y la realidad a la que ésta se refiere. Uno de los investigadores más productivos de la teoría, el politólogo estadounidense Robert Entman, alertaba ya en 1993 de la ausencia de una teoría unificada sobre el framing que explicase cómo se construyen los encuadres, cómo se manifiestan en

> los textos o de qué manera influyen en el pensamiento de los públicos, lo que dificultaba el progreso sólido y unificado de la disciplina. (p. 424)

Esta conceptualización del framing que parte de un ejemplo en el contexto de los medios de comunicación es importante detenerse en ella por dos razones. La primera de ellas es la importancia que reviste la comunicación exitosa en el manejo de la información que alguien quiera realizar y por otro lado el mensaje elaborado o estructurado que deba hacerse de una situación concreta para facilitar la comprensión. Orozco (2017) señala que:

> La idea general de las diversas aproximaciones al análisis del framing o encuadre, señalan que cualquier tipo de texto, sea del formato que sea, se basa en una estructura que organiza el discurso que contiene. Y si hablamos del caso de los medios de comunicación, las noticias siguen una estructura sistematizada acorde con las rutinas periodísticas con el objetivo de ofrecer una explicación sobre qué, cómo, cuándo, dónde y por qué pasa algo. (p. 5).

Por consiguiente, hay un público que es el destinatario de la información y a esa población no se le puede llegar con comunicaciones dispersas. Por eso es importante el mensaje, la experiencia y el significado que el receptor le dé al mensaje que se le está entregando. Autores como Giménez (como se citó en Amadeo, 1999) señalan que:

> La concepción del framing puede trasladarse a los distintos niveles del proceso informativo, de modo que cualquiera de los elementos que intervienen en el mismo puede enfocar o encuadrar la información. Por

> eso, como reconoce Amadeo, en función del proceso en que cada autor considere el framing, les atribuirá funciones diferentes y su definición cambiará (Amadeo, 1999: 80). A lo largo de la investigación sobre esta teoría, los autores han incidido en distintos aspectos de los enfoques: unos, considerando el trabajo periodístico, sus rutinas, sus selecciones –conscientes o inconscientes- de hechos y palabras; otros, centrándose en lo que los medios publican, o cómo lo publican (esto es, el mensaje). Por último, los encuadres también se dan en el receptor de la noticia, que recibe la información de un determinado modo, y los hechos relatados resuenan en su interior de determinada manera. (p. 57)

Expuesto lo anterior, y a diferencia del *storytelling*, el *framing* está basado en una metodología que debe ser condensada en un marco concreto o encuadre. Si la historia creada a través de una narrativa con unos personajes determinados en el *storytelling* son la base, en el caso del *framing* se trata de la forma en que un mensaje político trascenderá en el público, este término más adecuado para el ámbito de los medios de comunicación. Para el caso del ámbito político será la forma en cómo llegarle al votante. Eso implica algunas cosas, tales como una codificación de las personas a las que como político voy a dirigirme. Ir más allá. Esto significa emitir un mensaje que despierte emociones a partir de las experiencias de cada uno de los participantes.

Uno de los mayores retos de un candidato o político en el poder es mantener la coherencia de lo prometido (etapa de la campaña presidencial) a lo cumplido (etapa del ejercicio del poder). Y ello supone un reto porque la información con que tomará sus decisiones debe ser el resultado de un proceso de comunicación permanente con sus electores, del empleo de estrategias adecuadas. Y es en ese propósito que los medios de

comunicación cumplen un rol importante para la trasmisión del mensaje político. Un canal de información es clave para que en el contexto político se hallen resultados.

Como se analizó al inicio de este capítulo, Uribe Vélez desde el punto de vista del *storytelling* construyó un imaginario de acercamiento a la gente a través de su imagen. El debate político se personalizó en él y se mostró como el salvador de Colombia; sin dejar su esencia de hombre sencillo y culto. Incluso, a partir de su ejercicio político, el poder ejecutivo adquirió más fuerza. Generalmente la resolución de problemas de los colombianos eran asumidos en muchos casos por los mensajes de apoyo en cabeza del Presidente. AUV creó a su enemigo, el enemigo de Colombia: los grupos terrorista. El mensaje-la narración: derrotar y salvar a Colombia para fortalecerla económica y socialmente. El héroe, un hombre que demostraba autoridad pregonando en sus discursos sujeción al orden y a la legalidad.

Por otra parte, sobre la aplicación del *framing* al caso del expresidente Uribe nos detendremos en demostrar los aspectos más relevantes sobre marcos referenciales en su discurso que dan cuenta de esta teoría en su estilo político. Para lograr los resultados en este ejercicio, haremos énfasis de conformidad con la revisión de algunos de sus discursos tanto en la campaña como el primer mandato presidencial para identificar conceptos o términos claves que empleó con frecuencia el ex mandatario y que le permitió crear marco que influyó en sus seguidores.

Tabla 2.

Términos recurrentes en el discurso de campaña y primer mandato presidencial de Álvaro Uribe.

Términos recurrentes en sus discursos	**Significado**
Autoridad	La representación de ese algo que había estado ausente y que era imperativo volver: El orden.
Seguridad	Su propuesta para garantizar la autoridad. La mano dura. La capacidad militar del Estado protegiendo al pueblo.
Austeridad	Uso eficiente de los recursos públicos sin costos burocráticos innecesarios.
Patria	La patria esa que es su hija. A quien cuida. La Colombia que es la niña de los ojos del padre. Se constituye como el elemento más emotivo de sus discursos. La conexión con sus seguidores: Sus compatriotas.

Fuente: Elaboración propia

En este orden, Álvaro Uribe Vélez como se observó, logró crear un discurso político con una trama y situaciones que permitió obtener de los ciudadanos; al menos de

una buena parte de los ciudadanos colombianos su confianza. Al personalizar el debate que es en esencia generar una discusión alrededor de su imagen proyectada bajo el hombre de mano dura y amor a la patria, crear emociones que despertaran en la gente los intereses por alguien que los representaría como lo mandaba la Ley. Su articulación estratégica con el uso de medios de comunicación para enviar el mensaje correcto: el mensaje del hombre que impregnaría autoridad en medio del caos. Algunos críticos en el ámbito académico colombiano cuestionan esa clase de discurso político como muy intencional y bajo un estilo caritativa o neoliberal. Autores como Cárdenas (2012) señalan que:

> El discurso de Uribe, marcado por el sello neoliberal, no puede entenderse al margen del proceso de globalización del Estado. Uribe como político, no puede separarse de sus concepciones filosóficas, ancladas en el juego neoliberal. Sus fórmulas, códigos morales y modelos mentales, son compartidas por millones de colombianos que contribuyen, se enriquecen y definen su identidad con base en una política instituida, que imprime bajo mecanismos muy sutilices, el carácter y el temperamento de nuestro ser neoliberal y estatal. Es decir, el Estado neoliberal, persuade mediante su lenguaje técnico y tecnócrata nuestros deseos e imaginarios en el contexto de la hegemonía planetaria del Estado-Empresa transnacional que hoy no se puede comprender sin sus vínculos con los complejos industriales militares contemporáneos que transformaron la concepción de todos los liberales clásicos (J.Locke, A. Smith) que entendieron que la guerra era tanto inmoral, como perniciosa; conclusión basada en el sentido común, si se consideran variables de tipo costo-beneficio, que en las voces

> de los clásicos del liberalismo, tenían la virtud de reconocer los enormes gastos que implicaba la guerra en términos de vidas humanas, impactos ambientales, destrucción de capitales, aumento de la presión fiscal, deudas estatales y empobrecimiento general de la nación. (p. 155)

Sin embargo, Álvaro Uribe estableció una forma de hacer política muy particular. El relato y el encuadre de las situaciones que generar discusiones álgidas encontraron la base para narrar el personaje del salvador en medio de los enemigos de Colombia. Los medios de comunicación sin duda se convirtieron en grandes aliados y el mensaje fue tan efectivo que logró la Presidencia por segunda vez en el año 2006.

La siguiente se trata de una entrevista realizada al expresidente vía electrónica que consistió en enviarle un grupo de preguntas cuyas respuestas contribuyeran a sostener algunas de las tesis que hemos venido señalando alrededor de la comunicación política efectiva empelada en su caso. La solicitud formal de la entrevista se hizo el 27 de marzo de 2020 directamente a su correo oficial y las respuestas se obtuvieron el 27 de abril del año en curso. Se presenta la versión de esta importante entrevista con información esencial tal y como fue desarrollada.

VLG: *¿Qué valores y principios ha defendido durante su carrera política?*

AUV: "He procurado adelantar el ejercicio público con amor a Colombia y a la ciudadanía, cuando se procede con amor se garantiza que se procede con rectitud, con estudio, con dedicación, con lo que los lideres llaman el conjunto de elementos de liderazgo".

VLG: *Cuál ha sido su mensaje? ¿Ha variado?*

AUV: "He procurado defender un país seguro, un país con inversión privada y un país con política social, que vayan estos tres elementos de la mano. Uno de mis afanes ha sido la coherencia, pero a lo largo de la vida uno va mejorando la manera de comunicar y de pensar aquello en lo cual cree".

VLG: *¿Recurre alguna técnica cuando escribe sus discursos?*

AUV: "En ocasiones pido información, es muy difícil que yo haga una intervención sin tener un bosquejo, un 'outline', siendo Presidente siempre tenía el bosquejo, me ayudaban con información y me dedicaba. Y lo que tenía que ser escrito lo escribía yo y así lo sigo haciendo. Por ejemplo, el discurso de Naciones Unidas el informe al Congreso dedicado el domingo anterior a escribirlo, pero después de pedir información".

VLG: *¿Por qué cree que la gente ve en Usted un líder?*

AUV: "Lo único que yo revindico es que he procedido con amor a Colombia, me angustian todos sus problemas, opino sin cálculo, opino pensando en lo que conviene al país independientemente de que vaya a caer bien o mal".

VLG: *¿Cuál de las siguientes cualidades cree usted que son características de su personalidad: autoridad, liderazgo, carisma, autenticidad?*

AUV: "Solamente la constancia".

VLG: *¿Por qué cree que logró conectar con el electorado en las campañas 2002 y 2006?*

AUV: "Desde mi primera juventud, busqué hacer una política de diálogo con las comunidades. Cuando yo empezaba el ejercicio público, la costumbre era lanzar discursos y arengas. Mi carrera era muy excepcional, porque en lugar del discurso y la arenga, introduje el diálogo con las comunidades. Año más tardes, hice la campaña a la Gobernación de Antioquia de esa manera, llamaba la atención me criticaban por eso. Ejercí la Gobernación de Antioquia en un permanente diálogo con la comunidad y lo mismo la Presidencia de la República. Un diálogo sobre el cual he escrito mucho, pero sin promesas con compromisos de esfuerzo y de búsqueda de opciones, pero sin problemas, ni el *si si si* para quedar mal y salir de la ciudadanía, ni el *no no no*, era esto si se puede, esto no se puede pero vamos a buscar una opción, más que promesas ha sido un diálogo de búsqueda de opciones".

VLG: *¿Está usted familiarizado con las teorías del storytelling y framing o marcos conceptuales?*

AUV: "El storytelling lo vi mucho estudiando a Lincoln, he manejado toda la vida marco conceptuales, es necesario, incluso cuando he hablado de cuatro principios de creación de confianza en el liderazgo, que los aprendí de mi profesora Roosavelt Moscanter en la Universidad de Harvard. Que son coherencia, consistencia, competencia y "caring." Me

preguntan mucho por la coherencia. Que los dos enemigos de la coherencia son dejar de ser coherente y dar bandazos para acomodarse, o ser terco por ser tan coherente y para evitar eso he querido manejar los principios en un marco conceptual con relativa amplitud dentro del cual me pueda mover con alguna flexibilidad sin salirme de él. Entonces sería la coherencia en un marco conceptual que le permite tener un nivel de solidaridad sin tener que salirse del marco conceptual.

Agreguemos esto al marco conceptual, así como les hablé de coherencia ahí hay otros dos principios de los cual habla Rosavelt Moscanter para construir confianza. Son cuatro: coherencia, congruencia, competencia, y el 'caring' (las relaciones humanas). Sobre la congruencia, ya a mi edad es muy posible que uno en la vida haya sido incongruente, la única manera de hacer respetar y mantenerle credibilidad al marco conceptual cuando uno ha sido incongruente es reconocerlo y que es muy difícil.

El otro tema es el del caring, a mí me parece muy importante en la vida moderna, porque las relaciones se han convertido en relaciones humanas oportunistas. Hay que tener relaciones humanas muy genuinas, ser muy autentico, decir las cosas como se sienten, ojalá bien dichas, pero decir la verdad. Y el otro, tema es el de la competencia que nos exige estar estudiando permanentemente.

Estos son temas del marco conceptual que los tomo de la profesora Rosavelt Moscanter, creo que en mi libro no hay causa perdida hay algo sobre eso, ahora estoy debiendo escribir algo sobre liderazgo".

VLG: Se dice que Usted ha estado en permanente campaña: *¿A que le debe usted su éxito como comunicador político?*

AUV: "Cuando llegué a la Universidad de Harvard, que llegué ya mayor, yo no pude ir al extranjero joven, pero cuando yo me iba a ir, asesinaron a mi padre y fui años después con los hijos crecidos y ya la señora. Estudié con mucha dedicación. En ese posgrado que hice en *Extensión School*, tomé comunicaciones con el profesor Colin Hauer que era el decano del Emerson Collage, yo me tenía confianza como orador y me corrigieron mucho, me di cuenta que era muy mal orador, por extenso, y me enseñaron a ser muy ordenado en la comunicación política y al final de uno de esos semestres- eso lo pude hacer en tres semestres – mi profesor Colin Hauer nos dijo tienen tres consejos para la comunicación: preparación, preparación y preparación. Algo muy importante que aprendí es que el liderazgo necesita dedicar un ochenta por ciento a la comunicación y de ese ochenta, un ochenta a escuchar.

Algunas personas equivocadamente decían que tanto Chávez como yo, hablábamos largo los fines de semana, pero mientras el presidente Chávez hablaba ocho horas, durante diez horas yo escuchaba a ciento cincuenta colombianos y procuraba escucharlos con atención y a darles una respuesta. Esa es una disciplina muy exigente, ayuda mucho porque el ciudadano se siente respetado y a mí me exigían, me llamaba alguien la atención entonces la persona que estaba en frente dirigiendo la palabra decía: Uribe ponme atención Uribe, no sigo hasta que me ponga atención. Tenía que decir yo, "si perdón señora o perdón señor, aquí me distrajeron", pero me concentro nuevamente en ustedes y a la comunicación hay que hacerle seguimiento para mirar que de la comunicación se ha

cumplido y que no, para que no sea una comunicación que genere incredulidad. La comunicación es importante en la medida que, también genere credibilidad. Si la comunicación de una persona no genera credibilidad, por buen orador o buena oradora que sea esa persona termina sin conectar. La comunicación conecta en la medida que tenga credibilidad. Yo he llegado a la conclusión que es más importante la credibilidad que la profesión, que mis enemigos me puedan creer así me odien".

VLG: *¿Cree que la ciudadanía pudo percibir un relato narrativo entre usted y las FARC-EP, en la cual Álvaro Uribe Vélez era un héroe y las FARC, el villano?*

AUV: "Yo creo que no fue un relativo narrativo, lo mío fue una reacción que la mayoría del país tomó bien, porque durante muchos años habían sufrido ese problema sin encontrar un gobierno con toda la decisión de enfrentarlo".

VLF: Finalmente, *¿Qué mensaje le quisiera dejar a los líderes políticos de hoy?*

AUV: "Hay que hacer el ejercicio público con amor. El ejercicio público debe ser en favor de la comunidad, no en favor propio y yo defiendo una serie de convicciones. La seguridad como valor democrático que es garantía de las libertades, la inversión privada no hay nada que la sustituya en materia de creatividad, la política social simultánea. Una acción política en permanente dialogo con la comunidad y la lucha por un ejercicio público con austeridad".

El contexto de la anterior entrevista y las respuestas ofrecidas por el expresidente, se pone en evidencia la relación de las estrategias de comunicación que le permitieron conectarse con la ciudadanía. Vemos, por ejemplo la mención a conceptos claves como *coherencia*, *diálogo* y *encuadre* para manejar la comunicación y mantener la imagen que tiene en la actualidad y que le son familiares además.

4.3 El mensaje político de Álvaro Uribe alrededor de su figura y la consolidación de una estructura política que lo tiene como referente de liderazgo

Sobre el expresidente Álvaro Uribe, aunque muchos han sido los logros y buenos resultados que alcanzó su gobierno en el que se consolidó la política de Seguridad Democrática, también surgieron al interior del debate social voces críticas de la oposición que cuestionaron como en todo escenario político y democrático algunas de sus decisiones. El fenómeno que se creó alrededor de la figura de AUV no se ha visto al menos, en los últimos 10 años en Colombia. El padre de familia de origen antioqueño y con gran carisma después de haber logrado llegar por segunda vez al poder ejecutivo colombiano sigue generando adeptos y miles de seguidores.

En la actualidad, y después de su carrera por la Presidencia de la República que se caracterizó por un mandato con altos índices de popularidad, Álvaro Uribe se tomó un tiempo para aspirar al ruedo político nuevamente. Con el firme propósito de seguir sirviéndole al país, en el año 2014 lanza su candidatura al Congreso de la República en las elecciones programadas para el mes de marzo. Junto a un grupo significativos de políticos de su misma corriente logró la votación más alta de ese evento electoral. Ahí alcanzó la importante de suma de más de 2 millones de votos, generando un liderazgo político imbatible que permitió la consolidación del Partido Centro Democrático.

Todo lo antes expuesto, se hace necesario resaltar por cuanto estamos ante un político que desde sus inicios emprendió una carrera política que le permitió su reelección y lo convirtió en el más importante líder de la derecha en Colombia. En este acápite pretendemos revisar los elementos más destacables del perfil político de Álvaro Uribe y la comunicación política efectiva de su éxito electoral.

Respecto al empleo frecuente de la política de la Seguridad Democrática como término y acción, se puede decir que constituyó quizá en el mayor logro en materia estratégica del Gobierno de Álvaro Uribe. Consistió en el fortalecimiento de las Fuerzas Militares, inversión en su profesionalización y presencia en todos los rincones del país. El propósito era desmantelar la guerrilla de las FARC que le había declarado la guerra al gobierno y hacerle frente a la protección de bienes y honra de los ciudadanos más golpeados por la guerra del terrorismo. Leal (2006) señala que:

> Como contrapartida de un aparente plan de repolitización, las FARC siguieron en su línea dura frente al gobierno, al acentuar su amenaza a los alcaldes y candidatos a las elecciones de octubre de 2003, que incluyeron el referendo aprobado por el Congreso y avalado por la Corte Constitucional. Además, en un pronunciamiento conjunto con el ELN –inédito desde la época de la Coordinadora Guerrillera, una década antes–, las FARC ratificaron su intención de no negociar con el gobierno de Uribe. En vísperas de las elecciones de octubre, un documento de la Defensoría del Pueblo afirmaba que desde 1998 habían sido asesinados 63 alcaldes, y que solamente durante el año transcurrido entre mayo de 2002 y mayo de 2003, 82 concejales habían perecido, además de 1.800 que habían sido desplazados. Así mismo, la mitad de los alcaldes del país estaban

> amenazados. Por otro lado, las FARC intentaron avanzar en su objetivo de urbanizar la guerra, con atentados especialmente en Bogotá, pero sus resultados fueron precarios.
>
> En este contexto, la ofensiva del Ejército alcanzó el más importante logro contra las FARC, al desmantelar varios de sus frentes en el noroccidente de Cundinamarca, luego de cinco meses de actividades con la Operación Libertad 1. En contraste, hubo problemas en algunas regiones con el plan de detenciones masivas, basadas en informaciones de la red de cooperantes, pues la mayoría de los detenidos tenían que ser puestos en libertad al poco tiempo, con los consecuentes costos para la legitimidad de la Fuerza Pública. En donde sí mostró utilidad fue en Arauca, con la captura y judicialización de numerosos funcionarios y políticos, ya que fue el primer paso para romper con las conocidas prácticas de alianzas entre funcionarios de las regiones con mayores recursos y grupos armados ilegales, mediante el llamado clientelismo armado de las guerrillas. (p. 12)

La capacidad del gobierno de AUV para responder a la violencia generada por las FARC-EP se fortaleció con cada uno de los esfuerzos que se hacían en inversión del presupuesto a la defensa de la Nación. Además estos logros, seguían una lógica política coherente, por cuanto el mismo AUV quien en campaña pregonaba la lucha contra el derrocamiento de recursos; ver materializado hechos concretos de eficiencia en los recursos públicos para invertirlos en sus propósitos políticos por el bien de la nación eran el resultado del pragmatismo del político antioqueño. Este era el panorama que los

colombianos estaban esperando por muchos años, el de ver al Estado fuerte sin ninguna debilidad ante la criminalidad y la personificación de esa idea la representaba el mandatario con las acciones políticas que emprendió contra los grupos terroristas de las FARC-EP y el ELN. Algunos estudios como Naucke (2009) se concentraron en analizar la política de seguridad a la luz del caso colombiano, señalando lo siguiente:

> Cuando Álvaro Uribe Vélez fue elegido presidente en 2002, presentó un programa de política interior que tenía por finalidad mejorar la compleja situación de seguridad en Colombia, para lo cual aplicó una política de "mano dura". La política de seguridad democrática, un programa cuyo principal objetivo es imponer el monopolio de la fuerza del Estado en todo el territorio nacional, fortalecer el Estado de derecho y proteger a los ciudadanos de lo que el gobierno denomina amenaza terrorista. El programa comprende tanto la mejora de la seguridad pública como la lucha contra el narcotráfico, entre otros aspectos. Este programa de política interior clasifica el terrorismo de los grupos armados ilegales, el narcotráfico, los negocios financieros ilegales, el tráfico de armas, los secuestros y las extorsiones, así como la alta tasa de asesinatos, como amenaza directa a la nación colombiana, a sus instituciones y a la vida de los colombianos. El programa enuncia, básicamente, tres objetivos estratégicos para combatir estas amenazas:
>
> 1. establecer el control por parte del Estado en todo el territorio colombiano; 2. proteger a la población de secuestros, extorsiones, asesinatos y desplazamientos; 3. destruir el narcotráfico. Para alcanzar estos objetivos, el programa identifica seis campos para una acción

> política. En particular, se trata de: a) mejorar la coordinación entre las medidas que adoptan las instituciones del Estado; b) fortalecer las instituciones, en particular el sistema judicial, las fuerzas militares y la policía; c) establecer el control del Estado en el territorio colombiano; d) proteger a los ciudadanos y la infraestructura pública; e) obtener la cooperación de la sociedad para mejorar la seguridad; f) mejorar la comunicación de las políticas y acciones del Estado. (p. 180).

En ese orden, la política que implicó la toma de decisiones estructurales en materia militar, tuvo 3 aspectos de importancia que no pueden desconocerse. En primer lugar llevó al Estado a aquellos territorios olvidados o periféricos del territorio nacional. Reivindicó derechos, pues el derecho a la movilidad en innumerables poblaciones que antes habían visto cercenada su tranquilidad y libertades por la alta presencia de las organizaciones criminales veía restituidos tales garantías. Y lo más importante, la proyección de un Estado fuerte y cercano a la gente. El gobierno de AUV convirtió a través de su discurso político a la seguridad como un derecho tan fundamental como el derecho a la vida o la libertad. Autores como Angarita (2012) han señalado que:

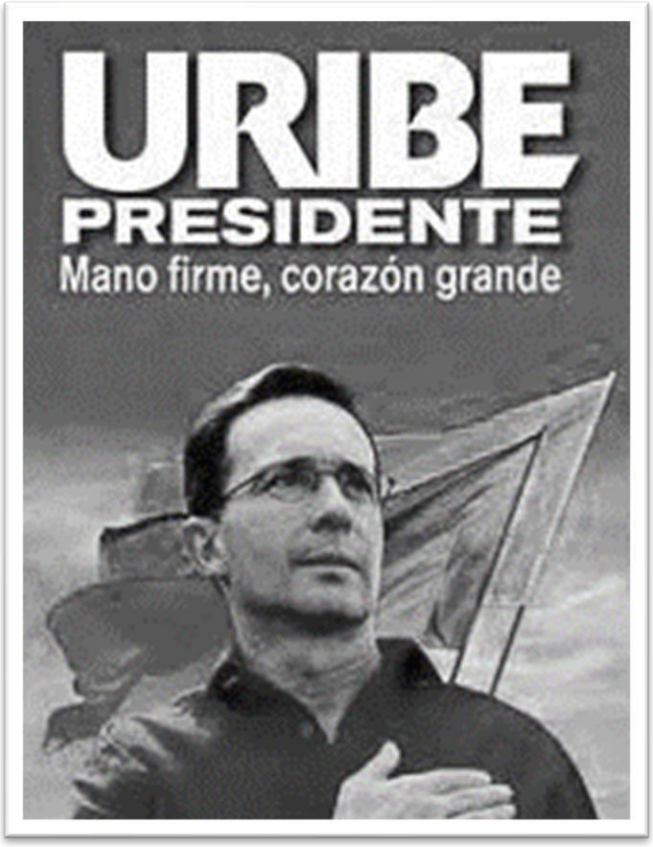
> La inseguridad que afectaba al conjunto de la sociedad, además de ser una realidad objetiva, fue magnificada a tal grado que la población se encontraba en una situación de miedo, incertidumbre y desesperanza. Como suele ocurrir en momentos de confusión, sectores de la élite aprovecharon la coyuntura para enriquecerse vía narcotráfico y/o incrementar las empresas de seguridad privada; sin embargo, las clases

> dominantes se sentían afectadas en sus intereses, como consecuencia de las acciones violentas, las amenazas, las extorsiones, los secuestros y otras prácticas propias de las dinámicas de la guerra. Este clima social fue el ambiente favorable para que mayoritariamente se aceptara la idea de la seguridad como problema prioritario de la nación y, como consecuencia de ésta, las propuestas que ofrecían soluciones militares para enfrentarla. Así mismo, en el contexto internacional, se mantenían aún vivas las imágenes del 11 de septiembre de 2001 y la propaganda mediática de lucha contra el terrorismo que justificaba las restricciones a las libertades e imponía las soluciones de fuerza como principal alternativa para enfrentarlo. En esta lógica y con gran apoyo de los medios de comunicación, la población acogió mayoritariamente el programa de la Seguridad democrática, liderada por el candidato Álvaro Uribe Vélez, quien se presentaba no como otro político más que llegaba al gobierno, sino como aquel ungido para ser el "salvador" de la nación. Alrededor de la prioridad de la seguridad se unieron los medios de comunicación y los empresarios, con el irrestricto apoyo de los Estados Unidos; además, rápidamente la sociedad acogió esta idea, incluso los sectores más necesitados de la población. (p. 18).

Lo antes expuesto constituye el tópico neurálgico de la comunicación política efectiva que creó AUV. La sociedad colombiana que había padecido por años el sufrimiento humano por culpa de la violencia, en el imaginario colectivo de ésta, se estaba creando la idea de que al enemigo se le estaba enfrentando.

Y esto viene a ser muy importante, porque además de resultados políticos eran ideas que estaban calando en medio de la gente. La consigna de la mano dura y la voluntad de hacerle frente a los problemas más graves del país se convirtieron en símbolos que incidieron en la forma de pensar de la gente sobre este tipo de gobierno. Veamos con una ilustración como tal consigna generó ese simbolismo referido.

Imagen 1. Logo publicitario primera campaña presidencial 2002



Fuente: Logo oficial de la campaña a la Presidencia 2002-2006

Como nos indica la ilustración, la frase: “mano firme, corazón grande” realizó una representación del político comprometido con asumir la responsabilidad de direccionar los caminos de una nación con la firmeza del carácter. Por su parte, la bandera acompañando al hombre con mirada hacia el futuro se constituyó en la exaltación de un

conjunto de valores y principios morales que encarnaba Uribe Vélez, el del padre de familia, el ciudadano formado y el del colombiano con un profundo amor a su patria.

Durante su primer mandato presidencial, depositó toda su confianza y esfuerzos en la lucha contra la criminalidad. En ese esfuerzo las fuerzas militares protagonizaron importantes logros y una de las estrategias de AUV fue reconocerles su trabajo, acompañarlas en sus compromisos en territorio y profesionalizarlas. El poder militar colombiano empezó a tener una imagen loable en la confianza ciudadana con el Estado. Los militares eran vistos como héroes que dejaban todo en el campo de batalla. Fueron importantes aliados del expresidente. La siguiente ilustración es ejemplo de lo esbozado.

Imagen 2. Condecoración a mandos militares por parte del Presidente Álvaro Uribe Vélez

Fuente: www.wikiwand.com

Estas imágenes fueron frecuentes durante su primer y segundo mandato presidencial. Con estos hechos, le envía un mensaje al país: El reconocimiento a la Fuerza

Pública por combatir certeramente la violencia criminal en ciudades y pueblos de Colombia debe ser exaltada. Los índices de popularidad así lo ratificaban. Así, vemos un poder ejecutivo fortalecido y que incidía en la opinión pública por el bien de la nación. La protección como lo señalaba la Constitución Política de 1991 de proteger la vida, honra y bienes de los colombianos se reflejaba en la práctica en la disposición y voluntad que tenían los altos mandos militares para ejecutar con éxito la política de seguridad democrática. No obstante Uribe Vélez tanto en campaña como en su primer mandato presidencial se mostró como un político con una elocuencia del discurso jamás antes vista en Colombia.

Con una capacidad discursiva admirable y evidente, el expresidente empleaba en sus discursos un tono de voz al que impregnaba fuerza y contundencia que persuadía a sus futuros electores y adeptos. Esa habilidad contribuyó a que AUV tuviese un manejo de la imagen ajustado a cada uno de sus planteamientos metodológicamente ordenados. La siguiente ilustración da cuenta de ello, por la ubicación de su cuerpo, el manejo de sus manos, las facciones de su rostro y el empleo de símbolos patrios como la bandera alrededor de los atriles por los que se dirigía a la gente.

Imagen 3. Álvaro Uribe Vélez dirigiendo un discurso en la primera campaña presidencial.

Fuente: www.radiorcn.com

Dado el conjunto de elementos que se han señalado sobre la imagen política creada por Álvaro Uribe Vélez, habrá siempre la idea de que el fenómeno detrás de su perfil responde a la consolidación de un grupo de ideas para crear el relato del restablecimiento del orden público a través del hombre de autoridad. Uribe declaró y se hizo responsable de una lucha contra el terrorismo, especialmente a combatir a las FARC-EP hasta eliminarlas militarmente. La seguridad democrática contribuyó a ese noble propósito que se planteó desde sus inicios. Autores como Carvajal (2018) señalan sobre este aspecto que:

> Álvaro Uribe Vélez asumió su primer período presidencial entre 2002 y 2006 y se proclamó como el Gobierno de la seguridad democrática, política que encontró un alto soporte popular después del fracaso de las

> conversaciones de paz del gobierno de Andrés Pastrana (1998-2002) con las FARC. La sociedad decidió apoyar la propuesta de derrota militar a los grupos insurgentes que Uribe ofreció durante su campaña electoral y que acompañó con un discurso moralizante de combatir las viejas prácticas políticas. La seguridad democrática fue el punto programático central del primer gobierno de Uribe; aunque el objetivo fue combatir a los grupos insurgentes, el presidente unió el aspecto de la seguridad con temas sensibles de la sociedad como la pobreza, el empleo, el desplazamiento y la movilidad, con lo que planteó la unión entre seguridad y desarrollo. (p. 124).

Por lo anterior, la política de la seguridad democrática creó un modelo de eficiencia del Estado que se articulaba con la lucha contra el terrorismo a nivel mundial. Al inicio del presente trabajo nos referimos a las coincidencias de los hechos terroristas en el mundo como el caso del ataque a las torres gemelas en EE.UU y como Álvaro Uribe planteó bajo una misma resonancia la idea de que la lucha contra el terrorismo trascendía fronteras. Uribe Vélez puso en la palestra pública que el peligro terrorista de Al Qaeda era el mismo que el actuar de las FARC-EP o el del ELN. Lo cierto era que estos grupos que se habían creado por un supuesto origen popular lo que en la práctica hacían eran cometer las más viles masacres, atentar con carros bombas y asesinar a colombianos inocentes en medio de una guerra que le declaró al Estado. En un informe gubernamental realizado en el año 2008 el Gobierno de Colombia publicó un trabajo con el título de "Impacto de la política de Seguridad Democrática", en el que señalaba lo siguiente:

Uno de los objetivos de la Política de Seguridad Democrática impulsada y ejecutada durante la primera y segunda administración del presidente Álvaro Uribe, se orientó a "reforzar y garantizar el Estado de Derecho en todo el territorio, mediante el fortalecimiento de la autoridad democrática: del libre ejercicio de la autoridad de las instituciones, del imperio de la ley y de la participación activa de los ciudadanos en los asuntos de interés común".

En los últimos cinco años, gracias a la ejecución de esta política, el país ha tenido cambios en dos aspectos fundamentales. Por una parte, se materializó la recuperación efectiva de entes territoriales, que por años estuvieron bajo la influencia de los grupos armados irregulares. Por otra parte, y como consecuencia de la creciente presencia institucional, se recuperó y afianzó la confianza de los ciudadanos y ciudadanas en la capacidad del Estado de garantizar su seguridad y el respeto a sus derechos humanos.

Con el impulso de políticas y estrategias encaminadas a la recuperación de la institucionalidad y la seguridad, que fue considerado por el Gobierno como requisito cardinal para la vigencia real de las libertades y los derechos humanos, se fue recuperando paulatinamente el territorio nacional y el monopolio de la fuerza en manos del Estado, que se materializó en la instauración de la presencia de la Policía Nacional en los más de 1.100 municipios del país y en la profesionalización y eficiencia de las Fuerzas Militares, que lograron contrarrestar el avance de los grupos irregulares, a través del debilitamiento de sus estructuras. Además, entre

> 1998 y 2008, el pie de fuerza de la Fuerza Pública creció considerablemente, al pasar de 261.952 a 424.457 hombres. Por lo anterior, el balance de fuerzas por primera vez es favorable al Estado, gracias a que la capacidad de combate se incrementó en un 150% con respecto al periodo 1999-2002 y a que la iniciativa de la Fuerza Pública supera en todos los años del segundo quinquenio las acciones armadas de los grupos irregulares, que registran una tendencia descendente. Estos cambios, que a todas luces son decisivos en la modificación de las tendencias de la confrontación registradas en las últimas dos décadas, son el resultado del diseño y ejecución de la Política de Defensa y Seguridad Democrática. (p. 152).

Con la puesta en marcha de la política de la seguridad democrática se demostró, entre otras cosas, que se podía debilitar al terrorismo. Las FARC-EP sufrieron contundentes golpes a sus estructuras militares gracias a la modernización de las fuerzas militares legales, que desplegaron toda su capacidad para garantizar la seguridad nacional. Algunos de esos logros y que incidieron en el pensamiento ciudadano sobre la efectividad de este tipo de políticas, fueron el aumento del pie de fuerza pública que se evidenciaba constantemente en los rincones más recónditos de Colombia; la protección de las vías públicas del territorio nacional, la presencia de las fuerzas militares, las estrategias para proteger la infraestructura del país de los ataques terroristas y la lucha frontal contra el narcotráfico.

Sin embargo, esta estrategia que se convirtió en una política tuvo una característica adicional que no debe desplazarse del debate académico. El discurso de Uribe Vélez acudió al clamor ciudadano para que lo acompañaran en su propósito de cuidar de Colombia. En sus intervenciones públicas le pidió a la ciudadanía que lo acompañara en el objetivo de combatir a las guerrillas. Así, fue como se consolidó la red de cooperantes con el fin de que cualquier ciudadano que tuviese información clave para proteger la seguridad nacional aportara en ese proceso de lucha contra las guerrillas y el narcotráfico. Sobre los efectos de esta política, el Ministerio de Defensa Nacional en un documento público sobre rendición de cuentas señalaba lo siguiente:

> La PDSD hizo especial énfasis en la estrategia que debía adelantar el Estado en su conjunto con el objeto de avanzar en el control del territorio y la defensa de la soberanía nacional. Para la ejecución de dicha estrategia, se desarrollaron programas tendientes al fortalecimiento de la Fuerza Pública y la inteligencia estatal, la promoción de la cooperación ciudadana, la protección a la infraestructura económica y la recuperación de la seguridad urbana y rural. Con el fin de que el Estado recuperara definitivamente su capacidad de acción en todo el territorio, era prioritario neutralizar a los GAML, para lo cual se diseñó un modelo de intervención integral que organizaba y coordinaba el esfuerzo interinstitucional de las agencias estatales en una sucesión de tres etapas: recuperación, consolidación y mantenimiento de la presencia. En un primer momento, las Fuerzas Militares (FFMM), en una postura ofensiva, fueron las encargadas de recuperar las regiones específicas afectadas por la violencia de guerrillas y autodefensas ilegales; ello, de manera tal que se

> garantizaran las condiciones para que la Policía Nacional (PONAL) pudiera consolidar su presencia y establecerse en las cabeceras municipales. Así, se permitiría el restablecimiento de las condiciones de seguridad y orden público que facilitarían la acción de los mandatarios locales y de las entidades del Estado encargadas de proveer los demás servicios básicos, como los de justicia, salud y educación para, finalmente, asegurar el mantenimiento de la institucionalidad del Estado y el libre ejercicio de los derechos de los ciudadanos. Este ciclo de recuperación, consolidación y mantenimiento debía complementarse, por un lado, con la protección de la infraestructura económica y de las principales vías de transporte terrestre y fluvial de la geografía nacional y, por el otro, con una vigilancia permanente de las fronteras para el control del tráfico de drogas, insumos y armas que abastecían a los GAML. Así mismo, con la modernización de la inteligencia y la promoción de la cooperación ciudadana se buscaba que el Gobierno Nacional contara con información oportuna y confiable para la toma de decisiones en materia de seguridad y defensa nacional. (p. 14).

Esta estrategia adicional a los objetivos iniciales de la Política de la Seguridad Democrática en el terreno de la comunicación política de la gestión de AUV, permitieron efectos tan importantes, como el origen de una idea política que estaba siendo respaldada por la ciudadanía. En ese sentido, el gobierno de Uribe Vélez obtenía legitimidad y adquiría preponderantemente gobernabilidad. Su discurso de modernización del Estado principalmente la capacidad de acción de las Fuerzas Militares junto a el conjunto de

acciones para eliminar la criminalidad de los territorios más golpeados, caló efectivamente en los pobladores de esas regiones y le otorgó estabilidad a un proyecto político que concentró recursos y esfuerzos en debilitar al crimen.

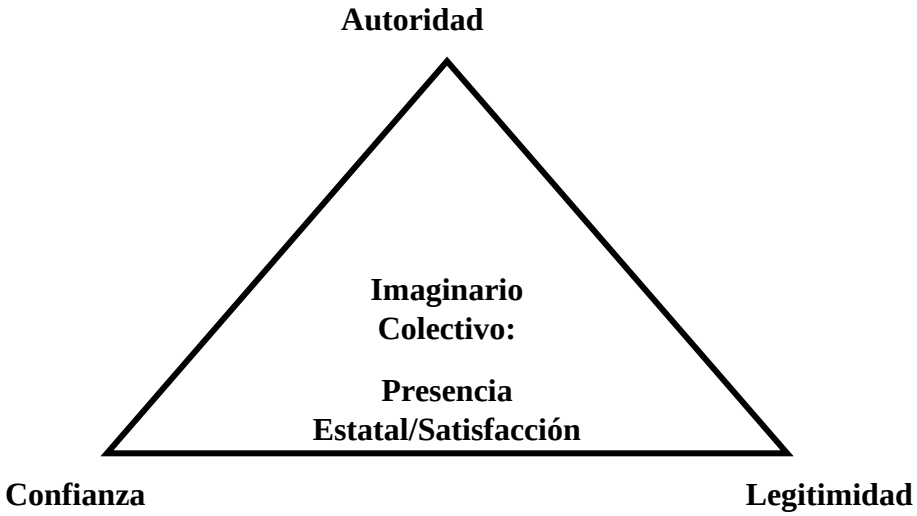
En este contexto hay autores que cuestionaron las políticas de Uribe Vélez por conservadoras y radicales, pero la pregunta en medio de la incertidumbre colectiva era la búsqueda de respuestas para ver la acción del Estado, el empoderamiento de sus instituciones y la capacidad de los gobernantes para buscar soluciones; y uno de esos problemas era la falta de seguridad. Lo que hizo en efecto AUV fue darles respuesta a esos interrogantes. Veamos que Acosta (2006) en una de sus investigaciones señaló que:

> (…) que el triunfo del candidato, cuya carta de presentación fue el lema de su campaña "mano fuerte, corazón grande" obedece, como tantos analistas políticos lo hicieron explícito en su momento, al pesimismo recalcitrado de la ciudadanía, alimentado por la violencia y por el reciente fracaso de los supuestos diálogos de paz entre las FARC y el gobierno de Andrés Pastrana. De hecho, lo que permaneció en el imaginario colectivo colombiano, con respecto a la administración Pastrana, fue la sensación de un gobierno débil y condescendiente con la guerrilla, una guerrilla que cada vez perdía más credibilidad por la sucesión de atentados y acciones violentas en las que siempre resultaba lesionaba la sociedad civil. A esto se suma el incremento desaforado del desplazamiento forzado y los altos índices de pobreza y exclusión social; problemas de narcotráfico y corrupción de los funcionarios públicos. Todas estas son razones más que suficientes para acrecentar la desconfianza de la población en las instituciones y en sus gobernantes.

> La respuesta a esta coyuntura social y política del entonces candidato Álvaro Uribe Vélez no podía resultar más efectista; su propuesta no apostaba por una transformación de las instituciones políticas y las estructuras básicas de la sociedad, sino por su restauración a partir de una salida bélica al conflicto, declaración de guerra a las FARC, entendido ahora (después de los acontecimientos del 11 de septiembre) como un grupo terrorista. Se invitaba así al pueblo colombiano para que apoyara la guerra contra el enemigo, el único responsable de todos los males. La imagen de un hombre fuerte, de mano dura, era lo que requería el país para salir del atolladero, ese fue el imaginario que se edificó con el apoyo de los medios. (…). (p. 25).

En medio de los esfuerzos militares para derrotar el terrorismo, los contradictores de Uribe Vélez frente su forma de hacer política reconocen que la seguridad democrática ofreció respuestas a la lucha contra los violentos que habían asechado por años el país, principalmente las zonas rurales periféricas del territorio. AUV le declaró la de guerra a un enemigo que no solo era de él como político en el poder sino de todos los colombianos y por eso bajo el discurso de la participación ciudadana hizo parte a la ciudadanía a que se aunaron los más loables esfuerzos para acabar con aquellos grupos de guerrillas que atemorizaban y asesinaban a miles de inocentes.

Gráfica 1. Triangulación del mensaje político que articuló el éxito electoral de Álvaro Uribe Vélez.



Fuente: Elaboración propia.

Contrario los detractores y tal como nos indican los analices realizados en este capítulo, Álvaro Uribe consolidó un discurso que logró comunicar y crear la confianza perdida en el Estado. El imaginario colectivo comprendió que si la fuerza pública no protegía los territorios de los más vulnerables el Estado perdería otra guerra contra los grupos terroristas y el narcotráfico.

Actualmente y después de lograr importantes resultados en el primer y segundo mandato de su gobierno, Uribe Vélez fundó en el año 2013 el Partido Político Centro Democrático con una consigna similar a la campaña de su primer mandato: “Mano firme, corazón grande”. El nacimiento de esa reciente idea política del expresidente se originó por los desacuerdos con anteriores figuras de Partidos de Derecha que en el pasado habían coincidido con la puesta en marcha de las políticas de su gobierno.

De esa forma, y alcanzando la más alta votación en las elecciones de 2014 al Congreso de la República, se convirtió en el senador más importante del poder legislativo colombiano, dado su exitoso resultado electoral y la jefatura de su Partido para liderar los proyectos de ley en pro de los derechos y bienestar de los colombianos. A diferencia del pasado, cuyos aliados estratégicos fueron los medios de comunicación en especial la Televisión que era el medio más cercano a la gente, en la actualidad el medio quizá más efectivo del expresidente son las redes sociales.

En su cuenta de Twitter, que ya alcanza la suma de 5 millones de seguidores, mantiene actualizado al país de sus proyectos políticos como Senador y los de su bancada. También, ofrece sus opiniones frente a problemas apremiantes que requieren medidas estructurales a resolver y la cuenta de su perfil en la web se consolida en una plataforma digital que le hace visible sus opiniones como estadista y como buen gobernante que fue en el pasado y un vocero para trasmitir y preocuparse por las inquietudes ciudadanas que le llegan a través de ese medio.

5. Conclusiones

Con base a lo antes expuesto, las siguientes son las principales conclusiones que confirman la hipótesis anteriormente planteada:

1. Álvaro Uribe Vélez es el político de derecha más importante de la historia reciente de Colombia. Desde muy temprano siendo Gobernador del Departamento de Antioquia, se fue formando para llegar al Poder Ejecutivo. Prueba de esa formación, fue su destacado recorrido como servidor público, en las instancias de poder más importantes de sistemas democráticos como el colombiano. Su trabajo en el Senado de la República le permitió tener una visión más amplia de los asuntos más estructurales del país. Para la época entraba en vigencia la Constitución Política de 1991 y esos tiempos fueron escenarios propósitos para que jurídicamente el poder público colombiano tuviese mayores herramientas para garantizar el catálogo de derechos y libertades fundamentales que establecía proteger.

2. En el contexto de su primera campaña a la Presidencia y a pesar de que no contaba con los más altos índices de elección por tratarse de un político que pocos conocían, excepto en la región antioqueña; con un audaz recurso de su oratoria, su notable inteligencia para responder preguntas complejas sobre Colombia, y su habilidad para crear un discurso alejado de los partidos tradicionales y el clientelismo, Álvaro Uribe Vélez obtuvo con más del 50% de la votación general de la contienda electoral de año 2002, la Presidencia de la República de Colombia. Su primer mandato terminó con tan buenos resultados y logros garantizados que

los índices de popularidad del proyecto político de mano dura contra la criminalidad resultaron siendo uno de los más altos que cualquier Presidente de la historia contemporánea de Colombia haya alcanzado. El éxito de su primera gestión fue tan evidente que Colombia en el año 2006 lo volvió a escoger como Presidente de la Nación.

3. Así como lo sostiene la investigación realizada en el presente trabajo, Uribe Vélez manejó a partir de sus discursos trasmitidos en medios de comunicación como la actividad dialógica durante los consejos comunitarios que estableció en su gobierno una comunicación política efectiva. Desde sus inicios se mostró como el líder carismático y defensor de los valores familiares. En ese proceso desarrolló un perfil político cuto relato central en sus intervenciones era la del salvador de Colombia. Como se explicó, a partir de la década de los años 80, Colombia se vio golpeada por el narcotráfico que ocasionó una serie de muertes y tragedias en la vida de miles de colombianos y eso conllevó a la imagen de un Estado debilitado que no daba respuestas a la incertidumbre ciudadana. En los años 2000 las FARC-EP que era la guerrilla más organizada y con un poderoso control sobre el territorio nacional acechaba a la población civil. El país tuvo que ver aquellas imágenes crueles desde niños víctimas de bicicletas bombas en regiones como el Cauca hasta clubes sociales atestados de bombas en principales ciudades capitales, cuyas vidas eran derrumbadas. Así, quedaba claro que el principal objetivo a derrotar era el terrorismo y el narcotráfico. Estableció un discurso de autoridad y se enfrentó a las poderosas estructuras de las FARC-EP que llegó a debilitarlas militarmente. Ante tales hechos, el pueblo de Colombia reconoció en

Uribe Vélez un hombre más allá del Presidente capaz de gobernar con legitimidad y estrategia los destinos de este país.

4. Asuntos de gestión pública tan importantes como la modernización de las fuerzas militares, los golpes más efectivos a las FARC-EP, la desmovilización de grupos paramilitares en el año 2005, las exitosas operaciones para rescatar a secuestrados de las guerrillas, el fortalecimiento de las relaciones internacionales con EE.UU para aunar esfuerzos contra el terrorismo contribuyeron a la imagen política de un líder que era coherente con lo que había propuesto desde sus inicios de campaña. Y en el ámbito internacional su gestión era reconocida de manera impecable; por ejemplo en el año 2010, el periódico el País de España en su editorial titulada: *Presidente Avaro Uribe termina su gestión con 80% de aprobación*, señaló que:

> El presidente Álvaro Uribe Vélez quedará en la historia de Colombia como uno de los mandatarios que concluyó su mandato con el más alto índice de aceptación a su labor de gobierno. A una semana de que el Mandatario concluya su período constitucional, ocho de cada diez colombianos dice aprobar la gestión de Uribe, según lo revela la encuesta que realizó la firma Gallup para El País y otros medios de comunicación. Ese nivel de aceptación supera ampliamente el alcanzado por sus antecesores, el liberal Ernesto Samper y el conservador Andrés Pastrana, quienes finalizaron sus periodos con un 32% y 20%, respectivamente, de aprobación a su labor. El actual Jefe de Estado, de acuerdo con los resultados de las distintas mediciones que ha hecho la firma encuestadora desde el primer mandato de Uribe, ha mantenido altos niveles de favorabilidad y es poco lo que lo

> han afectado los problemas que ha debido sortear como Presidente de la República. Es así como al mes de iniciar su gestión, Uribe lograba un 75% de aprobación y a lo largo de sus ocho años de mandato sólo en cuatro ocasiones estuvo por debajo del 70%. Eso ocurrió en los meses de enero y abril del 2003 (68%), noviembre del 2009 (69%) y febrero del 2010 (68%). (…) (p. 1).

5. Los resultados de la seguridad democrática, su compromiso en escuchar a la ciudadanía, su sencillez para dirigirse a la opinión pública, su fuerte carácter para responderle a sus críticos y su relato de salvar a Colombia constituyeron los pilares fundamentales de Uribe Vélez para hacer política. El fenómeno creado por el político antioqueño respondió a un estilo de gobernar diferente y eso permitió que la ciudadanía viera en el la imagen del Presidente que trabajaba todos los días por la patria que antes era vulnerada.

6. Discusión de resultados y del trabajo

Los resultados principales de la presente investigación son los siguientes:

1. Durante la primera campaña por el mandato presidencial de 2002-2006, el expresidente Álvaro Uribe Vélez empleó las teorías del *storytelling* y de los marcos o *framing*. La primera fue empleada a partir de una narración que el candidato y luego Jefe de Estado creó a partir del enemigo político y la autoridad para enfrentarlo frente la ausencia de poder militar en aquellas regiones donde los grupos subversivos y el narcotráfico tenía el control del territorio nacional. Aunado a lo anterior planteó un dialogo ciudadano propio de un estilo sencillo y particular de gobernar que creó a partir de los conocidos consejos comunitarios en algunas cabeceras principales o estratégicas de Colombia. Con base a su pasada formación política como Alcalde y Gobernador, además de su experiencia como buen gestor público en importantes cargos del Estado, como haber sido Director de la Aeronáutica Civil, Uribe Vélez que había sido víctima de la guerrilla de las FARC-EP con ocasión al secuestro y posterior asesinato de su padre, estructuró una narrativa que le declaraba la guerra a las FARC-EP adoptando un discurso del padre que protegería a su hija, esto es su amada patria Colombiana, de la violencia generada por el terrorismo.

2. El proyecto político de Uribe Vélez se apropió de un discurso que prometió combatir el terrorismo con base al sistema democrático en el que gobernaría. Supo comunicar su preocupación y obtuvo la confianza de sus electores que veían un candidato dirigiéndose a la ciudadanía de manera clara y precisa, que conocía el

problema más estructural de Colombia: El de la inseguridad nacional y la debilidad del Estado derrochador de recursos. Su candidatura independiente a partidos tradicionales que venían gobernando a Colombia le proporcionó un aire de confianza ciudadana que en el pasado había desconfiado de los asuntos públicos. El pueblo exigía seguridad y Uribe Vélez creó la historia del villano que necesitaba un héroe que combatiera la incertidumbre y angustia nacional.

3. Sobre la teoría del *framing* en el caso del expresidente su aplicación como lo demostramos está directamente relacionada con el enfoque que Uribe Vélez le imprimió una vez obtuvo el poder en su primer mandato con la implementación y puesta en marcha de la Política de la Seguridad Democrática. Los términos más recurrentes de sus discursos y diálogos ciudadanos eran "autoridad"; "austeridad"; "orden" y "patria". Con obvias razones AUV empleó otro grupo de términos como "cohesión social" o "confianza inversionista", pero nos detenemos en el primer grupo toda vez que están directamente asociadas al encuadre que haría de la realidad colombiana para ganar adeptos a su línea política.

4. Las palabras empleadas por parte de Uribe Vélez que respondían a la situación real de un país cuya violencia no había cercenado, crearon emociones en la ciudadanía y estaban dotados de un significado situacional importante. La estrategia consistió en que AUV proyectó una imagen del político que hablaba del *orden* y el restablecimiento de la normalidad en un país donde esas palabras habían estado ausente por muchos años. Es por ello que la formulación seguridad + democracia le sirvió para convertir la seguridad nacional en un asunto prioritario del Estado.

5. Así las cosas, Uribe Vélez personalizó el debate político del año 2002 y posteriormente en el desarrollo de su primer mandato a través de una imagen fresca y sencilla para conectar con el pueblo de Colombia. Para ese propósito AUV tuvo aliados estratégicos a los medios de comunicación. A través de la Televisión se mostraron los resultados paulatinos de la política de Seguridad Democrática que combatía a los grupos subversivos para reestablecer el orden público. Se creó una agenda particular que llevó al ciudadano a consolidar una idea de que el orden había regresado al país y la autoridad como "mano dura" estaba dando los resultados positivos que el país necesitaba. Algunas de las imágenes más importantes fueron las de las alocuciones presidenciales del Presidente Uribe dirigiéndose a la opinión pública con un tono fuerte y con carácter refiriéndose a los contundentes golpes contra la guerrilla de las FARC-EP, principalmente al debilitamiento de la estructura ideológica y militar de dicho grupo, que resaltaba como logros de estado y que llegó a comunicar con eficiente éxito.

7. Futuras líneas de investigación

Los temas que potencialmente han resultado de gran interés en el marco de esta investigación y que pueden ser abordados en futuros ejercicios de investigación son los siguientes:

1. Hacer una revisión y examen sobre la aplicación del *storytelling* y del *framing* concretamente en el segundo mandato de Álvaro Uribe Vélez. Una de las razones de su reelección que constituyó para Colombia un hecho sin precedentes fueron los altos índices de popularidad adquiridos por sus logros en el primer mandato presidencial, aquí analizado. Ese segundo mandato ha sido poco explorado a la luz de las teorías de la comunicación política.

2. Profundizar en los rasgos más relevantes, desde antecedentes e implementación de los consejos comunitarios formulados en la campaña y mandato de Álvaro Uribe. Esto es un caso particular porque tanto en campañas electorales como ejercicio de poder, los dirigentes en ambos escenarios necesitan mantener el dialogo ciudadano con sus electores. El manejo adecuado que se le imprima a este tipo de ejercicios propios de la democracia, convierte a un político en un líder conectado con los requerimientos de la ciudadanía. Estos aspectos le hacen bien a las democracias que gozan de estabilidad y hacen del ejercicio de poder una representación efectiva de que hay legitimidad y gobernabilidad.

3. Identificar otro tipo de relatos o narrativas creadas por Uribe Vélez en su carrera política como presidente. Se conoce con importante información sobre su más

significativa narrativa del héroe que debe defender a Colombia de las garras del narcotráfico; pero es necesario que ante un líder político como AUV con excelsas cualidades de la retórica y elocuencia y conocido como un buen contador de historias, se pueda estudiar la posibilidad de otros narrativas que a efectos de la comunicación política puedan servir para ahondar en otro tipo de creaciones que Álvaro Uribe pudo dotar de significados y crear modelos emocionales de confianza ciudadana. Uno de esos ejemplos, podría ser la de términos como la "Cohesión Social" o la "Confianza Inversionista".

4. Pasados más de diez años desde que Uribe Vélez dejó el poder, en la actualidad el político antioqueño sigue ejerciendo una vigencia de interés político sorprendente. Como lo revisamos en anteriores capítulos, Uribe Vélez es la cabeza más visible del joven Partido Centro Democrático. Sus opiniones sobre el país son tan importantes, que su cuenta oficial en redes sociales como Twitter dejan entrever el fenómeno político que representa AUV. En ese sentido se hace necesario que se investigue acerca de los elementos más importantes de su línea discursiva a través de esta plataforma digital y la forma en que maneja su actual comunicación efectiva a partir de su desempeño como Senador de la República.

8. Referencias bibliográficas

Acosta, G. (2006). La noción de participación en el proyecto político de la seguridad democrática en Colombia. Una aproximación desde el análisis crítico del discurso. *Revista Anagramas, (Vol. 4),* p. 15-39. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/323706273_La_nocion_de_participacion_en_el_proyecto_politico_de_la_Seguridad_Democratica_en_Colombia

Álvaro Uribe Vélez. (2002). Manifiesto democrático. 100 puntos. Recuperado de historico.presidencia.gov.co

Angarita, P. (2012). La seguridad democrática. Punta del iceberg del régimen político y económico colombiano. En Clacso (Ed.), *El Prisma de las seguridades en América Latina. Escenarios Regionales y locales*. (pp. 15-50). Buenos Aires, Argentina: Colección Grupos de Trabajo de CLACSO.

Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social. (No. 70),* p 423-450. DOI: 10.4185/RLCS-2015-1053

Cárdenas, F. (2012). Aparato discursivo del expresidente Álvaro Uribe Vélez. Horizontes miméticos del pensamiento hegemónico neoliberal en Colombia (2002-2010). *Revista Análisis Político. (Vol. 25),* p. *139-157.* Recuperado de https://revistas.unal.edu.co/index.php/anpol/article/view/43500

Carrillo, L. (2010). *El uso de los consejos comunitarios de gobierno como propaganda política por el gobierno de Álvaro Uribe Vélez en su primer periodo*. (Tesis de pregrado). Colegio Nuestra Señora del Rosario, Bogotá, Colombia.

Carvajal, J. (2018). Del terrorismo en el Gobierno de la Seguridad Democrática (Uribe, 2002-2010) al de la Política Integral de Seguridad y Defensa para la Prosperidad (Santos, 2010-2018). En Carlos Bernal Castro (Ed.), Derecho Internacional Humanitario en el Conflicto Armado Colombiano. (pp.117-135). Bogotá, Colombia: Editorial Universidad Católica de Colombia.

Carvajal, L. (2005). Tres años del Gobierno Uribe (2002-2005). Un análisis con base a conceptos dicotómicos de política exterior. *Revista Oasis, (Vol. 11),* p. 146. Recuperado de https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/oasis/article/view/2397

Centro Nacional de Memoria Histórica (2013). ¡Basta ya! Colombia: Memorias de guerra y dignidad. Colombia. Recuperado de http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/

Departamento Nacional de Planeación. (2003). Plan Nacional de Desarrollo. Hacia un Estado comunitario. Colombia. Recuperado de http://colaboracion.dnp.gov.co/

Filzmaier, P. & Moreno, G. (2013). Campañas con estrategias: Fundamentos y herramientas para una comunicación política efectiva. *Dialnet (N 19),* p. 36-45. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4753416

Giménez, P. (2006). Una nueva visión del proceso comunicativo: La teoría del enfoque (Framing). *Revista Comunicación y Hombre. (No 2),* p. 55-66. Recuperado de https://comunicacionyhombre.com/article/una-nueva-vision-del-proceso-comunicativo-la-teoria-del-enfoque-framing/

Guerrero, N & Vega, M. (2015). Reflexiones teóricas sobre discurso político e ideología: un análisis preliminar de las políticas de emprendimiento del gobierno de Piñera (chile 2010-2014). *Revista Uruguaya de Ciencia Política, (Vol. 24),* pp. 105-119 Recuperado https://www.semanticscholar.org/

Koziner, N. (2013). Antecedentes y fundamentos en la teoría del framing en comunicación. Revista Austral, (Vol. 2), p. 1-25. Recuperado de https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/86202

Lakoff, G. (2007). No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político. Editorial Complutense.

Leal, F. (2006). La política de la seguridad democrática 2002-2005. *Revista Análisis Político, (Vol. 19),* p. 3-30. Recuperado de https://revistas.unal.edu.co/index.php/anpol/article/view/46270

López-Hermida, A & Vargas J. (2013). La política relatada: el Storytelling de Barack Obama en el marco de la Operación Gerónimo. *Revista Palabra Clave 16, (Vol. 16).* p. 12-14. Recuperado de https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/2861

Medina, C. (2010). Conflicto armado, corrupción y captura del Estado. De la perversión de los procesos económicos públicos a la cooptación política del Estado por fuerzas ilegales. Revista Ciudad PazAndo, (Vol. 3), pp. 43-52. DOI: https://doi.org/10.14483/2422278X.7360

Meyenberg, Y & Lugo, J. (2011). Palabra y poder: manual del discurso político. Edición Kindle.

Ministerio de Defensa Nacional. (2007). Rendición de Cuentas 2002-2006. Recuperado de https://www.mindefensa.gov.co/

Naucke, F. (2009). La política de seguridad democrática en Colombia. *Revista Diálogo Político, (Vol. 4),* p. 175-190. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/310474

Orozco, R. (2017). *Revisión de la Teoría del Framing: Análisis del conflicto sirio en el sistema mediático español.* (Tesis de postgrado). Universitat de Barcelona, España.

Osorio, M.C. (2012). Primer Mandato Presidencial de Uribe Vélez. Personalismo y carisma. *Serie Magister, (Vol. 120),* p. 33. Recuperado de https://www.uasb.edu.ec/publicacion?primer-mandato-presidencial-de-uribe-velez-personalismo-y-carisma-544

Pérez, C. (2016). *Comunicación y marketing político. Guía práctica para ser elegido y gobernar con excelente reputación.* Centro de Análisis y Entrenamiento Político. Konrad Adenauer Stiftung.

Programa Presidencial de Derechos Humanos y DIH. (2008). Impacto de la política de seguridad democrática. Sobre la confrontación armada, el narcotráfico y los derechos humanos. Recuperado de histórico.preisedencia.gov.co

Redacción Editorial. (30 de junio de 2010). Presidente Álvaro Uribe termina su gestión con 80% de aprobación. *El país*. Recuperado de https://www.elpais.com.co/colombia/presidente-alvaro-uribe-termina-su-gestion-con-80-de-aprobacion.html

Redacción Editorial. (8 de agosto de 2002). Discurso de posesión del presidente Álvaro Uribe Vélez. *El Tiempo.* Recuperado de https://www.eltiempo.com/archivo/

Richard, E. (2008). Álvaro Uribe: la comunicación por la imagen. Principios de marketing político. *Revista Opera, (Vol. 8),* p.77-100 Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/675/67500804.pdf

Richard, E. (2011). Storytelling. Una historia de campaña. Campañas electorales para la presidencia en Colombia, 2010. Revista Opera, (Vol. 11), p. 129-145. Recuperado https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/3567

Richard, E. (2015). Manual de Marketing Político. Cómo construir una campaña electoral exitosa en Colombia, paso a paso. Editorial Universidad Externado. Colombia.

Rico, G. (2008). La construcción política del carisma: Las imágenes de los líderes y su impacto electoral en España. (Tesis doctoral). Universitat Autónoma de Barcelona.

Salmon, C. (2016). *Storytelling:* La máquina de fabricar historias y formatear las mentes. Edición Kindle.

Soto, U. (13 de agosto de 2008). Un fenómeno llamado Álvaro Uribe Vélez. *El espectador*. Recuperado de https:// www./elespectador.com/opinión/

9. Índice de gráficos

Tablas

Tabla 1. Aspectos estructurales del Plan de Desarrollo del primer mandato de Álvaro Uribe

Tabla 2. Términos recurrentes en el discurso de campaña y primer mandato presidencial de Álvaro Uribe Vélez

Imágenes

Imagen 1. Logo publicitario, primera campaña presidencial 2002

Imagen 2. Condecoración a mandos militares por parte del Presidente Álvaro Uribe Vélez

Imagen 3. Álvaro Uribe Vélez dirigiendo un discurso durante la primera campaña presidencial

Gráficas

Gráfica 1. Triangulación del mensaje político que articuló el éxito electoral de Álvaro Uribe Vélez.