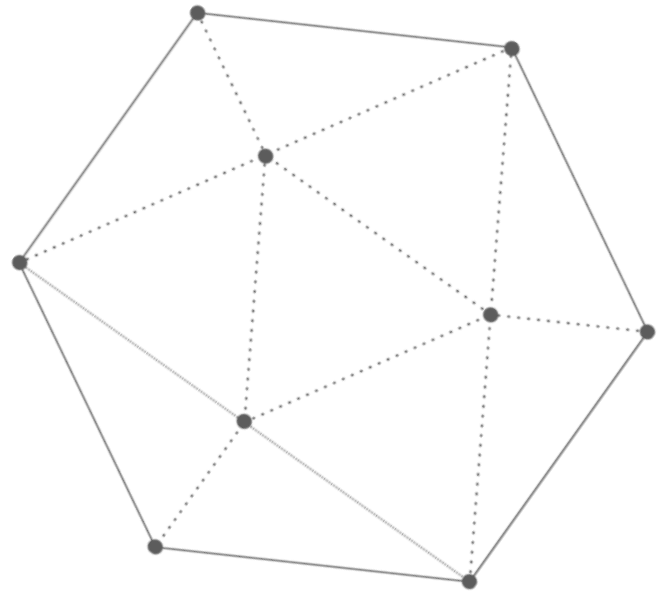
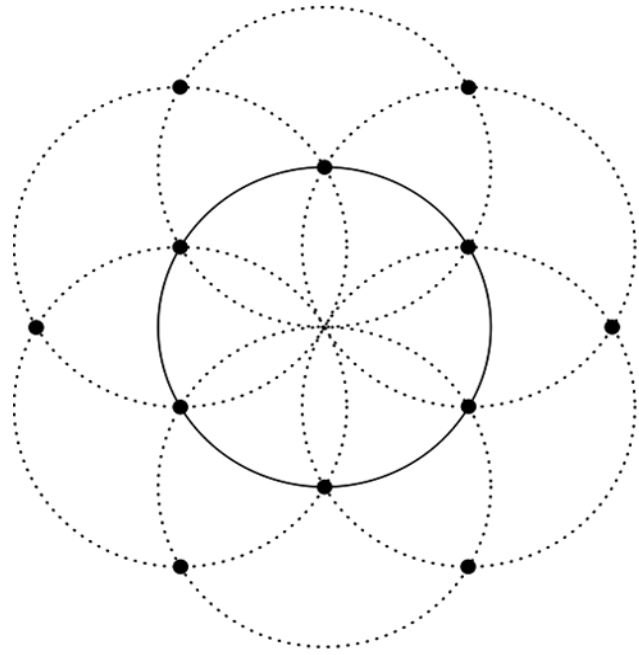
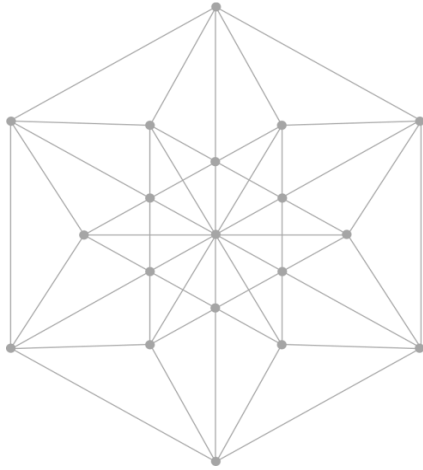


## **MÁSTER EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y EMPRESARIAL**

---

Estudio de la campaña  
presidencial de Colombia de 2018

Junio 2019



## **MÁSTER EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y EMPRESARIAL**

---

### Estudio de la campaña presidencial de Colombia de 2018

Eddy Contreras Seijas

Tutor académico: Dr. Ricardo Carreras

## **AGRADECIMIENTOS**

A mis padres, por apoyarme en todo momento e impulsarme a ser cada día mejor con sus consejos y grandes esfuerzos. Este logro es de ustedes.

A mi abuelo, quien ha sido siempre mi ejemplo a seguir, un ciudadano ejemplar, un funcionario intachable y el orgullo de toda la familia.

A mis primos, tíos y amigos, por estar siempre pendientes de mí desde distintas latitudes, especialmente a los que se encuentran en estos momentos privados de libertad o en el exilio. Muy pronto nos volveremos a encontrar.

## ÍNDICE

RESUMEN.....	3
ABSTRACT .....	5
1. INTRODUCCIÓN .....	6
1.1 Justificación .....	7
1.2 Planteamiento.....	8
1.3 Objetivo .....	9
1.4 Hipótesis.....	9
2. METODOLOGÍA .....	11
3. MARCO TEÓRICO.....	13
3.1 La comunicación.....	13
3.2 El mensaje, signifiante, significado, competencia y actuación lingüística. ...	15
3.3 El marketing político. ....	20
4. ESTUDIO DE LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL.....	24
4.1 Primera vuelta .....	24
4.1.1 Iván Duque Márquez. ....	25
4.1.2 Gustavo Petro.....	30
4.1.3 Sergio Fajardo. ....	36
4.1.4 Germán Vargas Lleras.....	39
4.1.5 Humberto de La Calle.....	41
4.1.6 Jorge Antonio Trujillo y los Promotores del Voto Blanco.....	43
4.1.7 Los debates televisados. ....	45
4.1.8 Las encuestas y resultados de la primera vuelta. ....	54
4.2 Segunda vuelta.....	58
4.2.1 El finalista: Gustavo Petro.....	59
4.2.2 El finalista: Iván Duque .....	61
4.2.3 El mensaje.....	66
5. RESULTADOS ELECTORALES .....	68
6. CONCLUSIONES .....	71
BIBLIOGRAFÍA.....	84
ANEXOS.....	94
1. Discursos .....	94
2. Jingles de campaña .....	110
3. Encuestas sobre la segunda vuelta.....	112
4. Google Trends .....	112
5. Resultados Electorales.....	113
6. Tendencia en Twitter.....	115

## RESUMEN

---

El presente trabajo de investigación detalla las campañas y estrategias electorales aplicadas en las elecciones para presidente y vicepresidente de Colombia efectuadas en 2018. Para ello, se empleará una metodología de tipo cualitativa, centrada en fuentes de tipo escrito, así como del análisis de los contenidos audiovisuales.

En dicho trabajo se registran las actuaciones de los candidatos a la luz de algunas de las temáticas principales dentro del campo del marketing político. Con ello, las acciones serán consideradas a través del análisis de documentos oficiales, así como también artículos de opinión y crónicas periodísticas realizadas durante la cobertura integral de los comicios.

Dichas elecciones, se desarrollaron en un país que, desde su apertura democrática en los años 90, ha sido considerado una de las democracias más sólidas de América Latina. Esto, sin importar la corriente ideológica de los candidatos en liza. Aunque con más frecuencia, Colombia ha sido liderada por políticos que pueden ser considerados conservadores y neoliberales. Todo lo anterior, en un contexto de una de las desigualdades de ingresos más notables de la región. Asimismo, no debe omitirse que, por décadas, el país ha sufrido el conflicto armado más largo del continente, y ha estado marcado como uno de los mayores productores de drogas en el mundo.

Ahora bien, durante el proceso electoral se habló de diversos temas de interés para la coyuntura actual nacional. En este sentido, podemos identificar como aspecto resaltante el hecho de que la campaña se caracterizó por sus múltiples debates en televisión, la interrogante sobre el futuro de los acuerdos de paz, y el miedo que expresaban los ciudadanos ante la posibilidad de que la nación pudiese tomar un rumbo parecido al venezolano si un político izquierdista llegaba al poder.

Los candidatos Iván Duque y Gustavo Petro, de los partidos Centro Democrático y Colombia Humana respectivamente, pasaron a una segunda vuelta electoral después de haberse medido contra otros cuatro aspirantes a la presidencia. Puede asumirse que la intención de voto se dividió en torno a los bloques ideológicamente tradicionalmente referenciales de derecha e izquierda, si bien asumimos que estamos ante categorías cada vez más criticadas.

El ganador, Iván Duque, apoyado en todo momento por el expresidente Álvaro Uribe, realizó una intensa campaña comunicacional. Uno de los elementos más destacables de la misma fue la intensiva campaña terrestre realizada, donde recorrió todos los departamentos del país. Este trabajo fue acompañado por el uso constante de la

campaña aérea que le permitió diseminar sus propuestas a más personas que sus contrincantes. La campaña de Duque demostró músculo digital, haciendo un uso efectivo de las redes sociales. Este elemento, puede haber contribuido de forma importante a que su candidatura alcanzara el total más alto obtenido en una segunda vuelta de la historia colombiana, con más de 10 millones de votos.

Sirve también este trabajo final de máster para una mejor comprensión del cambio ocurrido en el sistema de partidos en Colombia, la importancia de las alianzas en elecciones con balotaje, el diseño de estrategias enfocadas a la comunicación política y la evolución de los partidos de izquierda en un país tradicionalmente conservador.

Palabras clave: Colombia - Comunicación - Marketing político - Elecciones presidenciales 2018 - Campaña electoral - Iván Duque - Gustavo Petro

## ABSTRACT

---

This research paper details the campaigns and electoral strategies applied in the elections for President and Vice President of Colombia in 2018, using a qualitative methodology. In the research, the actions of the candidates within the field of political marketing are recorded through the analysis of official documents, opinion articles and journalistic chronicles that were made during the integral coverage of the elections.

These elections took place in a country that for decades has been considered one of the most solid democracies in Latin America, being led by conservative and neoliberal politicians, but which has also grappled with the most notable income inequality in the region, suffered the longest armed conflict in the continent and is marked as being one of the countries with the largest drugs production in the world.

The campaign was characterized by multiple debates on television, the question about the future of the reached peace agreements, and the fear expressed by many citizens about the possibility that the nation could take a similar path to the Venezuelan one if a leftist politician came to power.

The candidates Iván Duque and Gustavo Petro, from the Centro Democrático and Colombia Humana parties respectively, went through a second round of elections after having been measured against four other candidates for the presidency, dividing the intention of vote by right and left ideologies.

The winner, Iván Duque, supported at all times by former President Álvaro Uribe, conducted an intense communication campaign, toured all departments of the country and extended his proposals to more people than his opponents by making a more effective use of the social networks, which resulted in the highest total obtained in a second round in Colombia with more than 10 million votes.

Also, this final master's degree project serves to better understand the change of the party system in Colombia, the importance of alliances in elections with ballotage, the design of strategies focused on political communication and the evolution of left parties in a traditionally conservative country.

Keywords: Colombia - Communication - Political Marketing - Presidential Elections 2018 - Electoral Campaign - Iván Duque - Gustavo Petro

## 1. INTRODUCCIÓN

---

Iván Duque Márquez, actual presidente de la República de Colombia, llegó al Palacio de Nariño el 7 de agosto de 2018. Su victoria fue obtenida tras una intensa campaña electoral que finalizó el 17 de junio del mismo año. En esa fecha, los colombianos apostaron por su candidatura y su programa, el cuál hacía énfasis en la seguridad ciudadana, en modificar los acuerdos con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, y en una reducción de impuestos que permitiera la generación de nuevos y mejores empleos.

El país vivía un escenario político inédito, el tradicional sistema bipartidista, dominado por los partidos liberal y conservador, que venía mostrando fracturas desde los años 90' fue totalmente reemplazado. Frente a él, un nuevo modelo que empezó a gestarse en el año 2002 con la victoria de Álvaro Uribe Vélez. Uribe, un candidato disidente de los partidos tradicionales, concretamente salido de las filas liberales, y que estuvo acompañado de sectores autodefinidos como "independientes".

Es así, como se empieza a reconfigurar en Colombia el sistema de partidos de derecha e izquierda. Adicionalmente, y podemos afirmar que transversalmente, se interpretó la política apoyada en las negociaciones de paz con la guerrilla. El resultado fue la consolidación de un multipartidismo en las elecciones del año 2014, con un claro cambio en la manifestación territorial del clivaje centro-periferia. (Acosta, 2013)

Venezuela, el vecino y rival histórico colombiano también hizo presencia en la campaña, concretamente dentro del cotidiano debate ciudadano acerca del futuro de la nación, teniendo como fantasma electoral la debacle económica y social en Venezuela (Manetto, La crisis de Venezuela sacude la campaña presidencial en Colombia, 2018). El hecho de la bifurcación histórica reciente entre ambos países, en el que la imagen de ambos se transformó radicalmente, puede haber generado un rechazo hacia los candidatos de izquierda o de tendencia socialista. Predisposición muy útil a los fines de la candidatura de los candidatos-antítesis de Venezuela.

El presidente colombiano y su coalición avanzaron en la contienda luego de presentarse el 27 de mayo de 2018 contra otras seis candidaturas. Tras la votación correspondiente a la primera vuelta, Iván Duque obtuvo más de 7 millones y medio de votos, correspondientes al 39,14% de los votos válidos del conteo de la primera vuelta (Registraduría Nacional del Estado Civil, 2018). Con este resultado, si bien no obtuvo una victoria inmediata, sí aseguró el pase a una segunda vuelta o ballottage. Allí, algunas semanas después, compitió en contra de Gustavo Petro, candidato de

“Colombia Humana”, un partido de izquierda fundado por Petro, exalcalde Mayor de Bogotá, en 2011.

Sin duda, la importante carrera profesional y política de Duque, pasando por su experiencia en la Corporación Andina de Fomento (CAF) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Adicionalmente, son de destacar sus años como asesor internacional del expresidente Uribe en la Organización de las Naciones Unidas, y como Senador de la República los cuatro años previos a la elección presidencial de 2018. Todo lo anterior, le aportó el nivel de conocimiento y la confianza de los colombianos para llegar al poder.

### **1.1 Justificación**

Colombia es un país que vive la etapa de consolidación democrática avanzada. Por ello, puede servir de ejemplo de transición democrática reciente, especialmente a raíz del proceso de incorporación de nuevos actores políticos, fruto de la aparente resolución del gravísimo problema de conflictividad y cambio político. En consecuencia, resulta interesante encontrar aquellos aspectos destacados que permitan caracterizar la forma que adoptan las campañas electorales y las candidaturas en este país con una corta historia realmente democrática.

Esta investigación se propone analizar las campañas electorales de los candidatos con mayor probabilidad de alcanzar la presidencia de la República de Colombia. Se hace imprescindible una descripción exhaustiva de las estrategias de comunicación que utilizaron cada una de las coaliciones, para presentar en las elecciones al hombre que mejor representara los ideales y la tendencia política de los partidos que las conformaban.

Dado el resultado final, se plantea poner un mayor énfasis en la comunicación política de la campaña del abogado Iván Duque Márquez, quien dedicó gran parte de su campaña a la realidad que se vive en Venezuela.

Para avanzar en este proceso, se cuenta en principio con los mensajes de las propagandas electorales. Sin embargo, es indiscutible el protagonismo de los discursos políticos y posiciones fijadas en los debates televisados a nivel nacional. En ellos, se expone de forma muy sintetizada el conjunto de percepciones y marcos de referencia de la actualidad del país cafetero para el año 2018 desde el punto de vista de las candidaturas. Esto, contribuye a

entender el panorama que cada candidato visualizaba para la nación en los años venideros.

Por todo lo anterior, se considera que, en primer lugar, este trabajo final de máster puede resultar interesante para la comprensión del cambio del sistema de partidos en Colombia y la importancia de las alianzas políticas en elecciones con balotaje. Como segundo aspecto importante, está la relativa novedad de las investigaciones relacionadas con los procesos electorales colombianos que, desde 2002, se han convertido en asunto de estudio y análisis internacional.

Adicionalmente se reafirma la importancia del marketing político en la relación entre las necesidades de los ciudadanos y las posibilidades de resolverlas por parte de los políticos que aspiran ser electos, permitiendo segmentar y analizar al electorado y formular un mensaje adaptado para cada mercado.

## **1.2 Planteamiento**

Sirve este documento para analizar la trayectoria política y la campaña electoral de los candidatos Iván Duque Márquez, Gustavo Petro, Sergio Fajardo, Germán Vargas Lleras y Humberto de La Calle. El período de análisis del trabajo inicia en septiembre de 2017 hasta junio del año 2018, durante el cual se desarrollaron las alianzas de partidos y coaliciones de cara a las elecciones al congreso y a la presidencia de la república.

Además, es fundamental tomar en cuenta que, para la campaña presidencial, la Registraduría Nacional de Colombia fijó un lapso de cuatro meses, empezando el 27 de enero de 2018 con la inscripción de los candidatos y de los promotores del voto en blanco (López, 2017).

Para la obtención de dicho análisis, se tomará como referencia las entrevistas realizadas a los candidatos, artículos biográficos y de opinión, así como los mensajes publicados por ellos mismos y por sus equipos de campaña a través de las redes sociales.

De tal manera, se citarán publicaciones y artículos de los principales diarios de circulación nacional, y también, las apariciones y comentarios realizados en los medios televisivos Noticias RCN, NTN 24 y Noticias Caracol, como medios de comunicación tradicionales.

La historia de cada uno de ellos nos permitirá construir una imagen del candidato. Asimismo, hará posible comparar las estrategias e identificar las

claras diferencias en las ideologías y valores, que pudieron ser claves para su éxito o fracaso.

Finalmente, todo el esfuerzo de identificación, descripción y análisis del trabajo, se centran en la idea de que la campaña de Iván Duque construyó de manera coherente su mensaje. La orientación y el aprovechamiento de sus puntos fuertes, así como la ocultación de sus aspectos más endebles, orientado su mensaje de forma clara, constante y estructurada a los electores más afines a las ideas que representaba su perfil.

### **1.3 Objetivo**

El presente Trabajo Final de Máster tiene como objetivo analizar la coherencia del mensaje de la campaña electoral de Iván Duque Márquez en las elecciones presidenciales de Colombia del año 2018.

Para ello, establecemos los siguientes objetivos específicos:

- Caracterizar los perfiles de los candidatos inscritos que se midieron en la primera vuelta.
- Identificar los aspectos clave de las principales candidaturas a las elecciones presidenciales de Colombia en el año 2018.
- Identificar los mensajes propagandísticos emitidos por los candidatos más votados.
- Describir las estrategias utilizadas por cada candidato.
- Analizar los tipos de anuncios publicitarios de los candidatos y de la coalición que los apoyó.
- Evaluar los resultados de la primera vuelta y las alianzas que se consolidaron de cara a la segunda elección.
- Determinar los cambios realizados en la campaña de Iván Duque entre la primera y la segunda vuelta.

### **1.4 Hipótesis**

En este sentido, nuestra investigación parte de las siguientes hipótesis:

H1. La campaña de Iván Duque construyó su mensaje estratégico de manera coherente con lo establecido por la Teoría del Mensaje.

H2. En consonancia con la teoría del mensaje, una parte del mensaje construido por la campaña de Duque buscó contrastar con Petro sobre la crisis venezolana, con la finalidad de incidir sobre votantes objetivo a fin de aprovechar la debilidad percibida de Petro en este tema.

- **Proceso de validación de las hipótesis:**

Será necesario efectuar una revisión de los textos fundacionales de la Teoría del Mensaje, para, posteriormente, recurrir a la identificación de aquellas ideas frecuentes que hacen vida en el discurso de las candidaturas. Dado que la imagen no se compone exclusivamente de lo verbal, la comunicación del candidato, entendiendo la imagen política como un todo, debe analizarse en la dualidad de discurso e imagen de la campaña.

Asumimos que existen una serie de atributos que pueden contribuir a potenciar el mensaje, pero también a favorecer la simpatía. Otro tanto podemos agregar sobre aquellos atributos perjudiciales. En la medida en que la imagen política refuerce el mensaje que se lleva, y éste conecte con las ideas del electorado objetivo, una campaña puede encontrar mayores réditos. (Rodríguez I. , 2016)

Este proceso será similar para identificar la importancia que se le da en el discurso, pero también en los análisis de generadores de opinión y medios de comunicación. Todo ello, permitirá el cumplimiento de los objetivos de la investigación. Sin embargo, el análisis de discurso constituye la única forma de evidenciar o desechar las hipótesis planteadas.

## 2. METODOLOGÍA

---

La metodología empleada en este trabajo de investigación ha sido de tipo cualitativa, documentando las estrategias utilizadas por los candidatos durante el periodo de campaña electoral. Se enfatizó en las actuaciones de los aspirantes presidenciales dentro del campo del marketing político, a través del análisis de documentos oficiales, artículos de opinión y fuentes periodísticas que estuvieron realizando una cobertura integral de los comicios.

Para ello, se diseña una estructura que permitirá ahondar en los conceptos oportunos relacionados con el caso estudio, imprescindibles para una correcta aproximación al problema y el cumplimiento de los objetivos planteados. Posteriormente, se presenta un registro de los actores políticos y los acontecimientos relacionados con las elecciones del año 2018, concretamente, a través de los siguientes pasos:

1. Se revisarán los últimos estudios enfocados en el análisis de campañas electorales latinoamericanas, la importancia de aplicar métodos estadísticos en la definición de targets electorales, vistos también a lo largo de este Máster, y cómo poder beneficiarse de los datos para poder generar nuevos proyectos en lo que se conoce como Campaña Permanente (Blumenthal, 1980). Igualmente, se ahondará en el concepto de balotaje, así como sus implicaciones, y se indagará sobre los países que optan por este tipo de elección para definir a sus gobernantes.
2. Se conocerá cómo se elabora una estrategia de campaña inteligente, los beneficios de aplicar encuestas tanto físicas como digitales y el uso de las nuevas tecnologías a la hora de captar nuevos votantes o asegurar el “voto duro” de un determinado partido político.
3. Se aplicarán los conocimientos e ideas obtenidas en los pasos anteriores para presentar un resumen de la vida política y electoral de los candidatos a la primera vuelta. A ellos, se agregará la descripción y análisis de la campaña del Partido Reivindicación Étnica, quienes promovían el voto en blanco, examinando los debates nacionales, las coaliciones que se conformaron entre partidos y los resultados electorales del 27 de mayo de 2018.
4. Se realizará un análisis del mensaje estratégico, identificando el perfil político y socio-demográfico de los votantes-objetivo de las dos campañas que alcanzaron la segunda vuelta: Iván Duque y Gustavo Petro, para luego generar en una tabla de elaboración propia el cuadro del mensaje, lo que permitirá

identificar los aspectos negativos y positivos empleados en los discursos de ambos, las estrategias para neutralizar los ataques del oponente a lo largo de la campaña electoral y las intervenciones diseñadas para exponer las debilidades del adversario.

5. Se analizarán los slogans de campaña, de manera que permita identificar la presencia o ausencia de las fortalezas de los candidatos, así como los conceptos que permiten contrastar con las debilidades percibidas por la población en los candidatos rivales.
6. Se analizará la presencia del tema Venezuela y las FARC en los discursos e intervenciones destacadas, para identificar el uso político que se le dio durante la campaña y las posibles consecuencias que tuviera la imposición del marco referencial al proceso y los candidatos más débiles en esa temática.

### 3. MARCO TEÓRICO

---

#### 3.1 La comunicación.

La comunicación viene siendo tan antigua como el ser humano y su necesidad de relacionarse (Freedman, 2016). En su evolución, se fueron formando grupos, familias y sociedades que, haciendo uso de lenguajes arcaicos y pinturas, fueron compartiendo sus ideas hasta llegar a la manera en que hoy en día nos expresamos. La Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid, la define como “el proceso mediante el cual transmitimos y recibimos datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción” (FUAM, 2012, pág. 3). Sin embargo, B.F. Lomonosov expone que:

La comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujeto. No solo se trata del influjo de un sujeto en otro (aunque esto no se excluye), sino de la interacción. Para la comunicación se necesitan como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto. (Lomonosov, 1989, pág. 89).

El teórico estadounidense sobre las comunicaciones, David K. Berlo, afirma que, al comunicarnos, tratamos de conseguir objetivos relacionados con la intención básica de influir en nuestro medio ambiente y en nosotros mismos. No obstante, la comunicación puede ser invariablemente reducida al cumplimiento de un conjunto de conductas, a la transmisión o recepción de mensajes (Berlo, 1964).

Así, explica que el proceso de comunicación es bidireccional y que para que se lleve a cabo se requieren ocho pasos, tres de ellos relacionados con el emisor (Desarrollo de la idea, Codificación y Transmisión) y los demás, con el receptor (Recepción, Decodificación, Aceptación, Uso y Retroalimentación).

Dicho proceso, también fue expuesto por Harold Lasswell, quien presentó un modelo básico de comunicación compuesto por cinco elementos, que respondían a las interrogantes de las 5W de la comunicación, a saber: ¿Quién?, ¿Dice qué?, ¿En qué canal?, ¿A quién? y, ¿Con qué efecto? (Lasswell, 1948).

Estos elementos se definen como:

- **Emisor:** Persona, organización o gobierno que origina un mensaje. Un emisor también se conoce como comunicador, transmisor, codificador o fuente de comunicación al ser quien la inicia. El emisor, tiene una idea que luego es cifrada, de modo que pueda ser entendida tanto por él

mismo como por el receptor, y debe contener información apegada a la realidad y que separe los hechos reales de las opiniones subjetivas.

- **Mensaje:** Es el estímulo que el emisor le transmite al receptor, es la idea, sentimiento o pensamiento que se comunica, y se compone de símbolos que tienen un significado común para el emisor y el receptor.
- **Receptor:** Es el complemento de todo acto de comunicación, y además su razón de ser. Es la persona que recibe el mensaje, y lo traduce gracias a sus habilidades comunicativas, sus actitudes y sus conocimientos acerca del tema en cuestión.
- **Canal:** Es el conducto por el cual se transmite la información; lo que vincula al emisor con el receptor.

De acuerdo con Berlo, todo modelo de comunicación debe incluir 6 componentes, a saber: 1) fuente de comunicación; 2) el codificador; 3) el mensaje; 4) el canal; 5) el decodificador; 6) el receptor de la comunicación (Berlo, 1964, pág. 19). Estos dos elementos cobran mayor importancia en la medida en que la comunicación está mediatizada. Se trata de dos aspectos que posibilitan o no una relación no forzada del proceso. (Berlo, 1964)

Berlo enfatiza en un elemento anunciado décadas antes: la importancia no ya de lo que decimos, sino de cómo es interpretado por el alter. En este proceso de comunicación, la visión clásica de una transmisión mecánica es superada. Consecuentemente, el receptor deja de ser visto como un ente pasivo. Todo mensaje sufre un proceso de construcción, pero también de selección, interpretación y juicio.

Es Lasswell quien fundamenta con su teoría de la comunicación el conjunto de trabajos que, posteriormente profundizarían otros investigadores. Sin embargo, la postura de Lasswell inclinaba la balanza hacia los medios, cosa que fue criticada años después, girando la atención hacia la importancia de elementos que mediaban entre los emisores y receptores (Colombo, 2004). Eran las relaciones sociales y la inserción de las personas en las mismas el aspecto que se incorporaba al análisis. Los procesos sociales de la sociedad empezaban a jugar un papel fundamental a la hora de analizar la comunicación.

La sociedad, es descrita por Max Weber como:

Una relación cuando y en la medida en que una relación social se inspira en una compensación de intereses por motivos racionales (de fines o de valores) o también

en una unión de igual motivación. La sociedad de un modo típico puede especialmente descansar (pero no únicamente) en un acuerdo o pacto racional, por declaración recíproca. (Weber, 1922, pág. 33)

La definición anterior exige que toda sociedad implica comunicación entre sus individuos. Son los procesos de transmisión de significados los que permiten la existencia y cimentan la supervivencia de nuestras sociedades. Por todo lo anterior, la comunicación y la sociedad son dos conceptos que no deben separarse, debido a que se trata de una característica propia e intensiva, aunque no exclusiva, de los humanos. De esta manera, no resulta exagerado afirmar que prácticamente todos los individuos nacen con una capacidad para comunicarse, y cada colectivo la desarrolla, manifiesta, y promueve a diferentes niveles.

Generalmente se relaciona la comunicación con mensajes escritos, pero como señala Bembibre, “hoy en día la variedad de mensajes y estilos comunicativos posibles es ciertamente infinita y hace que los individuos podamos mantener contacto con otras personas de muy diversas maneras”. (Bembibre, 2009, pág. 1)

### **3.2 El mensaje, significante, significado, competencia y actuación lingüística.**

Los mensajes son acciones que persiguen un objetivo y requieren de una estrategia que permita generar el impacto deseado por parte del emisor; evaluando previamente su estructura para poder afectar la conducta o pensamiento del receptor.

La estrategia es la manera en que se utilizan los recursos para superar en algún terreno al oponente, y “define la forma en que se compite y es determinante para acceder a la victoria” (Marn & Zawada, 2005, pág. 21). En su definición más clásica, la estrategia tiene tonos marcadamente militares (Clausewitz, 2014), sin embargo, su aplicabilidad a otros ámbitos permite reinterpretarla como el uso del encuentro para alcanzar los fines propuestos. (Freedman, 2016)

En el ámbito político, la construcción de un mensaje comienza por definir un objetivo; que usualmente persigue vender una idea, votar o no por un candidato, persuadiendo con la palabra y con la lógica de los argumentos. En consecuencia, el mensaje de cualquier campaña se construye diferenciando la oferta política propia de las demás y debería elaborarse tras una investigación profunda (Canel, 2006).

El mensaje, según Felicísimo Valbuena es

...la cantidad limitada de información veraz enviada consistentemente por el candidato/partido a los votantes, dándoles motivos persuasivos para que voten por él y no por el oponente(s). Es la esencia de una campaña. Es la fusión de la imagen del candidato/partido y de los temas políticos. (Valbuena de la Fuente, 1997, pág. 3).

Partiendo de esta definición, es oportuno señalar que la campaña política:

...es un esfuerzo organizado llevado a cabo para influir en la decisión de un proceso en un grupo. En las democracias las campañas a menudo se refieren a las campañas electorales donde representantes son escogidos o se decide un referéndum. Una campaña política también incluye esfuerzos para alterar la política o ideología de cualquier institución. (Electiva consultores, 2009; Fernández, 2010)

Una campaña política comprende tres factores indispensables para que se pueda llevar a cabo: 1) un mensaje conciso y sencillo, 2) fondos provenientes de afiliados o de donantes, 3) y capital humano que esté convencido en el proyecto que se quiere impulsar.

Cada campaña electoral debe crear un mensaje propio, y por más obvio que pueda parecer el enfoque de ese mensaje, es necesario comprobar que está diseñado para un público específico antes de difundirlo. Esto, puede producirse a partir de la teoría del mensaje. Este mensaje propio se compone de signos que, en su ordenación, responden y tratan de conectar a nivel psíquico con una manera de entender la realidad beneficiosa para la campaña.

Pero los signos nacen de una unión, lo que nos impone acercarnos a los inicios del análisis lingüístico. Ferdinand de Saussure afirmó que el signo es la combinación del concepto y la imagen lingüística, y que este une al concepto con la imagen acústica (Saussure, 1945). Ese concepto es definido por Saussure como significado; mientras que la imagen acústica viene a ser definida como significante.

Por significante entenderemos el conjunto de imágenes mentales que permiten referenciar una palabra. Asimismo, se encuentran temporalmente asociados y conllevan un carácter arbitrario, en cuanto a que no guardan relación natural con el significado (Saussure, 1945, pág. 94). El significante es uno de los conceptos más importantes en cualquier discurso político, baste decir que es inherente a cualquier comunicación y mensaje. Significante es, en resumen, aquella palabra con la que se designa el significado.

Por su parte, significado viene a ser el concepto que se asocia al significante. Esto será particularmente útil, dado que aporta riqueza al momento de construir mensajes.

Ahora bien, es indispensable llevar a la actualidad los conceptos y actualizar las teorías. Noam Chomsky se ha convertido en referente mundial, y el principal lingüista desde Saussure. Todo esto, a raíz de sus trabajos que reemplazaron el marco de análisis e interpretación de los fenómenos lingüísticos. Por ello, el trabajo de Chomsky resulta muy provechoso, especialmente en su diferenciación entre competencia lingüística, y actuación lingüística.

Leonardo Barón Birchenall y Oliver Müller (2014) sintetizan los conceptos referidos anteriormente. De acuerdo con su análisis de las teorías de Chomsky, la competencia lingüística "...corresponde a la capacidad que tiene un hablante-oyente idealizado para asociar sonidos y significados conforme a reglas inconscientes y automáticas."

Por su parte, la actuación lingüística viene a ser "...la interpretación y comprensión de oraciones de acuerdo con la competencia, pero regulándose además a partir de principios extralingüísticos, como las restricciones de la memoria, e incluso las creencias". (Barón & Müller, 2014, págs. 419-420)

Mientras que una es mecánica y automática, no podemos evadir las reglas gramaticales; la segunda tiene un nivel más profundo, relacionado con las ideas y creencias de las personas, es decir, está mediada. Allí es donde se halla su valor político. Todo discurso que pretenda conectar con la audiencia debe saber moverse en esos marcos para aprovecharlos. El discurso se potencia en la medida que coincida con aquellas creencias asentadas en la mente.

Todas las campañas se caracterizan por tener tres grandes tipos de votantes: el voto duro o base electoral que apoya a un candidato; en segundo lugar, los indecisos; y, finalmente otra base electoral que se inclina por votar por el oponente. La clave estará en diseñar mensajes para cada grupo objetivo; que atraigan a los electores indecisos, y que también asegure que la base acuda a votar. A fin de cuentas, toda campaña política busca construir una relación predecible entre el mensaje emitido y el mensaje recibido. (Crespo, Carletta, Garrido, & Riorda, 2011)

Para poder desarrollar correctamente el mensaje estratégico, es necesario realizar un proceso que contemple las siguientes etapas:

**1. Analizar la demanda política.**

En esta etapa se debe recopilar la mayor cantidad de información correspondiente a nuestros votantes-objetivo. Igualmente, se deben identificar los perfiles psicológicos, segmentarlos por su estilo de vida y obtener los datos sociodemográficos e historial electoral, lo que nos permitirá conocer su nivel de participación, y con cuantos afiliados cuenta cada partido. De esta manera se obtiene un punto de partida de cara a la competencia.

Luego de tener todos estos datos, se deben aplicar estudios cuantitativos y cualitativos a profundidad. De dichos estudios, que pueden ser encuestas o grupos focales, se podrá ahondar sobre cuáles son las apreciaciones hacia el gobierno de turno, con qué candidatos se identifican, cuáles son las cualidades que desean que tenga y los temas de interés que mueven al electorado. Finalmente, se clasifican los votantes en grupos homogéneos dándonos una idea detallada de cuáles son nuestros votantes-objetivo, cuántos votos necesitamos disuadir y de dónde vienen. (Carreras, 2019)

**2. Analizar la oferta política.**

Para poder realizar esta fase, será necesario el estudio de los candidatos y partidos que participen en los comicios. Identificar las fortalezas y debilidades del candidato, y las de sus oponentes, es crucial para entender contra quien nos enfrentamos. (Zimat Consultores, 2006) Los puntos claves para tener en cuenta para ambos actores, suponiendo que son dos, son las fortalezas o debilidades personales, lo que la gente percibe de él. Adicionalmente, la imagen que este proyecta en el ámbito político; dentro de su partido, en los medios de comunicación y en espacios públicos donde exprese sus posiciones sobre temas de actualidad.

**3. Casar la oferta con la demanda.**

Es el momento de tomar los datos obtenidos en el análisis la demanda con las fortalezas y debilidades identificadas. Carreras y Valbuena, recomiendan “centrar el mensaje de la campaña en aquella fortaleza-debilidad que más relevante sea para los votantes”.

**4. Precisar el mensaje.**

El equipo de campaña del candidato debe en esta fase poder concentrar la información levantada en una sola frase que sirva de eslogan (Zimat

Consultores, 2006). Esta frase, comprende las emociones y las razones por las que los ciudadanos deben votar por la opción presentada, dando como resultado: el mensaje.

#### 5. Caracterizar el mensaje ideal.

El mensaje que surgió de los puntos anteriores debe responder a dos interrogantes: ¿Por qué quieres ser electo? y ¿Qué harás luego del triunfo?; y para probar que esté bien formulado, lo sometemos a una serie de preguntas que deben responderse de manera afirmativa.

- ¿Ayuda el mensaje a capitalizar los votos que necesitamos de nuestros votantes-objetivo? Se debe formular esta interrogante desde una perspectiva social, étnica, geográfica y demográfica.
- ¿El candidato puede usar este mensaje de manera exclusiva?  
¿Es un mensaje único para él?
- ¿El mensaje es lo suficientemente amplio y fácil de comprender?
- ¿El candidato o partido expresa el mensaje de forma creíble?
- ¿El mensaje reduce nuestras debilidades y neutraliza las fortalezas del oponente?

Si las respuestas a todas estas interrogantes fueron positivas, se puede implementar el mensaje en la campaña.

#### 6. Encuadrar el mensaje.

Es en esta fase en donde nos disponemos a ubicar nuestras fortalezas sobre las debilidades de nuestro oponente y neutralizamos sus fortalezas. Estos aspectos serán entendidos con mayor facilidad si colocamos en un cuadro 4 mensajes claves. El primero se puede distinguir la parte positiva con un texto del candidato sobre sí mismo, otro destaca la comunicación de contraste o negativa con la posición del candidato sobre el oponente, un espacio en donde el oponente habla sobre él mismo para frenar la fortaleza de su adversario y por último, un cuarto mensaje que sirva para protegernos de los ataques que lance el oponente sobre nosotros.

Como más adelante veremos, en la campaña de Iván Duque se construyó la parte positiva del mensaje estratégico de una manera coherente. Partiendo de la teoría del mensaje antes descrita, se han sintetizado cuatro características del

candidato en una frase fuerte, que perjudica al adversario, debido a que evidencia sus debilidades. (Centro Político, 2016)

### 3.3 El marketing político.

El marketing o mercadotecnia, es una “disciplina que persigue la satisfacción de las necesidades de los consumidores o usuarios” (Reyes Arce, 2002, pág. 13), y que en el contexto político emplea este conjunto de técnicas de investigación, para planificar y administrar todas las comunicaciones de una campaña política. Los datos obtenidos servirán para implementar estrategias no sólo para un partido político o candidato, sino también para organismos e instituciones (Maarek, 1997).

El origen del marketing político puede remontarse a la antigüedad clásica con el nacimiento del imperio romano (Cicerón, 2011). No obstante, éste se desarrolló a mediados del siglo pasado en los Estados Unidos. Es en la tierra norteamericana, en donde varios expertos en manipulación de signos fueron los encargados de conducir la campaña del general Dwight Eisenhower. Años después, este tipo de expertos o asesores serían piezas fundamentales dentro de los equipos de campaña, y potenciarían la imagen del candidato en los debates televisados. (Rodríguez, 2012)

En América Latina, el primer candidato en contratar este tipo de servicios fue el expresidente venezolano Carlos Andrés Pérez, quien contó con todo un equipo de estrategias estadounidenses para su primera campaña en 1973. Entre ellos, estuvo Joe Napolitan, considerado el padre de la consultoría política por haber asesorado a más de 100 políticos en su carrera (Reyes & Fernández, 2003), y desde entonces la contratación de los expertos no ha faltado en campañas políticas de todos los niveles, pero es imprescindible a nivel presidencial.

Muchos de estos expertos, continúan luego de la elección junto al candidato o partido, para trabajar la imagen durante su gestión. Uno de los primeros en explicarle a un mandatario la importancia de que se mantuviera una campaña de manera continua fue Patrick Caddell, reconocido por sus encuestas y el manejo de audiovisuales con fines electorales en Estados Unidos, logrando que el presidente Jimmy Carter conservara el apoyo popular durante la crisis petrolera del año 1979.

Al año siguiente, Sidney Blumenthal introdujo el concepto de campaña permanente, afirmando que “convierte al gobierno en un instrumento diseñado

para sostener la popularidad de un político electo” (Blumenthal, The permanent campaign, 1980).

De igual forma, el consultor político Dick Morris, destaca la importancia del concepto aseverando que, “un político no sólo necesita apoyo público para ganar las elecciones, lo necesita para gobernar. Quien no calcula cómo mantener su apoyo todos los días y sobre cada tema, casi inevitablemente caerá” (Morris, 2003, pág. 89).

De acuerdo con Lilleker la campaña permanente hace

uso de los recursos de la oficina pública, por parte de los individuos u organizaciones electas (gobiernos, partidos en el gobierno, miembros del parlamento, del congreso o cualquier otro cargo electo), para construir y mantener el apoyo popular. (Lilleker, 2007, pág. 143).

Su objetivo principal es entonces obtener una mayoría diaria, teniendo presente la estructura lógica de una campaña electoral, aun cuando se ostente el poder. Todo el proceso de la comunicación gubernamental, desde el día 1 de gobierno, se debe orientar a consolidar la permanencia en el cargo.

Algunas de las características expuestas por Blumenthal sobre la campaña permanente son las siguientes:

- Los políticos que desean mantener y acrecentar su imagen pública recurren a los consultores políticos.
- La sistematización de la información se ha convertido en un recurso para medir el nivel de aceptación o rechazo en la opinión pública.
- Este tipo de campaña es muy recurrente en la nueva era, debido a las nuevas limitaciones que imponen las legislaciones electorales.
- Gobernar se convierte en una campaña perpetua como un instrumento diseñado para sostener la popularidad por razones frívolas.

Al mismo tiempo, indica que un candidato está perdido si no cuenta con el respaldo en el electorado, pero que uno con algo de apoyo no debe dejar de lanzarse a la contienda, bien sea de mayoría simple o por un sistema con balotaje. En ocasiones, el sistema de segunda vuelta permite a algunos candidatos competir seriamente por la victoria. Aprovechando un mayor número de candidaturas para maximizar la importancia de porcentajes menores, pero sólidos de voto.

La Segunda Vuelta Electoral (SVE) o balotaje, tiene su origen en el sistema político semipresidencial francés, el cual fue diseñado para elecciones pluripersonales. Su adaptación y aplicación en elecciones unipersonales lo ha convertido en característica de varios sistemas electorales presidenciales, específicamente los latinoamericanos (Crespo, Carletta, Garrido, & Riorda, 2011). La SVE es un método para el desempate, que provoca las mayorías absolutas en elecciones en circunscripciones uninominales, tanto para elegir diputados como para presidente. (Nohlen, 1994).

Según Maurice Duverger, la presencia constante del efecto mecánico de los sistemas electorales conduce a los electores a un tipo de comportamiento que puede definirse como voto estratégico (Duverger, 1951). El elector seguramente votará no por quien represente sus preferencias políticas o ideológicas, sino por el partido que desde su perspectiva posee más posibilidades de ganar.

En un sistema con balotaje, el efecto mecánico induce al elector a realizar un cálculo acerca de si su primera preferencia política podrá alcanzar el mínimo de votación necesario para pasar a la segunda ronda. De ser así, otorgará su voto a ese partido.

Sin embargo, si su evaluación subjetiva apunta a que su candidato no podrá alcanzar los votos mínimos requeridos para pasar a la segunda vuelta, es más probable que el sufragio lo emita a favor de otra opción: el instituto político con el que más se identifique ideológica y políticamente y además que tenga posibilidades reales de triunfo. Con estos argumentos, Duverger se adelantaba al modelo teórico que posteriormente se conocería con el nombre de elección racional (Duverger, 1951).

Colombia, desde 1986 es un país que ha optado por este sistema de dos vueltas. Según el Código Electoral colombiano, en su artículo 190, el Presidente de la República será elegido para un período de cuatro años,

...por la mitad más uno de los votos que, de manera secreta y directa, depositen los ciudadanos en la fecha y con las formalidades que determine la ley. Si ningún candidato obtiene dicha mayoría, se celebrará una nueva votación que tendrá lugar tres semanas más tarde, en la que sólo participarán los dos candidatos que hubieren obtenido las más altas votaciones. Será declarado Presidente quien obtenga el mayor número de votos. (Registraduría Delegada en lo Electoral, 1986).

Este sistema electoral de segunda vuelta se ha efectuado en Colombia desde el año 1994, con la elección de Ernesto Samper contra Andrés Pastrana, y continúa vigente para los comicios que estudiamos en esta investigación.

## 4. ESTUDIO DE LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL

---

### 4.1 Primera vuelta

Como primer elemento destacable, al evento electoral se presentaron seis candidatos a presidente con sus compañeros de fórmula, que optan por el cargo de vicepresidente de la república. Se trata de cargos con una duración de 4 años sin la posibilidad de una reelección. Anteriormente, la reelección (Instituto de Ciencia Política, 2009) estaba autorizada, de manera que se permitió al expresidente Álvaro Uribe Vélez tener un segundo mandato, pero en el año 2015 fue eliminada por decisión parlamentaria. (El Tiempo, 2015)

Los comicios se celebran, según lo estipulado en la normativa del Consejo Nacional Electoral (CNE), el último domingo de mayo, día 27 para el año 2018, resultando ganador el candidato que alcance la mitad más uno de los votos totalizados (Registraduría Nacional del Estado Civil, 2017).

Asimismo, el aspirante que logre la segunda mayor cantidad de votos y su compañero de fórmula, obtendrán un curul en el Senado y en la Cámara de Representantes respectivamente (Congreso de la República, 2015). El mismo CNE, junto con la Registraduría Nacional del Estado Civil, cuidará el proceso y ambos son los encargados de publicar el calendario electoral, en donde se especifica que la campaña empieza oficialmente cuatro meses antes, aunque, como explicaremos más adelante, la definición de las candidaturas y coaliciones se hicieron presentes desde septiembre del año 2017.

A continuación, presentaremos a los candidatos de la primera vuelta, enfocándonos en aquellos con consiguieron más de 100.000 votos, a fin de centrarnos en aquellos con significancia electoral suficiente. Identificaremos su tendencia política, los partidos que los apoyaban, sus propuestas y los aspectos más importantes de su campaña. También, se incluirá un análisis breve sobre las campañas de Jorge Antonio Trujillo y los Promotores del Voto en Blanco.

Es importante destacar que conforme fue avanzando la campaña, cuatro aspirantes retiraron su candidatura presidencial; Rodrigo Londoño, también conocido como “Timochenko” y candidato del partido Fuerza Alternativa Revolucionaria del Común (FARC), se retiró por problemas de salud en marzo (CNN Español, 2018), y sufrió un accidente cerebrovascular en julio del mismo año; Piedad Córdoba, quien presentaba en las encuestas menos de 1% de

intención de voto se retiró alegando la delicada salud de su madre (Agencia EFE, 2018); Juan Carlos Pinzón, por aceptar ser el candidato a vicepresidente en la fórmula de Germán Vargas; y Viviane Morales que, declinando a su candidatura 25 días antes de la elección a favor de Iván Duque.

Esta situación tomó por sorpresa al Consejo Nacional Electoral, y apareció igualmente en la boleta, debido a que ya se encontraban impresas en su totalidad. Los votos que Viviane Morales obtuvo no se contabilizaron como nulos ni válidos para ningún candidato (Publicaciones Semana, 2018).



Imagen 1 Tarjeta Electoral correspondiente a la elección presidencial del 27 de mayo de 2018. (Registraduría Nacional del Estado Civil, 2018)

#### 4.1.1 Iván Duque Márquez.

Bogotano, de risa fácil, católico, padre de tres niños y fiel a los libros sobre mercadeo, estrategias electorales y discursos presidenciales. Creció conociendo la actualidad política de su país muy de cerca por los nexos familiares. Es hijo de Iván Duque Escobar, quien se desempeñó como Ministro de Minas del presidente Belisario Betancur, gobernador del departamento de Antioquia y Registrador Nacional durante el gobierno de Andrés Pastrana (Semana, 2018) y de la politóloga Juliana Márquez.

Cursó estudios de derecho en la Universidad Sergio Arboleda, Máster en Derecho Económico en American University y en Gerencia de Políticas Públicas en Georgetown University. Su primera experiencia profesional fue como consultor en la Corporación Andina de Fomento (CAF); tiempo después, se desempeñó como asesor en el Ministerio de Hacienda, luego fue consejero principal de Colombia en el directorio ejecutivo de Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en donde trabajó durante 12 años, primero como consejero principal de la Dirección Ejecutiva para Colombia, Perú y Ecuador y, luego, como jefe de la división de Cultura, Creatividad y Solidaridad (Neira, 2018).

En el 2002 trabajó para el entonces Ministro de Hacienda, Juan Manuel Santos, experiencia que le llevó a conocer al expresidente Álvaro Uribe Vélez quien era amigo personal de su padre. Ocho años más tarde, fue designado por el secretario general de la ONU como asesor del expresidente Jeffrey Palmer de Nueva Zelanda y de Uribe Vélez, quien después de trabajar en la resolución de conflictos internacionales, lo invitó a ser parte de su lista al Congreso.

En el año 2014 fue electo Senador de la República y destacó por sus proyectos y debates enfocados en la economía del país. Es así como empezó a hacerse un nombre dentro del partido Centro Democrático y logró derrotar el 10 de diciembre de 2017, luego de tres encuestas internas, a los otros líderes “uribistas” que se medían para ser el candidato único a la presidencia por ese partido.

El 11 de marzo de 2018 se realizó la Gran Consulta por Colombia, con el fin de elegir un candidato único entre los partidos Centro Democrático, Por una Colombia Honesta y Fuerte, y por el partido La Patria de Pie, resultando Duque vencedor y Martha Lucía Ramírez como segunda más votada (Redacción política, 2018), quedando entonces como compañera de fórmula para las elecciones presidenciales.



Imagen 2 Tarjetón Electoral. Gran Consulta por Colombia (García, 2018).

En la primera vuelta, la coalición que apoyó a Iván Duque estuvo conformada por los partidos La Patria de Pie, Por una Colombia Honesta y Fuerte Martha Lucía, Somos Región Colombia, Colombia Justa Libres, MIRA y su partido, Centro Democrático.

Sus propuestas y las de su compañera de fórmula, fueron publicadas en un documento titulado "203 propuestas" (Duque & Ramírez, 2018) y se presentaron a lo largo de la campaña categorizándolas en propuestas de seguridad, justicia, educación y cultura, salud y pensiones, familia y sociedad, empleo, TICS, medio ambiente y agro; siendo las siguientes las de mayor aceptación en sus mítines y encuentros:

1. Bajar los impuestos a las empresas para recuperar la productividad y fomentar nuevos puestos de empleo y mejore los ingresos e incentivos de los ya empleados, mediante una reforma tributaria que reduzca las cargas impositivas y ayude a contrarrestar la evasión de los mismos. (Duque & Ramírez, 2018, pág. 22)
2. En materia de seguridad, aumentar el número de efectivos policiales y mejorar su dotación, apoyarse en nuevas tecnologías para combatir el crimen invitando a los ciudadanos a que sean aliados al momento de generar una denuncia en tiempo real (Duque Presidente, 2018), y

discutir la pena de cadena perpetua para asesinos y violadores de menores de edad. (El Mundo, 2018)

3. No aumentar la edad de pensión (Ivan Duque Presidente, 2018) y enfocar los esfuerzos en materia de sanidad en crear un sistema enfocado en la salud y no en la enfermedad.
4. Modificar, mas no eliminar, el acuerdo con las FARC y endurecer las sanciones que impidan la participación política de exguerrilleros.
5. Otorgar titulaciones técnicas a los estudiantes que hayan cumplido programas extracurriculares los últimos tres años del bachillerato y becar parcialmente a los estudiantes sobresalientes que soliciten ayudas económicas al Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior (ICETEX).
6. Impulsar las sanciones al gobierno de Venezuela, alegando que acoge a grupos terroristas y opera abiertamente con paramilitares.
7. Crear nuevos espacios de recreación y práctica de deportes en las comunidades y desarrollar el talento desde edades tempranas con programas musicales y artísticos.
8. Otorgar la protección a la propiedad y el acceso a las tierras a los agrícolas y velar por una producción respetuosa con el ambiente y con prácticas sostenibles.



Imagen 3 Publicidad de campaña de Iván Duque y Marta Lucía Ramírez. (Prensa Ivan Duque)

Estas propuestas fueron acompañadas por el lema “El futuro es de todos”, frase con la que se resalta la juventud del candidato, y su disposición a incluir a todos y de trabajar en unidad. El término ‘futuro’, también puede asociarse con el desarrollo de la confianza, aspecto que, requieren crecer en una familia y en una comunidad caracterizada por algún grado de estabilidad (económica, social, política y psicológica); atributos ajenos a los pobres, los inmigrantes, los abusados y los rechazados (Zimbardo, 1994).

Con ese eslogan culminó muchos spots de campaña, discursos y sus mensajes a través de las redes sociales. También, formó parte de la publicidad política con el retrato de ambos, Duque y Ramírez, en el que transmitían esa cercanía y apoyo que esperaban sus votantes. Respecto al tono, algo conservador y una vestimenta evaluada y coherente con el mensaje que daba cierta informalidad en el que se prescindió del uso de trajes formales y corbatas.

Los colores escogidos para esta pieza partieron del azul oscuro del partido, cambiando a tonos tipo pastel para la vestimenta y para la franja sencilla destinada para los logos. Con ello, se mantuvo un diseño simple pero que permitía que el mensaje pudiera ser muy visible.

Si hacemos referencia a las etiquetas utilizadas, observamos que en mensajes de Twitter e Instagram la más utilizada fue “#EIFuturoEsDeTodos”. Pero en videos o capsulas, “spots de 30 segundos” llamados así por la productora que estuvo a cargo de gran parte del contenido audiovisual (Marketing CDC, 2018), la etiqueta fue #EsElQueEs, más el jingle oficial (Semana, 2018) como combinación escogida para cierres.

Los dos vídeos que generaron mayor impacto en redes sociales fueron “Colombia tiene futuro” y “Cero Experiencia”, con 30 mil y 117 mil reproducciones respectivamente, llevando igualmente a posicionar la etiqueta #ceroexperienciadelamala como la primera tendencia en Colombia el día de su lanzamiento, el 28 de febrero (TrendsMap, 2018). (Guion en Anexos)



Imagen 4 Frame correspondiente al video de campaña "Colombia tiene futuro".  
(Iván Duque Presidente, 2018)



Imagen 5 Frames correspondientes al video de campaña "Es el que es".  
(Ivan Duque Presidente, 2018)

#### 4.1.2 Gustavo Petro.

Con discurso moderno, humanista y liderando las encuestas de intención de votos, Gustavo Petro llega a la contienda siendo el candidato más reconocido de la izquierda consolidada colombiana. Pero también, encontró simpatías en los votantes de centro, que buscan un cambio urgente en el estilo de liderazgo presidencial.

Hijo de italianos y, aunque cordobés de nacimiento (Córdoba, Colombia), creció en el municipio de Zipaquirá, ubicado a unos 40 kilómetros de Bogotá. En ese lugar, ocupó sus primeros cargos públicos, de personero y concejal entre los años 1981 y 1986. (Semana, 2018)

Petro se unió a la guerrilla antes de su mayoría de edad, y militó en el “Movimiento 19 de Abril” (M-19) siendo ya funcionario, por lo cual, años más tarde sería investigado y condenado por conspiración y porte de armas ilícitos. (Laverde, 2013)

Con estudios de Economía y una vez en libertad, decide dar un salto al Congreso en el año 1991 apoyado por la Alianza Democrática M-19, partido del que es cofundador, y logra ser representante del Departamento de Cundinamarca.

Siendo Ernesto Samper presidente de Colombia, Gustavo Petro recibe amenazas de muerte, por lo que es enviado como agregado diplomático a Bélgica. Allí, realizó un Diplomado en estudios especializados en Desarrollo, Población y Medio Ambiente.

A su regreso a Colombia intenta ser alcalde de Bogotá sin éxito, por lo que se lanza nuevamente a las elecciones al congreso y regresa esta vez apoyado de otros exmilitantes del M-19.

De manera paralela a su segundo cargo de congresista, conformó una coalición de cara a las elecciones al senado de 2006 llamada Polo Democrático Alternativo (PDA). Esta candidatura fue integrada por el Polo Democrático Independiente y la Alternativa Democrática, con la que obtuvo el cargo de Senador de la República. Durante el ejercicio de su cargo, obtuvo un amplio reconocimiento en la ciudadanía por sus investigaciones en casos que involucraban a políticos con grupos paramilitares y a la fuerte oposición al Gobierno de Álvaro Uribe (El Espectador, 2009), a quien también señalaba de tener vínculos con grupos armados.

En el año 2010, se midió en las elecciones presidenciales quedando en cuarto lugar de la primera vuelta (Political Database of the Americas, 2010), lo que le permitió evaluar los votos obtenidos en la capital para postularse a la Alcaldía Mayor el siguiente año. (El País, 2011)

Su gestión en Bogotá, con aires progresistas, obtuvo reconocimientos por parte de la UNESCO y sus logros en políticas educativas y proyectos sociales, impulsaron su imagen de líder nacional. Sin embargo, uno de sus proyectos más ambiciosos y de tono medioambiental no funcionó, ocasionando un caos sanitario y vehicular en toda la ciudad, por lo que fue destituido de su cargo e inhabilitado para ejercer cargos públicos por 15 años (Wallace, 2013).

A un mes para las inscripciones de candidaturas para presidente del año 2018, el Consejo de Estado revocó la sanción impuesta por la Procuraduría (Consejo de Estado, 2017), permitiéndole a Gustavo Petro ser candidato.

Como era de esperarse, también decidió medirse en la Consulta interpartidista del 11 de marzo de 2018, representando al Grupo Significativo Colombia Humana y al Movimiento MAIS (Movimiento Alternativo Indígena y Social), La Consulta fue llamada Inclusión Social para la Paz, y participó contra Carlos Caicedo, del grupo significativo Fuerza Ciudadana, resultando ganador Petro con un 84.70% de los votos. (Becerra, 2018)



Imagen 6 Tarjetón electoral. Consulta Inclusión Social para la Paz (García, El Informador, 2018)

Si bien la gestión como Alcalde Mayor resultaba poco favorable para aspirar a ser presidente, la aceptación obtenida en las encuestas sorprendió al ser mucho mayor a la esperada y enseguida lanzó una invitación para lo que sería su primer gran mitin de campaña. (Estepa, 2018)

La fotografía que utilizó para sus carteles mostraba a un candidato cercano, que buscaba reinventarse y ser reconocido como un ciudadano de a pie. La accesibilidad y cercanía como rasgos fundamentales, antes que lucir como un político. Destacan la vestimenta con guayabera azul clara y fresca, el cuello abierto que mostraba un collar con la cruz, un peinado descuidado y la vista hacia el horizonte.

La línea gráfica destaca por los colores escogidos para hacer énfasis en algunas palabras, como el rojo utilizado para resaltar el sitio de los encuentros y el blanco que hiciera contraste con el cielo azul y facilitara la lectura. El uso cromático destinado para el logo, acompañado por una fuente clara y de gráfica redondeada formando un corazón gustó, pero no conectó lo suficiente con la imagen del candidato; y la frase “Galán está vivo” llegó a molestar a parte de la ciudadanía ya que pretendía hacerse con las ideas y propuestas liberales de Luis Carlos Galán, sin construir unas propias.



Imagen 7 Publicidad de campaña de Gustavo Petro. (Charry, 2018)

En poco tiempo empezó a girar el país para presentar lo que llamó “Colombia Humana hacia una Era de Paz” (Petro, 2018), un programa de gobierno que introducía las siguientes propuestas:

1. Nacionalizar las reservas mineras y prohibir la minería de oro abierto. El plan, busca minimizar la distorsión existente entre el uso y las propiedades de las tierras, sin necesidad de expropiar las mismas y no renovar los contratos a las empresas que extraen carbón. Para su eventual gobierno, propuso una “Reconversión Energética” que

replantee la extracción de los minerales y se enfoque en llevar buenos hábitos que ayuden al planeta disminuyendo el impacto del cambio climático a las comunidades, instalando paneles solares, clausurando rellenos sanitarios y recuperar las costas contaminadas (Portafolio, 2018).

2. Realizar una reforma tributaria que reestructure el impuesto sobre la renta para redistribuir la riqueza y bajar el impuesto al valor agregado a un 16%, 3 puntos por debajo del existente. Para esto, completa su propuesta con la creación de una banca pública de economía popular (Amaya, 2018).
3. Crear una nueva política integral que combata al narcotráfico, tratando a los adictos como pacientes regulares de la sanidad pública y no como bandidos.
4. Transformar los centros de reclusión en espacios aptos para la rehabilitación de los presos y no criminalizar la protesta.
5. Eliminar el servicio militar obligatorio y que todos los funcionarios activos puedan acceder a la educación universitaria. Esta propuesta surge a partir del cumplimiento de los pactos realizados con las FARC y las negociaciones con el Ejército de Liberación Nacional (ELN) sobre el cese del conflicto armado (El Espectador, 2018).
6. Modificar la jornada educativa a 8 horas diarias, en las que los alumnos tendrían la posibilidad de estudiar materias técnicas que puedan ser homologables en los institutos de educación superior, obteniendo grados académicos e iniciando una vida laboral más jóvenes (Portafolio, 2018).
7. Creación de un Consejo Nacional del Saber, la Ciencia y la Cultura, que estaría encargado de la coordinación de cuatro entes públicos, Colciencias, Sena, Coldeportes, Ministerio de Educación y Cultura y del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF).
8. Extender el periodo de permiso o licencia laboral por maternidad a 24 semanas y otorgar ayudas económicas a las mujeres que se dediquen al cuidado de adultos mayores, niños, personas con enfermedades graves o con alguna discapacidad, levantado un censo nacional (Petro Presidente, 2018).

Su eslogan de campaña fue “Por una Colombia Humana” siguiendo la línea de su estrategia para la Alcaldía Mayor con “Bogotá Humana”, sin embargo, la frase se simplificó y el logo sufrió algunas modificaciones a lo largo de la contienda.



Imagen 8 Nuevo logo de campaña de Gustavo Petro  
(Noticias RCN, 2018)

Debido a un error en la Registraduría Nacional, el nuevo logo no fue actualizado en el tarjetón electoral pese haber sido autorizado. El ente aseguró que se trató de una falta grave por parte de una funcionaria que sería próximamente investigada por la Fiscalía y por la Procuraduría General de la Nación (Negrete, 2018).



Imagen 9 Cuadro de la Coalición Petro Presidente en el tarjetón electoral.  
(Noticias RCN, 2018)

#### 4.1.3 Sergio Fajardo.

Matemático de profesión, deportista y con una amplia trayectoria en docencia universitaria, Sergio Fajardo inicia su carrera como político mucho después que sus contrincantes, pero con un currículum que llama la atención al electorado que busca un perfil fuera de habitual que se enmarca también en los valores de una familia numerosa, trabajadora y de origen paisa (Fajardo, 2018).

Fajardo dedicó años a la investigación científica ocupando diferentes cargos en el Consejo Nacional de Ciencias Básicas como en la Comisión Nacional de Maestrías y Doctorados. También, fue profesor de la Universidad Nacional de Colombia y la Universidad de los Andes, su alma mater. Adicionalmente, participó como docente visitante de reconocidas universidades del mundo. (Semana, 2018)

En 1995 empieza a ser reconocido en el sector público debido a su participación en la Comisión Facilitadora de Paz para el Departamento de Antioquia del entonces gobernador Álvaro Uribe (Muñoz, 2007). Más adelante, obtiene notoriedad por su rol periodístico en programas de televisión local y como columnista en diarios de tiraje nacional y revistas financieras.

Cuatro años después, fundó el movimiento Compromiso Ciudadano y aspiró a ser alcalde de Medellín. Pero, no fue hasta las elecciones de 2004 que logra el cargo apoyado por la Alianza Social Independiente, en aquellos años Indígena, obteniendo la votación más alta en la historia de la capital antioqueña (Gómez, 2016).

Su destacada gestión en la alcaldía de Medellín fue reconocida a nivel nacional e internacional. Entre las razones se destacó la disminución de los índices de criminalidad y por los planes de parques e infraestructuras para el disfrute de todos los ciudadanos (Dinero, 2015). Todo ello, en el marco de la transformación de una ciudad que había quedado marcada por el terror de los años de Pablo Escobar.

Queriendo repetir la labor realizada como alcalde desde el gobierno nacional, aspiró a la presidencia de la república en el año 2010, sin embargo, terminó como compañero de fórmula en la campaña de Antanas Mockus, con el que lideró la “Ola Verde” o “Revolución Verde” y lograron medirse en una

segunda vuelta en donde resultó ganador Juan Manuel Santos con el 69% de los votos el 20 de junio de 2010 (Georgetown University, 2010).



Imagen 10 Tarjeta electoral del Partido Verde. Elecciones presidenciales 2010 (Gómez & Guzmán, 2010)

Luego de esta derrota, se presentó como candidato a las elecciones para Gobernador de Antioquia, apoyado por el Partido Liberal con el lema “Antioquia la más educada”. El resultado fue positivo, siendo electo y, nuevamente, buenas críticas y resultados sobre su gestión.

A mediados de 2017, después de haber trabajado como catedrático en la Escuela de Gobierno y Transformación Pública del Instituto Tecnológico de Monterrey, empezó a recolectar las firmas para inscribirse una vez más como candidato presidencial, en esta oportunidad por el movimiento Compromiso Ciudadano.

Su candidatura fue respaldada más adelante por la Coalición Colombia (RCN, 2017). En ella, se sumaron los partidos Polo Democrático, Alianza Verde y el movimiento Compromiso Ciudadano, quienes lo nombraron candidato único y lo acompañaron a formalizar su inscripción en marzo de 2018 junto a su compañera de fórmula Claudia López, Senadora de la República y primera candidata homosexual a la vicepresidencia de Colombia.

La estrategia de campaña se basó en exponer sus propuestas de gobierno en mítines, a los que denominó “Conversaciones Ciudadanas”, buscando ese encuentro bastante cercano con sus votantes, más de calle. Las mismas se resumen en 5 ejes:

1. En materia tributaria, mantiene una propuesta de reducción progresiva de las tasas fiscales a las empresas, consideraciones tributarias a las pymes e incrementos a las personas que perciben los mayores ingresos.
2. Continuar las negociaciones con el ELN para el cese del fuego y cumplir los acuerdos vigentes para la implementación de la paz en Colombia.
3. Eliminar los subsidios para las pensiones más altas.
4. Avanzar en los proyectos de transporte intermodal, férreos y fluviales, asegurando el comienzo de las obras en el río Magdalena.
5. Implementar una normativa que obligue a todos los funcionarios públicos a publicar sus bienes, ingresos y declaraciones anuales de impuestos de cara a combatir la corrupción interna.

En cuanto a su publicidad, resultó ser una de las más débiles de la campaña por la falta de técnica y cuidados gráficos en sus piezas. La mayoría de sus retratos se perdían entre un fondo de personas, que intentó llevar el mensaje del “político que se puede tocar”, pero perdió la oportunidad de mostrar la fuerza de la mirada y la vestimenta.

Los colores escogidos le dieron continuidad a su discurso progresista y de alternativa de gobierno ambientalista con un verde limón, el mismo que fue usado en sus campañas anteriores, y el blanco fue utilizado exclusivamente para su lema de campaña.

A favor de su candidatura contó con su propuesta económica, considerada la mejor entre las presentadas por los demás candidatos según varios expertos en la materia (Benson & Trejos, 2018). También, hemos visto su buen currículo en gestión pública y reputación. Este conjunto de aspectos le posicionaba como posible candidato para la segunda vuelta, sin embargo, Fajardo logró quedar como el tercer candidato más votado, muy cerca de Gustavo Petro, quien le solicitó formar parte de su equipo de gobierno, pero éste decidió darle fin a su participación en la contienda.



Imagen 11 Publicidad de campaña de Sergio Fajardo. Elecciones 2018  
(Fajardo, Facebook, 2018)

#### **4.1.4 Germán Vargas Lleras.**

Nieto del expresidente Carlos Lleras Restrepo y político desde los 19 años, Germán Vargas inicia su carrera como secretario de líder político Luis Carlos Galán (Semana, 2018). Consiguió ser concejal de Bogotá, en dos periodos, por el partido Nuevo Liberalismo en 1990.

De su trayectoria política destacan los 14 años como Senador de la Republica, período en el cual se convirtió en la voz opositora al gobierno de Andrés Pastrana y al proceso de paz de año 2001, en donde sacó a la luz una serie de pruebas sobre abusos de la guerrilla en la zona de El Caguan.

En julio de 2003, a sólo meses de haber sufrido un atentado con un libro bomba en su contra (Caracol Radio, 2002), es electo presidente de la cámara y continuó con sus denuncias, perfilándose como uno de los principales líderes de la bancada uribista.

Al concluir su cargo de Presidente del Senado, fue atacado nuevamente con un coche bomba, en lo que sería el segundo de los tres atentados que ha sufrido por parte de las FARC (Diario Exterior, 2005).

Su primer intento en llegar a la Casa de Nariño fue en el año 2010, alcanzando la tercera posición después de Antanas Mockus, consiguiendo casi un millón y medio de votos (Clavijo & Morera, 2018). Después de dicha elección en donde resultó ganador Juan Manuel Santos, es nombrado

Ministro de Interior y Justicia y, posteriormente Ministro de Vivienda, alejándose un poco de los debates sobre el conflicto armado en el país.

Buscando la reelección, el expresidente Santos nombra a Vargas Lleras como su fórmula vicepresidencial para las elecciones de 2014. Una vez proclamados ganadores, Vargas Lleras decide mantenerse al margen sobre los nuevos diálogos de paz con la guerrilla, para enfocarse en modernizar las infraestructuras y construir viviendas para los más necesitados.

Dos años y siete meses después de ser electo como vicepresidente, el Senado aceptó su renuncia y German Vargas emprendió una gira por el país con nuevas aspiraciones presidenciales. Así, se dedicó a difundir los resultados que había conseguido en materia de empleo y vivienda, así como también, queriendo inscribir su candidatura por medio de firmas y no con el aval del partido Cambio Radical.

Sus propuestas se centraban en la creación de bolsas de empleo y la formalización laboral, así como en la protección para la vejez con el programa de Beneficios Económicos Periódicos Sociales (BEPS). (Voto por la igualdad, 2018)

Con respecto a la campaña publicitaria, la línea gráfica presentada puede ser una de las menos amables de la contienda. Se desaprovechó la imagen impecable de servidor público, con un retrato que no lo beneficiaba y que proyectaba rudeza e imposición. El uso excesivo de colores fuertes y filtros, que además distorsionaban un poco su rostro, transmitían confusión en la imagen que el elector tenía de Vargas Lleras, y además, no fueron incluidos detalles de la vestimenta y el buen porte que lo caracterizaban.

Germán Vargas concluyó su campaña con un discurso coherente, demostrando conocimientos, liderazgo y capacidad para conducir al país, pero también, dejó a un lado la oportunidad de dialogar y multiplicar sus propuestas en espacios digitales que limitaron sus convocatorias.



Imagen 12 Publicidad de campaña de Germán Vargas Lleras. (Charria, 2018)

#### **4.1.5 Humberto de La Calle.**

Abogado, docente y diplomático, Humberto De la Calle es el candidato que mayor experiencia en cargos públicos presenta en la contienda presidencial.

Creció rodeado de familiares intelectuales y de tendencia liberal, formándose en los institutos más reconocidos de Manzanares, llegando a ser rector de la Universidad Nacional y la Universidad de Caldas, la misma en la que obtuvo el título de abogado. (Semana, 2018)

Su trayectoria política inicia en el año 1982 cuando es elegido Registrador Nacional del Estado Civil. Luego fue magistrado en la sala penal de la Corte Suprema de Justicia, ministro de gobierno de César Gaviria, liderando la construcción de la nueva constitución del año 1991.

Adicionalmente, fue vicepresidente de Gobierno de Ernesto Samper, después de que este último le ganara en una consulta preelectoral. A poco menos de los dos años de vicepresidencia, De la Calle renunció a su cargo, desligándose de la crisis que generaron las pruebas que involucraban al presidente Samper con dinero proveniente del narcotráfico para financiar su campaña (Associated Press, 2015), por lo que es enviado a España como embajador, y años más tarde, al Reino Unido.

Posteriormente, desempeñó los cargos de Ministro de Relaciones Exteriores y Embajador ante la Organización de Estados Americanos, durante el gobierno de Andrés Pastrana.

Su participación en asuntos públicos más reciente, y probablemente la referencia que tuvieron los nuevos votantes al escuchar sobre Humberto De la Calle, fue la de negociador en el proceso de paz con las FARC. Durante los años comprendidos entre 2012 y 2016 se desempeñó como jefe del equipo negociador (Ochoa, 2012).

Designado para dichos diálogos por el presidente Juan Manuel Santos, obtuvo varios logros reconocibles. Por ejemplo, De la Calle consiguió, junto a su delegación, negociar asuntos como la participación política de sus miembros en la Cámara de Representantes, el desarrollo de tierras campesinas, el reconocimiento de las víctimas del conflicto armado y del manejo de drogas ilícitas.

En 2017, decide presentarse como candidato presidencial y medirse en la consulta del Partido Liberal Colombiano, resultando electo frente a Juan

Fernando Cristo. Humberto De La Calle inscribe formalmente su candidatura con la economista y abogada Clara López, quien había sido anteriormente Ministra del Trabajo y Alcaldesa Mayor de Bogotá, como su fórmula vicepresidencial.



Imagen 13 Tarjetón de consulta popular del Partido Liberal Colombiano.  
(Palacio, 2017)

Sus propuestas fueron enfocadas en atraer al voto joven (Portafolio, 2018), sin dejar a un lado las mejoras en el sistema judicial, la corrupción y los acuerdos de paz, temas con los que ha participado activamente en las redes sociales utilizando la etiqueta #YoSoyDeLaCalle.

Los aspectos más importantes de sus propuestas fueron:

1. Proteger a los empresarios e inversionistas locales de la competencia desleal y apostar por un gran proyecto, de la mano de la empresa privada, para incentivar a los jóvenes que deseen emprender.
2. Realizar una reforma de salud orientada a prevenir enfermedades, informando al ciudadano sobre los hábitos y cuidados que se deben adoptar para preservar su bienestar. Regresar la figura del médico de familia y devolverle la gerencia de los centros de salud especializados a los galenos más preparados.
3. Crear un sistema único de protección a la vejez, que beneficie no sólo a los que reciben pensiones, sino a aquellos que se encuentren en

una situación de vulnerabilidad, para que puedan percibir un ingreso que logre cubrir la canasta básica.

4. Ponerle fin al clientelismo judicial, facilitar el acceso a la justicia y modernizar el sistema, permitiendo la consulta y el manejo de expedientes de manera digital. Esta propuesta viene en conjunto con una ley antisoborno y otra de protección al denunciante que permitirá sumar esfuerzos en la lucha contra la corrupción.

En cuanto a la oferta gráfica de su campaña electoral, destacó la vestimenta formal que recordaba su rol de mediador en el conflicto de paz. Sin embargo, esto contrastaba con la búsqueda de ser asociado con la ciudadanía, por ello el “De La Calle” no tuvo mucha aceptación. Adicionalmente, el carisma que el candidato proyectaba tampoco ayudó a que continuara a una segunda vuelta electoral.



Imagen 14 Afiche de campaña Humberto de la Calle. (De la Calle, 2018)

#### **4.1.6 Jorge Antonio Trujillo y los Promotores del Voto Blanco.**

Pastor cristiano evangélico, nacido en el departamento Norte de Santander, entidad fronteriza con Venezuela. Jorge Trujillo lanza su candidatura apoyado por el Movimiento Político Todos Somos Colombia T.S.C. Durante años, se había dedicado a predicar la palabra de Dios, para luego servir por casi un año como Senador de la República durante la presidencia de Álvaro Uribe. (El Espectador, 2018)

Aunque contaba con una intención de voto inferior a los electores del voto en blanco, este decidió continuar en la contienda electoral con un mensaje claro en su posición de pastor: "Primero Dios, segundo la familia, que es el núcleo de la sociedad, tercero nuestra Iglesia, y cuarto nuestra nación" (El Herald, 2018).

La manera de exponer sus propuestas no trascendió debido a que sólo se presentaba en recintos a puerta cerrada, en donde normalmente se congregaban los fieles de la iglesia que fundó: la Casa de Reino (Pedraza, 2018). Algo similar podía decirse del uso de las redes sociales, en las que pasó sin mayor ruido.

Jorge Trujillo tampoco estuvo presente en medios impresos ni pancartas, y denunció que había excluido intencionalmente. Esto, por no ser invitado a los debates televisados y que no aparecía en las encuestas para que los colombianos no lo reconocieran como una opción. En consonancia con lo anterior, expuso que su campaña había sido discriminada religiosa y racialmente, debido a que su compañero de fórmula vicepresidencial, Fredy Obando Pinillo, también era líder de la congregación cristiana y de raza negra (Pedraza, 2018).

En cuanto a la opción de los Promotores del Voto en Blanco, un exsoldado con discapacidad y un abogado con especialidad en derecho administrativo, se inscribieron en la contienda con el Partido de Reivindicación Étnica (PRE). De esta forma, Wilson Rentería y Gustavo Adolfo Prado, fueron candidatos de una organización política que representa a la comunidad afrodescendiente del Valle del Cauca (El Tiempo, 2018). El objetivo estaba centrado en combatir la abstención y que la ciudadanía conociera el poder de sufragar para demostrar su descontento hacia los otros candidatos.

Aunque ya exista como opción el voto en blanco en el tarjetón, que es según la sentencia C-490 de 2011 de la Corte Constitucional "una expresión política de disenso, abstención o inconformidad, con efectos políticos" (Vargas, 2018), en esta oportunidad, los promotores tuvieron los mismos derechos que los demás candidatos en la elección en cuanto a espacios de propaganda en radio y televisión pública y a la acreditación de testigos en las escuelas electorales.

#### 4.1.7 Los debates televisados.

Desde que inició formalmente la campaña presidencial, los candidatos estuvieron participando en diferentes debates a lo largo y ancho de Colombia. Estos debates fueron organizados en su mayoría por televisoras, circuitos de radio y diarios de circulación regional. Sin embargo, hubo tres grandes debates, dos de ellos televisados y transmitidos a nivel nacional, en donde se pudieron conocer las propuestas de todos en un mismo espacio.

El primero de ellos tuvo lugar en los estudios de Radio Cadena Nacional (RCN) el 19 de abril y fue llamado por grupo informativo como “El Gran Debate”. El mismo fue conducido por la directora de NTN24 y Noticias RCN Claudia Gurisatti, y por el subdirector de Noticias RCN José Manuel Acevedo (RCN, 2018).

El formato de set fue poco común y hasta incómodo. Cada candidato estuvo sentado detrás su mesa de apuntes y debía levantarse para ir al centro del escenario y exponer sus propuestas o replicas en torno a tópicos como el crecimiento y desarrollo del país, el compromiso democrático, el progreso social y la proyección de Colombia en el mundo globalizado.

El debate duró más de dos horas, incluyendo anuncios publicitarios, los cuales no fueron emitidos en la transmisión web por YouTube. Adicionalmente, y como dato resaltante, fue el único en el que participaron seis candidatos: Iván Duque, Gustavo Petro, Viviane Morales, Sergio Fajardo, Germán Vargas Lleras y Humberto de la Calle.



Imagen 15 Frame de la transmisión de "El Gran Debate" de RCN.  
(Noticias RCN, 2018)

Un segundo debate estuvo a cargo de City TV, W Radio y el diario El Tiempo. Con fecha del 24 de mayo, tuvo una dirección menos formal a cargo del director de El Tiempo Casa Editorial Roberto Pombo, y consiguió atraer a la audiencia por tener un espacio en el cual opinar sobre las intervenciones en tiempo real, por la web de ELTIEMPO.COM.

El set estuvo preparado para recibir a los candidatos con atriles anchos que permitían ver parcialmente a cada uno de ellos y las anotaciones o material de apoyo que llevaron, y estuvo cargado de pantallas led que en algunas ocasiones distrajeron al público del debate. Destacaron las posiciones sobre la Jurisdicción Especial de Paz (JEP), las alianzas que podrían generarse para poder gobernar, la lucha contra la corrupción y el futuro de la fuerza pública en el país.



Imagen 16 Frame de la transmisión de El Tiempo. (El Tiempo, 2018)

Sin embargo, el debate con mayor audiencia fue el último de la contienda con un 36.5% de share. En esta oportunidad, la organización corrió por cuenta de Caracol Televisión y se celebró dos días antes de las elecciones, el viernes 25 de mayo de 2018 (Caracol Televisión, 2018). Conducido por los periodistas María Alejandra Villamizar, Rodrigo Pardo y Juan Roberto Vargas con el título “Debate Final, Colombia Decide”, estuvo cargado de señalamientos y críticas entre los candidatos, así como de propuestas y temas álgidos que no habían sido tratados en anteriores ocasiones, como las disidencias de las FARC.

Según la cadena, el evento logró más de dos millones de interacciones en las redes sociales y más de un millón de reproducciones entre YouTube y Facebook. El efecto fue tal que se posicionó la etiqueta #ColombiaDecide como tendencia global.

En esta oportunidad, el escenario estuvo muy bien diseñado, con los 5 candidatos con mayor opción a ganar o pasar a una segunda vuelta electoral detrás de un atril sencillo. Tal disposición permitió a los televidentes, y al público que se encontraba en el set, apreciar claramente cómo se desenvolvían al presentar sus propuestas y el lenguaje corporal que transmitían.



Imagen 17 Frame del Debate Final organizado por Noticias Caracol  
(Noticias Caracol, 2018)

Ahora bien, para tener un reflejo claro de las posturas de cada uno de los candidatos en este debate, se presentan a continuación un conjunto de tablas con los temas tratados, citando los argumentos más resaltantes en el orden que fueron sorteados; en donde SF corresponde al candidato Sergio Fajardo, GP a Gustavo Petro; HC a Humberto de la Calle, ID a Iván Duque y GV corresponde a la expuesto por Germán Vargas Lleras.

<b>¿Es viable bajar impuestos?</b>	<p><b>SF:</b> “Yo no voy a llegar a hacer una reforma tributaria (...) vamos a empezar en primera instancia con el recaudo con la DIAN (...) mostrándole a la ciudadanía que el peso que se recoge se puede devolver a la educación, a la ciencia, a la cultura; nosotros después convocamos a una reforma tributaria estructural”</p>
	<p><b>GV:</b> “Si Colombia quiere recuperar su competitividad, uno de los elementos principales es tener reglas en materia fiscal similares a las que tienen los Estados Unidos (...) no podemos competir con ellos con el doble del gravamen que es lo que soporta hoy el sector productivo” “Tenemos redactada una reforma (...) acabar con el impuesto al patrimonio (...) que el impuesto de renta sea del 30%”</p>
	<p><b>ID:</b> “Lo primero que necesita una economía para crecer es tener un entorno donde haya formalización laboral (...) eliminar gastos innecesarios en el Estado, gastos en publicidad y en eventos multimillonarios (...) una reforma a la administración pública (...) reducir la evasión de renta y de IVA que son 40 billones al año a la mitad para bajar en la carga a las empresas y a los consumidores”</p>
	<p><b>HC:</b> “La estructura tributaria es absolutamente injusta porque le carga la mano a la clase media, a los asalariados (...) estoy de acuerdo en rebajar para efectos de competitividad en los impuestos corporativos (...) los verdaderamente ricos tienen que tener una tarifa más progresiva”</p>
	<p><b>GP:</b> “Unos colombianos terminarían pagando más impuestos y tiene que ver con un criterio esencial, la reforma tributaria debe basarse en la justicia (...) el objetivo es que en Colombia crezca la clase media (...) eso significa en el terreno tributario un frente, los que más deben pagar impuestos en Colombia, son los que más tienen” “Que se estimule transferir riquezas hacia la producción”</p>

<p><b>El problema de la seguridad, ¿Cómo mejorar la seguridad ciudadana?</b></p>	<p><b>GP:</b> “La Policía Nacional tiene que aumentar el número (...) lo primero que hay que hacer es ascender a los 40 mil oficiales y suboficiales, patrulleros (...) fundamental en la policía es el profesionalismo, el respeto a los derechos humanos, la escuela, la educación para el conjunto de la policía” “Hay que afrontar esto (los nuevos carteles y ejércitos privados) con una política antidrogas diferente (...) no debe haber más servicio militar obligatorio si las condiciones de paz mejoran”</p>
	<p><b>HC:</b> “El primer problema de las fuerzas militares y de policía es la vida, lo que tenemos es que salvar la vida y eso es lo que está ocurriendo (...) desde el cese de fuego definitivo con las FARC hace más de dos años, no hay una sola baja en el componente”. “Reconocer un conflicto para solucionar errores del pasado” “Mi tesis, es fuerzas militares profesionales para la defensa de la soberanía de Colombia (...) brindar seguridad con una policía reentrenada” “No servicio militar obligatorio”</p>
	<p><b>ID:</b> “El estándar es tener por lo menos 300 policías por cada 100.000 habitantes y estamos muy rezagados (...) el pie de fuerza tiene que ser aumentado” “La policía necesita personal de inteligencia para infiltrar el crimen” “Hay que avanzar en la denuncia electrónica y en la cooperación ciudadana” “Colombia necesita un estatuto del patrullero (...) que los aumentos no dependan solamente de los ascensos” “La ley del veterano (...) es poder acceder a bienes y servicios donde la sociedad colombiana reconozca el esfuerzo que han hecho”</p>
	<p><b>GV:</b> “Se necesita aumentar el pie de fuerza de Policía” “3.500.000 delitos que se cometen en Colombia (...) pagando condena efectiva no llegamos al 1.5%, hay que avanzar en una judicialización 24 horas al día, 7 días a la semana” “La reincidencia tiene que tener impacto en las penas y en la excarcelación del delincuente”</p>
	<p><b>SF:</b> “Articular la policía con la fiscalía” Crear, “Un proyecto de seguridad ciudadana (...) de forma tal que esos jóvenes no entren a reemplazar a un alias (criminal)” “Atención psicológica, saber por qué están en la puerta de entrada de la criminalidad, por qué se retiraron del sistema educativo”</p>

<p><b>El desafío de las disidencias</b></p> <p><b>Alias “Guacho”</b></p>	<p><b>HC:</b> “Lo que puede pasar aquí, es una especie de desorden en la base de lo que queda de las FARC (...) lo que tenemos que hacer es cumplir (con los acuerdos de paz)” Con respecto a alias Guacho, “esas bandas no están protegidas por el acuerdo y lo que hay es que enfrentarlas y liquidarlas (...) lo haría con cooperación de Ecuador”</p>
	<p><b>ID:</b> “Como presidente les quiero garantizar su proceso reconciliación y su protección (a las bases guerrilleras)”</p> <p>“Alias Guacho no salió a comprar las armas, eran armas que estaban encaletadas (...) hubo fallas estructurales en garantizar la entrega” “La reincidencia y los que quieren seguir en esas zonas grises, sepan que el que la hace la paga, y a alias ‘Guacho’ se le va a acabar la guachafita” “Vamos a buscar mayor cooperación con el Ecuador para acabar con esa estructura criminal”</p>
	<p><b>GV:</b> “No comparto lo dicho por Humberto (De la Calle)”</p> <p>“Denuncié claramente al famoso ‘Guacho’ y tuvo que ocurrir el asesinato de los periodistas para que alguien reaccionara” “El problema de las disidencias (...) es una retaguardia que hoy controla el negocio de la droga y de la minería ilegal” “No es posible (...) reabrir el acuerdo de La Habana para flexibilizar el tema de la extradición”</p>
	<p><b>SF:</b> “Con los jóvenes que están sin oportunidades un plan de choque educativo” “(Mejorar) la relación con el Ecuador para articular las fuerzas públicas de lado y lado” “No tenemos que destruir el proceso (de paz), se tiene que recomponer rápido” Fue el único candidato que enlazó el tema de la educación con el narcotráfico para construir la paz.</p>
	<p><b>GP:</b> “Tenemos la zona de exportación de cocaína más grande del mundo (...) poblaciones marginadas, olvidadas desde hace mucho tiempo y ejércitos privados bajo control extranjero”. También insiste por la cooperación con Ecuador.</p> <p>Como opción para los cultivadores de coca, propone volver al campesino “una familia de clase media en el campo, es decir, propietario agroindustrial” “La posibilidad de sustitución de tierras (...) para quitarle la población a la mafia”</p>

<b>¿Cómo manejaría las relaciones con Maduro?</b>	<p><b>ID:</b> “El Estado colombiano acaba de desconocer las elecciones (en Venezuela)” “Es una dictadura que se vale de elecciones para perpetuarse (...) tenemos que mantener con firmeza la decisión que además ya han tomado varios países, que somos signatarios de la carta democrática interamericana” “Necesitamos que los países de la región (...) pidamos la investigación directa al dictador” “Colombia no puede seguir en UNASUR” “No estoy de acuerdo con una intervención en Venezuela”</p>
	<p><b>SF:</b> “Tenemos que enfrentar, denunciar a la dictadura del siglo XXI (...) tiene que haber una gran presión internacional” “Tenemos que atender de manera solidaria a una gran cantidad de venezolanos que están regresando a nuestro territorio, muchos de ellos con raíces colombianas” “Trabajar para que las condiciones de los colombianos no se deterioren (por los inmigrantes)”</p>
	<p><b>GP:</b> Expone que el régimen colombiano se parece al venezolano “Si Venezuela colapsa, colapsa Colombia por los 4 millones de colombianos que están allá” “(Se deben) lograr elecciones libres y pluralistas en Venezuela” “(Pautar) una conferencia internacional para el éxodo venezolano” “Recobrar la convención americana”</p>
	<p><b>HC:</b> “El ‘castrochavismo’ es el invento del fanatismo (...) lo que se está diciendo es que vamos (Colombia) hacia Venezuela y no será así (...) el riesgo también está por el populismo de derecha” “El caudillismo, el fanatismo, esa configuración mental que está haciendo añicos la verdadera reflexión democrática” “En mi gobierno, salvo en un caso de legítima defensa, jamás habrá agresión militar a Venezuela”</p>
	<p><b>GV:</b> “Lo que está ocurriendo es una verdadera tragedia (...) miles de venezolanos con antecedentes criminales han ingresado al territorio (colombiano)” “Tenemos el éxodo (...) demandando salud, educación, vivienda, trabajo y yo creo que lo peor está por venir” “Se necesita definir una política integral, un mayor control fronterizo, por eso estoy proponiendo la guardia fronteriza”</p>

<b>¿Cómo enfrentar la corrupción?</b>	<p><b>GV:</b> “No es posible que una empresa que haya sido encontrada responsable por la comisión de un delito (...) pueda tener en ejecución un contrato” Sobre la extinción de dominio, “funcionan con el narcotráfico, pero no en los fenómenos de corrupción” “Tenemos que avanzar en los temas de la seguridad jurídica”</p>
	<p><b>SF:</b> “La corrupción es el impuesto más grande que paga nuestro país” “Nosotros sabemos que la corrupción es el sistema (...) el reto está en la forma como se hace la política para llegar al poder, los que pagan para llegar, llegan a robar” “Ni un peso por un voto, ni un puesto ni un contrato para congresistas y así ya vamos derrotando la corrupción”</p>
	<p><b>GP:</b> “La transparencia es básica” “Si en Colombia ganan esas maquinarias corruptas el destino de Colombia es la violencia, es aumentar la desigualdad social, es un estado fallido”. “Mi biografía política es la de la lucha a riesgo de morir contra la corrupción” “Se burlaban de mi declaración de renta, mis deudas superan mis activos (...) nunca concebí la política como el arte de enriquecerse” “El pilar fundamental del régimen de corrupción es la compra del voto”</p>
	<p><b>HC:</b> La corrupción, “es un tema de decisión política”. “El que me pida ‘mermelada’ hay que hacer una denuncia pública así eso genere una crisis, y tengo la capacidad de hacerlo, la experiencia y también la personalidad”</p>
	<p><b>ID:</b> “Aquí se necesitan actitudes concretas” “Voy a empoderar a los ciudadanos para denunciar la corrupción y voy a promover la extinción de dominio exprés para quitarle a los corruptos hasta el último peso del patrimonio, vamos a endurecer las penas y se acaba la vagabundería de la casa por cárcel y la reducción de penas para los corruptos” “Empresa que corrompa un funcionario, ni la empresa ni los dueños ni sus gestores puedan jamás volver a contratar con el Estado” “Desmantelar los carteles de únicos proponentes que están saqueando mucha obra pública en el país” “Si educamos bien al niño, no tenemos que castigar al adulto”</p>

Tabla 1 Posturas del Debate Final. Elaboración propia.

El debate culminó con el agradecimiento de los candidatos a sus compañeros de campaña y a los activistas; siendo Iván Duque el único que nombró en su despedida a su fórmula vicepresidencial Marta Lucía Ramírez. Las frases de cierre, resaltando en negritas la idea fuerza del mensaje, de cada uno de los candidatos fueron:

- Fajardo: Se puede **gobernar con educación**, se puede gobernar sin trampas. Juntos ganemos en la segunda vuelta derrotando a Duque y a Uribe.
- Petro: Hemos convocado a la ciudadanía a la libertad. Este es el momento del **cambio real. La justicia social**.
- De la Calle: No habrá justicia sin **paz**, no habrá desarrollo económico incluyente sin **paz**.
- Duque: Llegó el momento de una **nueva generación**. No voy a gobernar con espejo retrovisor, quiero **mirar hacia el futuro**.
- Vargas: **No es momento para la improvisación**. Yo quiero ser el presidente de Colombia.

Como se puede ver, durante los debates hubo un apego en general a los temas concretos que beneficiaban a los candidatos. Sin embargo, es en ese momento de cierre en el que se produce un cambio que desplaza los discursos a concentrarse en torno a las ideas principales que pueden maximizar el beneficio de las candidaturas. En este sentido, se aprecia como cada uno de los candidatos fue a explotar conceptos que, de acuerdo con un análisis que resumimos en la siguiente tabla:

CANDIDATO	VENTAJA COMPETITIVA	IDEA FUERZA	PALABRA CLAVE EN LOS DEBATES
Sergio Fajardo	Conocimiento	La experiencia para gobernar de forma eficiente	Educación
Gustavo Petro	Antisistema	Necesitamos cambiar el país con justicia social	Cambio

Humberto de la Calle	Experiencia	Salvar el proceso de paz es lo más importante	Paz
Iván Duque	Renovación	Hay que poner el país en manos de alguien nuevo	Futuro
Germán Vargas	Experiencia	Se requiere alguien con experiencia	Improvisación

Tabla 2 Ideas principales de cierre. Elaboración propia

Si bien todos los discursos tienen cierta coherencia, hubo aspectos externos que parecen haber inclinado la balanza. Primero, el contexto de polarización electoral, en el que los electores se concentraron hacia las posiciones percibidas en los extremos; segundo, un centro muy disputado y fragmentado entre dos candidaturas con peso. Todo ello, permitió el triunfo de las alternativas irreconciliables en la primera vuelta.

#### **4.1.8 Las encuestas y resultados de la primera vuelta.**

El ambiente electoral en Colombia estuvo preparado para una lluvia de encuestas. Sin embargo, la confianza en las mismas había disminuido debido a las grandes diferencias que tuvieron con respecto a los resultados del plebiscito sobre los acuerdos de paz con las FARC.

Seis grandes encuestadoras presentaron sus estudios demoscópicos durante la campaña, algunas hasta con 3 entregas. Todas pronosticaban a que se realizaría una segunda vuelta electoral y que en ella se mediría Iván Duque frente a Gustavo Petro. Mientras que el primero presentó siempre una tendencia ascendente, incluso desde antes de inscribir su candidatura, Gustavo Petro, quien se mantuvo en casi todas las encuestas entorno al 25% de intención de voto durante la campaña oficial.

En el siguiente gráfico, se muestra la evolución de la intención de voto desde el mes de enero. Se toma en consideración un promedio de los datos presentados mensualmente por las encuestadoras Invamer, Datexco, Cifras y Conceptos, YanHaas, el Centro Nacional de Consultoría (CNC) y Guarumo en el periodo permitido por la ley electoral.

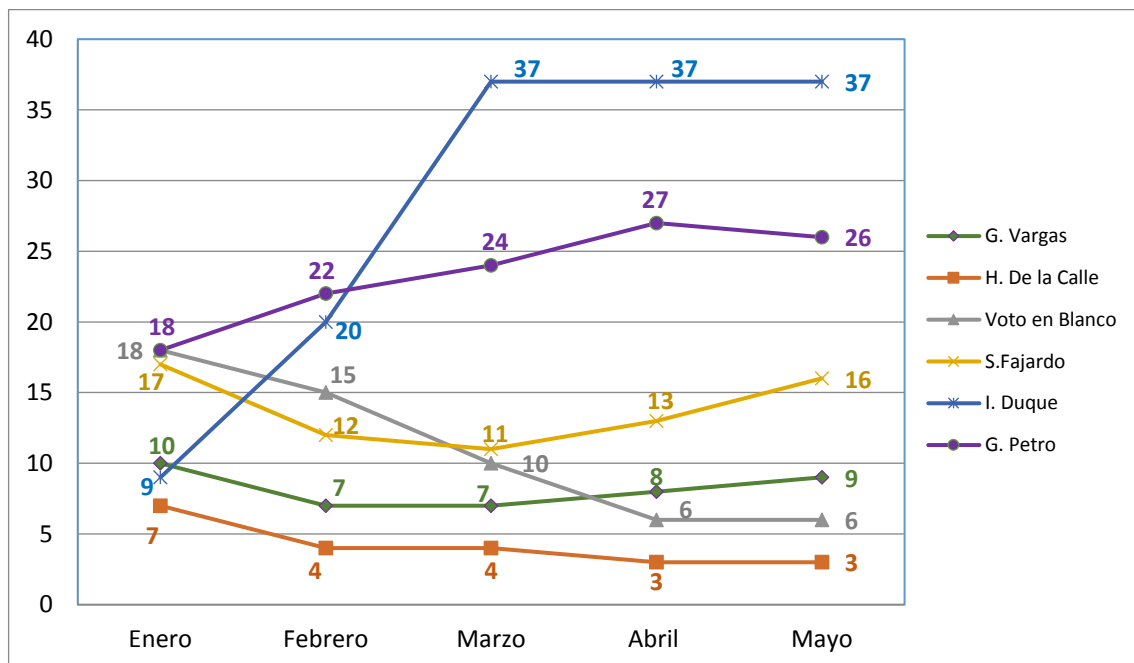


Gráfico 1 Evolución de la intención de voto. Elaboración propia.

Con estos promedios como referencia, la pregunta que se hacían todos era con quién se mediría Duque en una segunda vuelta. Esto, debido a que, si se mantenía la tendencia, muy difícilmente lograría modificar la intención de voto para estar por encima del 50% faltando una semana para las elecciones.

La participación tuvo un incremento de un 13,6% con respecto a la cantidad de personas que sufragaron en la primera vuelta del año 2014. Se trata de casi seis millones y medio más de votantes, quedando los 19.636.714 de los 36.783.940 habilitados para votar, distribuidos de la siguiente manera:

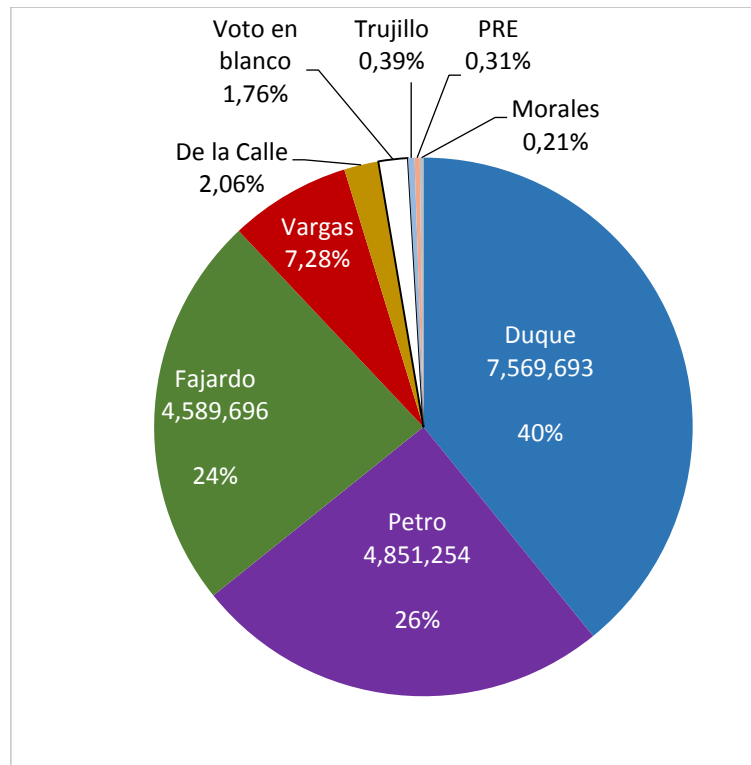


Gráfico 2 Resultados primera vuelta 2018. Elaboración propia.

Como dato curioso, la intención de voto mostrada por las encuestadoras para el candidato Sergio Fajardo, fue la que más diferencia mostró con respecto a los resultados y solo ganó en el Distrito Capital. Las encuestadoras pronosticaban a Fajardo 7 puntos por debajo de Petro y un 6% al voto en blanco. Pero, la serie de debates y entrevistas realizadas la semana antes de las elecciones, en donde no se podían publicar cifras demoscópicas, pudo haber cambiado la opción del elector sin que esta quedara plasmada en un sondeo.

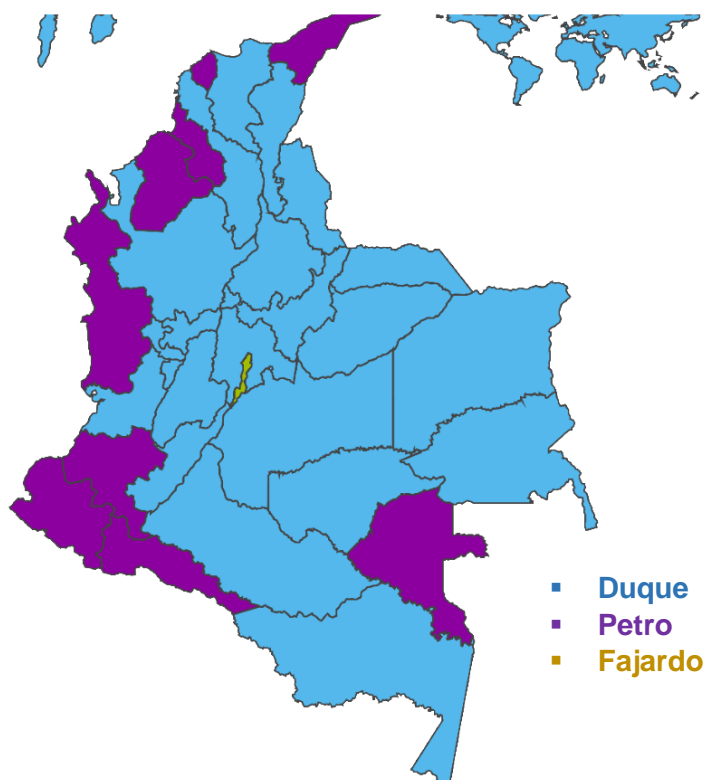


Gráfico 3 Mapa de Ganadores por Departamento.  
(Registraduría Nacional del Estado Civil, 2018)

Los pronósticos por encuestadora en orden de acierto fueron los siguientes:

Encuestadoras	Iván Duque	Gustavo Petro	Sergio Fajardo	Germán Vargas	Humberto De la Calle	Voto en blanco
Garumo	37,6	24,2	16,0	11,0	2,3	5,8
Invamer	41,5	29,5	16,3	6,6	1,9	3,3
CNC	36,0	27,0	18,0	10,0	4,0	5,0
Yanhaas	35,0	26,0	14,0	6,0	2,0	8,0
Datexco	36,0	31,8	16,0	6,2	2,1	6,9
Cifras & Conceptos	35,0	24,0	16,0	14,4	3,5	5,4

Tabla 3 Pronósticos demoscópicos. Elaboración propia.

Las diferencias o errores registrados en las encuestas se detallan a continuación, siendo EA el error absoluto y EAM el error absoluto medio por cada candidato:

Encuestadoras	Iván Duque	Gustavo Petro	Sergio Fajardo	Germán Vargas	Humberto De la Calle	EAM	EA
Garumo	-1,5	-0,9	-7,7	3,7	0,2	2,8	14,0
Invamer	2,4	4,4	-7,4	-0,7	-0,2	3,0	15,1
CNC	-3,1	1,9	-5,7	2,7	1,9	3,1	15,3
Yanhaas	-4,1	0,9	-9,7	-1,3	-0,1	3,2	16,1
Datexco	-2,7	6,7	-7,7	-1,1	0,0	3,6	18,2
Cifras & Conceptos	-4,1	-1,1	-7,7	7,0	1,4	4,3	21,3

Tabla 4 Diferencias entre resultados y pronósticos. Elaboración propia.

#### 4.2 Segunda vuelta.

En esta nueva etapa electoral, los candidatos contaron con sólo 3 semanas para convencer a la ciudadanía a que acudieran a las urnas. Movilizar para intentar vencer la alta abstención que caracteriza los comicios colombianos. En esta oportunidad, parte del llamado se encauzaba en la trascendencia de la elección, donde se presentaban claramente una opción de derecha frente a otra de izquierdas. (Pizarro, 2018)

Dos excandidatos fijaron posición con respecto a cuál opción seguir apoyando en la contienda. Por una parte, Sergio Fajardo prefirió la del Voto en Blanco y no apoyar a ninguno de los candidatos (Ortega, 2018), por otro, Humberto De la Calle hizo lo propio, aunque su partido optó por apoyar a Iván Duque (El Espectador, 2018).

Es entonces, cuando se empezaron a conformar las coaliciones definitivas de cara a las elecciones del 17 de junio, Iván Duque se vio respaldado por 10 partidos políticos. Del total, resaltan los casos del Partido Conservador, el Partido Liberal, Ante Todo Colombia y Opción Ciudadana, como nuevos aliados para la Gran Alianza por Colombia. Por otro lado, la Gran Coalición por la Paz contó con el apoyo 9 partidos, siendo el Polo Democrático Alternativo, Nuestro Partido es Democrático y el movimiento Alianza Verde, los nuevos aliados de la candidatura de Gustavo Petro.

Lo cierto, es que el panorama mostraba una segunda vuelta inédita desde que se implementan elecciones con balotaje en Colombia. El escenario mostraba dos candidatos y más de un 30% de electores que escogieron una opción distinta para presidente. Un conjunto de electores a los que tanto Duque como Petro les

reflejaba un modelo de la Colombia fragmentada. Esa población, de aproximadamente siete millones de votantes decidiría el rumbo del país por los próximos cuatro años.

Un punto destacable es que muchos no se sentían representados por estos dos líderes a nivel de autodenominarse como antipetristas o antiuribistas. Por lo que el desafío para Duque significó afianzar su marca personal y asegurar que su gobierno no sería un nuevo mandato de Álvaro Uribe, así como también que tendría el control total de las decisiones de su gobierno, si este llegaba a ganar.

Ambos políticos decidieron también enfocarse en los electores de centro, intentando separarse de esos “extremos radicales” que muchos colombianos veían como una amenaza e intentar borrar esa imagen del país polarizado por las dos posturas. (Pizarro, 2018, pág. 17)

#### **4.2.1 El finalista: Gustavo Petro.**

La idea inicial de Gustavo Petro de convocar a una Asamblea Constituyente (Petro, "Mi primer acto como presidente será convocar a una Constituyente": Petro, 2017), ya no parecía una buena estrategia para continuar su campaña. El candidato modificó su discurso, manifestando que el Congreso electo dos meses antes, contaba con un bloque de independientes con los que se podían impulsar, de ser necesario, algunas reformas (El Tiempo, 2018); reafirmando que los discursos radicales son más efectivos al inicio de las campañas para asegurar a ciertos electores, para luego moderar esas propuestas y captar a votantes indecisos (Morris, 2003).

No obstante, pocos días antes de los comicios, utilizó frases fuertes contra Duque que este “es una expresión atrasada de la política”, que “las asociaciones para delinquir están con él” y que “Uribe necesita un gobierno de Duque para salvarse en la corte y volver al poder” (Petro, “Uno no puede decir que no es homofóbico si se rodea de homofóbicos”: Petro a Duque, 2018).

Sin embargo, la moderación de Petro se encontraba con barreras altas para sortear el rechazo popular. En una de las encuestas aplicadas por el Centro Nacional de Consultoría, en donde se pretendía saber el “miedo” que generaban los candidatos, quedó registrado que un 38% de los encuestados temía que Gustavo Petro llegara a la presidencia; esto fue en parte por la

desconfianza que generaban las relaciones que tenía éste con el chavismo, y lo populista que podrían resultar sus medidas para la nación en materia económica y de relaciones exteriores.

Este supuesto, lo corrobora también la encuesta de Invamer de Caracol TV, Blu Radio y la revista Semana. En esa medición, el 55,4% de los colombianos consideran que el país está en riesgo de volverse en un futuro como Venezuela.

Sin embargo, supo calar entre sus seguidores como una alternativa a los partidos tradicionales con la bandera y el discurso antipolítico. Un mensaje claro, que llamaba a romper con el molde de las maquinarias y la llamada “mafia en el poder”. Se trató de una estrategia muy parecida a la de Sergio Fajardo, quien estuvo muy cerca, 250 mil votos (EFE, 2018), de superar a Petro en el segundo puesto y ser el aspirante que pasara a la segunda vuelta.

La misma encuesta, también reveló que la nueva intención de voto de un millón y medio de simpatizantes de Fajardo, un 33% de los votos que obtuvo Germán Vargas y la mitad de los electores de Humberto de la calle, se inclinarían a apoyar a Gustavo Petro en la segunda vuelta. En consecuencia, las propuestas de estas candidaturas fueron estudiadas para ser incluidas en un discurso que asegurara el voto de esos simpatizantes. Paralelamente, existía un segundo objetivo de este acercamiento a las propuestas, borrar la imagen autoritaria y poco comprometida con los mercados y la economía.

El escenario ideal para exponer estas nuevas propuestas como un candidato mucho más conciliador, y más centrado, debía ser en un último debate a dos en el que se contrastaran ambos finalistas antes del 17 de junio. Este debate, no fue realizado a causa del aplazamiento de las sesiones Consejo Nacional Electoral, en donde se debía discutir si celebrar o no dicho debate en los canales públicos del estado. Petro, por su parte, aprovechó este episodio para declarar que “Duque está rechazando el debate, le da miedo. Le teme a nuestra coherencia argumental, porque él no la tiene”.

Finalmente, no se lograron la coincidencia de agendas para que se realizara (Redacción Canal Trece, 2018), y los canales privados no tuvieron el tiempo necesario para organizar un encuentro como los anteriores.



Imagen 18 Tarjeta Electoral correspondiente a la elección presidencial del 17 de junio de 2018. (Registraduría Nacional del Estado Civil, 2018)

#### 4.2.2 El finalista: Iván Duque

Luego de una campaña intensa, la clave de Duque para mantener sus números y evitar algún error en la recta final, fue desacelerar considerablemente sus giras por el país y los mítines en plazas públicas. De esta manera, pudo concentrarse en las alianzas estratégicas y eventos puntuales en donde compartiría su visión de país con emprendedores, empresarios y expresidentes. Ese sería el último empujón para ganar la contienda.

Adicionalmente, tuvo que suavizar su discurso sobre temas de política exterior y su propuesta de unificar las cortes, posiciones que estaban encontradas en la primera vuelta con las de otras candidaturas. Por otro lado, sí que continuó con sus propuestas sobre legalidad, equidad y emprendimiento. Duque, aprovechó esta etapa de la contienda para resaltar su juventud y sus ganas de trabajar de cara a un futuro mejor empleando este tipo de argumentos:

Yo represento una generación donde está el 73 por ciento de los colombianos que somos menores de 45 años; una generación que está cansada de la vieja política, que no quiere mirar ni a la izquierda ni a la derecha, sino hacia adelante. (Rubio, 2017)

Sin duda, en la distribución de los partidos hacia las dos grandes alianzas, Iván Duque resultó mucho más beneficiado que su contrincante. La combinación de La Gran Alianza por Colombia, que estuvo conformada por los movimientos políticos más grandes del país, y parte del sector empresarial. A esto debe incorporarse un elemento determinante en la elección como lo fue el manejo del temor en la población colombiana a la experiencia venezolana.

En cuanto al manejo de la publicidad y el contenido en las redes sociales, las tres semanas de campaña registraron un ataque constante del oponente. Sin embargo, Duque se diferenció por usar un lenguaje humilde y propositivo.

Un factor que aventajó mucho a Iván Duque fue la estrategia basada en demostraciones de apoyo por parte de personajes públicos muy reconocidos. Distintas figuras de la farándula nacional estuvieron enviando videos y audios que serían compartidos por miles en las Facebook, Twitter e Instagram.

Los cantantes de vallenatos más famosos, deportistas y actores formaron parte de estos videos. Pero también se recibió el apoyo de ciudadanos, que decidieron enviar voluntariamente su video de apoyo desde su lugar de trabajo o ámbito de acción. Esto último contribuyó a darle un toque más cercano a esta estrategia de respaldo, consiguiendo en algunos videos más de 180 mil visitas.

Otra acción estuvo enfocada en videos de corta duración llamados “Iván el parceró” (Duque, Facebook, 2018). En ellos, se veía al candidato cantando vallenatos, haciendo magia y hasta dominando un balón de fútbol. Estos videos fueron publicados desde su cuenta de Facebook, y coincidieron con el Mundial de Rusia, evento que concentró la atención de los colombianos hasta el mismo día de la elección.

Juan Sebastián Delgado, consultor en marketing político digital, señala que Facebook fue la red social en la que obtuvo mayor crecimiento y mejores resultados, y afirma que:

La campaña tuvo cuentas que funcionaron como una especie de sparring (con quien uno se entrena), por llamarlo así, que generaban polémica y discusión en lugar de él, como las intervenciones del expresidente Uribe, quien fue el que se encargó de combatir a los opositores. Sus contenidos, como los de Petro, iban solo para la gente ya fidelizada y no para los amigos de los seguidores. Fallaron ambos. (Aldana, 2018).

Por el lado de la publicidad paga, tres días antes de la elección tomaron el riesgo de comprar anuncios de Google que fueron reportados y denunciados. Se trataba del posicionamiento de la página de Iván Duque cuando los usuarios escribían “Gustavo Petro en el buscador, una crisis que fue olvidada rápidamente y que el elector dejó pasar luego de que dicho anuncio desapareciera al día siguiente.

Las plataformas fueron entonces, el gran empujón de Duque. Según una encuesta realizada por el Centro Nacional de Consultoría sobre las percepciones y opiniones acerca de internet en Colombia, casi la mitad de los encuestados aseguraba que la información que veían o leían en las redes influía en su intención de voto (Rincón, 2018). Además, a medida que avanzaba la campaña, las personas se mantenían atentas a las noticias y acusaciones subidas de tono entre los candidatos, para comentarlas entre sus compañeros de trabajo y amistades.

Si bien Gustavo Petro triplicaba en seguidores a Duque, sumando más de 4 millones y medio de usuarios, el candidato Centro Democrático supo utilizarlas para escuchar las propuestas de los ciudadanos. Mientras tanto, el expresidente Uribe era el encargado de arremeter *digitalmente* con acusaciones y asociaciones con el chavismo a Petro.

También, y como era de esperarse, fueron empleadas las Noticias Falsas. Estas piezas fueron diseñadas con mucho atino y publicándose en momentos claves de la recta final de la campaña. De esta manera, se buscaba que el elector pusiera en duda la integridad o los valores de cada uno de los candidatos.

El ejemplo más controversial, fue la noticia utilizada por el comando de Duque en donde hablaba de una supuesta hija de Petro, que este la había abandonado, todo acompañado por la imagen de una actriz del cine pornográfico. Se trató de una información que circuló durante varios días en las redes sociales. (Colombia.com, 2018)



Imagen 19 Respuesta a noticias falsas. (PetroTwitter, 2018)

Por su parte, Duque estuvo alejado de las confrontaciones en las redes. El candidato, se concentró en el contacto con los ciudadanos y en darle un poco más de protagonismo a su familia, reforzando su humildad, simpatía y valores.

Con respecto a su desenvolvimiento en actos públicos y debates, varios especialistas en marketing político, como Nury Gómez, Juan Delgado y Carlos Arias, coinciden en ciertos aspectos positivos de su campaña. Un tema puntual destacado fue el uso de sus manos, sobre todo para señalar con el puño y el dedo índice, con el que acentuaba las problemáticas y temas álgidos a tratar, transmitiendo también seguridad con el movimiento de estas. (Sánchez, 2018)

Señalan también que su apariencia física es agradable, que su cara expresa amabilidad, confianza y tranquilidad, haciendo más creíbles sus propuestas, y que utiliza la sonrisa como forma de acercarse a las personas. Su vestimenta fue también un acierto, utilizó una especie de uniforme para hacer campaña con una camisa ajustada que contaba con su nombre y logo, muy similar a las que usaron los miembros de su equipo, e incluía algunos accesorios como sombreros, pulseras o bolsos típicos de algunas regiones cuando las visitaba. Sólo vistió traje formal, y sin corbata, cuando acudió a los debates.

Esta segunda etapa de campaña también se caracterizó por las alianzas de expresidentes y políticos de administraciones pasadas. Esto pudo generar

rechazo por una parte del electorado, que considerara incongruente la propuesta de Duque en donde planteaba gobernar “sin espejo retrovisor”. Naturalmente, esta imagen mental entraba en conflicto con otra donde iba a estar acompañado por personajes tradicionales. No obstante, hubo un enfoque diferente para mostrar todo como un reconocimiento del esfuerzo y la experiencia, con la finalidad de tranquilizar a la otra parte de los votantes.

En su discurso del 28 de mayo, un día después de haber ganado la primera vuelta, presentó a los que habían sido parte de su equipo de asesores y de campaña, y a los que desde ese día serían sus aliados para gobernar:

Con Marta Lucía empezamos una coalición que ha ido creciendo, que ha contado con el respaldo de personas como el doctor Alejandro Ordóñez, como Angelino Garzón, como Viviane Morales, como los amigos del MIRA, como los amigos de Colombia Justa Libres, con las bases conservadoras, con bases también de otros partidos, como el Partido Liberal, con independientes, pero ante todo también quiero esta noche, expresarle mi gratitud a mi partido, al Centro Democrático, a una gran bancada.

Darles también mi gratitud a esas dos personas que ayudaron a liderar esta coalición, cuando estábamos discutiendo a comienzos del año 2017 cómo darle vida. Y quiero hoy desde la distancia expresarle mi gratitud, mi admiración y mi afecto, al expresidente Álvaro Uribe Vélez, y también hacerle un gran reconocimiento al expresidente Andrés Pastrana quien está con nosotros desde hace tiempo... (Duque, 2018)



Imagen 20 Discurso de victoria, primera vuelta. (Melgarejo, 2018)

### 4.2.3 El mensaje.

Si bien fue una campaña cargada de señalamientos y ataques de ambos lados, la imagen transmitida al público por Iván Duque fue de tranquilidad, compromiso y aires de ganador. El uso de cifras y ejemplos técnicos correspondían plenamente con el perfil que quisieron destacar en Duque. En consecuencia, la elección de transmitir un mensaje positivo, construido por sus asesores, fue acertado para esta etapa de los comicios tomando como referencia a sus votantes-objetivo.

Para entender mejor a dichos votantes es menester atender a su situación socioeconómica. En este aspecto, pocas herramientas tienen el alcance nacional que posee la estratificación socioeconómica.

La estratificación socioeconómica en Colombia trata la clasificación en estratos de los bienes inmuebles de uso residencial en el país que deben recibir servicios públicos (DANE, Sin fecha). Todo ello, con la finalidad de diferenciar el cobro entre zonas de mayores y menores recursos. Para Colombia, este es uno de los factores sociodemográficos más relevantes en los estudios demoscópicos.

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Entidad responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales de Colombia; los estratos socioeconómicos en los que se segmentan las viviendas son los siguientes: 1. Bajo-bajo, 2. Bajo, 3. Medio-bajo, 4. Medio, 5. Medio-alto y 6. Alto.

En donde los estratos 1, 2 y 3 corresponden a estratos bajos y acoge a los usuarios con menor capacidad adquisitiva; siendo beneficiarios con subsidios en los servicios públicos domiciliarios. El estrato 4 no es beneficiario de subsidios, ni debe pagar sobrecostos, este deberá pagar el valor exacto que la empresa defina como costo de prestación del servicio. Finalmente, corresponden a los estratos 5 y 6 los usuarios con mayores ingresos económicos, quienes deben pagar sobrecostos (contribución) sobre el valor de los servicios públicos domiciliarios (DANE, 2015).

Tomando en cuenta esta clasificación, el mensaje debe ir dirigido al 34% de electores pertenecientes al estrato 4,5 y 6 afines con el proyecto de Iván Duque, los cuales representan a más de 3 millones de ciudadanos. No obstante, uno de los aspectos que debe considerarse es el “policlasismo” del

apoyo a Duque, que igualaba a Petro en sondeos de primera vuelta en los estratos 1, 2 y 3. (CELAG, 2018)

Adicionalmente, el público considerado voto duro no perteneciente a las filas del partido, se encuentra residenciado en su mayoría en zonas rurales, que reflejan el 15% de la población electoral; estos votantes ascienden a 3.4 millones con intención de voto hacia la opción uribista.

Otra población interesante, sobre todo por que simpatiza en su mayoría con Gustavo Petro, son los jóvenes entre 18 y 24 años. El reto del mensaje se orientó a incrementar ese 30% de apoyo juvenil con el que ya contaba Duque (CELAG, 2018). El mensaje debía ir enfocado también hacia los electores del segmento entre 44 y 55 años de estrato 4; personas que desean emprender luego de haber trabajado por cuenta ajena y con un núcleo familiar establecido.

Se debía desarrollar un discurso de renovación en la zona centro cafetalera, especialmente Antioquia, en donde casi la mitad de la población expresa su rechazo hacia Petro y Duque encontró sus mayores niveles de apoyo. Asimismo, resultó fundamental reforzar el discurso del combate a la corrupción contrastando la realidad venezolana en los estratos 1,2 y 3, el cual se ha visto muy afectado por la ola migratoria que busca mejores oportunidades de vida.

## 5. RESULTADOS ELECTORALES

---

El 17 de junio se efectuó la segunda vuelta electoral. Como vaticinaban las encuestas, el candidato Iván Duque consiguió la victoria, convirtiéndose en el presidente más joven de la historia republicana de Colombia con 42 años.

Gustavo Petro necesitaba una participación masiva, especialmente en la capital. Allí contaba con la experiencia de ser alcalde, y esos votos de la capital podrían permitirle competir. Sin embargo, Duque se llevó la victoria por más de 2 millones 300 mil votos.

Todos los actores coincidieron en que fue una jornada marcada por el civismo, pero también por la baja participación en horas de la mañana. Esto fue asociado con una fecha mundialista de Rusia 2018. En ese día, en horas de la mañana de Colombia, se realizó el partido en el que se enfrentaron México, que contaba con un director técnico colombiano, y Alemania.

Ante esta actitud de los electores, el expresidente Santos declaró “Si están viendo el partido, salgan a votar y luego sigan disfrutando del Mundial”. Por su parte, el candidato Gustavo Petro de manera jovial agregó que “Si gana México es que va a ganar Petro en Colombia”.

La novedad en estas jornadas electorales fue la manera en cómo los colombianos fueron conociendo los resultados de las mesas electorales en tiempo real. Todo ello, a través de una aplicación móvil llamada simplemente "Colombia 18 - Elecciones Presidente y Vicepresidente". Esto significó una labor extraordinaria para la Registraduría Nacional, quienes estuvieron publicando desde las cuatro de la tarde los avances del escrutinio desde esta aplicación, la cual fue totalmente gratuita y estuvo disponible para Android o iOS.

Esta aplicación mostró además los avances por municipio, departamento y de manera general como iban las elecciones en el país y ofreció también en detalle los votos obtenidos para el Senado y la Cámara de Representantes. El ente regulador del proceso electoral recordó que los resultados que se publicaban eran producto de un preconteo o conteo rápido de las mesas electorales, por lo que tenían carácter meramente informativo y no jurídico vinculante. Los resultados oficiales serían dados por el Consejo Nacional Electoral una vez terminara el proceso de escrutinio a cargo de las comisiones encargadas.



Imagen 21 Frames de la aplicación 'Colombia 18'. Elaboración propia.

De esta manera, se conoció una tendencia irreversible a pocas horas de haber terminado el proceso; Iván Duque era el presidente electo de Colombia. Igualmente, al analizar las estadísticas, figuraba el partido Centro Democrático como el gran triunfador a nivel regional en cuanto a partidos políticos.

El partido del nuevo presidente había ganado 24 de 32 departamentos y 19 capitales del país, quitándole a Gustavo Petro 2 regiones en las que había ganado en la primera vuelta: Córdoba y La Guajira. Es importante resaltar la diferencia de votos entre la primera y la segunda vuelta electoral, la cual hacemos mediante este gráfico, ya que Petro obtuvo un mayor crecimiento en votos en la segunda vuelta, pero no fueron suficientes dada la ventaja que alcanzó Duque el 27 de mayo. Petro sólo redujo la diferencia en cerca de 380 mil votos.

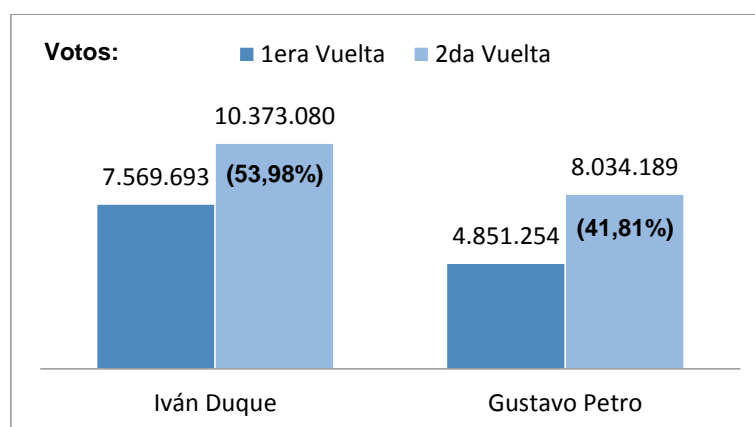


Gráfico 4 Votos obtenidos en la primera y segunda vuelta. Elaboración propia.

Duque creció en esta última elección 2.803.387 votos con relación a la primera vuelta, cifra que casi iguala a los votos obtenidos solamente en el departamento de Antioquia, en donde ganó 124 de 125 municipios.

La Registraduría Nacional le reconoció el triunfo absoluto en las capitales colombianas de Armenia, Arauca, Bucaramanga, Cúcuta, Florencia, Ibagué, Leticia, Manizales, Montería, Neiva, Pereira, Puerto Carreño, San Andrés, San José del Guaviare, Valledupar, Villavicencio y Yopal. Duque también triunfó en el voto exterior, logrando más de 170mil votos y triunfando en los estados fronterizos de Venezuela en donde existen campamentos guerrilleros.

Petro por su parte, obtuvo un crecimiento de 3.168.374 votos, adjudicándose el triunfo en las capitales Barranquilla, Cali, Cartagena, Mitú, Mocoa, Pasto y Pasto Popayán, Quibdó, Riohacha, Santa Marta, Tunja, Sincelejo y el Distrito Capital. El triunfo en Bogotá fue el más relevante y sorpresivo por su polémica gestión como alcalde, cosa que muestra un acierto en la apuesta de la campaña.

## 6. CONCLUSIONES

---

Respecto a la primera de las hipótesis planteadas al inicio del trabajo, podemos plantear con claridad una serie de resultados que arrojan luz sobre las mismas.

Tan temprano como en el año 2017, meses antes de la elección Iván Duque fue invitado a un debate en el programa Zona Franca (2017), para debatir cara a cara frente al que sería su contrincante en el balotaje. Allí, parte del mensaje que caracterizaría la campaña. Iván Duque posicionó 3 ideas principales que serían el eje de su programa electoral: Legalidad, Crecimiento y Equidad. A lo largo de la entrevista, surgieron temas que serían constante en la campaña: uribismo, privatización, persecución política, gestión, crecimiento, reformas y Venezuela.

Durante el programa apareció frecuentemente el tema de las propuestas y decisiones de gobierno. Gustavo Petro enfatizó en una dicotomía que trató de posicionar a lo largo del programa: políticas de vida frente a políticas de muerte. Por su parte, Duque aprovechó para colocar temas como la reforma fiscal, simplificar trámites y manejar el tema álgido del fracking, ante el cual afirmó que “debemos tener la certeza de que allí donde haya riesgo de poner en peligro reservas acuíferas no se hace.”, agregando que “no se pueden estigmatizar sectores, eso es hacer populismo político.”

Se delineó así el proceso de enmarque del candidato rival como populista: “Nuestra política tiene que estar cimentada, lo social nuestro viene de un modelo donde la educación sea sostenible... el modelo populista es pan para hoy hambre para mañana, así fue su gobierno en Bogotá”, concluyó en referencia al período de Petro como alcalde.

Algunos días después, Gustavo Petro apareció en una entrevista en la televisora Caracol (2017). Allí volvió a aparecer el tema del populismo, así como también su asociación con Venezuela y el chavismo. “Era lo mismo que decían con Gaitán”, respondió, intentando asociarse con el histórico líder popular Jorge Eliécer Gaitán. Se trató de un guiño a lo que sería la frase que acompañaría su publicidad: “Galán está vivo”, que, si bien no se trataba del mismo personaje, sí que le permitía iniciar su posicionamiento como líder del contrapoder en el país. Inmediatamente explica que:

Esos son miedos que se intenta crear, y esos miedos tienen un objetivo político, que no se produzca un cambio en Colombia... Chávez hizo una promesa electoral...una promesa que quedó incumplida, ¿en qué sentido quedó incumplida? En que realmente no se puede construir una equidad social, una justicia social, en una economía extractivista.

Dicho esto, agrega que: “Es Uribe y un poco antes Pastrana, los que construyeron una economía parecida a la del chavismo.”. Algunos meses más tarde, Petro intentó martillar sobre la idea de la conexión del uribismo con el chavismo afirmando que el primero era la versión derechista del segundo (Caracol Radio, 2018). Durante su participación en un acto, Petro afirmó que:

Cuál es el camino de Duque, el camino de Duque es el camino de Maduro, que es el mismo camino de Donald Trump. Trump, Duque, Maduro hacen parte del mismo partido político, si lo queremos ver en términos de chavismos, Duque es un chavismo de derecha.

Así, aparecen dos de los aspectos clave que incidirán en la campaña: el énfasis de Duque de hablar de temas económicos, de futuro, de reformas fiscales y de superación del pasado; y el esfuerzo de Petro de deslindarse del fantasma del chavismo que ya cobraba víctimas electorales en otros países.

Cuando se conocieron los resultados de la primera vuelta, Iván Duque fue abordado por los medios para obtener sus impresiones. Allí, el candidato, ahora conocedor de su pase al balotaje y el enfrentamiento venidero con Petro, apeló a identificarse como el emblema de una “nueva generación de colombianos, que quiere gobernar con todos y para todos.” (Telesur, 2018)



Imagen 22 Tweet de la cuenta oficial de @IvanDuque.

Ahí se aprecia la presencia de dos elementos característicos asociados con el jingle de campaña “El futuro es de todos”, a saber: juventud, aunque no de forma explícita, y el concepto de gobierno de todos y para todos.

En su discurso de primera vuelta ante sus seguidores (NTN24, 2018), Duque inició su discurso con la frase “Los resultados de hoy son de ustedes, porque esta campaña no es un proyecto individual, no es un proyecto vanidoso, es un proyecto colectivo que le da una oportunidad a una nueva generación que quiere gobernar a Colombia con un proyecto de todos y para todos.”.

Destaca nuevamente el énfasis en dos ideas que hacen vida en la imagen y el slogan del candidato: nueva generación, asociada con la imagen mental de futuro; y el tono inclusivo de la propuesta al hablar de un proyecto de todos y para todos.

En marzo, durante una entrevista en CNN, Iván Duque planteó que en su campaña

...le estamos hablando a Colombia pensando en el futuro. No seguir atrapados en los debates de izquierda y derecha, sino pensar en una visión de país donde todos quepamos, donde el futuro sea para todos con legalidad, emprendimiento y equidad. (Duque, Entrevista al candidato presidencial por el CD - Iván Duque en CNN- 25 de marzo de 2018, 2018).

Algunos minutos después, Duque es interrogado, a raíz del tema sobre la libertad de expresión en Colombia, acerca de la posible injerencia del expresidente Álvaro Uribe Vélez en las decisiones gubernamentales. Su respuesta se construye en clave de superación del pasado, posicionando nuevamente la idea de futuro: “...yo no voy a gobernar con el espejo retrovisor, sino que voy a gobernar mirando a través del espejo panorámico pensando en el futuro...” (2018) El argumento concluye martillando las ideas principales de su campaña afirmando que: “...lo que a mí me interesa es decirle a todos los colombianos que aquí tenemos que pensar es en un proyecto que nos una. Yo estoy invitando a todos los colombianos a unirse en un proyecto de futuro.”

En mayo de 2018, 24 horas después de conocer su paso a la segunda vuelta, Iván Duque vuelve a CNN para una entrevista en la que se plantea el escenario de cara a la segunda vuelta. Nuevamente, uno de los primeros temas en los que enfatiza son la juventud y renovación política de una nueva generación que llegaría al poder junto a él (Duque, Iván Duque: No hay enemistad con Petro, 2018). Al respecto, Duque afirmó que:

Yo quiero seguir invitando a todos los colombianos, a todas las bases de todos los partidos, para que se unan a este proyecto de legalidad, emprendimiento y equidad. Porque yo siento que ya le llegó el momento a una nueva generación de gobernar Colombia y de hacerlo pasando las páginas de la vieja política.

Al ser consultado sobre su enfrentamiento con Petro en segunda vuelta, procedió a enmarcarlo dentro de los aspectos negativos bien identificados:

Yo con el doctor Gustavo Petro tengo diferencias de fondo, en lo político, en la visión de país. Yo no creo en un modelo estatista. Yo no creo en un modelo expropiador. Yo no creo en el odio de clases... Yo no creo en un país que lo esté dirigiendo el Estado en todo. Yo quiero que haya libertades. Y, además, yo no creo en el odio de clases, porque además para mí siempre es más importante siempre la fraternidad entre empleadores y empleados... Este país lo que necesita es unión. Yo siempre me he denominado una persona de extremo centro. Creo en el centro. Creo en la posibilidad de buscar equilibrios democráticos. Donde podamos ventilar diferencias, pero concentrarnos en las cosas que nos unen. (2018)

Desde el inicio, la clave del mensaje desarrollado por Iván Duque se ha centrado en tres temas centrales. El primero de ellos, la llegada de una nueva generación de políticos al poder, encabezada por el mismísimo Duque, cosa que le permitió marcar diferencias importantes con el resto de los candidatos en la primera vuelta, neutralizando el elemento de la inexperiencia en el gobierno; asimismo, en una segunda etapa de campaña, le permitió diferenciarse de Petro en cuanto Duque argumentaba la antigüedad de las ideas defendidas por el candidato rival.

En segundo lugar, Duque se apalancó en el tema del crecimiento. Esto constituyó quizá el aspecto más racional del discurso. Sin embargo, el trabajo de convertir el tema económico en algo aspiracional se notó a lo largo de los discursos, debates y entrevistas. Nótese que, en cada uno de los episodios de campaña que se ha revisado en este trabajo, las propuestas económicas aparecen en una dualidad racional y emocional que le permite ser asociada con la idea de futuro próspero.

Un tercer elemento le da consistencia y moderación: la apelación al colectivo. En cada intervención posible, Duque posiciona al conjunto de los colombianos como actores decisivos de su programa, de sus ideas, y de sus acciones. Tanto para calmar los miedos de una eventual persecución política, como para tranquilizar a quienes temen por la polarización del país, el candidato plantea discursivamente un escenario inclusivo, sin rencores ni deudas.

Respecto al tema Venezuela y su presencia en la campaña, debe decirse que desde febrero de 2018, algunos meses antes de la primera vuelta, el tema Venezuela es utilizado como arma electoral. En una nota de La FM, Duque aprovecha de enmarcar a Petro como sinónimo de populismo y castrochavismo. Dos frases resumen lo que es el discurso de campaña en este tema: “Imagínese por un momento que usted no es feliz. ¿Qué estaría haciendo? Miércoles, no sé... gobernado por Petro quizás... El populismo no le puede servir a este país, ya Bogotá lo experimentó y casi destruye esta ciudad”, a lo que agrega “Lo primero que tendríamos que hacer es evitar que

gane –por eso queremos ganar las lecciones–, para que Colombia no tenga el espejo de Venezuela”. (LA FM, 2018)

Esto podría ser un caso puntual en cualquier precampaña. Sin embargo, algunos días después, Iván Duque, en un acto público en Barranquilla repitió el argumento. En arenga pública, el candidato llamó a los colombianos a tomar conciencia de que Colombia no podía permitirse “que el país cogiera los caminos que está recorriendo Venezuela”. (El Heraldo, 2018)

Asimismo, aprovechó el mensaje de advertencia para aclarar que no había motivo para preocuparse en exceso. “Tengan la plena certeza de que nosotros no vamos a dejar que eso pase en nuestro país. Jamás permitiremos que Colombia atraviese las crisis por las que está pasando el país vecino” (El Heraldo, 2018)

En esto, la campaña de Duque tuvo un gran acierto, movilizándolo la opinión pública y la atención de los medios a buscar respuestas por parte de Petro (Petro, "El 'castrochavismo' no existe": afirma Gustavo Petro, 2018).

Sin embargo, este uso de Venezuela en la campaña pudo convertirse en un problema. En Bucaramanga se produjo un problema para la campaña que pudo culminar en acusaciones de xenofobia a raíz de una supuesta publicidad de campaña. La colocación de vallas propagandísticas con la imagen de campaña de Duque y su compañera de fórmula bajo el lema “No quiero vivir como venezolano” fue tomado de forma muy crítica en redes sociales. Esto obligó a la campaña a emitir un comunicado desligándose de la pieza publicitaria en cuestión. (Semana, 2018)

A pesar de no haberse definido la responsabilidad del asunto. Lo cierto es que el posicionamiento del mensaje obligó a declaraciones sucesivas por parte de Petro y su compañera de fórmula Ángela María Robledo. En marzo de 2018, durante una entrevista con el periodista Jorge Ramos, apareció nuevamente el tema. La pregunta de Ramos a Petro sobre su posible admiración a Hugo Chávez es contestada de forma vaga.

JR: Ud. En marzo 5 de 2013 dijo en un tweet dijo lo siguiente ‘viviste en los tiempos de Chávez y quizás pensaste que era un payaso. Te engañaste. Viviste los tiempos de un gran líder latinoamericano.’ ¿Un gran líder latinoamericano? Él tuvo prisioneros políticos, responsable de muchas muertes, censuró y controló a todos los medios de comunicación. ¿Eso es un gran líder político?

GP: A mí me parece que Chávez murió y en su muerte una parte de Venezuela lo admira y otra no...

JR: Pero Ud. Señor Petro, lo están ligando con el porque el temor es que Ud. Va a hacer lo mismo. Ese es el temor de muchos colombianos.

GP: Yo no puedo hacer lo mismo por dos razones fundamentales. En primer lugar porque lo que yo estoy proponiendo es separar la economía colombiana del petróleo y el carbón. Si vas a comparar lo que se ha hecho en Venezuela con lo que proponen los candidatos. Tu lo que ves es que es similar a lo que pasa en Venezuela hoy, a lo que están proponiendo Vargas Lleras, Duque, lo que ha hecho Santos, Uribe.

JR: Pero, no me ha querido contestar. Es muy sencillo si para Ud. Chávez fue un dictador o no.

GP: A mí me parece que lo eligieron popularmente.

JR: O sea, que para Ud. No fue un dictador.

GP: Me parece que, a su muerte, lo que está ocurriendo en Venezuela es el crecimiento de un autoritarismo que está acabando con todas las libertades...

JR: Muy bien, ¿Ud. Cree que ya no hay democracia en Venezuela y que Nicolás Maduro es un dictador en Venezuela?

GP: Eso es diferente. Yo sí creo que a Venezuela se la está carcomiendo la corrupción y el autoritarismo.

JR: Muy bien, y déjeme pasar a un tercer tema. ¿Para Ud. Raúl Castro es un dictador es un dictador en Cuba?

GP: Yo pienso que toda economía estatizante termina matando las libertades.

JR: Sí, pero la pregunta es muy sencilla, si para Ud. Raúl Castro es un dictador...

GP: Un régimen sin libertades es una dictadura. (Petro, ¿Admiraba Gustavo Petro a Hugo Chávez? Esta fue la respuesta del aspirante presidencial colombiano, 2018)

Nótese el proceso que va mostrando la incomodidad creciente de Petro al responder. En la grabación se aprecia una postura pésima, sin contacto visual, con un tono de voz decreciente y una capacidad argumentativa que va degenerando hasta las respuestas más parcas. Si a ello agregamos la pésima comunicación no verbal del candidato durante la entrevista, se puede entender lo incómodo que se mostraba Gustavo Petro ante las preguntas recibidas.



Imagen 23 Captura de la entrevista de Jorge Ramos a Gustavo Petro.

Se entiende, pues, el notable éxito del posicionamiento inicial planteado por los mensajes de Iván Duque sobre la cercanía de Petro con el chavismo. Habiéndose constituido en un bastión para la izquierda en las horas más bajas del chavismo en la región, Gustavo Petro y su equipo de campaña fueron incapaces de blindarse ante los ataques. Petro fue un blanco fácil, no solo para la campaña de Duque, sino para entrevistadores incómodos como Jorge Ramos.



Imagen 4 Tweet de la cuenta oficial de @petrogustavo.

No importó la crítica hecha a regañadientes al chavismo de la fase actual con Maduro en el poder. Tampoco fue efectiva la declaración de la candidata a la vicepresidencia de Petro, quien afirmó que en Venezuela ya no existía una democracia (EFE, 2018).

La campaña de Duque aprovechó un conjunto de ideas instaladas en la mente de los colombianos y algunos medios para encapsular a Gustavo Petro como un castrochavista.

Para sintetizar, el planteamiento de la campaña de Iván Duque parece haber llevado a cabo cada uno de los 6 pasos definidos por la Teoría del Mensaje. Al respecto podemos decir que:

1. Con respecto al Análisis de la Demanda Política: aunque es uno de los temas más complicados de definir, por el nivel secretismo que necesita superarse. Sin embargo, en el análisis que se ha realizado de la campaña y el discurso se pueden encontrar algunos aspectos decisivos. Debe decirse que la campaña supo identificar bien las oportunidades que existían en el contexto, definiéndose los temas principales de la demanda ciudadana y dirigiendo el mensaje hacia ellos. Hemos visto que, en los debates, discursos y entrevistas de la campaña y precampaña, Iván Duque hizo énfasis en el tema económico, de crecimiento y modernización de la economía colombiana. También fue profusa la asociación constante de su candidatura con la llegada al gobierno de una nueva generación que superase el pasado. Asimismo, no escasearon los comentarios relacionados con la política fiscal y la importancia de incentivar el emprendimiento, las inversiones y el empleo.
2. Con respecto al Análisis de la Oferta Política: aunque se repiten las limitantes del análisis de la demanda, podemos concluir que desde la campaña de Iván Duque identificó los perfiles rivales para aprovechar las debilidades de cada uno de ellos. En este sentido, Iván Duque fue presentado como un candidato joven con la visión de país de la que carecían sus competidores. Desde el análisis de la oferta política, Iván Duque fue un candidato que se presentó como la renovación del país, sin improvisaciones. Un candidato que se diferenciaba de todos los demás por su relativa juventud, por cierta novedad, y por asociarse con la modernización de un país dentro de los cánones que había transformado a Colombia durante los últimos 20 años. Así, mientras el resto de las candidaturas enfatizaban el uribismo de candidato, él supo ofrecer algo diferente con perspectiva a futuro.
3. Casar la oferta con la demanda: tal como se define en la Teoría del Mensaje, la campaña de Iván Duque parece haber completado la asociación de la demanda por un gobierno modernizador dentro de los

cauces normales, aspectos caros al votante mayoritario colombiano, con una candidatura que planteaba una modernización calmada. Así, el mensaje que se proyecta desde todos los ámbitos es de juventud, futuro y confianza, fruto de la correcta identificación de las debilidades rivales, a saber: vejez, pasado, retroceso, FARC, Venezuela.

4. Precisar el mensaje: el análisis que hemos desarrollado en páginas anteriores permite concluir que la campaña de Iván Duque consiguió estructurar un mensaje preciso. El slogan “El futuro es de todos” resume de manera sucinta gran parte de las demandas ciudadanas. Por un lado, la campaña se centró en hablar de futuro, un significante potente en cualquier mensaje político que, además, casaba de buena manera con la imagen del candidato. Asimismo, la combinación del sufijo “es”, con la preposición “de”, se corona con el adjetivo y pronombre inclusivo de “todos”, define un mensaje aspiracional e inclusivo lo suficientemente claro para todo elector.
5. Caracterizar el mensaje ideal: respecto a este apartado, la campaña responde al motivo por el cual el candidato aspira a la presidencia y las acciones posteriores a su eventual elección. Dado que el centro del mensaje está en presentar a la fórmula presidencial como representantes de un futuro colectivo, no se utilizan conceptos que dejen claramente la acción de construir. Se apela a la asociación de las personas con el concepto de futuro y la inclusión de todos en ese proceso, dejando a la imaginación las fórmulas de cómo se construirá. Dicho esto, debe agregarse que: 1) el mensaje contribuye a movilizar a sus votantes objetivo; 2) ninguno de los candidatos alternativos podría utilizar mejor ese mensaje, Duque es juventud y juventud es futuro; 3) la claridad del mismo está presente, así como la amplitud de su alcance; 4) el candidato martilló en numerosas oportunidades el mensaje, hasta asociarse a la nueva generación de políticos que, en esta elección, él representaba en exclusiva; 5) el mensaje consigue cambiar el foco de la relativa inexperiencia del candidato en cargos de elección popular y lo coloca en aprovechar el contraste con todos los candidatos rivales que representan al pasado.
6. Encuadrar el mensaje: tal como se ha visto en páginas anteriores, el mensaje de Iván Duque se encuadró de la manera correcta. En este sentido, se enfatizó en la novedad de la candidatura, especialmente en el

contraste frente a Gustavo Petro. Juventud frente a pasado. Asimismo, consiguió mostrar en su mensaje a Duque como un joven con la preparación necesaria para gobernar Colombia. Finalmente, repitió en no pocas oportunidades que su principal contrincante, y antítesis política, representaría un acercamiento a uno de los fantasmas más rechazados por los electores colombianos: el chavismo.

Asimismo, la campaña de Duque hizo uso de la “Carta Venezuela”, asociando con exclusividad a Petro con el proceso del país vecino. Esto no se utilizó ante ningún otro adversario, comprobando, además, su construcción específica a los fines de abordar el conflicto Duque-Petro y las menciones al expresidente Uribe.

No está de más acotar que en el imaginario colectivo que recogen de forma sistemática las encuestas y medios de comunicación, la situación venezolana es vista con preocupación. No hablamos solo en clave de solidaridad, sino de la amenaza de un gobierno cuyo fracaso ha fomentado nuevos problemas, ajenos a la sociedad colombiana, como la inmigración.

Finalmente, aunque de forma más sutil, la campaña de Duque hizo un uso moderado de los Acuerdos de Paz con las FARC. Quizá para moderar la visión de uribista acérrimo y dependiente. Pero la postura de Duque durante la campaña respecto al tema puede ser más de reforma que de rechazo frontal.

Hemos visto como la idea de fondo era distanciarse del radicalismo asociado con Álvaro Uribe Vélez. Una distancia que no alcanzaba la separación, al punto de evitar actos conjuntos durante la etapa previa al balotaje. Por ello, los señalamientos y acusaciones que se hacían a la fórmula presidencial se contestaron en clave de una bajada de tono, a fin de no espantar posibles electores más centristas.

En definitiva, podemos afirmar que el mensaje de Iván Duque se realizó de la manera más coherente posible. No solo aprovechó sus valores más importantes, sino que supo desarrollar con normalidad las respuestas a sus debilidades más importantes.

Ahora bien, con el fin identificar los mensajes centrales de Iván Duque y Gustavo Petro, construiremos un cuadro que resuma sus posturas, y las declaraciones hechas en plazas públicas, entrevistas y debates. En este cuadro se resumen los mensajes predominantes durante la campaña electoral. La comunicación positiva que Duque empleó contrastó claramente con el mensaje tradicionalista, centrado en la experiencia y más asociado con la izquierda política de Petro.

Se aprecia cómo atacó a su contrincante con un mensaje negativo o de contraste, buscando asociar a Petro con el pasado, mientras Petro buscó neutralizar el mensaje de novedad y juventud de Duque casándolo con Uribe.

Iván Duque sobre sí mismo	Petro sobre Duque
Duque es un joven preparado que mira hacia el futuro, representa una renovación para el país y defenderá la legalidad y el emprendimiento para generar más empleo.	Duque es una expresión atrasada de la política, no cuenta con suficiente experiencia y dependería de la opinión de Uribe para gobernar Colombia.
Petro sobre sí mismo	Duque sobre Petro
Un líder comprometido, con reconocimientos internacionales (Defensa de DDHH y la paz) y capacidad para dirigir.	Petro es un candidato viejo que representa a la izquierda ligada al chavismo. Espantaría a los inversionistas y buscaría mecanismos no ordinarios para gobernar.

Tabla 5 Cuadro del mensaje. Elaboración propia.

Partiendo de este cuadro del mensaje, destacamos también los contraargumentos realizados públicamente por Iván Duque frente a los ataques de su rival. El candidato Centro Democrático declaró en repetidas oportunidades que él, estaría en la posición de mando a la hora de gobernar, e incluyó sin temor alguno, en sus agradecimientos a Álvaro Uribe como parte de su equipo de campaña.

Sus respuestas a las críticas sobre su falta de experiencia y el limitado poder que tendrá con la sombra de Uribe fueron sencillas pero atinadas; “Yo voy a ser el presidente y voy a tomar las decisiones”, afirmó para dejar en claro su autonomía, y matiza enseguida agregando, “Pero uno debe tener la humildad para escuchar a las personas que han gobernado bien” (Semana, 2018).

A modo de neutralizar los aspectos positivos de Gustavo Petro, reconocido por su lucha por la paz y los derechos humanos, Iván Duque se enfocó en la defensa de la legalidad. Con respecto a los acuerdos con las FARC que defiende su contrincante, Duque declaró que:

...no se trata de destruir o hacer trizas los acuerdos, pero sí se trata de hacerles modificaciones importantes a aquellas cosas que afectan el Estado de derecho (...) es muy grave que se haya permitido que los cabecillas de las FARC sean candidatos a la Presidencia y al Congreso de la República sin haber dicho toda la verdad, sin haber reparado a las víctimas y sin haber cumplido las penas por los delitos que cometieron. (Manetto, 2018).

Después de esta campaña electoral, el escenario político se encontró dividido por el protagonismo de dos candidatos que representaban ideologías de izquierda y de derecha. Atrás quedó el bipartidismo que marcó durante décadas la historia democrática de Colombia, liderada por conservadores y liberales.

Esta fue la primera de tres importantes elecciones presidenciales realizadas en el año 2018 en América Latina, en donde los tres países con mayor población en la región, Colombia, México y Brasil mostraron un factor en común: un ambiente altamente polarizado.

La primera vuelta electoral dejó en evidencia que la maquinaria política que personificaba al candidato Germán Vargas Lleras estaba derrotada, lo que agravó la crisis del conservatismo; y también, sorprendió en resultados, ya que el bloque de independientes o inconformes logró sumar más de nueve millones de votos, superando a los candidatos de derecha.

La segunda vuelta obtuvo una participación menor con respecto a la elección del 27 de mayo, debido a que muchos votantes declararon no sentirse representados ni por Iván Duque ni por Gustavo Petro, y absteniéndose de sufragar por opciones tan extremas del espectro político. Sin embargo, los comicios resultaron muy buenos al registrar un 53% de participación, cifra récord para el país en donde normalmente los ciudadanos preferían quedarse en casa el día de la elección.

Otro récord fue el alcanzado por Gustavo Petro, siendo el primero en conseguir más de ocho millones de votos y el pase a una segunda vuelta electoral para una coalición de izquierda, algo inédito en Colombia. Tras conocer su derrota, prometió ser una firme oposición al nuevo gobierno, realizando asambleas de calle y movilizaciones.

Si bien en algunos países europeos los partidos de izquierda cuentan siempre con una representación importante en los parlamentos y congresos, en Colombia significa algo nuevo en su democracia. Este ascenso de nuevos factores pudo encender las alarmas en los ciudadanos quienes temían a que se instalara un régimen chavista en su país.

Se confirma, que la parte negativa o de contraste del mensaje estratégico, diseñado por el equipo de campaña de Duque, fue construida de manera coherente partiendo de la Teoría del Mensaje. Uno de los principales motivos por los que en esta elección tampoco triunfó el candidato de izquierda, se puede asociar a la crisis venezolana, la cual estuvo presente en toda la campaña. Vallas publicitarias con frases como: "Vote para que Colombia no sea otra Venezuela", y otras con fotografías que recordaban que Gustavo Petro había sido un guerrillero y que simpatizó con las ideas de Hugo Chávez fueron colocadas en varias ciudades.

Justo en el momento que Colombia se había convertido en el mayor receptor de venezolanos que huían de la crisis de su país, y las instituciones locales no se daban abasto para atender a la ola migratoria, los ciudadanos demandaban un gobierno que tuviera como prioridad este creciente desplazamiento y que presentara soluciones concretas para aliviar los problemas que generaban en suelo colombiano.

Iván Duque arrasó en las ciudades capitales más importantes de Colombia, demostrando que la teoría de que su voto fuerte se encontraba en las zonas netamente rurales no era cierta. Asimismo, parece indicar que su propuesta económica: reducción de las tasas impositivas corporativas, freno a la evasión fiscal, y ajuste de los mecanismos legales para incentivar la inversión extranjera en el sector petrolero y minero, habían sido los puntos claves para atraer a sus votantes.

Igualmente, queda demostrado que el uso efectivo de las redes sociales fue determinante en la difusión de todas sus propuestas, de su agenda de visitas y de las entrevistas en las que participaría. Esto permitió a los ciudadanos estar informados de los eventos que se realizarían en sus comunidades, e incluso poder compartir con el equipo de campaña los problemas que tenían para que fueran tomados en cuenta por el candidato.

Su victoria, por otro lado, generó una decepción en los partidarios del acuerdo de paz, quienes sospechaban que inmediatamente se realizarían reformas para impedir que ex miembros de las FARC pudieran ocupar escaños en el congreso. Adicionalmente, asumían que se bloquearía la legislación relacionada con la reforma agraria, así como también la sustitución de cultivos al obtener una mayoría en el Congreso en las próximas elecciones parlamentarias.

Tras las elecciones, Duque prestó juramento como nuevo presidente el 7 de agosto, convirtiéndose en el mandatario más joven de la historia de Colombia en sus 132 años de república, y lo hizo, frente a un país polarizado que estará debatiendo cada uno de sus pasos y atento al cumplimiento de sus promesas.

## BIBLIOGRAFÍA

---

- Acosta, A. (2013). Colombia: escenario de las desigualdades. *TENDENCIAS*, 9-35.
- Agencia EFE. (9 de Abril de 2018). La candidata Piedad Córdoba abandona su aspiración a la Presidencia de Colombia. Bogotá, Colombia.
- Aldana, J. G. (18 de Octubre de 2018). *Blog: Marketing político digital y las mejores campañas*. Obtenido de Workshop Estratégico: <https://workshopestrategico.com/marketing-politico-digital/>
- Amaya, J. S. (28 de Mayo de 2018). *Qué proponen Duque y Petro en temas como el IVA, impuestos, empresas y pensiones*. Obtenido de BluRadio: <https://www.bluradio.com/politica/que-proponen-duque-y-petro-en-temas-como-el-iva-impuestos-empresas-y-pensiones-179810-ie431>
- Associated Press. (21 de Julio de 2015). *Youtube*. Obtenido de AP Archive: <https://www.youtube.com/watch?v=UnEemp7iXQQ>
- Barón, L., & Müller, O. (2014). La Teoría Lingüística de Noam Chomsky: del Inicio a la Actualidad. *Lenguaje*, 417-442.
- Becerra, L. (11 de Marzo de 2018). *Gustavo Petro ganó en la consulta Inclusión Social por la Paz con 2,83 millones de votos*. Obtenido de La República: <https://www.larepublica.co/economia/gustavo-petro-gano-en-la-consulta-inclusion-social-por-la-paz-con-261-millones-de-votos-2609210>
- Bembibre, C. (Julio de 2009). Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/comunicacion/mensaje.php>
- Benson, A., & Trejos, A. (22 de Abril de 2018). ¿Cuál candidato presidencial tiene la mejor propuesta económica? *El Espectador*.
- Berlo, D. (1964). *El proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires: Ateneo.
- Blumenthal, S. (1980). *The permanent campaign*. Beacon Press.
- Blumenthal, S. (27 de Octubre de 1980). *The Permanent Campaign*. Simon and Schuster. Obtenido de <https://www.gutierrez-rubi.es/2014/10/27/campana-y-comunicacion-permanente/>
- Canel, M. J. (2006). *Comunicación Política: una guía para su estudio y práctica*. Madrid: Tecnos.
- Caracol Radio. (13 de Diciembre de 2002). *Caracol Radio*. Obtenido de [https://caracol.com.co/radio/2002/12/13/nacional/1039734000\\_110758.html](https://caracol.com.co/radio/2002/12/13/nacional/1039734000_110758.html)
- Caracol Radio. (27 de Marzo de 2018). *Duque representa un chavismo de derecha: Petro*. Obtenido de Caracol Radio: [https://caracol.com.co/radio/2018/03/28/politica/1522193906\\_611786.html](https://caracol.com.co/radio/2018/03/28/politica/1522193906_611786.html)
- Caracol Televisión. (28 de Mayo de 2018). *Portal Corporativo*. Obtenido de Caracol TV Corporativo: <https://www.caracoltvcorporativo.com/comunicados-corporativos/noticias-caracol-lider-de-audiencias-durante-elecciones-presidenciales-2018>

- Carreras, R. (2019). *El Mensaje Estratégico*. Madrid.
- CELAG. (1 de Abril de 2018). *Colombia. Elecciones presidenciales 2018: Segunda encuesta de opinión*. Recuperado el 8 de Junio de 2019, de Celag: <https://www.celag.org/colombia-elecciones-presidenciales-2018-segunda-encuesta-de-opinion/>
- CELAG. (Junio de 2018). *Elecciones Presidenciales Colombia 2018. 4 medición*. Obtenido de Celag: <http://www.celag.org/wp-content/uploads/2018/06/ENCUESTA-MEDICION-4-WEB.pdf>
- Centro Político. (13 de Junio de 2016). *Los elementos estratégicos del mensaje político en una campaña electoral*. Obtenido de Centro Político: <https://www.centropolitico.org/los-elementos-estrategicos-del-mensaje-politico-una-campana-electoral/>
- Charria. (24 de Abril de 2018). *Juan Carlos Garcés*. Obtenido de <https://juancarlosgarcesrojas.org/soy-el-candidato-de-la-institucionalidad/#.XM3FI177Q2y>
- Charry, A. (13 de Marzo de 2018). [https://twitter.com/charry\\_manager](https://twitter.com/charry_manager). Obtenido de [https://twitter.com/charry\\_manager/status/973743935205134337](https://twitter.com/charry_manager/status/973743935205134337)
- Cicerón, Q. T. (2011). *Breviario de campaña electoral*. Barcelona: El Alcantillado.
- Clausewitz, C. (2014). *De la guerra*. Madrid: La esfera de los libros.
- Clavijo, B., & Morera, L. (2018). *ELECCIONES PRESIDENCIALES EN COLOMBIA 2010*. Obtenido de ICP : <http://www.icpcolombia.org/dev/wp-content/uploads/2016/08/2010.06.10-Elecciones-Presidenciales-en-Colombia-2010.pdf>
- CNN Español. (8 de Marzo de 2018). La FARC renuncia a candidatura presidencial tras problemas de salud de Timochenko. Bogotá, Colombia.
- Colombia.com. (11 de Junio de 2018). ¿Por qué pensaron que Mia Khalifa era hija de Gustavo Petro? Bogotá, Bogotá D.C., Colombia. Obtenido de <https://www.colombia.com/elecciones/2018/por-que-pensaron-que-mia-khalifa-era-hija-de-gustavo-petro-193759>
- Colombo, M. (2004). Theoretical Perspectives in Media-Communication Research: From Linear to Discursive Models. *Forum: Qualitative Social Resarch*. Obtenido de Forum: Qualitative Social Research.
- Congreso de la República. (1 de Julio de 2015). *Acto Legislativo 02 de 2015*. Obtenido de Secretaría del Senado: [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/acto\\_legislativo\\_02\\_2015.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/acto_legislativo_02_2015.html)
- Consejo de Estado. (15 de Noviembre de 2017). *Consejo de Estado*. Obtenido de <http://www.consejodeestado.gov.co/wp-content/uploads/2018/03/11001032500020140036000.pdf>
- Crespo, I., Carletta, I., Garrido, A., & Riorda, M. (2011). *Manual de Comunicación Política y Estrategias de campaña*. Buenos Aires: Biblos.

- DANE. (2015). *Metología de estratificación socioeconómica urbana para servicios públicos domiciliarios*. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.
- DANE. (Sin fecha). *Estratificación socioeconómica para servicios públicos domiciliarios*. Recuperado el 7 de Junio de 2019, de DANE: <https://www.dane.gov.co/index.php/servicios-al-ciudadano/servicios-informacion/estratificacion-socioeconomica#generalidades>
- De la Calle, H. (14 de Marzo de 2018). *Twitter*. Obtenido de <https://twitter.com/delacallehum/status/973876815910637570?lang=es>
- Diario Exterior. (12 de Octubre de 2005). El senador Germán Vargas Llera sale ileso de un atentado con coche bomba en Bogotá. *Diario Exterior*. Obtenido de <https://www.eldiarioexterior.com/el-senador-german-vargas-llera-7154.htm>
- Dinero. (19 de Agosto de 2015). *Antioquia no solo es la región más educada de Colombia*. Obtenido de Dinero: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/regiones/articulo/analisis-buenos-indicadores-desarrollo-region-antioquia/212430>
- Duque Presidente. (4 de mayo de 2018). *Youtube*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=WzuGeo1CQcU>
- Duque, I. (3 de Junio de 2018). Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/watch/?v=2006045399617984>
- Duque, I. (28 de Mayo de 2018). Bogotá.
- Duque, I. (25 de Marzo de 2018). Entrevista al candidato presidencial por el CD - Iván Duque en CNN- 25 de marzo de 2018. (J. López, Entrevistador) Recuperado el 12 de Junio de 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=Q6n64O06CGg>
- Duque, I. (28 de Mayo de 2018). Iván Duque: No hay enemistad con Petro. (F. Del Rincón, Entrevistador) Recuperado el 12 de Junio de 2019, de <https://cnnspanol.cnn.com/video/ivan-duque-elecciones-colombia-2018-segunda-vuelta-coaliciones-intvw-conclusiones/>
- Duque, I., & Ramírez, M. (2018). *203 propuestas*. Obtenido de Ivan Duque: <https://s3.amazonaws.com/ivandunquewebsite/static/propuestas.pdf>
- Duverger, M. (1951). *The Influence of the Electoral System on Political Life*. International Social Science Bulletin.
- EFE. (3 de Junio de 2018). *La candidata de Petro a la Vicepresidencia cree que en Venezuela no hay democracia*. Recuperado el 13 de Junio de 2019, de EFE: <https://www.efe.com/efe/america/politica/la-candidata-de-petro-a-vicepresidencia-cree-que-en-venezuela-no-hay-democracia/20000035-3637098>
- EFE. (28 de Mayo de 2018). La coalición de Fajardo ya mira al futuro tras quedar fuera de segunda vuelta. Bogotá, Bogotá D.C., Colombia.
- El Espectador. (29 de Abril de 2009). *Petro acusó al Presidente de ser responsable de 'chuzadas'*. Obtenido de El Espectador: <https://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo138486-petro-acuso-al-presidente-de-ser-responsable-de-chuzadas>

- El Espectador. (22 de Marzo de 2018). *¿Quién es Jorge Antonio Trujillo, el candidato desconocido en el tarjetón?* Obtenido de El Espectador: <https://www.elespectador.com/elecciones-2018/noticias/politica/quien-es-jorge-antonio-trujillo-el-candidato-desconocido-en-el-tarjeton-articulo-745847>
- El Espectador. (31 de Mayo de 2018). *Humberto de la Calle también votará en blanco.* Obtenido de El Espectador: <https://www.elespectador.com/elecciones-2018/noticias/politica/humberto-de-la-calle-tambien-votara-en-blanco-articulo-791801>
- El Espectador. (12 de Abril de 2018). Las propuestas de los candidatos sobre el servicio militar obligatorio.
- El Heraldo. (28 de Febrero de 2018). *“No permitiremos que Colombia se vuelva como Venezuela”: Iván Duque desde el Paseo Bolívar.* Recuperado el 12 de Junio de 2019, de El Heraldo: <https://www.elheraldo.co/politica/no-permitiremos-que-colombia-se-vuelva-como-venezuela-ivan-duque-desde-el-paseo-bolivar>
- El Heraldo. (26 de Mayo de 2018). *Jorge Trujillo: el ilustre desconocido en la carrera hacia la presidencia.* Obtenido de El Herado: <https://www.elheraldo.co/politica/jorge-trujillo-el-ilustre-desconocido-en-la-carrera-hacia-la-presidencia-499348>
- El Mundo. (12 de junio de 2018). Iván Duque: "No soy el candidato de la guerra en Colombia". *El Espectador.* Obtenido de El Espectador: <https://www.elespectador.com/noticias/politica/duque-invita-abrir-debate-sobre-cadena-perpetua-para-violadores-y-asesinos-de-menores-articulo-815870>
- El País. (31 de Octubre de 2011). *Gustavo Petro se alza con la alcaldía de Bogotá con el 30% de los votos.* Obtenido de El País: [https://elpais.com/internacional/2011/10/30/actualidad/1319993323\\_633139.html](https://elpais.com/internacional/2011/10/30/actualidad/1319993323_633139.html)
- El Tiempo. (3 de Junio de 2015). Congreso eliminó la reelección presidencial en Colombia. Bogotá, Bogotá D.C., Colombia. Recuperado el 1 de Junio de 2019, de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15886541>
- El Tiempo. (23 de Mayo de 2018). *¿Quiénes son los promotores del voto en blanco?* Obtenido de El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/elecciones-colombia-2018/presidenciales/promotores-de-voto-en-blanco-en-elecciones-a-la-presidencia-2018-196986>
- El Tiempo. (30 de Mayo de 2018). Los nuevos giros de Petro, tras pasar a segunda vuelta. Bogotá, Bogotá D.C., Colombia. Recuperado el 6 de Junio de 2019, de Los nuevos giros de Petro, tras pasar a segunda vuelta
- El Tiempo. (24 de Mayo de 2018). *YouTube.* Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=7itLhTNM688>
- Electiva consultores. (18 de Noviembre de 2009). *¿Qué es una Campaña electoral?* Obtenido de Electiva: <http://www.electiva.com.mx/blog/conceptos-definiciones/que-es-una-campana-electoral.html>
- Estepa, H. (24 de Mayo de 2018). *El popular exguerrillero que quiere gobernar Colombia y atemoriza al sector financiero.* Obtenido de El Confidencial: [https://www.elconfidencial.com/mundo/2018-05-24/gustavo-petro-candidato-ex-guerrillero-colombia\\_1567514/](https://www.elconfidencial.com/mundo/2018-05-24/gustavo-petro-candidato-ex-guerrillero-colombia_1567514/)

- Fajardo, S. (24 de Marzo de 2018). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/SergioFajardoV/photos/a.10151916055540792/10156014618270792/?type=1&theater>
- Fajardo, S. (2018). *Sergio Fajardo*. Obtenido de <http://sergiofajardo.co/2017/10/fajardo/>
- Fernández, C. B. (2010). *¿Cómo ganar una elección?: Secretos del Marketing Político*. Caracas: Libros El Nacional.
- Freedman, L. (2016). *Estrategia: una historia*. Madrid: La esfera de los libros.
- FUAM. (Octubre de 2012). Obtenido de Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid: <http://fuam.es/wp-content/uploads/2012/10/INTRODUCCION.-La-Comunicacion.-Principios-y-procesos.pdf>
- García, D. (15 de Febrero de 2018). Conozca los tarjetones para las consultas interpartidistas. *El Informador*.
- García, D. (15 de Febrero de 2018). *El Informador*. Obtenido de <http://www.elinformador.com.co/index.php/el-magdalena/78-politica/169892-conozca-los-tarjetones-para-las-consultas-interpartidistas>
- Georgetown University. (25 de Junio de 2010). *Political Database of the Americas*. Obtenido de [http://pdba.georgetown.edu/Elecddata/Col/pres10\\_2.html](http://pdba.georgetown.edu/Elecddata/Col/pres10_2.html)
- Gómez, A. (8 de Septiembre de 2016). *CELAG*. Obtenido de <https://www.celag.org/sergio-fajardo/>
- Gómez, C., & Guzmán, S. (30 de Mayo de 2010). *Bitácora EAFIT*. Obtenido de <http://bitacoraeafit.blogspot.com/2010/05/antanas-mockus-y-su-proyecto-que-habla.html>
- Instituto de Ciencia Política. (Noviembre de 2009). *Boletín No. 146 Normativa de la Elección Presidencial Parte 1*. Obtenido de Instituto de Ciencia Política: <http://www.icpcolombia.org/dev/wp-content/uploads/2016/08/2009.11.20-Boleti%CC%81n-146-Normativa-de-la-Eleccio%CC%81n-Presidencial-Parte-1.pdf>
- Ivan Duque Presidente. (10 de mayo de 2018). *Youtube*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=SBvtTiVKNww>
- Ivan Duque Presidente. (19 de Abril de 2018). *Youtube*. Obtenido de [https://www.youtube.com/watch?v=\\_rEc\\_wEpze4](https://www.youtube.com/watch?v=_rEc_wEpze4)
- Iván Duque Presidente. (17 de Abril de 2018). *Youtube*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=sqUIFLFIOEo>
- LA FM. (18 de Febrero de 2018). *Iván Duque dice que su mayor infelicidad sería ser gobernado por Gustavo Petro*. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de LA FM: <https://www.lafm.com.co/politica/ivan-duque-dice-que-su-mayor-infelicidad-seria-ser-gobernado-por-gustavo-petro>
- Lasswell, H. (1948). *Estructura y Función de la Comunicación de Masas*.
- Laverde, J. (7 de Septiembre de 2013). *El expediente Gustavo Petro*. Obtenido de El Espectador: <https://www.elespectador.com/noticias/bogota/el-expediente-gustavo-petro-articulo-444996>

- Lilleker, D. (2007). *Key Concepts in Political Communication*. Bournemouth University. Londres: SAGE.
- Lomonosov, B. (1989). *El problema de la comunicación en Psicología*. Editorial de Ciencias Sociales.
- López, F. (16 de Junio de 2017). Así será el calendario electoral de 2018. *La Nación*.
- Maarek, P. (1997). *Marketing político y comunicación: claves para una buena información política*, Ed. Paidós Ibérica, SA, 1997. Paidós Ibérica S.A.
- Manetto, F. (18 de Enero de 2018). Iván Duque: “No hay que hacer trizas los acuerdos con las FARC, pero sí modificaciones importantes”. *El País*.
- Manetto, F. (14 de Febrero de 2018). La crisis de Venezuela sacude la campaña presidencial en Colombia. Bogotá, Bogotá D.C., Colombia. Recuperado el 29 de Mayo de 2019, de [https://elpais.com/internacional/2018/02/12/colombia/1518476219\\_735183.html](https://elpais.com/internacional/2018/02/12/colombia/1518476219_735183.html)
- Marketing CDC. (2018). Obtenido de <http://www.marketingcdc.com/index.html>
- Marn, R., & Zawada, C. (2005). “define la forma en que se compite y es determinante para acceder a la victoria.” “define la forma en que se compite y es determinante para acceder a la victoria.
- Melgarejo, C. (28 de Mayo de 2018). Bogotá: El Tiempo.
- Morris, D. (2003). *El nuevo príncipe*. El Ateneo.
- Muñoz, C. (2 de Febrero de 2007). *Sergio Fajardo: «Es sano que salgan todos los vínculos de los políticos con los paramilitares en Colombia»*. Obtenido de ABC.es: [https://www.abc.es/hemeroteca/historico-02-02-2007/abc/Internacional/sergio-fajardo-es-sano-que-salgan-todos-los-vinculos-de-los-politicos-con-los-paramilitares-en-colombia\\_1631250143687.html](https://www.abc.es/hemeroteca/historico-02-02-2007/abc/Internacional/sergio-fajardo-es-sano-que-salgan-todos-los-vinculos-de-los-politicos-con-los-paramilitares-en-colombia_1631250143687.html)
- Negrete, E. (10 de Mayo de 2018). Registraduría no cambiará logo de Petro en el tarjetón: ¿hubo negligencia? *Confidencial Colombia* .
- Neira, A. (6 de agosto de 2018). El perfil de Iván Duque, el joven y metódico presidente electo. *El Tiempo*.
- Nohlen, D. (1994). *Sistemas electorales y partidos políticos*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Noticias Caracol. (25 de Mayo de 2018). *Noticias Caracol*. Obtenido de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=VhpoeA-UdLk>
- Noticias RCN. (10 de Mayo de 2018). *Noticias RCN*. Obtenido de <https://noticias.canalrcn.com/nacional-politica-elecciones-2018-noticias-elecciones/elecciones-2018-el-nuevo-logo-campana-petro-no>
- Noticias RCN. (10 de Mayo de 2018). *Noticias RCN*. Obtenido de <http://confidencialcolombia.com/lo-mas-confidencial/registraduria-no-cambiara-logo-de-petro-en-el-tarjeton-hubo-negligencia/2018/05/10/>
- Noticias RCN. (19 de Abril de 2018). *Youtube*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=pF46iYu51a0>

- NTN24. (27 de Mayo de 2018). *Duque: La esperanza está por encima del odio de clases*. Obtenido de NTN24: <https://www.ntn24.com/america-latina/el-informativo-ntn24/colombia/duque-la-esperanza-esta-por-encima-del-odio-de-clases>
- Ochoa, J. (5 de Septiembre de 2012). La República. *Humberto de la Calle será el jefe negociador por parte del Gobierno*.
- Ortega, C. (15 de Junio de 2018). *Reaparece Fajardo y defiende su voto en blanco: 'Ni Duque ni Petro'*. Obtenido de El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/elecciones-colombia-2018/presidenciales/el-mensaje-de-fajardo-en-que-defiende-el-voto-en-blanco-230764>
- Palacio, T. (18 de Noviembre de 2017). 138 mesas de votación se habilitarán en el Quindío para consulta Liberal. *La Crónica*.
- Pedraza, J. (29 de Abril de 2018). *Jorge Antonio Trujillo, el pastor que hace campaña a puerta cerrada*. Obtenido de El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/elecciones-colombia-2018/presidenciales/la-campana-presidencial-de-jorge-antonio-trujillo-211086>
- Petro Presidente. (2018). Obtenido de <https://petro.com.co/programa-pais-diverso/>
- Petro, G. (17 de Noviembre de 2017). "Mi primer acto como presidente será convocar a una Constituyente": Petro. (Semana, Entrevistador) Recuperado el 6 de Junio de 2019, de <https://www.semana.com/nacion/multimedia/gustavo-petro-habla-sobre-decision-del-consejo-de-estado-y-su-candidatura/547459>
- Petro, G. (17 de Noviembre de 2017). "El tema venezolano es un fracaso", dice Gustavo Petro. (J. Vargas, Entrevistador)
- Petro, G. (14 de Febrero de 2018). "El 'castrochavismo' no existe": afirma Gustavo Petro. (V. Dávila, Entrevistador) Obtenido de <https://www.wradio.com.co/noticias/actualidad/el-castrochavismo-no-existe-afirma-gustavo-petro/20180214/nota/3710737.aspx>
- Petro, G. (9 de Marzo de 2018). ¿Admiraba Gustavo Petro a Hugo Chávez? Esta fue la respuesta del aspirante presidencial colombiano. (J. Ramos, Entrevistador) Recuperado el 13 de Junio de 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=WWVA3GyV68A>
- Petro, G. (31 de Mayo de 2018). "Uno no puede decir que no es homofóbico si se rodea de homofóbicos": Petro a Duque. (Semana, Entrevistador) Recuperado el 6 de Junio de 2019, de <https://www.semana.com/nacion/articulo/entrevista-gustavo-petro-uribe-necesita-un-gobierno-de-duque-para-salvarse-en-la-corte-y-volver-al-poder/569434>
- Petro, G. (2018). *Colombia Humana hacia una Era de Paz*. Obtenido de Petro.com: <https://petro.com.co/programa/>
- PetroTwitter, G. (11 de Junio de 2018). Obtenido de <https://bit.ly/30jWgxy>
- Pizarro, E. (2018). Colombia: un tsunami político. *Nueva Sociedad*(276), 13-23. Recuperado el 5 de Junio de 2019, de [https://nuso.org/media/articulos/downloads/COY2\\_Pizarro\\_276.pdf](https://nuso.org/media/articulos/downloads/COY2_Pizarro_276.pdf)
- Political Database of the Americas. (25 de Junio de 2010). *Political Database of the Americas*. Obtenido de [http://pdba.georgetown.edu/Elecdata/Col/pres10\\_1.html](http://pdba.georgetown.edu/Elecdata/Col/pres10_1.html)

- Portafolio. (2018). La propuesta en educación de Gustavo Petro. *Portafolio*.
- Portafolio. (10 de Abril de 2018). *Las propuestas económicas de Humberto de la Calle*. Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/economia/las-propuestas-economicas-de-humberto-de-la-calle-515928>
- Portafolio. (2018). Las propuestas en minas y energía de Gustavo Petro. *Portafolio*.
- Prensa Ivan Duque. (s.f.). *Ivan Duque*. Obtenido de <https://www.ivanduke.com/>
- Publicaciones Semana. (2018). Viviane renunció, pero aparecerá en el tarjetón. *Semana*.
- RCN. (10 de Diciembre de 2017). *Fajardo sería el escogido como candidato presidencial de la Coalición Colombia*. Obtenido de Noticias RCN: <https://noticias.canalrcn.com/nacional-politica/fajardo-seria-el-escogido-candidato-presidencial-coalicion-colombia>
- RCN. (19 de Abril de 2018). *El Gran Debate: así fue el cara a cara entre los aspirantes a la Presidencia de la República*. Obtenido de Noticias RCN: <https://noticias.canalrcn.com/nacional-politica-elecciones-2018/el-gran-debate-asi-fue-el-cara-cara-entre-los-aspirantes>
- Redacción Canal Trece. (13 de Junio de 2018). Se cancela el debate presidencial entre Gustavo Petro e Iván Duque en la televisión pública. Bogotá, Bogotá D.C., Colombia. Obtenido de <https://canaltrece.com.co/noticias/elecciones-presidenciales-2018-cancelado-debate-segunda-vuelta-presidencial-gustavo-petro-ivan-duque-television-publica/>
- Redacción política. (11 de Marzo de 2018). *Iván Duque, ganador de la consulta de derecha*. Obtenido de El Espectador: <https://www.elespectador.com/elecciones-2018/noticias/politica/ivan-duque-ganador-de-la-consulta-de-derecha-articulo-743818>
- Registraduría Delegada en lo Electoral. (1986). Obtenido de <http://consejoderedaccion.org/webs/traslapista2015/wp-content/uploads/2015/11/3.1-C%C3%B3digo-electoral-colombiano.pdf>
- Registraduría Nacional del Estado Civil. (27 de Mayo de 2018). Obtenido de [https://elecciones1.registraduria.gov.co/pre\\_pres\\_2018/resultados/html/resultados.html](https://elecciones1.registraduria.gov.co/pre_pres_2018/resultados/html/resultados.html)
- Registraduría Nacional del Estado Civil. (26 de Mayo de 2017). *Resolución No. 5552 del 26 de mayo de 2017 - Calendario electoral de Presidente y Vicepresidente de la República*. Obtenido de Registraduría Nacional del Estado Civil: [https://www.registraduria.gov.co/IMG/pdf/Resolucion\\_5552\\_del\\_26\\_de\\_mayo\\_de\\_2017\\_1.pdf](https://www.registraduria.gov.co/IMG/pdf/Resolucion_5552_del_26_de_mayo_de_2017_1.pdf)
- Registraduría Nacional del Estado Civil. (27 de mayo de 2018). Obtenido de [https://elecciones1.registraduria.gov.co/pre\\_pres\\_2018/resultados/html/resultados.html](https://elecciones1.registraduria.gov.co/pre_pres_2018/resultados/html/resultados.html)
- Registraduría Nacional del Estado Civil. (27 de Mayo de 2018). <https://www.registraduria.gov.co/>. Obtenido de [https://elecciones1.registraduria.gov.co/pre\\_pres\\_2018/resultados/html/resultados.html](https://elecciones1.registraduria.gov.co/pre_pres_2018/resultados/html/resultados.html)

- Registraduría Nacional del Estado Civil. (26 de Abril de 2018). *registraduria.gov.co*.  
Obtenido de <https://www.registraduria.gov.co/IMG/jpg/20180426-tarjeta-electoral-presidencia.jpg>
- Registraduría Nacional del Estado Civil. (31 de Mayo de 2018). *registraduria.gov.co*.  
Obtenido de <https://www.registraduria.gov.co/IMG/jpg/20180531-tarjeta-electoral-presidencia-2da-vuelta.jpg>
- Reyes Arce, R. (2002). *Comunicación y mercadotecnia política*. México DF: Grupo Noriega Editores.
- Reyes, L. M., & Fernández, C. B. (2003). *Marketing Político: Herramientas para ganar elecciones*. Caracas: Konrad Adenauer.
- Rincón, A. (17 de Junio de 2018). Colombia: el pulso entre Duque y Petro por el poder en redes sociales. Bogotá, Bogotá D.C., Colombia. Obtenido de <https://www.france24.com/es/20180616-colombia-duque-petro-redes-sociales>
- Rodríguez, I. (2016). Una nueva herramienta de análisis estratégico y gestión de imagen pública: La construcción del liderazgo político a través del Método de Análisis de Imagen Política Contrastada (AIPOC). En J. Santiago, G. Ortega, & J. Carpio, *Consultoría Política* (págs. 109-114). Madrid: Amarante.
- Rodríguez, R. (Marzo de 2012). Los efectos de la "americanización" de las campañas electorales del mundo. *Tribuna norteamericana*(8), 29-38.
- Rubio, C. (10 de Diciembre de 2017). 'Los acuerdos de paz: ni trizas ni risas': Iván Duque. *El Tiempo*.
- Sánchez, Ó. (16 de Junio de 2018). El marketing político encarnado por Duque. Medellín, Antioquia, Colombia. Recuperado el 7 de Junio de 2019, de <https://www.elcolombiano.com/elecciones-2018-colombia/el-marketing-politico-encarnado-por-duque-BM8871663>
- Saussure, F. (1945). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Editorial Losada.
- Semana. (2018). Duque, el camino para convertirse en el ungido de Uribe. *Semana*.
- Semana. (2018). *Germán Vargas Lleras*. Obtenido de Semana.com: <http://especiales.semana.com/elecciones-presidenciales-2018/candidatos-hoja-de-vida/german-vargas-lleras.html>
- Semana. (1 de Julio de 2018). *Gustavo Petro*. Obtenido de Semana.com: <http://especiales.semana.com/elecciones-presidenciales-2018/candidatos-hoja-de-vida/gustavo-petro.html>
- Semana. (2018). *Humberto de la Calle Lombana*. Obtenido de Semana.com: <http://especiales.semana.com/elecciones-presidenciales-2018/candidatos-hoja-de-vida/humberto-de-la-calle.html>
- Semana. (2018). La política en sus venas. *Semana*.
- Semana. (10 de Mayo de 2018). *Polémica por valla en la que aparece Iván Duque, en Bucaramanga, tildada de "xenófoba"*. Recuperado el 12 de Junio de 2018, de Semana.com: <https://www.semana.com/nacion/articulo/foto-de-la-valla-de-ivan-duque-sobre-venezolanos-en-bucaramanga/566671>

- Semana. (2018). *Sergio Fajardo*. Obtenido de Semana.com: <http://especiales.semana.com/elecciones-presidenciales-2018/candidatos-hoja-de-vida/sergio-fajardo.html>
- Semana. (26 de febrero de 2018). *Soundcloud*. Obtenido de Semana: <https://soundcloud.com/user-334740353/ivan-duque-version-completa>
- Telesur. (27 de Mayo de 2018). *Iván Duque invita a ex candidatos a sumarse a su campaña*. Obtenido de Telesur: <https://www.telesurtv.net/news/colombia-elecciones-presidenciales-discurso-ivan-duque-20180527-0040.html>
- TrendsMap. (28 de Febrero de 2018). Obtenido de TrendsMap: <https://twitter.com/TrendsCO/status/969020106171994112>
- Universidad Nacional de Colombia. (2010). *Colombia 200 Años de Identidad (1810 - 2010), Tomo III - Los Años del Ruido*. Bogotá: Publicaciones Semana S.A.
- Valbuena de la Fuente, F. (1997). *Teoría General de la Información*. Madrid: Noesis.
- Vargas, J. M. (23 de Mayo de 2018). *¿Quiénes son los promotores del voto en blanco? El Tiempo*.
- Voto por la igualdad. (2018). *Plan de Gobierno*. Obtenido de Voto por la igualdad 2018: <http://votoporlaigualdad.com/german-vargas-lleras-movimiento-mejor-vargas-lleras/>
- Wallace, A. (9 de Diciembre de 2013). *BBC*. Obtenido de [https://www.bbc.com/mundo/ultimas\\_noticias/2013/12/131209\\_ultnot\\_gustavo\\_petro\\_mr](https://www.bbc.com/mundo/ultimas_noticias/2013/12/131209_ultnot_gustavo_petro_mr)
- Weber, M. (1922). *Economía y sociedad*. Fondo de Cultura Económica de España.
- Zimat Consultores. (2006). *Cómo ganar una elección*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Zimbardo, P. (1994). *Foreword*, en Z. Zaleski (Ed.) *Psychology of future orientation*. Lublin: Scientific Society of the Catholic University of Lublin.
- Zona Franca. (9 de Noviembre de 2017). *Futuro económico de Colombia: propuestas de Iván Duque y Gustavo Petro*. Bogotá, Bogotá D.C., Colombia.

## ANEXOS

---

### 1. Discursos

1.1 Bogotá, 27 de mayo de 2018. Discurso de Iván Duque tras conocer su pase a la segunda vuelta:

“Estoy realmente emocionado de esta jornada del día de hoy. Quiero darle gracias a Dios y a todos los colombianos que votaron hoy, expresando su voluntad por mí, y por todos los candidatos. ¡Hoy ha ganado la democracia colombiana!

Esta ha sido una campaña de ideas, de propuestas, de principios, donde hemos recorrido todos los rincones de Colombia. Empezamos hace más de dos años y medio con los talleres ‘Construyendo País’, y cada uno de ustedes fue respaldando nuestras propuestas, nuestras ideas. Y hoy, gracias a ustedes, gracias a un gran equipo de campaña liderado por Luigi Echeverri, he logrado la votación más alta que se conoce en Colombia en una primera vuelta.

Los resultados de hoy son de ustedes, porque esta campaña no es un proyecto individual, no es un proyecto vanidoso, es un proyecto colectivo que la da una oportunidad a una nueva generación que quiere gobernar a Colombia con todos y para todos. Y ahora tenemos el deber de seguir adelante para lograr la victoria el 17 de junio.

A mí, me enorgullece estar esta noche acompañado de una gran mujer, de una mujer que ha dado todo por este país, y que estoy seguro va a ser la primera mujer vicepresidenta en la historia de Colombia, Marta Lucía Ramírez.

También, esta noche, están conmigo mi esposa María Juliana, mis hijos Luciana, Matías y Eloísa, ellos me han regalado su tiempo, me han dado su apoyo, para dedicárselo a esta campaña y a este país.

Con Marta Lucía empezamos una coalición que ha ido creciendo, que ha contado con el respaldo de personas como el doctor Alejandro Ordóñez, como Angelino Garzón, como Viviane Morales, como los amigos del MIRA, como los amigos de Colombia Justa Libres, con las bases conservadoras, con bases también de otros partidos, como el Partido Liberal, con independientes, pero ante todo también quiero esta noche, expresarle mi gratitud a mi partido, al Centro Democrático, a una gran bancada.

Darles también mi gratitud a esas dos personas que ayudaron a liderar esta coalición, cuando estábamos discutiendo a comienzos del año 2017 cómo darle vida. Y quiero hoy desde la distancia expresarle mi gratitud, mi admiración y mi afecto, al expresidente Álvaro Uribe Vélez, y también hacerle un gran reconocimiento al expresidente Andrés Pastrana quien está con nosotros desde hace tiempo.

Amigos, hoy le demostramos a Colombia que hay una nueva generación que hace parte de ese 73 por ciento de los colombianos que somos menores de 45 años, y queremos gobernar con todos y para todos los colombianos. Que queremos una política con decencia, una política capaz de hablar con 'P' mayúscula, de la política que se hace con principios, con propuestas y pensando en el progreso del país.

Hoy los colombianos nos han dado un voto de confianza para que iniciemos una gran transformación en Colombia, por eso quiero hoy decir, que quiero ser el presidente que una nuestro país, que no gobierne con espejo retrovisor, sino mirando hacia el futuro de Colombia, pensando en lo que este país necesita para su progreso.

Por eso esta noche también después de esta campaña, de esta primera jornada de campaña, quiero hacerles un reconocimiento a mis contendores, ellos nunca han sido ni serán mis enemigos.

Quiero empezar por expresarle mi gratitud al doctor Sergio Fajardo, él ha hecho una campaña con temas importantes para el país, y nos sintonizamos con él en la idea de trabajar en la educación, en la ética y en un gran sentido de colaboración cívica.

También quiero hacerle un reconocimiento al doctor Germán Vargas Lleras, él le presentó a Colombia un programa riguroso, serio, teníamos algunas diferencias, pero hay que reconocer el trabajo arduo, y también reconocer que abordó temas tan importantes para el país, como la cultura, el deporte y la innovación, y creo que tenemos que pensar en cómo unir esos temas en esa idea de un país para todos. Le hago ese llamado, también, al doctor Vargas Lleras.

Al doctor Humberto de La Calle, le quiero expresar que lo respeto como persona, que hemos tenido diferencias y las hemos ventilado en los espacios de debate, pero también le reconozco su aporte en la campaña a temas tan importantes como la salud y también como los derechos de las comunidades étnicas en Colombia. Le extiendo mi saludo y mi felicitación por esta campaña.

Al doctor Gustavo Petro, lo invito hoy, a que tengamos una campaña donde podamos debatir con claridad. Hoy quiero decirles a ustedes y le quiero decir al doctor Gustavo Petro, que estamos listos a la confrontación de ideas y de propuestas, que estamos listos a darle a Colombia un debate con altura, donde podamos ventilar nuestras diferencias y que sean los colombianos en las urnas los que definan el rumbo del país, porque estoy seguro que la esperanza está por encima del odio de clases.

De cara a esta segunda vuelta, yo quiero dejarle claro a los colombianos que queremos gobernar con todos y para todos, y que Colombia necesita abordar una agenda de desarrollo, una agenda de país, que sea absolutamente clara en las propuestas, porque esta campaña no puede ser solamente de apelar a los discursos emotivos y dejar a un lado lo que verdaderamente necesita el ciudadano.

Un país como Colombia, necesita un gobierno que desde el primer día asuma la lucha contra la corrupción como la quiero asumir como presidente de los colombianos. Yo quiero hoy decirle al país que ha llegado el momento de empoderar al ciudadano para que todos los ciudadanos de Colombia puedan denunciar a través de muchos mecanismos a todos los corruptos y que ellos sepan que la sociedad entera los está mirando, para que como país también apliquemos la extinción de dominio exprés y le quitemos a los corruptos hasta el último peso de su patrimonio. Y que con eso resarzan a la sociedad colombiana.

También nuestra propuesta de lucha contra la corrupción invita al país a que endurezcamos las penas; no queremos más cinismo de los corruptos que muchas veces cuando son capturados se someten a un principio de oportunidad, están un corto tiempo en la cárcel y después salen a ostentar su fortuna. El mensaje nuestro es duro: vamos a endurecer las penas para los corruptos y se va a acabar la casa por cárcel y la reducción de penas para esos delitos.

Vamos a enfrentar y a desmontar los abusos de la contratación directa, vamos a desmontar los carteles de únicos proponentes y le vamos a decir con claridad a toda la nación: empresa que corrompa un funcionario, ni la empresa, ni los dueños, ni sus gestores, podrán jamás volver a contratar con el Estado colombiano. Tenemos que asumir esas tareas con firmeza.

Vamos a tener un gobierno comprometido en ponerle fin a la mermelada, que los presupuestos nacionales tengan todas las partidas abiertas al escrutinio ciudadano y que el entendimiento con el Congreso sea a plena luz del día,

hablando sobre los proyectos y siendo aprobados con la veeduría ciudadana, pero se acaban las canonjías y se acaban las componendas y trapisondas, donde se negocian votos por dinero o votos por contratos. Vamos a devolverle la honorabilidad y la transparencia al manejo de las relaciones entre el Ejecutivo y el poder Legislativo.

Vamos a asumir una tarea clara en materia de legalidad y es defender a la familia y defender aquellas conductas que atentan hoy contra nuestro país. No queremos más niños víctimas de violaciones y asesinatos, no queremos más niños que vean truncados los sueños de la ingenuidad en sus primeros años, porque aparecen algunos criminales a despojarlos de su inocencia. Hoy quiero ser claro, nos la vamos a jugar para sacar adelante la cadena perpetua para violadores y asesinos de menores en nuestro país.

Yo quiero que en materia de legalidad también cuando hablamos de la familia nos preocupemos por esos cientos de miles de colombianos, jóvenes la gran mayoría, que están hoy en la tragedia de la drogadicción. No queremos más destrucción de la juventud y por eso hoy voy asumir el reto de sacar de los parques y de las calles de Colombia a los jíbaros, para que no sigan envenenando a la juventud. Lo tenemos que hacer tomando acciones y esas acciones implican que a los adictos hay que darles rehabilitación, que cualquier dosis debe ser decomisada y que los jíbaros deben ir a las cárceles de manera rápida y oportuna, con el apoyo de las autoridades.

Yo quiero que en materia de legalidad también asumamos esa gran tarea de replicar esa frase que dice que, si educamos bien al niño, no tenemos que castigar al adulto. Por eso, hay que revivir ese buen vínculo que hay entre la educación y la familia, que, así como la familia transmite valores, el colegio debe acompañar ese propósito y quiero ser el presidente con un gran equipo, que le devuelva al sistema educativo las cátedras de cívica y urbanidad para volver a sembrar esa buena fibra ética en el pueblo colombiano, que prevenga desde edad temprana las tentaciones de la delincuencia.

Yo quiero hoy también cuando hablamos de legalidad hablarles con mucho afecto y mucho amor a los militares, a la reserva activa y a sus familias. Ellos han dado todo por nuestro país y muchos de ellos hoy están en situaciones realmente críticas socialmente. Por eso, he asumido el compromiso de ser el presidente de Colombia que trabaje para que tengamos la Ley del Veterano y que toda Colombia les dé las gracias a esos héroes permitiéndoles mejores de acceso a bienes y servicios.

Yo quiero hoy también hablarle a los colombianos sobre la seguridad y sobre la paz. En Colombia no hay enemigos de la paz distintos a los que han pretendido por la violencia, acallar al pueblo colombiano. Por eso, tenemos que ser capaces de hablarle con claridad a Colombia: nosotros no queremos hacer trizas los acuerdos, lo que queremos es dejar claro que la Colombia de paz, es la Colombia donde la paz se encuentra con la justicia, hay verdad, hay reparación, hay cumplimiento de penas, y se resarce y se satisfacen los anhelos de las víctimas.

Por eso, hoy también digo con claridad que nosotros tenemos que ser amables, grandes y generosos con esa base guerrillera que ha hecho tránsito a la desmovilización, al desarme y la reinserción, pero tenemos que garantizar que los máximos responsables, de verdad, le cumplen al país, no reinciden, reparan las víctimas, dicen toda la verdad asumiendo responsabilidades y cumplen sus penas porque si no tenemos eso, la paz nunca va a ser duradera y ahí es donde tenemos que encontrarnos todos los colombianos, hacer esas modificaciones en un gran acuerdo por el futuro del país.

Nuestra agenda de legalidad también se encuentra con la equidad, porque nosotros tenemos que ser el país que construya verdadera justicia social y la justicia social requiere también propuestas concretas no discursos vacíos, no incitar al odio de clases, no estigmatizar a los sectores productivos. Por eso hemos recorrido cada rincón del territorio y nos hemos sentado a hablar con los campesinos de Colombia, hemos hablado con los pequeños, con los medianos y con los grandes productores, y hoy quiero, hablando de equidad, mandarle ese mensaje a la Colombia campesina. Muchos de ellos están agobiados por el gota a gota, otros están privados de tener acceso al crédito, otros no pueden sencillamente vender sus productos porque están anclados en una especie de exclusión biográfica por el mal estado de la infraestructura.

Por eso hoy, ante ustedes y de cara a la segunda vuelta, lo digo con alegría: quiero ser el presidente del renacer del campo colombiano. El presidente que despolitice todas las instituciones del sector rural, que se preocupe por tener un Banco Agrario que realmente le llegue al pequeño productor y que, además, hagamos una amnistía para sacar de las centrales de crédito a muchos campesinos que son hoy prisioneros del gota a gota.

Esa agenda rural, también está concentrada en los bienes públicos, en las vías terciarias con placa huella empleando a la acción comunitaria. Están concentradas, además, en trabajar para que haya reservorios de agua, para que

tengamos distritos de riego, centros de acopio, para que tengamos bancos de maquinaria y, sobre todo, para que tengamos una relación fraterna entre el pequeño productor y la agroindustria y que motivemos como nunca antes la inversión en el campo, pero siempre con la condición de generar empleos permanentes y de calidad para derrotar la informalidad rural.

Esa agenda, esa agenda es la que necesita el campo colombiano, no la incitación al odio, no el salir con el dedo expropiador a hablar de quitarle la tierra a unos o a otros. Vamos a buscar que la política de tierras en Colombia sea equitativa, partiendo siempre del respeto por la propiedad privada, la tenencia de buena fe y el amor fraterno al campesino, y que vamos a quitarle a las mafias, a los grupos armados ilegales todos los recursos que tienen para sus actividades ilícitas y le vamos a dar al campesino colombiano un tratamiento cercano, afectuoso, vinculándolos a oportunidades tan elementales como el mejoramiento de 180 mil viviendas rurales en los próximos 4 años. Esta es la agenda social del campo colombiano.

Yo quiero hablarle a la juventud colombiana, a esos jóvenes que nos han apoyado, que han recorrido el país con nosotros y que nos han hecho hincapié en la agenda de educación.

En la agenda de educación, lo primero que necesitamos es entender que un niño con hambre no aprende, y que los programas de nutrición tienen que llegar a esa población necesitada, pero deben llegar con una premisa: no le vuelve a meter la mano a esos recursos un solo político, porque vamos a velar por la transparencia en la asignación y porque padres y madres de familia supervisen su ejecución.

Vamos a ser el gobierno que profundice la cobertura de educación preescolar, trabajando con cajas de compensación con el sector privado, con asociaciones de maestros. Vamos a impulsar la jornada única con doble alimentación y espero generalizar en Colombia ese anhelo que nos han pedido tantos jóvenes, que los bachilleres se gradúen en una mano con el título de bachiller y en la otra con el título de técnico para el empleo, para ayudar a su familia según la vocación productiva de sus regiones.

Ha llegado el momento de invitar a Colombia a que tengamos educación universitaria gratuita para los estratos uno y dos, y que vayamos ampliando esa cobertura dando educación presencial, semipresencial y virtual donde corresponda, pero seremos el gobierno que integrará esa oferta con el fortalecimiento de la universidad pública y al mismo tiempo llevando la tecnología

educativa a los lugares más apartados del territorio; es así como vamos a cerrar las brechas de la desigualdad con una educación moderna y advirtiéndole una cosa, queremos ayudarle a los maestros de Colombia y por eso hemos lanzado el programa “Ser profe paga”, para que los maestros tengan una adecuada remuneración, para que tengan becas de especialización.

Yo quiero que hoy les hablemos a los colombianos que están agobiados por un mal servicio de salud, a los colombianos que van a una EPS y los despachan con acetaminofén y una palmada, a los que les demoran cuatro meses para ver un especialista, a los que no tienen el medicamento cerca y tienen que acudir siempre a la tutela, hoy les digo a esos colombianos que vamos a hacer una reforma al sistema de salud para que no se le siga pagando a las EPS solamente por el número de afiliados y se les pague también por la calidad del servicio acreditado por ustedes para que saquemos de funcionamiento las de mala calidad y pensemos en un sistema solidario.

Hoy quiero decir que queremos que al médico residente se le pueda pagar, hoy quiero decir que ha llegado también el momento de sacar adelante una ‘ley de punto final’ en salud para que saldemos la deuda y que las deudas acumuladas de más de 90 días impliquen sanciones patrimoniales para que no se abuse más sobre la red hospitalaria y se le deje pagar a los médicos y a las enfermeras de Colombia.

Hoy quiero hablarles también a los pensionados de Colombia, los pensionados de nuestro país anhelan un sistema equitativo, un sistema donde no se aumente la edad de jubilación porque allí no está el desafío, el desafío está en tener más cotizantes que tengan un empleo formal y esa va a ser mi primera gran decisión, aumentar la formalización para tener más cotizantes. Segundo, no acabar con la pensión sustitutiva que necesitan tanto las familias y garantizar que una verdadera reforma pensional permita que los subsidios no se queden en los más ricos y lleguen a los colombianos que realmente lo necesitan. Esa es la equidad del sistema pensional que queremos construir sin fanatismos, sin cinismos, sino con una verdadera calidad de servicio.

Yo quiero que esta agenda de equidad también se traduzca en algo elemental, la expansión de nuestra clase media en Colombia, pero la clase media no se expande con discursos, no se expande con populismos, no se expande simplemente con el discurso expropiador que ha llevado al fracaso a otros países. Lo que Colombia necesita es emprendimiento, un país donde tengamos

micro, pequeñas y medianas empresas, capaz de generar empleo permanente y que eso nos permita tener una fuerza laboral que mejora sus ingresos.

Pero no nos llamemos a engaños ni nos digamos mentiras, las empresas en Colombia hoy están asfixiadas por impuestos como lo están los consumidores, porque hemos tenido un Estado que ha gastado desafortunadamente y después de la pasa la factura a la ciudadanía.

Por eso, quiero ser el Presidente que elimine los gastos innecesarios, que le haga una reforma a la administración pública, que además reduzca la evasión, que confronte la corrupción para que podamos bajar impuestos, mejorar los ingresos de los trabajadores, tener más inversión y generar un crecimiento sostenido para toda Colombia. Es así como se recupera esta economía y no simplemente con el discurso expropiador.

Yo quiero que todos los colombianos nos unamos en darle al emprendimiento el espacio de la economía naranja, del turismo, de la ciencia, la tecnología, que le apostemos a la innovación; que ese emprendimiento vaya de la mano con un crecimiento responsable con el medio ambiente, que valore la biodiversidad, que proteja los páramos de Colombia y además promueva los vehículos eléctricos, que genere una cultura e reciclaje, de reutilización, de reducción.

Yo quiero que este sea el país donde medio ambiente y desarrollo se unan en una premisa: producir conservando y conservar produciendo, es así como estoy seguro que tendremos un desarrollo para todos.

Yo quiero que esta sea una nación donde podamos todos unirnos en la construcción de este camino. Por eso estoy seguro que cuando hablamos de esperanza, le estamos dando a Colombia el verdadero sentido de reflexionar y compartir.

Yo quiero hoy hacerle un llamado a todos los colombianos, de todos los sectores políticos a que vean que aquí hay una verdadera alternativa para el futuro de nuestro país, que nosotros no estamos predicando el odio de clases sino la fraternidad entre trabajadores y empleadores; que nosotros no queremos estigmatizar sectores sino garantizar que todos se manejen con la mayor responsabilidad con las comunidades y con el medio ambiente; que nosotros no queremos las ilusiones, que se llenan de promesas y cuando gobiernan son la encarnación del incumplimiento, como lo vivió Bogotá hace pocos años.

Yo quiero que hoy nos demos la oportunidad de seguir adelante, que hoy nos demos la oportunidad de entender que la seguridad es un valor democrático y es un bien público, de entender que sin seguridad no se pueden ejercer las libertades, que sin emprendimiento no hay progreso económico; y sin seguridad y sin emprendimiento, no hay equidad.

Por eso, en la vida son más las cosas que nos unen que las que nos separan; nos une más la esperanza, que el resentimiento; nos une más el amor, que la venganza; nos une más el futuro, que el pasado; nos une más el optimismo, que la decepción; nos une más construir, que destruir, porque cuando se construye y no se destruye, el futuro es para todos.

Vamos a trabajar en estas tres semanas con amor por este país, vamos a darle ese afecto a todas las regiones, vamos a trabajar por y con la Colombia indígena, por y con la Colombia afrodescendiente, por y con todos los rincones de nuestro país. Hoy han sido más de 21 departamentos los que nos dieron su respaldo, y con gratitud y humildad les digo que voy a trabajar en estas tres semanas para ganarme ese derecho a ser su Presidente y unir a Colombia.

Los invito a que no descansemos, a que invitemos a todos, a los que votaron por nosotros y a los que no lo hicieron para que lo hagan ahora en esta segunda vuelta; ha llegado el momento de una nueva generación y estoy seguro que juntos vamos a darle a Colombia ese camino de ser un país grande, que todos nos sintamos orgullosos cuando tengamos nuestro pasaporte, cuando veamos nuestro tricolor, cuando miremos el firmamento y siempre con el cuerpo erguido y con la frente en alto decirle a este país que vamos por el progreso.

¡Muchísimas gracias!”

**1.2 Bogotá, 17 de junio de 2018. Discurso del presidente electo de Colombia, doctor Iván Duque:**

“Realmente hoy es un día muy especial para Colombia. Hoy quiero agradecerle a Dios y al pueblo colombiano porque una nueva generación llega a gobernar con todos y para todos, con la mayor votación de la historia en nuestro país. Quiero agradecerle a mi esposa María Juliana, a mis hijos Luciana, Matías y Eloisa, a mi madre -que están acá conmigo-, por el tiempo que me brindaron, por su respaldo y porque espero que esta sea una familia que dé ejemplo y que trabaje todos los días por el pueblo colombiano.

Con humildad y con honor quiero decirle al pueblo colombiano que voy a entregar todas, absolutamente todas mis energías por unir a nuestro país. ¡No más divisiones, pensemos en un país con todos y para todos!

Para mí es muy importante decirles a ustedes y a toda Colombia que hoy no hay ciudadanos vencidos, porque quiero ser el presidente que le dé el mismo amor a los que votaron por mí y a los que no lo hicieron o votaron en blanco.

Se trata hoy, más que nunca, de unir a nuestro país, de construir, porque cuando se construye y no se destruye el futuro es de todos los colombianos.

Esta elección es la oportunidad que esperábamos para pasar la página de la polarización, la página de los agravios, la página de las ponzoñas. Yo no reconozco enemigos en Colombia. No voy a gobernar con odios, ni mantengo odios, ni tendré odios hacia ningún colombiano. No existen en mi mente ni en mi corazón venganzas ni represalias, se trata de mirar hacia el futuro por el bien de todos los colombianos.

Esta elección que nos da un mandato amplio, que nos da un mandato claro, porque ha sido una campaña de soluciones y no agresiones, porque ha sido una campaña de propuestas, de principios. Cuando hubo agresiones, siempre una propuesta. Cuando hubo bajezas, siempre altura, que es lo que demandan los colombianos del ejercicio de la política.

Por eso, esta tiene que ser una oportunidad para que nos unamos en contra de aquellas cosas que le han hecho daño históricamente a Colombia y una de ellas es la corrupción. Nuestra bandera será la lucha frontal contra la corrupción, la politiquería y el clientelismo. Acogemos las propuestas que han sido presentadas en el Congreso, en la Consulta Anticorrupción, porque es un deber de los colombianos, pero iremos mucho más allá porque aquí lo que queremos de una vez por todas es que Colombia, unida, lleve a la corrupción a una derrota total y contundente que se sienta en todo el territorio nacional.

Vamos a gobernar con transparencia, vamos a gobernar con eficacia y vamos a devolverles a los ciudadanos la esperanza de volver a creer en las instituciones y, bajo ninguna circunstancia, permitiremos que las mafias de la corruptela se sigan apoderando de la salud, de los recursos de las obras públicas, de la alimentación escolar. Seremos el gobierno que, como nunca antes en la historia de nuestro país, enfrente ese cáncer y lo doblegaremos, porque seremos un país unido en ese propósito.

Hoy, cuando hablamos de esos retos que están en la legalidad, también debemos asumir uno más grande y es que debemos, en todos los rincones del país, construir ese sueño de la seguridad de la mano con la justicia. La seguridad tiene que volver a las calles de nuestras ciudades, tiene que volver a los campos de Colombia, porque la seguridad no es violencia, la seguridad es un valor democrático que nos permite edificar una mejor sociedad, donde estemos libres de miedo, y una sociedad libre de miedo es una sociedad en verdadera paz.

Nuestro anhelo es que podamos construir consensos para que Colombia tenga una justicia creíble, eficaz, cercana al ciudadano. Una justicia de excelencia en sus jueces, con unas primeras y segundas instancias fortalecidas, que permita, además, que el ciudadano cuando activa su proceder tenga una respuesta oportuna para generar confianza. Nosotros no vamos a fracturar la justicia, ni vamos a llegar a desinstitucionalizar a Colombia, lo que vamos a hacer es fomentar el gran consenso que reclama el país para que la justicia sea cercana a todos los ciudadanos en cada rincón de Colombia.

Cuando hablamos de esa legalidad que añoramos, también está de por medio la paz, porque la paz de Colombia es un anhelo de todos y la paz implica que pasemos la página de esa fractura, donde se nos quiso dividir entre amigos y enemigos de la paz. Hoy somos todos amigos de construir esa paz y debe ser una paz que, ante todo, preserve ese deseo de permitirle a la base guerrillera su desmovilización, su desarme y su reinserción efectiva, que permita que llegue la inversión pública a los lugares que han sido golpeados por la violencia, que permita que en el territorio colombiano se puedan adelantar proyectos productivos sostenibles y que eso les dé oportunidad a todos nuestros connacionales y, antes que nada, esa paz que añoramos, que reclama correcciones, tendrá correcciones para que las víctimas de verdad sean el centro del proceso y garanticemos verdad, justicia, reparación y no repetición.

Esa paz, esa paz que es la que nosotros añoramos, es la que nos tiene que llevar a un sano debate de ideas, porque si los cultivos ilícitos siguen creciendo en nuestro país, amenazando la seguridad nacional, si aparecen dineros y armas escondidas, si vemos que hay algunos que permiten, con sus armas, seguir obstruyendo el curso institucional del país o lo que es peor, acallando a las autoridades y acallando la ciudadanía, ahí lo que estamos haciendo es fracturando el anhelo de la paz. Por eso, pueden tener la plena certeza que obraré como Comandante en Jefe de todos los colombianos para defender

nuestra Constitución y que en todo el territorio se protejan la vida, la honra y los bienes de los colombianos.

Por eso, cuando hemos sido francos, cuando hemos sido sinceros como lo hemos sido siempre en el actuar de la política y no estamos mutando de posiciones simplemente para congraciarnos por el aplauso momentáneo o por la oportunidad electorera, nosotros lo que le hemos dicho a Colombia es que no vamos a hacer trizas los acuerdos, pero a garantizar que la paz sea para todos los colombianos empezando porque la seguridad y la justicia sean las hermanas indicadas para que brille en todo el territorio nacional la esperanza.

Ese principio de legalidad, también nos invita a enviarle un mensaje a los héroes de Colombia, a los miembros de la Fuerza Pública, a sus familias. Quiero ser el Presidente que les devuelva la fe, la confianza y que pueda sacar adelante la anhelada 'ley del veterano', para que la sociedad colombiana al unísono les dé las gracias por su servicio.

Ese Gobierno que vamos a construir, de la mano con una mujer excepcional que hoy se las presento como la primera mujer Vicepresidenta en la historia de Colombia: Marta Lucía Ramírez. Ese Gobierno, ese será el Gobierno que lleve a toda Colombia el emprendimiento, porque queremos hacer de nuestro país, el país de las microempresas, de las pequeñas, de las medianas y de las grandes que generen empleo, que permitan expandir la clase media, que permitan derrotar la pobreza y para ello vamos a simplificar el sistema tributario para que el Estado deje construir el éxito de todos los que quieren emprender.

Lo haremos respetando la responsabilidad fiscal, pero al mismo tiempo buscando el más importante de los logros de una sociedad que cree en el libre emprendimiento y es la derrota para siempre de la pobreza extrema y la construcción de un país de oportunidades. Ese país de emprendimiento es el mismo que durante tantos recorridos que empezaron con los talleres 'Construyendo País', fuimos compartiendo con la población campesina de Colombia, porque yo lo que quiero en el campo no es que sigamos perpetuando la pobreza ni la desigualdad, sino que tengamos una clase media rural que crece, que mejora sus condiciones de vida y el Gobierno nuestro será el de la gran reforma rural para llevar los bienes públicos, para llevar la calidad de la vivienda, para llevar la educación y la salud a esta población que se ha sentido excluida por tantos años.

Ese país será también el país que en el campo colombiano en lugar de propiciar siempre la fractura y la protesta social incentivando odios, lo que va a hacer es generar la fraternidad entre empleadores y trabajadores, y generará la armonía vigorosa entre la agroindustria y el pequeño productor, para que el campo colombiano llegue al resto del mundo y se constituya en un motor de nuestra economía.

Esa misma Colombia es la que hoy quiero compartir con tantos jóvenes, jóvenes que están en este escenario, que están en esta multitud, que han permitido que esta campaña crezca con entusiasmo y sin odios. Esa es la misma juventud que añora la ciencia, la tecnología y la innovación; la Economía Naranja, el poder de la cultura y la fuerza de la transformación innovativa. ¡Ese país es el que vamos a construir!

Y quiero, también desde lo más profundo de mi corazón hacer una gran referencia al eje transversal de nuestra propuesta de Gobierno. Nuestro país tiene que ser el país de la sostenibilidad ambiental, aquí nos la vamos a jugar por proteger los páramos, los ríos, los ecosistemas diversos, la protección de la fauna y de la flora. La promoción de los vehículos eléctricos, el país de la reducción, la reutilización y el reciclaje, el país de la ética del Siglo XXI que protege la naturaleza y que crea emprendimiento cuando se produce y se conserva.

Por eso, aquí ya no hay espacio para seguir incentivando las confrontaciones y las rupturas. Aquí ya no se trata de 'Duquismo' o de 'Petrismo', se trata de una Colombia para todos nosotros. Hoy, esta campaña ha demostrado que la política de la decencia, de la verdadera decencia, de la que se hace estrechando las manos, abrazando a los colombianos y motivando el diálogo es la que quiere el país. Por eso, nos vamos a convertir de una vez por todas en la Nación de la justicia social, de la política de equidad, donde en todo el territorio garanticemos una educación digna, con jornada única, con doble alimentación, con preescolares, con bachillerato técnico y donde la juventud colombiana vea que llega la educación universitaria gratuita a los estratos 1 y 2 de nuestro país.

Un Gobierno no es exitoso solamente por un presidente, un Gobierno es exitoso porque logra unir al país para trabajar todos en un mismo propósito. Y vamos a construir esa Nación donde el sistema de salud deje de ser un negocio para algunos y se convierta en algo que le sirve a todos los colombianos, como una entidad que garantiza la cobertura, la buena remuneración de los médicos, la

presencia territorial y que podamos cerrar las EPS de mala calidad, premiando la calidad acreditada por el usuario.

Queremos un sistema de salud que garantice el aseguramiento, que garantice que los pacientes no tienen que morir en el paseo de la muerte, queremos un sistema de salud donde no tengan que mendigar para recibir el medicamento y que podamos darles a los pacientes vulnerables el tratamiento de recibir el medicamento en su casa o en su cabecera municipal.

Construimos un programa con cultura y con deporte, porque consideramos que el talento de los colombianos es el mejor patrimonio que tenemos hoy en nuestro país y puedo decirles con la mano en el corazón que el gobierno nuestro, con Marta Lucía Ramírez, le dará a la cultura el protagonismo que se merece en la agenda de desarrollo y le brindará a los deportistas de Colombia esa gran oportunidad de hacer de su talento el mejoramiento integral de su vida, pero esta candidatura no sería posible sin las voces de tantas mujeres en el territorio nacional a quienes hoy les decimos con orgullo: 60 años después de tener los derechos políticos que van a tener mujer vicepresidenta y un gabinete 50 por ciento conformado por mujeres.

Yo pienso ahora que esta campaña nunca fue sobre mí, fue sobre ustedes porque aquí somos un equipo, y esta campaña que empezó hace dos años y medio, contra muchas adversidades, y la fuimos sorteando una a una, tuvo algo transformador, y es que aquí hubo un sentimiento de convicción y sobre todo el anhelo de pasar para siempre la página de la vieja política de las componendas, de las trapisondas, del clientelismo. Ese ha sido el éxito de esta campaña, aquí no tenemos libretos, aquí no tenemos cosas de maquillaje, aquí no tenemos un discurso simplemente milimétrico, aquí construimos una propuesta con los ciudadanos, escuchado como debe ser la política del Siglo XXI.

Hoy, le agradezco a las personas que apostaron por esta campaña y esta coalición, y empiezo por agradecerle a Álvaro Uribe Vélez, al Centro Democrático, a nuestro partido, a nuestra bancada, a nuestros dirigentes, y también quiero extenderle mi gratitud al expresidente Andrés Pastrana que también trabajó por esta coalición desde el comienzo.

Acá nunca se pensó en una coalición de prebendas y mucho menos de canonjías, aquí se trató siempre de respaldar un programa y por eso hoy puedo con la frente en alto y con el cuerpo erguido decirles a los colombianos que

conformaremos un gabinete con las mejores personas, con la mejor formación, con el mejor compromiso ético.

Agradezco a los grupos independientes como el del doctor Alejandro Ordóñez, como el de Jaime Castro, como el de Viviane Morales, al partido MIRA, a Colombia Justa y Libre, a los sindicatos, a las bases liberales, a las bases conservadoras, a los maestros, a los emprendedores y a alguien que le quiero hoy mandar un mensaje, y digo alguien porque para mí es una sola: a nuestros artistas, a nuestros juglares, a nuestros compositores, a esas personas que con su música y alegría también irradiaron de esperanza al pueblo colombiano; a todos los emprendedores jóvenes, a los pequeños empresarios, a los transportadores, al sector de las confecciones, a todos los que nos acompañaron en este trasegar les debo agradecer. Y al equipo de campaña, a un equipo de campaña que lo lideró Luís Guillermo Echeverri con un gran compromiso.

Hoy recuerdo cómo con su liderazgo hace años con Alicia, con Gloriza, con Juan Carlos, con Juan, con Felipe, con Alberto, con tantos de ustedes empezamos a labrar lo que para muchos era una osadía y era que una nueva generación fuera capaz de recorrer el territorio y ganarse el corazón de los colombianos. ¡Lo logramos! Gracias a ustedes que creyeron en nuestra propuesta.

Y por eso, el mensaje que hoy quiero compartir con toda Colombia es que somos una Colombia en medio de nuestras diferencias, que somos una Colombia con esa gran riqueza diversa que tenemos en el territorio, que somos una Colombia donde no tenemos que pensar igual, pero que tenemos que concentrarnos en las cosas que nos unen y no en las cosas que nos dividen.

Nosotros no vamos a despojar a nadie de los derechos que han conseguido en nuestro país, nosotros vamos a tener siempre una actitud constructiva en el Gobierno, deliberante pero motivada por consolidar esta idea del 'Pacto por Colombia', donde saquemos adelante esa agenda de reformas que ponga a este país a crecer, a derrotar la pobreza, a expandir la clase media, a irrigar esperanza de nuevo en cada rincón del territorio.

Un presidente no hace milagros ni tampoco nosotros vamos a producir milagros de un día para otro, vamos a trabajar con ustedes, con los comerciantes, con los sindicalistas, con los empresarios, con los médicos, los profesores, los jueces, con todos, con los afrocolombianos, con los indígenas, con todas las comunidades de nuestro país, porque el objetivo nuestro no es llegar a la Presidencia, el objetivo nuestro es la transformación de Colombia, de ese país

próspero que tanto anhelamos. Hoy, ustedes no saben cuánto añoro que estuviera en este escenario mi padre. Yo sé que él está desde el cielo acompañándome con sus consejos, con su influencia, con los principios. Mi padre siempre me enseñó que en política se puede tener disensos y se puede mantener diferencias profundas, pero lo que no se puede hacer jamás es fomentar el odio y lo que no se puede hacer jamás es anteponer el interés personal al interés general.

Yo he estado en la oposición política y desde la oposición política fui capaz de sacar leyes concertando con todos los sectores y también fui capaz desde la oposición de respaldar las iniciativas de otros partidos y del mismo Gobierno cuando le sirve a Colombia. Por eso, yo invito a que todos en este momento nos preocupemos, no por si mañana se genera una oposición hirsuta en Colombia, sino que nos preocupemos de una vez por todas para que en medio de las diferencias seamos capaces de construir, porque esa construcción de país es la que hoy una nueva generación empodera con estos más de 10 millones de votos, que nos dan el mandato claro para liderar a Colombia.

Ha llegado el momento para que esta nueva generación recorra cada rincón de Colombia motivando el trabajo de las comunidades, ha llegado el momento de estrecharnos la mano, ha llegado el momento de mirar hacia adelante, ha llegado el momento de la esperanza, porque aquí nosotros demostramos que cuando hay una idea clara, que cuando se respetan las diferencias, que cuando somos capaces de debatir sin agresiones, el pueblo colombiano reacciona con su mandato soberano.

Les pido a ustedes que a partir de hoy sigamos este trabajo que empezamos, aquí no termina nuestra lucha, nuestra lucha continúa desde el Gobierno, con ustedes, en las calles, recorriendo Colombia, porque estaré en cada semana en talleres 'Construyendo País', conectando con el amor del pueblo colombiano.

¡Qué viva Colombia! ¡Qué viva la democracia! ¡Vamos por el futuro! ¡Vamos Colombia! ¡Sí se pudo! ¡Pa' delante!

Muchas gracias”.

## 2. Jingles de campaña

### 2.1 Letra de jingle “El que es” de Iván Duque:

Le hizo una promesa a la vida  
Devolverle la esperanza a su nación  
Llena de injusticias, que grita por un cambio  
Que se entristece por tanta indignación  
Duque, Duque, el presidente que Colombia necesita es Duque  
La esperanza de Colombia es Duque  
Con legalidad, equidad y emprendimiento  
Duque es la esperanza de este tiempo  
Lo que Colombia necesita es crecimiento  
Con legalidad, equidad y emprendimiento  
Duque, Duque, el presidente que Colombia necesita es Duque  
La esperanza de Colombia es Duque  
Duque es el que es.

### 2.2 Letra de jingle “Todos somos Colombia Humana” de Gustavo Petro:

En tus manos está mi Colombia  
En tu decisión mi patria entera  
Somos la voz que reclama el cambio  
El comienzo de una nueva era  
Un clamor sentido por mi País  
Gustavo Petro nuestro presidente  
Para Colombia una oportunidad  
Todos merecemos vivir como gente  
Una verdadera equidad social  
Todos somos Colombia humana

### 2.3 Letra de jingle “Se puede” de Sergio Fajardo:

Se puede, se puede  
Coalición Colombia  
Se puede, se puede  
Coalición Colombia  
Colombia se está desangrando por la corrupción

Fajardo quiere a transformarnos con educación  
Colombia necesita un líder justo y transparente, ¡Fajardo!  
No más corrupción, Fajardo presidente  
Yo creo en Fajardo, por nuestro futuro  
Yo creo en Fajardo, ¡Se puede! ¡Yo creo!  
Yo creo en Fajardo, nuestro presidente  
Yo creo en Fajardo, ¡Se puede! ¡Yo creo!  
Yo creo en Fajardo, coalición Colombia  
Yo creo en Fajardo  
Yo creo en Fajardo porque sí se puede creer

#### **2.4 Letra de jingle “Mejor Vargas Lleras” de Germán Vargas Lleras:**

Mejor se da ya, Colombia lo espera  
Desde el llano a la montaña, mejor Vargas Lleras  
Mejor se da ya, Colombia lo espera  
Desde el llano a la montaña, mejor Vargas Lleras  
El país se lo merece, dejemos de dar más tumbos  
Colombia crece, que empiece, busquemos un mejor rumbo  
Mejor se da ya, Colombia lo espera (Y vamos pa'lante)  
Desde el Llano a la montaña, mejor Vargas Lleras  
Eliminar la pobreza, apoyo a la educación  
Salud y economía además firmeza  
Germán es la solución  
Mejor se da ya, (Germán es el man) Colombia lo espera  
Desde el Llano a la montaña, mejor Vargas Lleras  
Mejor Vargas Lleras

#### **2.5 Letra de jingle “Humberto es para ti” de Humberto de la Calle:**

Humberto De la calle, De la Calle Humberto es para ti  
De la Calle, De la Calle, Humberto De la Calle es para ti  
Un buen hombre con principios y experiencia llega aquí  
Visionario, preparado para dirigir  
Un luchador honesto que nos trae porvenir  
Depende de ti, depende de ti, tan sólo depende de ti  
Si quieres un líder que acompañe y guíe este país

Apóyalo a él, protege la paz

No vamos a perder con propuestas integrales vamos todos a vencer

Depende de ti, depende de ti, tan sólo depende de ti

Humberto De la calle, De la Calle Humberto es para ti

De la Calle, De la Calle, Humberto De la Calle es para ti

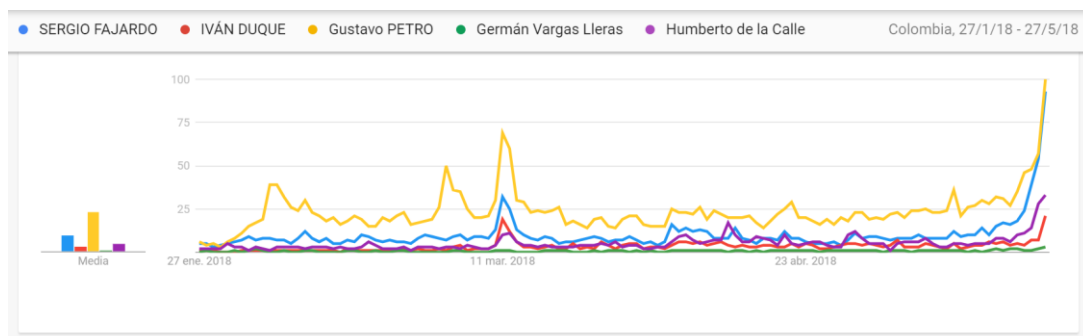
De la calle, De la Calle, ¡Humberto De la Calle!

### 3. Encuestas sobre la segunda vuelta

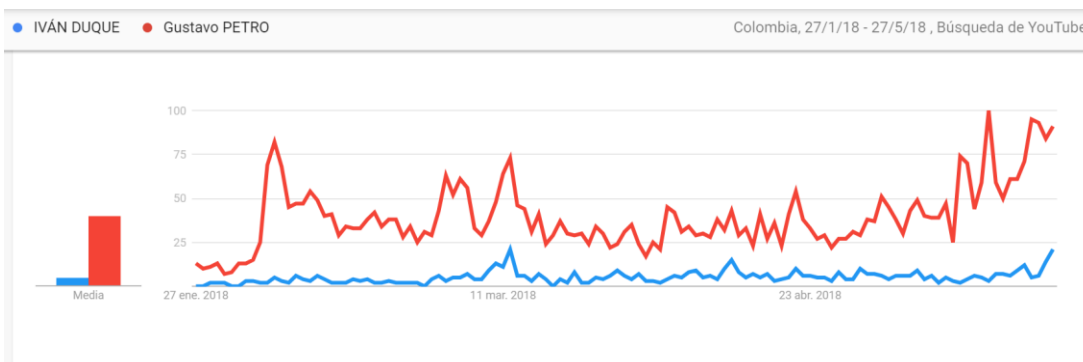
Encuestas Elecciones Colombia 2ª vuelta				
www.valoraaanaltik.com / @ValoraAnalitik	Ivan Duque	Gustavo Petro	Blanco	Diferencia
Votacion 2ª vuelta	53,9%	41,8%	4,2%	
Invamer	57,2%	37,3%	5,5%	9,1%
Yanhaas	52,0%	34,0%	14,0%	19,5%
Guarumo	52,5%	36,0%	11,5%	14,5%
Centro Nacional Consultoria CNC	51,0%	38,0%	11,0%	13,5%
Cifras & Conceptos	45,3%	36,4%	18,3%	28,1%
Datexco	46,2%	40,2%	13,6%	18,7%
Mosqueteros	50,2%	38,3%	11,5%	14,5%

### 4. Google Trends

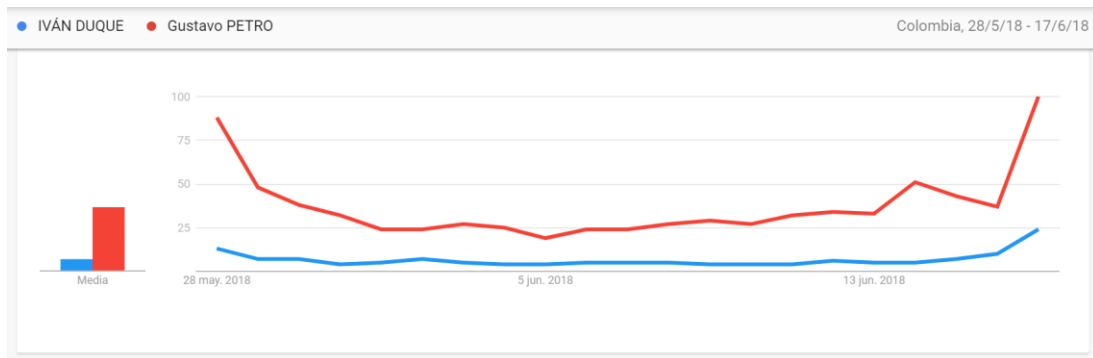
#### 4.1 Interés de búsqueda web a lo largo de la campaña en Colombia.



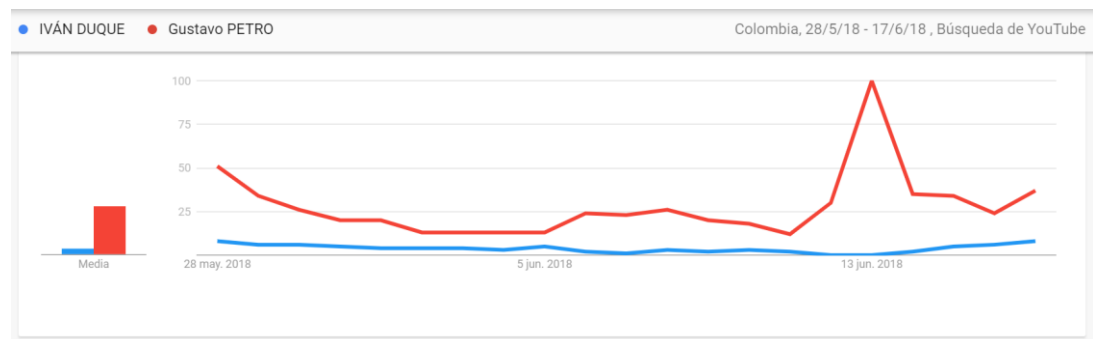
#### 4.2 Búsquedas en YouTube de Duque y Petro durante la campaña en Colombia.



**4.3 Interés de búsqueda web durante las 3 semanas de campaña a la 2da vuelta.**

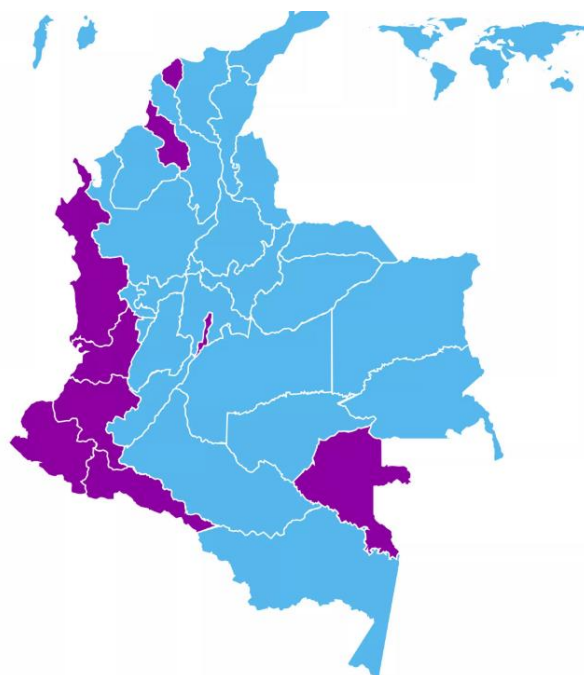


**4.4 Búsquedas en YouTube de Duque y Petro durante las 3 semanas de campaña a la 2da vuelta.**



**5. Resultados Electorales**

**5.1 Mapa electoral por departamentos ganados en la segunda vuelta. Duque, azul; Petro, morado.**



## 5.2 Votos escrutados por departamentos en la segunda vuelta:

Cifras por departamento:

Departamento	Votación	
	Duque	Petro
AMAZONAS	9.962	9.324
ANTIOQUIA	1.844.027	558.514
ARAUCA	59.417	28.858
ATLÁNTICO	342.866	440.103
BOGOTÁ D.C	1.447.685	1.884.869
BOLÍVAR	345.415	316.67
BOYACÁ	308.733	233.755
CALDAS	283.92	121.476
CAQUETÁ	79.689	43.511
CASANARE	127.906	41.559
CAUCA	160.191	323.443
CESAR	216.75	174.175
CHOCÓ	46.289	69.448
CONSULADOS	180.995	69.558
CÓRDOBA	310.231	298.944
CUNDINAMARCA	658.212	452.307
GUAINÍA	5.873	4.097
GUAVIARE	15.755	9.838
HUILA	296.245	146.53
LA GUAJIRA	106.328	103.271
MAGDALENA	226.136	201.567
META	264.513	131.819
NARIÑO	192.588	366.673
NORTE DE SANTANDER	486.004	112.496
PUTUMAYO	30.918	77.22
QUINDÍO	156.973	78.071
RISARALDA	257.267	136.646
SAN ANDRÉS	9.303	5.282
SANTANDER	591.714	345.224
SUCRE	171.322	178.934
TOLIMA	379.766	174.655
VALLE	746.819	885.289
VAUPÉS	3.096	4.759
VICHADA	10.172	5.304
<b>COLOMBIA</b>	<b>10.373.080</b>	<b>8.034.189</b>

6. Tendencia en Twitter

 **Trendsmap Colombia**  
@TrendsCO Seguir ▼

**#cerosexperienciadelamala** es ahora una tendencia en Colombia

[trendsmap.com/r/CO\\_bvzwgg](https://trendsmap.com/r/CO_bvzwgg)

**#cerosexperienciadelamala** - Trending in Colombia  2018-03-01 01:22 UTC : CO\_bvzwgg

 @IvanDuque tiene cero experiencia... De la mala!! #CeroExperienciaDeLaMala #DuqueEsElQueEs <a href="https://t.co/JZe1ewAlcc">https://t.co/JZe1ewAlcc</a> <span style="float: right;"> @jovenesconduque</span>	 ¡Iván Duque es el Presidente que Colombia necesita! #CeroExperienciaDeLaMala <a href="https://t.co/WqEItZ8ZFj">https://t.co/WqEItZ8ZFj</a> <span style="float: right;"> @OrlandoGuete</span>	 #CeroExperienciaDeLaMala * Soy @IvanDuque y estoy preparado para que juntos recuperemos la esperanza para Colombia* @CeDemocratico <span style="float: right;"> @ThaniaVegaCD</span>					
 Mi voto es por @IvanDuque que tiene #CeroExperienciaDeLaMala como los otros políticos sin coherencia: <a href="https://t.co/UGkjpyoit">https://t.co/UGkjpyoit</a> <span style="float: right;"> @fefernandezt</span>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%; padding: 5px;">  ¡Iván Duque es el Presidente que Colombia necesita! #CeroExperienciaDeLaMala <a href="https://t.co/WqEIt">https://t.co/WqEIt</a> <span style="float: right;"> @OrlandoGuete</span> </td> <td style="width: 25%; padding: 5px;">  @IvanDuque tiene cero experiencia... De la mala!! #CeroExperienciaDeLaMala #DuqueEsElQueEs <a href="https://t.co/JZe1e">https://t.co/JZe1e</a> <span style="float: right;"> @jovenesconduque</span> </td> <td style="width: 25%; padding: 5px;">  Porque @IvanDuque es el único con #CeroExperienciaDeLaMala <a href="https://t.co/Xbt7F">https://t.co/Xbt7F</a> <span style="float: right;"> @SoyCasta</span> </td> <td style="width: 25%; padding: 5px;">  -- Vamos a llegar con el Uribismo unido y con @IvanDuque porque simplemente #CeroExperienciaDeLaMala <a href="https://t.co/NrKf">https://t.co/NrKf</a> <span style="float: right;"> @CJL1981</span> </td> </tr> </table>			 ¡Iván Duque es el Presidente que Colombia necesita! #CeroExperienciaDeLaMala <a href="https://t.co/WqEIt">https://t.co/WqEIt</a> <span style="float: right;"> @OrlandoGuete</span>	 @IvanDuque tiene cero experiencia... De la mala!! #CeroExperienciaDeLaMala #DuqueEsElQueEs <a href="https://t.co/JZe1e">https://t.co/JZe1e</a> <span style="float: right;"> @jovenesconduque</span>	 Porque @IvanDuque es el único con #CeroExperienciaDeLaMala <a href="https://t.co/Xbt7F">https://t.co/Xbt7F</a> <span style="float: right;"> @SoyCasta</span>	 -- Vamos a llegar con el Uribismo unido y con @IvanDuque porque simplemente #CeroExperienciaDeLaMala <a href="https://t.co/NrKf">https://t.co/NrKf</a> <span style="float: right;"> @CJL1981</span>
 ¡Iván Duque es el Presidente que Colombia necesita! #CeroExperienciaDeLaMala <a href="https://t.co/WqEIt">https://t.co/WqEIt</a> <span style="float: right;"> @OrlandoGuete</span>	 @IvanDuque tiene cero experiencia... De la mala!! #CeroExperienciaDeLaMala #DuqueEsElQueEs <a href="https://t.co/JZe1e">https://t.co/JZe1e</a> <span style="float: right;"> @jovenesconduque</span>	 Porque @IvanDuque es el único con #CeroExperienciaDeLaMala <a href="https://t.co/Xbt7F">https://t.co/Xbt7F</a> <span style="float: right;"> @SoyCasta</span>	 -- Vamos a llegar con el Uribismo unido y con @IvanDuque porque simplemente #CeroExperienciaDeLaMala <a href="https://t.co/NrKf">https://t.co/NrKf</a> <span style="float: right;"> @CJL1981</span>				
Honorio Enriquez CD 7 al Senado on Twitter <a href="#">@honorhenriquez</a>	Twitter / @jovenesconduque: @IvanDuque tiene cero expe ... <a href="#">@jovenesconduque</a>	Twitter / @AndresG9901: Por qué Duque es la mejor ... <a href="#">@andresg9901</a>	Twitter / @Avrilizz: #CeroExperienciaDeLaMala ... <a href="#">@avrilizz</a>				

21:22 - 28 feb. 2018 desde Bogotá, D.C., Colombia