

Café político. Una radiografía del discurso político electoral del Departamento del Tolima

Political coffee. a radiography of political electoral discourse
in the departmen of Tolima

José Julián Nájnez¹
Oscar Javier Charry G.²

Resumen

Este ejercicio académico pretende analizar el discurso político manejado por los candidatos a las diferentes corporaciones (Cámara – Senado) que participaron en las elecciones del 11 de marzo de 2018, pertenecientes a diferentes partidos políticos o movimiento independiente, en el Departamento del Tolima. La metodología utilizada para la recolección de la información fue la entrevista no estructurada en video, para la cual, antes de realizar la grabación, se aclaró a los entrevistados que solamente deberían referirse a sus propuestas de campaña y que debían abstenerse de utilizar expresiones como: “castrochavismo”, “nos van a volver como Venezuela”; asimismo, evitar referirse o comentarios positivos o negativos sobre campañas de otros candidatos, a fin de conocer sus argumentos y propuestas más allá de las estrategias de campaña basadas en el momento histórico y político del país vecino. Para el procesamiento de la información, se tendrán en cuenta los elementos que ofrece el análisis de contenido, ya que esta estrategia de análisis permitirá ver a profundidad lo que se dice y cómo se dice, en cada una de las propuestas, así como establecer las tendencias, las argumentaciones comunes o distantes en relación con sus partidos correspondientes, al igual que su fundamentación académica y política.

Palabras clave: análisis de discurso, cultura política, democracia, participación, tecnologías de la información.

Abstract

The objective of this academic exercise, in process, intends to analyze the political discourse managed by the candidates to the different corporations (Chamber - Senate) that participated in the elections of March 11, 2018, belonging to different political parties or independent movement, in the Department of Tolima. The methodology used for the collection of the information was the unstructured video interview. For this, before making the recording it was clarified to the interviewees that they should only refer to their campaign proposals and that they should refrain from using expressions such as: “castrochavismo”, “They will return us like

¹ Docente de planta de la Universidad del Tolima, adscrito al Instituto de Educación a Distancia (IDEAD), Departamento de Pedagogía y Mediaciones Tecnológicas. Licenciado en Filosofía y Educación Religiosa de la Universidad Santo Tomás, Magister en Educación de la Universidad del Tolima y doctor en Ciencias de la Educación en Rudecolombia. Docente de Tiempo Completo del IDEAD–UT. Correo: jjnanezr@ut.edu.co

² Estudiante de VIII Semestre de Ciencia Política de la Universidad del Tolima. Correo: ojcharryg@ut.edu.co

Venezuela”. Likewise, they should avoid referring or comment positively or negatively on campaigns of other candidates, this in order to know their arguments and proposals beyond the campaign strategies based on the historical moment and politician from the neighboring country. To process the information, this work will take into account the elements offered by the content analysis, since this analysis strategy will allow seeing in depth what is said and how it is said, in each of the proposals. In addition, the tendencies, the common or distant arguments in relation to their corresponding parties are going to be established, as well as their academic and political foundations.

Keywords: democracy, discourse analysis, information technology, participation, political culture.

Introducción

En este momento, respecto a las dinámicas políticas electorales a nivel mundial, Colombia no ha sido la excepción; está pasando por una serie de cambios y sucesos nunca antes vistos: el *boom* de las redes sociales y el uso de las tecnologías de la información para llegar al mayor número de votantes posibles con los mensajes de los diferentes candidatos, nuevas propuestas, nuevos rostros que quieren llegar a representarnos, pero esto, también, trae consigo una serie de interrogantes, en que solamente quienes los lograsen resolver y dar un buen uso podrán ver cristalizada su aspiración; preguntas como ¿es realmente efectivo su uso (tecnologías y redes) a la hora de convencer al elector? ¿Cómo transmitir un mensaje claro? ¿Se debe impulsar un cambio de imagen para agradar al votante? ¿Qué tipo de discurso usar?.

Del otro lado del mensaje está el elector, quien no solo recibe el mensaje, sino, además, se plantea preguntas respecto a su posible representante, algunas más complejas que otras, que van desde el deseo de saber su nivel y tipo de formación, la corriente ideológica a la que pertenece, sus propuestas, entre otros, todo ello con el fin reconocerse en el candidato, para ver en él la posibilidad de satisfacer sus necesidades, sus anhelos.

Del mismo modo, hay un aspecto que resulta fundamental en este vaivén electoral y es esa relación existente entre el candidato y el partido que lo respalda, a fin de que se pudiera establecer si es consecuente con su pensamiento y si sus actitudes lo demuestran; un elemento adicional, que se encuentra actualmente, es el uso de las redes sociales y los medios masivos de comunicación, que han permitido, hoy más que nunca, llegar a sitios y a personas a las que jamás hubieran podido llegar con su propuesta.

En esta línea de difusión de la información, pero en el interés de favorecer la naturalidad, la espontaneidad discursiva, pues se parte de la idea del no uso de un libreto preparado, emerge lo que realmente es y piensa el sujeto y surge Café Político,³ ejercicio en que se pretendió mostrar a los candidatos de un modo más informal, de tal forma que se pudiera establecer un análisis de sus propuestas, para que las personas que vieran los videos lograsen, sin necesidad de tener una formación política, entender el mensaje tanto verbal como corporal y así tomar una decisión en cuanto a su apoyo y la ejecución de su voto. En este sentido y como un paso posterior, la

³ Para observar los videos se pueden consultar los siguientes escenarios de difusión: https://www.facebook.com/pg/CafePoliticoTolima/videos/?ref=page_internal o @CafePoliticoTolima

investigación pretendía analizar el discurso político manejado por los candidatos a las diferentes corporaciones (Cámara – Senado) que participaron en las elecciones del 11 de marzo de 2018, pertenecientes a diferentes partidos políticos o movimiento independiente, en el Departamento del Tolima. Para dar piso al fundamento teórico, desde donde leer las entrevistas realizadas, se tomaron como referencia algunos autores, que permiten leer el sentido de la formación política de estos candidatos, además de ubicar en un lado u otro su inclinación política, según el partido al cual pertenecen; entre los autores que se tomaron como referencia para este propósito, se encuentran: Alcántara (2004), Abal Medina (2002), Duque Daza (2007), David Easton (1999), Boaventura de Sousa (2001), Houtart (2006), Stolowicz (1997), Tilly (2010), Touraine (2006), entre otros. A continuación se presenta este desarrollo teórico a partir de las categorías principales trabajadas en el ejercicio investigativo.

Sobresale, entre los fundamentos teóricos, la concepción sobre Cultura Política presentada por López de la Roche (2000): “la noción de cultura política aborda una pluralidad enorme y compleja de fenómenos. El estudio de cada uno de ellos, demanda igualmente diversas aproximaciones, diferentes confluencias interdisciplinarias, así como distintos enfoques metodológicos, a las múltiples disciplinas que concurren al estudio de la cultura política o las culturas políticas”, en que, además, se desenvuelve el papel de las nuevas identidades o modas o, como las llamaría de otra manera, las “identidades livianas” (López de la Roche, 2000) con el resultado de formación de un nuevo sujeto social, un nuevo ciudadano.

Estos fenómenos, como imaginarios colectivos, visión de ciudadano, identificación con patrones de conducta y comportamiento, transformación de actores, de modelos, de actitudes, modernidad, globalización, comunicación, democracia, religiosidad, participación, son solo algunos ejemplos de lo que podemos encontrar inmerso en la cultura política; no consiste en preguntarnos si tenemos o no una cultura política; la pregunta realmente es el sentido y la carga valorativa que le daremos a la Cultura Política regional, hacia dónde nos lleva esta cultura, cómo nos identifica como tolimenses, en primera medida, y si, de acuerdo con ello, es consecuente con la cultura política colombiana

1. Aspectos metodológicos

Este estudio, de orden cualitativo, se realizó con la metodología del análisis de contenido, entendida, según Bardin (1996), como “un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones tendente a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (variables inferidas) de estos mensajes” (p. 32).

La fuente de información fue de entrevistas no estructuradas en video, para las cuales, antes de realizar la grabación, se aclaró a los entrevistados que solamente deberían referirse a sus propuestas de campaña y que debían abstenerse de utilizar expresiones como “castrochavismo” o “nos van a volver como Venezuela”; de la misma manera, evitar referirse o efectuar comentarios positivos o negativos sobre campañas de otros candidatos, a fin de conocer sus argumentos y propuestas más allá de las estrategias de campaña basadas en el momento histórico y político del país vecino.

Para el procesamiento de la información, se tendrán en cuenta los elementos que ofrece el análisis de contenido, ya que esta estrategia de análisis nos permitirá ver a profundidad lo que se dice y cómo se dice en cada una de las propuestas, así como establecer las tendencias, las argumentaciones comunes o distantes en relación con sus partidos correspondientes, al igual que su fundamentación académica y política.

Respecto a las categorías de análisis para el tratamiento de los discursos de cada uno de los candidatos entrevistados, se agruparon como *categorías de apreciación*, en las que, según Duverger (1981), “las unidades de análisis se clasifican según las estimaciones que de ellas hace el autor del documento, es decir, según los valores a los que se refiere, según las autoridades tras las que se refugia o según su posición personal respecto de ellas”.

En relación con el número de entrevistados, se precisa que los aspirantes al Senado por el Departamento del Tolima, de los diferentes partidos, fueron 11, de los cuales se entrevistó a 5, lo que equivale al 41%, lo que dependió de la disponibilidad de tiempo, pues la pretensión era poder hacerlo con todos. Por su parte, a la Cámara de representantes por el Tolima se presentaron 57 propuestas; se logró entrevistar a 13 candidatos, lo que representa un 22.8%; cabe anotar que la participación de los candidatos en las entrevistas se ligó a la disponibilidad de tiempo y disposición para su realización y, aunque se logró contactar a un total de 20 candidatos, interesados en la realización del video, por temas de agenda electoral y ubicación solo se concretaron las 13 entrevistas que se registraron.

2. Resultados

El Departamento del Tolima tiene un potencial electoral de 1.063.246 votantes; con la participación en elecciones, para la elección del Congreso, en este 2018, de 508.113, queda demostrado que el abstencionismo alcanza el 52,21 %, lo que es un punto por encima del promedio nacional, que se ubicó en el 51,18%, lo que nos pone a pensar acerca de las razones para esta no-participación: la falta de confianza de los ciudadanos en los partidos políticos, la no existencia de líderes carismáticos en la región, la falta de propuestas concretas para hacerle frente a los problemas del Departamento, la forma como se entregan los avales por parte de los partidos políticos y el inconformismo generalizado respecto al trabajo de los Congresistas del Departamento.

2.1 Senado

En el Departamento del Tolima, se pudo evidenciar una tendencia similar respecto a los resultados nacionales, al mostrar una alta participación del partido Centro Democrático, que alcanzó 19 curules y tenía en la lista 60 candidatos; además, el partido Mira aumentó su porcentaje, al pasar de 3.27% nacional a 4.68% en el departamental, invertido a lo que sucedió con partidos como el Verde y el Polo, que tuvieron participaciones inferiores al promedio nacional; las listas liberal y conservadora no se tuvieron en cuenta para el análisis, ya que solo se tomaron aquellas sobre las que habíamos realizado entrevistas.

Los diferentes candidatos al Senado que entrevistamos obtuvieron una baja votación en el Departamento, con excepción de Ana Paola Agudelo, del partido Mira, quien logró llegar al

Senado de la República con 71231 votos, de los cuales 14267 fueron en el Departamento; Emmanuel Arango, de Centro Democrático, obtuvo 12474 votos a nivel nacional y 8483 en el Departamento, lo que lo ubicó en la posición 37 dentro de su partido; por otra parte, sin mayor caudal electoral encontramos a Edgar Polo, del partido Verde, con 1792 votos en el Departamento, para un total de 4770; Carlos Vásquez, del Polo, y Juan Felipe Ortiz Caicedo, de la lista Decentes, obtuvieron 264 y 159 votos respectivamente; esta baja votación muestra no solamente que su discurso no se vio bien, sino los partidos tradicionales aún conservan buena parte del caudal electoral —aunque, en el Departamento del Tolima, los candidatos del partido de la U, Liberal, Centro Democrático, Cambio Radical, no lograron la votación suficiente para llegar al Senado —lo que denota un inconformismo de la ciudadanía hacia los dirigentes políticos de la región, debido a que, según Gechem (2009), “los partidos políticos son vistos por el público de una manera absolutamente diferente de lo que deberían ser. Estas organizaciones se preocupan más por ser agencias de empleo y máquinas electorales que por cumplir su rol de intérpretes de la sociedad civil”, fiel reflejo de lo que podemos encontrar en el sentir de muchos tolimenses.

2.2 Cámara de Representantes

El fenómeno en la Cámara de Representantes se repite y, de nuevo, los partidos tradicionales conservan las curules, con adición de la maquinaria política del Partido Conservador, actualmente en el poder departamental; la distribución de las curules quedó de la siguiente manera: 2 para el Partido Conservador, 1 del Centro Democrático, 1 del partido de la U, 1 de Cambio Radical y 1 del Liberal; listas como Verde, Mira, Polo, Decentes, Somos y Opción Ciudadana quedaron por fuera, debido al umbral, aunque cabe resaltar la llegada agónica del Partido Liberal, que estuvo a punto de perder su curul y que quedara en manos del Centro Democrático; de nuevo, juega un papel importante el inconformismo generalizado respecto a las actuaciones de los representantes de la región, su poca gestión y el alto clientelismo de los partidos a los que pertenecen ha generado en la sociedad civil un fuerte rechazo, sumado a la falta de nuevos liderazgos que representen el sentir de los tolimenses y que pudieran llegar que los electores los vieran bien; no existe, en este momento, en el Departamento del Tolima, un candidato que reuniera todas esas características y que, sumado al carisma, lograra obtener una alta votación, sin necesidad de maquinaria y clientelismo.

En cuanto a los candidatos, su votación es una repercusión de la poca aceptación de su discurso, la poca o nula formación política, el pobre conocimiento de las necesidades de la región, su necesidad de mostrarse como un cambio y el rechazo generalizado por la polarización que existe en este momento en el país, a lo que se suma la acción de la maquinaria de los partidos que lograron alcanzar la curul en función de sus candidatos cabeza de lista.

3. El discurso de los candidatos

En esta contienda electoral, se logró identificar cómo, de manera reiterada, convergen diferentes categorías de análisis, como educación, salud, campo, infancia, medio ambiente, turismo, cultura, economía, infraestructura, que se han denominado *categorías principales*, debido a la alta carga valorativa por parte de los candidatos, ya que ellos mismos reconocen su importancia a la hora de diseñar las propuestas de gobierno; también, tenemos una serie de

categorías emergentes, como familia, mujer, equidad, rendición de cuentas, conflicto, participación ciudadana, minusválidos, indígenas; por último, lo que denominamos, en una contralectura del discurso, como *categorías faltantes*, que son aquellas que no se nombran, que se evitan tal vez por su alto grado de discusión, polarización y rechazo sobre temas que actualmente son controversiales en Colombia; además, también por el propio desconocimiento respecto a ellas, como corrupción, Jurisdicción Especial para la Paz (JEP) y reforma tributaria.

Estas categorías, denominadas “de apreciación” (Duverger, 1981), y las tres subcategorías (principales, emergentes y faltantes), que identificamos, han servido para reconocer la importancia del discurso electoral en el ejercicio político, un discurso estructurado y argumentado, un discurso que pudiera definir al candidato como sujeto de inclinaciones de izquierda, centro o derecha y, a su vez, le permitiera al elector ver de una forma objetiva cuáles y de qué tipo son las propuestas y la forma de mostrar una solución a las necesidades de la región.

Conclusiones

El estudio sobre *la Cultura Política en el Departamento del Tolima* apenas está comenzando; somos una región de costumbres, una región de tradiciones; estamos pasando, al igual que toda Colombia, por un momento de cambios y transformaciones que, poco a poco, terminarán por definir la dirección y el sentido de esta Cultura; la globalización, las luchas populares (consulta popular) en torno al medio ambiente, el postconflicto, los nuevos escenarios sociales y políticos han presentado nuevas formas de organización y de reacción de los ciudadanos para enfrentarse a esta nueva realidad; en ese sentido, los discursos también van cambiando, los candidatos se quieren mostrar como actores fundamentales en la nueva historia del Tolima, por eso sus discursos apelan al sentimiento de reivindicación de estas luchas; vemos cómo convocan a mujeres, campesinos, indígenas, para que los apoyasen; cómo muestran interés por la infancia y por la juventud, en algunos casos al criticar los modelos de salud, educación y economía, para ganar la aceptación de los electores, pero, más que eso, resulta importante mostrarles a los tolimenses que el discurso va más allá de frases memorizadas y soluciones inmediatas: la forma de *decir lo que se dice* y el *discurso de lo no-dicho* también son importantes, ya que allí podemos encontrar diferencias significativas y, quizá, pudiéramos llegar a tomar una buena decisión.

Igualmente, es posible afirmar que, en Colombia, a la hora de las campañas electorales, estas categorías se tornan relevantes en el discurso político que busca encantar a los votantes y así generar un caudal electoral que les permitiera alcanzar el umbral y el mayor número de curules, pero, después de las elecciones, dónde queda el interés por sacar adelante a la región, son temas importantes para el mejoramiento de la calidad de vida de todos los ciudadanos, pero se terminan banalizando, al utilizarlos solamente como caballos de batalla en la contienda electoral.

Se necesita fomentar la formación política, la formación ciudadana en todo el Departamento del Tolima, para que los ciudadanos pudieran leer el discurso político; además, también es muy importante esta formación en los candidatos y que los partidos políticos la tuvieran en cuenta a la hora de entregar sus avales. Se debe reivindicar la importancia de los nuevos actores sociales, la lucha por el reconocimiento y la participación en el escenario político, la búsqueda de nuevas

representaciones, que nos permitieran alcanzar un desarrollo político y social en pro de todos los ciudadanos.

Referencias bibliográficas

Alcántara Sáez, M. (2004). *Partidos políticos en América Latina: Precisiones conceptuales, estado actual y retos futuros*. Barcelona: Cidob.

Bardin, L. (1996). *El análisis de contenido*. (2ª ed.). Madrid: Akal.

Sousa Santos, B. de. (2001). Los nuevos movimientos sociales. *OSAL*, 177-188.

Cavarozzi, M., y Abal Medina, J. (Eds.). (2002). Elementos teóricos para el análisis contemporáneo de los partidos políticos: un reordenamiento del campo semántico. *El asedio a la Política. Los partidos Políticos tras la década del neoliberalismo* (33-54). Rosario: Homo Sapiens.

Cheresky, I., Mayorga, F., y Gomez, S. (2011). *Ciudadanía y legitimidad democrática en América Latina*. Buenos Aires: Prometeo.

Constitución Política de Colombia [Const.]. (1991). 107 [Título IV]. Bogotá: Legis.

Duque Daza, J. (2007). *Los partidos políticos colombianos 1974-2006: Subinstitucionalización de los partidos tradicionales y emergencia de organizaciones políticas alternativas*. Informe final del concurso: Partidos, movimientos y alternativas políticas en América Latina y el Caribe. Programa Regional de Becas Clacso.

Duverger, M. (1981). *Métodos de las Ciencias Sociales*. (12ª ed.). Barcelona: Ariel.

Easton, D. (1999). *Esquema para el análisis político*. (8ª ed.). Buenos Aires: Amorrortu.

Gechem, C. E. (2009). Los partidos políticos en Colombia: entre la realidad y la ficción. *Revista Derecho del Estado*, No. 23, 131-146.

Giraldo García, F. (julio-diciembre de 2012). Reformas electorales y ajustes institucionales pendientes en Colombia. *Papel Politico 17*, No. 2, 497-521.

Gutiérrez, F., Viatela, J., y Acevedo, T. (2008). ¿Olivos y aceitunos? Los partidos políticos colombianos y sus bases sociales en la primera mitad del siglo XX. *Análisis político*, No. 62, 3-24.

Houtart, F. (2006). Los movimientos sociales y la construcción de un nuevo sujeto histórico. *Pasos*, 11-16.

Lechner, N. (1987). *Cultura política y democratización*. Santiago de Chile: Flacso.

López de la Roche, F. (2000, may.-ag.). Aproximaciones al Concepto de Cultura Política. *Convergencia*, No. 22, 93-123.

Stolowicz, B. (1997). Gobernabilidad o democracia: los usos conservadores de la política . *Política y cultura*, 187-213.

Tilly, C., y Wood, J. L. (2010). *Los movimientos sociales, 1768-2008. Desde sus orígenes a Facebook*. Barcelona: Crítica.

Touraine, A. (2006). Los movimientos sociales. *Revista Colombiana de sociología*, No. 27, 255-78.