

# Historiografía y teoría política

Estudios sobre la popularidad de la seguridad democrática en Colombia: Balance y análisis en publicaciones académicas especializadas, 2002-2022

Studies on the popularity of Democratic Security in Colombia: Balance and analysis in specialized academic publications, 2002-2022

Recibido: 22 de noviembre de 2023

Aceptado: 24 de junio de 2024

DOI: [10.22517/25392662.25482](https://doi.org/10.22517/25392662.25482)

pp. 159-184

 **Álvaro Acevedo Tarazona\***  
tarazona20@gmail.com

 **Julián Andrés Sarmiento Herrera\*\***  
juliblack1996@gmail.com

Licencia Creative Commons  
Atribución/Reconocimiento-  
NoComercial-SinDerivados 4.0  
Internacional — CC BY-NC-ND 4.0.



\* Universidad Industrial Santander, director del Grupo de Investigación Políticas, Sociabilidades y Representaciones Histórico-Educativas. Doctor en Historia de la Universidad de Huelva.

\*\* s



## Resumen

La política de Seguridad Democrática desarrollada por el expresidente Álvaro Uribe Vélez entre el 2002 y 2010, gozó de una significativa aceptación popular. Una de las preguntas más comunes entre los académicos sobre este fenómeno político es cómo su carácter comunicativo resulta imprescindible para explicar el amplio margen de popularidad que rodeó al expresidente.

Este artículo ofrece un balance historiográfico de las publicaciones académicas disponibles, con el objetivo de facilitar la comprensión de este periodo de nuestra historia reciente. Además, identifica fortalezas y vacíos en la línea de investigación, y sirve de guía para futuros estudios.

**Palabras clave:** Colombia, medios de comunicación masiva, política, publicaciones científicas.

## Abstract

The Democratic Security policy developed by former president Álvaro Uribe Vélez between 2002 and 2010 enjoyed significant popular acceptance. One of the most common questions among academics about this political phenomenon is how its communicative character is essential to explain the wide margin of popularity that surrounded the former president.

This article offers a historiographical balance of the available academic publications, with the aim of facilitating the understanding of this period of our recent history. It also identifies strengths and gaps in the line of research, and serves as a guide for future studies.

**Keywords:** Colombia, mass media, politics, scientific research.

## Introducción

Las explicaciones sobre la popularidad del uribismo han venido desde varias orillas académicas a lo largo de los últimos veinte años. Actualmente, existen aproximadamente cinco decenas de documentos, entre artículos publicados por revistas científicas, libros, y tesis de maestría. Todos ellos buscan responder una serie de preguntas íntimamente relacionadas: ¿cuáles fueron los soportes de la popularidad de Álvaro Uribe Vélez desde sus inicios electorales, hasta su reelección en el año 2006? ¿Qué rol interpretaron los principales medios de comunicación nacionales en este proceso? ¿Cómo el discurso de la seguridad democrática se relaciona con el periodismo de guerra? ¿Qué impacto tuvieron los procesos de paz del siglo xx, en el éxito electoral del uribismo?

Este artículo tiene el propósito de ordenar las narraciones, voces, y debates surgidos a partir de los interrogantes descritos, para situar al lector en una línea de tiempo sobre el apasionante proceso de consolidación que ha atravesado el tema: desde las primeras publicaciones en el año 2002 hasta la actualidad.

Los textos seleccionados se han escogido utilizando criterios de pertinencia directa o indirecta, a partir de la identificación de las palabras clave: «Seguridad Democrática y medios de comunicación», «uribismo y medios de comunicación», «medios de comunicación y conflicto armado». También, para asegurar que el menor número de textos posible quedara fuera del radar, en casi todas las ocasiones se acudió a la bibliografía de los propios autores para registrar obras relacionadas menos visibles en los motores de búsqueda.

Después de sistematizar las fuentes (hemos incluido un útil resumen de cada una de las obras al final de este artículo), los resultados se presentan en dos segmentos. El primero de ellos caracteriza los textos analizados a través de variables formales. Estos indicadores fueron: tipo de documento, años de mayor producción, campo de conocimiento desde el que se escribe, y enfoque de aproximación al tema utilizado por los autores. El segundo segmento, presenta conclusiones propias sobre la forma en que se consolidó la línea de investigación durante las últimas dos décadas, los métodos utilizados por los autores, hallazgos comunes en las investigaciones, desacuerdos, y posteriormente limitaciones en las obras que ofrecen la oportunidad de profundizar en estudios futuros.

Finalmente, queremos aclarar al lector que hemos tomado posición sobre aquello que consideramos como limitaciones vigentes en el campo de estudio, incluyendo sugerencias sobre cómo pueden ser superadas: actualmente, existe un debate sobre la caracterización del tipo de gobierno del expresidente; la mayor parte de autores mencionados en las siguientes páginas, sobre todo entre los años 2002 y 2010, ha concluido que el gobierno de Álvaro Uribe Vélez puede ser enmarcado en el populismo latinoamericano o dentro del neopopulismo, y algunos, incluso, lo comparan con el chavismo venezolano de la época. Sin embargo, dos autores (una de ellas desde muy temprano<sup>1</sup>), y el segundo a partir del 2016<sup>2</sup>, han optado por una nueva mirada al gobierno del expresidente. En ambos artículos los defensores de esta nueva posición explican que existen motivos de fondo para cuestionar el presunto populismo de Uribe Vélez: 1. Los vínculos sociales del expresidente: es decir, de qué actores y pertenecientes a qué clases se rodeaba Uribe durante su gobierno. 2. A qué sectores de la sociedad apelaban principalmente sus discursos y políticas públicas.

Los autores concluyen que, en vez de populismo, el gobierno de Uribe Vélez fue más bien uno de tipo autoritario, neoconservador, y carismático. Por efectivamente aplicar estrategias de comunicación masiva —como los consejos comunitarios televisados—, aunque mezclados con sólidos discursos en defensa del sector empresarial y con políticas económicas que beneficiaban sobre todo a este sector, como la reducción de aranceles o la creación de zonas libres de impuestos. Desde luego, categorizar automáticamente todo gobierno que incluya políticas en defensa de las importaciones o buscando el beneficio del sector privado como neoconservador, es equivocado y ajeno a las condiciones de un mundo globalizado, aunque,

1 Galindo, «Neopopulismo en Colombia: el caso de gobierno de Álvaro Uribe Vélez», *Iconos*, n.º 5 (2007).

2 Blendi Kajsiu, «Una teoría socio-morfológica del populismo: el caso del uribismo, 2002-2010», *Análisis Político*, n.º 90 (2017): 209-225. Y Blendi Kajsiu, «The Colombian Right: the political ideology and mobilization of uribismo», *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies*, n.º 44 (2019): 204-224.

desde luego, la intensidad y alcance de estas políticas, son indicadores de que no estamos frente a un gobierno populista de corte tradicional que busca legitimarse a través de las clases medias y bajas.

Añaden también, que, aunque el expresidente sí exaltaba una suerte de nacionalismo (dividiendo discursivamente a la sociedad entre «colombianos de bien» y «los violentos»), este nacionalismo estaba siempre sujeto a una muy buena relación con el gobierno de los Estados Unidos, principalmente en cuanto el manejo de la política antidrogas. Con esto no se está afirmando que un gobierno populista deba necesariamente aislarse de la política internacional, pero sí que en todo caso el interés del Estado Colombiano estaba sujeto también al interés de un país extranjero, algo que es contradictorio con un nacionalismo ortodoxo.

Agregaríamos a los argumentos de Guerrero y Blendi que la mayor parte de respaldos del expresidente durante la campaña no fueron los que uno esperaría de un gobierno populista: pocas personas, grandes masas, y altos mandos en las fuerzas militares; sino empresarios, reconocidos publicistas internacionales, y altos directivos de medios privados de comunicación. Algo que era de común conocimiento incluso en el año 2002<sup>3</sup>. En suma, los argumentos aquí reseñados nos han parecido novedosos, y han tenido su propio impacto en la tesis de maestría de la cual se desprende esta investigación. Por lo tanto, creemos que las políticas de gobierno de Álvaro Uribe Vélez se asemejan mucho más a las propias de un gobierno neoconservador, que a un populismo clásico.

## Caracterización de las investigaciones

A partir del examen de las fuentes, es posible identificar cómo la relación entre el uribismo y la prensa se ha descrito principalmente a partir de artículos publicados en revistas científicas. Esta dominancia del artículo frente a otros géneros como la tesis o el libro refleja que las obras fueron de carácter coyuntural, explicativo o exploratorio, sin que haya una continuidad en las investigaciones que deriven en la escritura de libros o tesis doctorales (pues la mayor parte de las monografías identificadas fueron escritas por estudiantes de pregrado). Sin embargo, también fue posible registrar que en ocasiones los autores dialogaron entre sí, y cuando esto sucedió, escribieron libros en conjunto. Es el caso de Germán Rey<sup>4</sup>, Camilo Tamayo<sup>5</sup> y Jorge Bonilla<sup>6</sup>, quienes durante toda la década realizaron trabajos en colaboración o en solitario, manteniendo siempre una continuidad en sus investigaciones.

3 *El Tiempo*, «Elecciones 2002, Estrategia: Así ganó Uribe, en coche a pesar de todo», 27 de mayo de 2002, Archivo Documental de la Biblioteca Luis Ángel Arango, consultado en Bogotá: 2023.

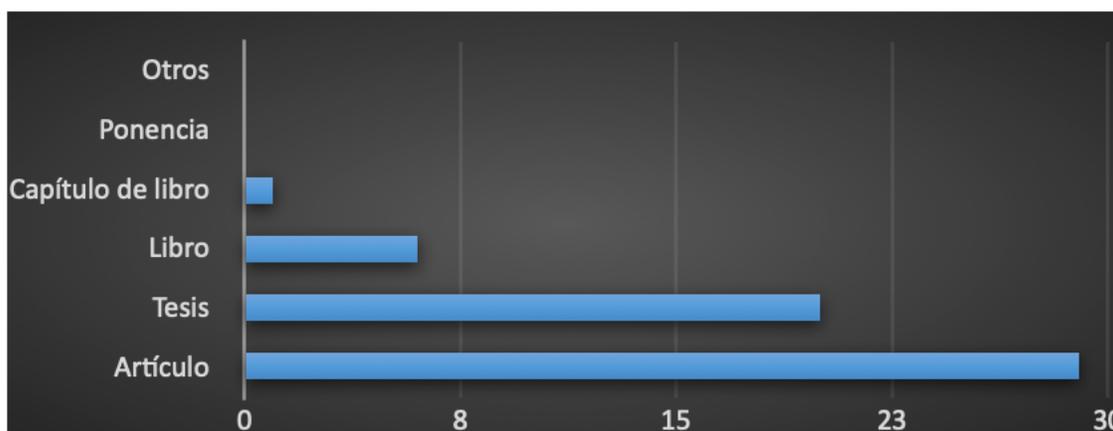
4 Germán Rey y Jorge Bonilla, «Calidad informativa y cubrimiento del conflicto armado» (Bogotá: CEREC, 2003).

5 Jorge Bonilla y Camilo Tamayo, «Violencias y medios de comunicación en América Latina: una cartografía para el análisis», *Signo y Pensamiento* 50 (2007): 212-231, <https://www.redalyc.org/pdf/860/86005014.pdf>.

6 Jorge Bonilla y Camilo Tamayo. *Medios, Periodismo y Conflicto Armado: La agenda investigativa sobre la cobertura informativa del Conflicto Armado en Colombia, 2002-2012* (Bogotá: Fundación Gabriel García Márquez para el nuevo periodismo iberoamericano, 2013).

Sobre el periodo de mayor escritura se registran cuatro momentos de importante actividad: El primer pico de publicaciones se registra para el 2007 con un total de 7 textos publicados; el segundo, en el 2013 con una publicación de 6 artículos. También, entre 2009 y 2011 se publicó un total de 10 obras. Con posterioridad a estas fechas parece claro que las investigaciones sobre el tema perdieron cierto interés, con la excepción del 2019 donde se publicaron 4 textos investigativos. Un motivo que puede explicar la actividad en estas fechas es la acumulación de cuestionamientos hacia el gobierno que existían para la segunda mitad de su mandato. Concretamente, en el 2009 se demostró la existencia de múltiples interceptaciones ilegales contra periodistas, políticos y activistas de Derechos Humanos, que se sumaron a las críticas recibidas por el escándalo de la «parapolítica», estos hechos recibieron la atención de investigadores como Holberth Hurtado<sup>7</sup>, o María Juliana Rivera<sup>8</sup>. Además, en el 2007 era probable que varios investigadores se preguntaran cómo un presidente tan cuestionado lograba mantener sus altos índices de popularidad.

**Figura 1.** Tipos de publicaciones sobre el uribismo y los medios de comunicación entre los años 2002 y 2022



**Investigaciones como las de Ana C. Vélez<sup>9</sup>, Carolina Galindo<sup>10</sup> o Eugenie Richard<sup>11</sup>, cuyo objeto es precisamente la reelección son indicadores de esta tendencia. El repunte ocurri-**

7 Holberth, Hurtado, «Medios de comunicación, sociedad civil y conflicto armado. Tratamiento informativo dado por el diario *El Tiempo* a las marchas del 4 de febrero y 6 de marzo de 2008», *Nexus* 6 (2009): 48-65. <https://doi.org/10.25100/nc.v0i6.853>.

8 María Juliana Rivera, «Las representaciones de la parapolítica y sus actores en el discurso editorial del periódico *El Tiempo*», (monografía de Grado, Universidad de los Andes, 2009), <https://onx.la/028ca>.

9 Ana C. Vélez, «Análisis de una postura editorial: El caso de la reelección del presidente colombiano Álvaro Uribe Vélez», *Confines* 3 (2007): 75-85, <https://confines.tec.mx/index.php/confines/article/view/19>.

10 Carolina Galindo, «Neopopulismo en Colombia: el caso de gobierno de Álvaro Uribe Vélez»: 147-162.

11 Eugenie Richard, «Álvaro Uribe: la comunicación por la imagen. Principios de Marketing Político», *Ópera* 8 (2008): 73-100, <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/760>.

do en el 2013 se trata de observaciones hacia el pasado, donde los investigadores analizan la relación directa entre medios de comunicación y popularidad de la Seguridad Democrática, pero también el tratamiento mediático de los contextos que avivaban la popularidad del expresidente: el conflicto armado, las relaciones internacionales con Ecuador y el proceso de paz iniciado por Juan Manuel Santos. Se trata, en síntesis, de investigaciones orientadas a criticar el rol de los medios en la etapa del posconflicto. Es por ejemplo, el caso de Camilo Tamayo y Jorge Bonilla<sup>12</sup> o Raúl García y María Quintero<sup>13</sup>.

Figura 2. Relación de publicaciones sobre el uribismo por año de producción, 2002-2022



Las áreas desde las cuales se investigó el fenómeno son en mayor medida la Ciencia Política, las Ciencias de la Comunicación (incluyendo al periodismo), los Estudios Culturales y excepcionalmente la Historia. Con una clara prevalencia de la Ciencia Política y de las Ciencias de la Comunicación sobre todas las demás. Otras áreas desde las cuales se abordó el problema fueron la antropología, la sociología, el derecho y los estudios latinoamericanos. Llama la atención, incluso, la presencia de una investigación desde la ingeniería industrial, esto ha ocu-

12 Bonilla y Tamayo, *Medios...*, 4.

13 Raúl García y María Quintero, «El Fenómeno sociodiscursivo de legitimación en el cubrimiento de las campañas de Carlos Gaviria y Álvaro Uribe durante las elecciones presidenciales del año 2006», *Folios* 38 (2013): 61-74, <https://doi.org/10.17227/01234870.38folios61.74>.

rrido por la relación del objeto de estudio con la publicidad, categoría que puede estudiarse desde las teorías de la mercadotecnia.

**Figura 3. Áreas de publicación**



Aun así, la presencia de investigaciones desde otras áreas sugiere la necesidad de abordar el tema de forma interdisciplinar. Sobre todo, desde ciencias que vinculen aproximaciones teóricas con etapas cronológicas, como la historia. Concretamente la Historia del Tiempo Presente o la Historia Cultural Política se manifiestan como alternativas interesantes. Este enfoque, sin embargo, hasta el momento no es usual debido a las reticencias que existen en la disciplina para abordar acontecimientos cuyos impactos aún se sienten sobre la realidad nacional.

En cuanto a los métodos usados por los autores, se identificaron dos principales: los estudios sobre medios de comunicación, que se enfocaron en el comportamiento y características de un medio masivo (o de varios), con relación al uribismo y el conflicto armado. Trataron temas como la presentación periodística de discursos, prácticas y políticas. La segunda categoría, «análisis del discurso», reúne a las obras que utilizaron como herramienta el análisis de representaciones (lenguaje, descripciones, o interpretaciones sobre hechos de la vida nacional). Esta segunda categoría recoge las interpretaciones del uribismo sobre el conflicto armado y resulta relevante para explicar el comportamiento de sus electores.

**Figura 4. Enfoque de estudio**

Las investigaciones de esta manera discriminadas confluyen en cuanto al problema de investigación, pero difieren sobre el enfoque de aproximación y las categorías analizadas, priorizan variables y sujetos diferentes, aunque coinciden en la existencia comprobable de un fenómeno mediático que rodeó al uribismo y la seguridad democrática entre 2002 y 2010.

Sobre esta afirmación se observa cómo la mayoría de las investigaciones analizadas convergen en conclusiones comunes, siendo la más importante el hecho de que el uribismo siempre se preocupó por construir representaciones masivas favorables de sí mismo que giraron en torno al valor de la seguridad nacional y la lucha contra el terrorismo. También confluyen en sostener que estas representaciones fueron ampliamente replicadas y aceptadas por los principales medios de comunicación del país.

Esta práctica es particularmente notable en la televisión, como concluyen Jorge Bonilla y Camilo Tamayo<sup>14</sup>, pero también en diarios de amplia circulación nacional como *El Tiempo*, *El Colombiano*<sup>15</sup>, *El Meridiano*<sup>16</sup>, o la revista *Semana*<sup>17</sup>. Los autores analizados<sup>18</sup> también explican que *El Espectador* pudo incidir muy poco en este debate debido a su temporal circunstancia como semanario, limitando su control político a casos límites como la parapolítica y las «Chuzadas del DAS», los cuales de cualquier modo se trataron como hechos aislados que podían ser corregidos.

### Las primeras investigaciones: el periodo 2000-2010

14 Bonilla y Tamayo, «Violencias y medios de comunicación en América Latina: una cartografía para el análisis», 215-220.

15 Néstor Restrepo y Carlos Berrío, «Propaganda y personalización de la política en el nivel subnacional. Análisis iconográfico del uribismo y el fajardismo entre 2003 y 2015». *Forum* 19 (2021): 95-119. <https://doi.org/10.15446/frdcp.n19.87908>.

16 Juliana Castellanos, «Dos miradas un silencio: Construcción de realidades mediáticas en las crisis del proceso de desmovilización paramilitar» (tesis de maestría, Politécnico Gran Colombiano, 2014).

17 Bonilla y Tamayo, «Violencias y medios de comunicación en América Latina: una cartografía para el análisis», 215-220.

18 Véase: Bruno Simone, «El rol de los medios de comunicación en la regionalización y globalización del conflicto colombiano» (tesis de maestría, Universidad Javeriana, 2011), <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/1416>.

Entre 2002 y 2009 se escribieron en Colombia 22 investigaciones sobre las representaciones discursivas o el rol de los medios de comunicación en la consolidación del uribismo. La primera de ellas fue el artículo de Luis Felipe Barón (y otros)<sup>19</sup>: publicación pionera donde los autores posicionan por primera vez una hipótesis según la cual, en la presentación del conflicto armado, los medios de comunicación de mayor audiencia en Colombia siempre presentan como un autor casi exclusivo de la violencia del siglo xx a la guerrilla (especialmente las FARC), mientras que acciones institucionales o paramilitares aparecen en segundo plano, o como una consecuencia necesaria de la acción violenta de los grupos insurgentes.

Una línea similar siguió la investigación de Germán Ayala y Pedro Aguilera<sup>20</sup>, centrada en el Plan Colombia. En este estudio los autores trataron las publicaciones de seis medios de comunicación para concluir la forma en que los medios de comunicación nacionales encubrían las informaciones desfavorables al gobierno. El artículo del mismo año de Luis Felipe Barón<sup>21</sup> se pronuncia en un sentido idéntico.

En el 2003 también fue la fecha en que comenzaron a publicarse las investigaciones de Germán Rey, Iván Bonilla y Camilo Tamayo, referenciadas anteriormente. Estos investigadores centraron el foco sobre los medios de comunicación como actores sociales relevantes para interpretar el conflicto armado colombiano. Una de sus obras principales es *Calidad informativa y cubrimiento del Conflicto Armado*<sup>22</sup>, publicación donde analizan en detalle la labor periodística con relación a la violencia política de 12 periódicos de circulación nacional. Se trata de un texto muy importante porque plantea los indicadores de análisis utilizados por casi todos los demás estudios: i. Despliegue y Construcción de la noticia, ii. Fuentes de la información, iii. Asuntos de la información, iv. Información visual y v. Calificaciones de la prensa a los actores. En general sus análisis destacan un unimismo en la prensa: la forma en que aquella asume prácticas oficialistas, y cómo presenta una responsabilidad casi exclusiva del conflicto armado en cabeza de las FARC; prácticas que desde luego se articularon muy bien con la política de Seguridad Democrática que era promovida desde el gobierno.

De hecho, este análisis suscita una respuesta por parte del diario *El Tiempo*, llamado «Un Manual para el conflicto», texto donde este diario pretendió construir las bases para publicar noticias sobre el conflicto armado aduciendo una «completa independencia e imparcialidad»<sup>23</sup>. Los autores del periodo, sin embargo, describen un comportamiento muy distinto y más bien sugieren la existencia de prácticas de propaganda por parte del diario, estudiadas

19 Luis F. Barón, et al., «Noticias de guerra: la extraña lógica del conflicto colombiano en el consumo de noticieros». *Revista Controversia* 180 (2002): 76-106, <https://doi.org/10.54118/controver.v0i180.293>.

20 Germán Ayala y Pedro Aguilera, «Un año de autocensura: Plan Colombia y medios de comunicación». *Chasqui* 79 (2003): 54-59, <https://onx.la/8b933>.

21 Luis F. Barón, «Del drama a la épica: los discursos sobre el conflicto y la paz en los medios». *Cien días vistos por Cinep*. (2003): 8-23.

22 Rey y Bonilla, «Calidad informativa y cubrimiento del conflicto armado».

23 *El Tiempo*, «Un manual para el conflicto», 19 de noviembre de 2003, <https://onx.la/d4bd3>.

particularmente por Juan Carlos Gómez Giraldo<sup>24</sup>, Germán Ayala y Pedro Aguilera<sup>25</sup>, quienes desde el análisis de editoriales y columnas confirman los hallazgos anteriores.

El 2007 representa uno de los picos de mayor publicación: hubo análisis de prensa que siguieron la pista del diario *El Tiempo* y su oficialismo<sup>26</sup>, intentos de caracterización del gobierno, al que se empezó a definir como «populista»<sup>27</sup>, balances de investigación sobre el rol de los medios en el conflicto armado durante la década<sup>28</sup>, y también reseñas sobre libros que definían las dimensiones democráticas del uribismo<sup>29</sup>.

Para este año, sin embargo, los textos más relevantes fueron sin duda los balances bibliográficos de Jorge Bonilla y Germán Rey (mencionados en el párrafo anterior), quienes examinaron un centenar de textos no solo sobre la relación entre la prensa y la política de seguridad democrática, sino también en general sobre el papel de los medios en la violencia nacional. Esta obra es interesante, además, porque observa algunas limitaciones de sus predecesores: por ejemplo, el mal hábito de analizar a los «medios» de forma general, sin formar categorías y borrando las diferencias que puedan esconderse bajo las similitudes. También advierten sobre el carácter en exceso teórico del tema de estudio, sugiriendo la necesidad de trabajar en mayor medida y durante más tiempo con fuente primaria para producir mejores explicaciones.

En el 2008 se publicó la investigación de Eugenie Richard, en la que por primera vez se toca el tema emocional como factor de análisis<sup>30</sup>. Para esta autora, el uribismo vincula emocionalmente a sus electores aprovechando elementos identitarios en el comportamiento popular de los colombianos, como, por ejemplo, el apego a la narrativa del héroe y de las explicaciones heroicas en la cultura popular.

Un año después fue publicado el balance sobre la investigación en medios de comunicación de Carlos Valderrama<sup>31</sup>, el cual hasta la fecha continúa siendo uno de los más completos por abarcar casi 30 años de investigaciones (1980-2009). En este texto se describe cómo la mayoría de los investigadores afirmaron que la prensa masiva constituyó una puerta de entrada para el neoliberalismo en Colombia. También registró que, no obstante, los colombianos estuvieron lejos de ser receptores pasivos de esta práctica, y en su lugar, se comportaron como reproductores de cultura con base en valores e identidades populares, algo que para el autor resta validez a las explicaciones más «mediacentristas», que presentaban a los medios como

24 Juan C. Gómez, «Del régimen de comunicación política del presidente de Colombia Álvaro Uribe Vélez», *Palabra Clave* 13 (2005): 63-92. <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1461>.

25 Ayala y Aguilera, «Un año de autocensura: Plan Colombia y medios de comunicación», 54-59.

26 Ana C. Vélez, «Análisis de una postura editorial: El caso de la reelección del presidente colombiano Álvaro Uribe Vélez», 75-85.

27 Galindo, «Neopopulismo en Colombia: el caso de gobierno de Álvaro Uribe Vélez», 149-152.

28 Bonilla y Tamayo, «Violencias y medios de comunicación en América Latina: una cartografía para el análisis».

29 Andrés Botero, «De la democracia radical al unanimismo ideológico, medios de comunicación y seguridad democrática», *Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, n.º 107 (2007): 563-570. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/derecho/article/view/4010>.

30 Eugenie Richard, «Álvaro Uribe: la comunicación por la imagen. Principios de Marketing Político».

31 Carlos Valderrama, «La investigación en medios de comunicación en Colombia (1980-2009)», *Nómadas*, n.º 31 (2009): 262-276.

constructores exclusivos o al menos determinantes en la ideología de sus consumidores.

La década se cerró con la publicación de dos artículos, el primero de ellos escrito por Holberth Hurtado<sup>32</sup>, quien corrobora las tesis de Ana Cristina Vélez<sup>33</sup> sobre la ideologización de *El Tiempo* al demostrar cómo el diario dio un cubrimiento desigual a las marchas del 4 de febrero de 2008 (apodada marcha contra las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia-FARC), y a la marcha del 6 de marzo de ese mismo año (marcha en homenaje a las víctimas del paramilitarismo y los crímenes de Estado). Para Hurtado, era claro que *El Tiempo* formuló posiciones ideológicas a través de la producción de sentido y dio un cubrimiento mucho mayor a la primera movilización que a la segunda. En la marcha contra el paramilitarismo, por ejemplo, el periódico evitó la individualización de los actores responsables por la violencia paramilitar, mientras que en la marcha contra las FARC el nombramiento y calificación de este grupo como «terrorista» fue exhaustivo.

### Investigaciones hacia el pasado: 2010-2019

En este segundo espacio temporal se agrupa la mayoría de las investigaciones escritas sobre la relación medios-uribismo y también la mayoría de las tesis posgraduales, evidenciando así que lentamente el uribismo dejaba de ser un tema susceptible de ser abordado a través de estudios parciales y comenzaba a ser un objeto de investigación con una corta pero activa tradición en el país. El periodo se caracterizó por la producción de investigaciones con marcos teóricos más sólidos, reconceptualizaciones sobre el fenómeno uribista a nivel discursivo, y las primeras descripciones claras sobre las representaciones que el régimen de Uribe Vélez había construido en el país. En síntesis, fue notoriamente el periodo de mayor producción activa sobre el uribismo y sus representaciones.

Como en la década anterior, Ana Cristina Vélez<sup>34</sup> también fue pionera en la publicación de investigaciones. Vélez intentó demostrar cómo el diario *El Tiempo* entregó su total apoyo al presidente de Colombia no solo desde sus editoriales, sino también en sus columnas. Si bien sus explicaciones son un tanto imprecisas por omitir la advertencia hecha un año antes por Valderrama sobre el riesgo del «mediacentrismo», la investigación de Vélez logra sugerir la persistencia de la relación entre *El Tiempo* y Uribe, o por lo menos una fuerte afinidad de la casa editorial hacia las políticas públicas del exmandatario.

Ese mismo año se publicó la primera tesis de maestría sobre la popularidad de Álvaro Uribe Vélez, su discurso y el papel de los medios. La tesis de Mariana Fajardo mostró las

32 Holberth Hurtado, «Medios de comunicación, sociedad civil y conflicto armado. Tratamiento informativo dado por el diario *El Tiempo* a las marchas del 4 de febrero y 6 de marzo de 2008».

33 Ana C. Vélez, «Análisis de una postura editorial: El caso de la reelección del presidente colombiano Álvaro Uribe Vélez»: 75-85.

34 Ana C. Vélez, «Los soportes de la popularidad: cómo los columnistas refieren el caso del presidente Álvaro Uribe Vélez». *Confines* 6, n.º 12 (2010): 73-99.

diferencias entre el uribista votante y el uribista ideólogo formulando una conclusión interesante: mientras los uribistas votantes creían en la democracia como una forma de mantener el orden, los uribistas ideólogos eran más dados al autoritarismo y a justificar el poder por sí mismo<sup>35</sup>. Para la autora, el uribismo dio origen a una identidad política de derecha que aumentaba el deseo de buscar soluciones armadas para el conflicto, objetivo que logró con base en la ideología, la cultura política y la exaltación de la seguridad democrática.

También en el 2010 se publicó la tesis de Carlos Daza, probablemente una de las más importantes por su efectiva identificación de representaciones<sup>36</sup>. En esta investigación responsabilizó en gran medida a la campaña de mercadeo del uribismo de su éxito político y describe cómo Uribe logró agrupar en gran medida al voto de opinión sobre el voto tradicional; adicionalmente, logró identificar emociones presentes en la sociedad colombiana y estrategias también emocionales que el uribismo creó como forma de legitimación.

Aún en el 2011 la explicación populista sobre el fenómeno del uribismo era predominante: Es el caso de la tesis de maestría de Eduardo Pastrana Buelvas<sup>37</sup>, donde el autor identifica cómo desde el Estado fue «desinstitucionalizado» para generar estrategias populistas de comunicación orientadas a mantener la legitimidad de la ideología. En el mismo año se publicó la tesis de maestría de Bruno Simone<sup>38</sup> en la que el autor identificó cómo el uribismo construyó representaciones positivas sobre la muerte, la cual era considerada deseable si era del enemigo: la tanatopolítica. Adicionalmente desde el estudio de la Operación Fénix, Simone identifica cómo los medios de comunicación estuvieron dispuestos a construir representaciones positivas y heroicas de las decisiones de Uribe, en especial cuando estas pudieran ser cuestionables en el ámbito internacional. Para el autor, durante la época uribista hubo un fuerte periodismo parcializado sobre todo en el tratamiento de las relaciones con Venezuela y Ecuador.

Sobre la línea de medios de comunicación, se publicó la tesis de maestría de Oriana Obagi, un documento que examinó 700 editoriales para definir la inclinación política del diario *El Tiempo* durante el 2010: en este examen la autora identifica el radicalismo del diario hacia la guerrilla y cómo su mención siempre evoca mensajes violentos afines al oficialismo<sup>39</sup>.

En el 2012 se publicó la tesis de maestría escrita por Álvaro López Bayona, la cual sigue siendo uno de los antecedentes más relevantes en el estudio de las representaciones y emociones en el uribismo<sup>40</sup>. Aunque López parte del populismo, acierta en reconocer cómo

35 Mariana Fajardo, «Los “uribistas”: ideología y cultura política ¿democrática? 2005-2008» (tesis de maestría, Universidad de los Andes, 2010).

36 Carlos Daza, «Análisis de las estrategias de marketing político de Álvaro Uribe Vélez durante sus campañas electorales de 2002 y 2006 y durante el ejercicio de su gobierno presidencial en Colombia» (tesis de maestría, Universidad Javeriana, 2010).

37 Eduardo Pastrana, «La estrategia populista en la política exterior de Álvaro Uribe», *Papel Político* 16, n.º 2 (2011): 599-635.

38 Bruno Simone, «El rol de los medios de comunicación en la regionalización y globalización del conflicto colombiano».

39 Oriana Obagi, «La contribución de las editoriales del periódico *El Tiempo* a la construcción de las representaciones sociales del perdón y la reconciliación, y de la violencia y el conflicto» (tesis de Maestría, Pontificia Universidad Javeriana, 2011).

40 Álvaro Iván López, «Patria y pueblo: un análisis del discurso político del uribismo en clave populista», (tesis de maes-

la seguridad democrática generó cambios de sentido culturales; por ejemplo, al presentar el perdón como un sinónimo de debilidad. Para el autor, El uribismo construyó significantes vacíos en torno al concepto de patria y también de «pueblo patriótico», significados que fueron llenados mediáticamente desde la difusión de valores y principios tales «como la libertad, la justicia, la democracia y la tranquilidad» que eran funcionales a la construcción de una imagen favorable de Uribe y su gobierno.

Meses más tarde se publicó un interesante trabajo de pregrado perteneciente a María Cárdenas<sup>41</sup>, es relevante porque es de las pocas publicaciones que construyen un sentido histórico en el surgimiento del discurso uribista y rastrea sus orígenes hacia la década de 1990: aquí el discurso deja de existir como un elemento separado de la historia, y más bien se le explica como la articulación de distintos factores nacionales. Principalmente lo político y lo social desde los fallidos procesos de paz de gobiernos anteriores y el anhelo de seguridad presente en los colombianos. La debilidad central de este trabajo fue sin embargo el reducido tamaño de la muestra: solo dos casos de análisis para producir explicaciones globales.

Por su parte, en el 2013 Felipe Cárdenas<sup>42</sup> señaló las características del discurso uribista y de sus fuentes. Identificó que el uribismo construyó representaciones excluyentes y binarias de significantes contrarios a través de un enfoque neoliberal, policivo y militarista. Estas representaciones sobre lo que debía ser el país político constituyen lo que el autor llama «las experiencias de orden del uribismo».

En el mismo año Alba Lucía Delgado<sup>43</sup> hizo de su objeto de estudio el discurso pronunciado por Uribe Vélez el 25 de julio de 2010 en el Fuerte Militar La Macarena, en donde a partir de una denuncia de la comunidad y de líderes sociales a la vulneración de Derechos Humanos por parte de las fuerzas armadas, el presidente felicitó a las fuerzas militares por su labor, construyendo así antagonismos en el tejido social, erosionando las distinciones entre actor civil y actor armado, estigmatizando a los denunciantes como «opositores» y creando así esquemas binarios de amigo-enemigo en la comunidad y su audiencia. El discurso es pronunciado por el presidente Uribe Vélez y se inscribe como un agradecimiento afectivo hacia las fuerzas militares ante los logros conseguidos con el fin de alcanzar la paz en Colombia. No obstante, según Delgado, los sentimientos de agradecimiento hacia las fuerzas armadas no fueron bien recibidos por la sociedad colombiana y por las organizaciones internacionales defensoras de Derechos Humanos. Palabras como heroísmo, riesgo, combatividad, responsabilidad, admiración, patriotismo y honor pronunciadas por Uribe Vélez contrastaron con las cifras de violaciones de Derechos Humanos por parte de las fuerzas armadas. Si bien, señala Delgado, la ciudadanía percibió niveles altos de seguridad, esta política también llevó sentimientos de preocupación, tristeza y tragedia a familias cuyos miembros fueron desaparecidos

tría, Universidad Javeriana, 2012).

41 María Cárdenas, «Análisis discursivo sobre el concepto de seguridad en la campaña a la presidencia del año 2002 en Colombia» (monografía de grado, Universidad del Rosario, 2012).

42 Felipe Cárdenas, «(Des)orden y signos políticos dominantes del expresidente colombiano Álvaro Uribe Vélez», *Estudios Políticos*, n.º 42 (2013): 85.

43 Alba Lucía Delgado, «La polémica en el discurso del expresidente colombiano Álvaro Uribe Vélez: los argumentos ad hominem y su función como configuradores del enemigo político, el terrorismo», *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, n.º 22 (2013): 91-108.

por las fuerzas militares en los ya conocidos «falsos positivos».

También sobre el 2013, Camilo Tamayo y Jorge Bonilla escribieron un segundo balance que se sumó a su primer trabajo publicado casi una década atrás: El deber de la memoria, ofreció una mirada interpretativa sobre las principales tendencias de los estudios sobre periodismo y guerra, desde el 2002 y hasta la fecha de corte en el 2013<sup>44</sup>. En esta ocasión Tamayo y Bonilla analizaron 89 trabajos e identificaron tres sublíneas de investigación al interior de estos: I. Miradas del oficio, donde sinterizan riesgos, libertades y garantías de los periodistas que informan sobre el Conflicto. II. Las agendas del conflicto, en la que identifican fuentes, lenguajes y públicos de la información. Y III. Escenarios emergentes, dedicado a analizar el posconflicto (ya se estaban desarrollando los diálogos de la Habana), así como el rol de las víctimas en el periodismo. En general, el estudio recoge conclusiones similares presentadas en años anteriores: el oficialismo presente en la prensa, indicios de autocensura, baja crítica al gobierno durante la década y un periodismo dado a incitar el rechazo específico de las guerrillas.

Siguiendo con la línea que calificaba al uribismo como un discurso creador de una lógica binaria entre amigos y enemigos, en el 2014 se publicó la tesis de maestría de Soraya Estefan Vargas<sup>45</sup>. En términos generales, Vargas demuestra cómo la seguridad democrática, a través de prácticas como los civiles informantes o el reclutamiento obligatorio de niños y adolescentes, erosionó las barreras entre civiles y combatientes, creando relaciones de desconfianza y de enemistad alrededor del concepto de patria. Lo anterior devino en un «entorno fratricida en la región».

El 2014 cerró con la publicación de un libro sobre los discursos mediáticos durante el proceso de desmovilización paramilitar, a cargo de Juliana Castellanos<sup>46</sup>. En este texto se diseñó una propuesta metodológica para analizar dos diarios de circulación nacional: *El Tiempo* y *El Meridiano*. Concluye que en el caso de *El Tiempo* se enfatiza la información positiva sobre el gobierno, al mismo tiempo que se enfatiza información negativa sobre los paramilitares. El meridiano procede al revés, privilegiando la imagen favorable de los paramilitares.

En 2015 vino la publicación de la tesis de maestría de Jhon Jairo Rey<sup>47</sup>, una de las pocas que tomó como objeto de estudio una categorización multidimensional del uribismo. Para el autor, su popularidad se entiende gracias a la articulación de cuatro dimensiones: pretensión doctrinal, posición ideológica ambigua, lógica política polarizante y estrategia basada en el espectáculo mediático, que el autor rastrea en el diario *El Tiempo*. Como acotación, ese mismo año se publicó una investigación de Valeria Parra<sup>48</sup>, en la cual se plantea que las repre-

44 Camilo Tamayo y Jorge Bonilla, «El deber de la memoria: La agenda investigativa sobre la cobertura informativa del conflicto armado en Colombia, 2002-2012», *Palabra Clave*, n° 17 (2014): 13-45. <https://doi.org/10.5294/pacla.2014.17.1.1>.

45 Soraya Estefan, «La deconstrucción de la dualidad amigo-enemigo en la participación de civiles en el conflicto armado colombiano» (tesis de maestría, Universidad del Rosario, 2014).

46 Juliana Castellanos, «Dos miradas un silencio: Construcción de realidades mediáticas en las crisis del proceso de desmovilización paramilitar».

47 Jhon Jairo Rey, «El Uribismo, un fenómeno político de cuatro dimensiones» (tesis de maestría, Universidad del Rosario, 2015).

48 Valeria Parra, «El lenguaje de la guerra: un análisis de las palabras mediatizadas en el proceso de paz colombiano (2012-

sentaciones anteriores no se detuvieron ni siquiera después del mandato de Uribe.

2017 fue el año que consolidó la mejor conceptualización hasta el momento sobre el uribismo, confirmando así la temprana hipótesis de Carolina Galindo<sup>49</sup>, quien señalaba que no debería analizarse como un fenómeno populista sino como un fenómeno neoconservador de corte autoritario. Galindo fue pionera en esto y Blendi Kajsii ofreció recientemente elementos teóricos que robustecen esta aproximación: El autor resaltó la importancia de estudiar al uribismo desde lo sociomorfológico, perspectiva bajo la cual el uribismo no es un fenómeno populista porque no creó antagonismo entre clases<sup>50</sup>. En vez de recurrir a conceptos como «pueblo», los discursos mediatizados del uribismo hacían una alusión constante al fortalecimiento del statu quo, de la exaltación de la seguridad y de la condena al terrorismo. Esta idea fue reforzada por el autor dos años después<sup>51</sup> en un artículo donde caracteriza al uribismo como un fenómeno neoconservador que redujo libertades para favorecer al statu quo, con supporters en la clase alta e incomparable con fenómenos como el chavismo. Las nuevas ideas de Blendi (con el antecedente de Galindo) marcaron una ruptura conceptual; De hecho, el autor demuestra que las políticas económicas de Uribe Vélez fueron acordes con las recomendaciones realizadas desde el Fondo Monetario Internacional, algo que permitió al gobierno sostener buenas relaciones comerciales con Estados Unidos (sumado al ya vigente Plan Colombia), además de promover programas de industrialización y mercadeo a nivel nacional.

Cerrando esta segunda década, Andrés Felipe Santacruz<sup>52</sup>, publicó una tesis de maestría con un alto nivel conceptual, donde explora las representaciones mediáticas construidas en torno al uribismo desde la dimensión personal del líder. Explica cómo *El Tiempo* y la revista *Semana* construyeron un retrato del presidente a nivel social, intelectual, psíquico y ético, donde lejos de estar orientados a cuestionar al presidente, estuvieron enfocados en elogiar y presentar un político cercano al pueblo en su lenguaje, formas, valores y principios.

Es importante destacar, sin embargo, que esta línea de investigación no se ha detenido, aún después de la pandemia algunos autores como Néstor Restrepo y Carlos Berrío<sup>53</sup>, continúan analizando las representaciones que los medios construyeron sobre Uribe Vélez. En particular este autor realizó un análisis iconográfico, un enfoque menos común comparado con el análisis de prensa de sus predecesores, a través del cual demostró que en el periódico *El Colombiano*, no fueron las propuestas de los candidatos aquello que más destacó, sino más bien juegos de seducción sobre el electorado.

---

2015)» (tesis de maestría, Universidad de los Andes, 2015).

49 Galindo, «Neopopulismo en Colombia: el caso de gobierno de Álvaro Uribe Vélez».

50 Blendi Kajsii, «Una teoría socio-morfológica del populismo: el caso del uribismo, 2002-2010»: 209-225.

51 Blendi Kajsii, «The Colombian Right: the political ideology and mobilization of uribismo»: 204-224.

52 Andrés Felipe Santacruz, «El prestigio bajo sospecha: Álvaro Uribe Vélez y las elecciones presidenciales de 2002», (tesis de maestría, Universidad del Valle, 2019).

53 Néstor Restrepo y Carlos Berrío, «Propaganda y personalización de la política en el nivel subnacional. Análisis iconográfico del uribismo y el fajardismo entre 2003 y 2015», 95-119.

## Sobre los enfoques y métodos:

### Los estudios del análisis discursivo

Dentro de los textos más destacables bajo esta aproximación, es justo mencionar el de Carolina Galindo, *Neopopulismo en Colombia: el caso del gobierno de Álvaro Uribe Vélez*, ya que cuestiona el carácter populista con el cual se solía calificar al uribismo en Colombia<sup>54</sup>, corrientes que en reiteradas ocasiones le comparaban con el fenómeno de Hugo Chávez en Venezuela y de Rafael Correa en Ecuador. Para la autora, estas comparaciones presentan serias deficiencias de fondo como ignorar las prácticas y motivos de cada uno de estos líderes. En su concepto, el gobierno de Uribe Vélez se enmarca en el autoritarismo conservador. Para exponer esta tesis, recurrió al análisis lingüístico de lugares comunes dentro del uribismo y evidenció cómo aquellos no se ajustan a las definiciones tradicionales de populismo. Por ejemplo, Galindo analiza las políticas de Seguridad implementadas por el expresidente, y concluye que aquellas son todo lo contrario a lo que se esperaría de una política de masas, pues en vez de buscar la creación de una unidad nacional, su objetivo fue dividir la nación colombiana entre «amigos» (aquellos que respaldan al gobierno) y «enemigos» aquellos que plantean críticas al Estado. Para evitar estos errores en el entendimiento del uribismo, la autora propone una revisión teórica más detallada sobre el uso de los conceptos «populismo» o «neopopulismo», y en general advierte sobre el peligro de clasificar todo discurso carismático como uno «populista». Se trata de un aporte sobre todo conceptual y merece una mención por su temprana definición del fenómeno.

El caso de Mariana Fajardo Aristizábal es llamativo también<sup>55</sup>, ya que la autora se preocupa por conceptualizar la identidad uribista, tanto en sus votantes como en sus ideólogos, partiendo de la hipótesis de que existía una correlación entre ser uribista y expresar una ideología autoritaria, una cultura política antidemocrática y una concepción no normativa de la sociedad. Para Fajardo, el triunfo de los gobiernos de Uribe se explica por el surgimiento de una nueva identidad política tendiente a la derecha, identidad que parte de esquemas ideológicos, culturales y sobre la concepción de la democracia. Fajardo concluye que en efecto existen diferencias entre uribistas votantes e ideólogos. Por ejemplo, el votante solía tener una consideración positiva y deseable de la democracia, los ideólogos, como José Obdulio Gaviria, presentaron en cambio una concepción restringida de aquella, tenían actitudes antidemocráticas y veían con buenos ojos a los estados de excepción. Si bien ambos tipos de uribistas convergían en torno a valoraciones muy positivas de la autoridad y de la seguridad, coincidían por motivos diferentes. Adicionalmente, la autora registró que entre 2005 y 2008 los uribistas votantes tendieron a favorecer soluciones negociadas del conflicto, a diferencia de los ideólogos. Sin embargo, los votantes eran mucho más proclives a apoyar confrontaciones armadas que los no uribistas. El artículo permite intuir una pregunta relevante, que no obstante no obtiene respuesta: ¿por qué los uribistas votantes tienen representaciones diferentes sobre la democracia que los ideólogos?, ¿fueron conscientes los votantes de estas diferencias?, ¿pudie-

54 Carolina Galindo, «Neopopulismo en Colombia: el caso de gobierno de Álvaro Uribe Vélez», 149-152.

55 Mariana Fajardo, «Los “uribistas”: ideología y cultura política ¿democrática? 2005-2008».

ron tener los medios de comunicación un rol fundamental en esta convergencia? El método utilizado por Fajardo para responder estas preguntas consistió en describir analíticamente 13 indicadores sobre la democracia propuestos por el Proyecto de Opinión Pública de América Latina (LAPOP) y a partir de ellos establecer la identidad política del «uribista votante». El mismo ejercicio Fajardo lo aplicó a quienes consideró «uribistas ideólogos» como Jose Obdulio Gaviria, Fernando Londoño Hoyos y Alfredo Rangel. Personalmente, consideramos que la categoría «uribista votante» presenta inquietudes y vacíos conceptuales, por desconocer que los votantes solo lo son circunstancialmente, la mayoría de las veces reaccionando a condiciones del entorno (no solo a discursos), y por lo tanto las identidades políticas, si las hay, son altamente volátiles en el tiempo.

El trabajo de Carlos Daza<sup>56</sup>, por su parte, puso el foco en las estrategias de mercadeo político usadas por Uribe durante sus dos mandatos. El autor reconoció que la ocurrencia de sucesos externos y el tratamiento a nivel interno de aquellos durante la campaña fueron cruciales para explicar el ascenso de Uribe. Es el caso, por ejemplo, de los atentados que el expresidente recibió al comienzo de su campaña, hechos que catapultaron entre noviembre de 2001 y febrero de 2002 al candidato y lo perfilaron desde el principio de la campaña como el favorito a ganar las elecciones. Otros hechos que progresivamente aumentaron la popularidad de Uribe fueron el aprovechamiento del levantamiento de las mesas de negociaciones en El Caguán, el secuestro de Ingrid Betancur, el caso de los doce diputados secuestrados y la masacre de Bojayá en mayo de 2002.

De igual forma, la tesis afirma que el apoyo de Uribe vino primero del así llamado «voto de opinión», antes que del apoyo directo de sectores tradicionales de la política o de empresarios, quienes adhirieron a su discurso político un tiempo después. Al respecto es importante aclarar que actualmente existen fuertes indicios de que no es el caso. Por ejemplo, en un examen reciente de las ediciones de *El Tiempo* para el 2002, hemos evidenciado cómo antes del lanzamiento de la campaña, Uribe Vélez ya contaba con importantes adhesiones económicas –incluso ex asesores de campañas presidenciales extranjeras–, y cómo muchos de ellos ya habían tenido (o tuvieron años más tarde), experiencias con campañas de las derechas políticas en América<sup>57</sup>.

Sin embargo, un aporte significativo en la investigación de Daza consistió en identificar la presencia de emociones entre la población antes y durante el ascenso de Uribe en el 2002. Por ejemplo: «frustración, miedo, pesimismo, y desilusión», emociones frente a las cuales la campaña reaccionó creando discursos que indujeran a pensar que se aumentaba la «firmeza, seguridad, consistencia, claridad, confianza, coherencia y autoridad», siendo estas últimas representaciones muy exitosas y respondiendo a la demanda existente. Otro motivo que según el autor llevó la campaña de Uribe al éxito fue su apariencia «humilde» y «sencilla». Para desarrollar su investigación Daza partió de la conceptualización de Marketing Político según Philippe Maarek, quien, según Daza, plantea al *marketing* como un conjunto de es-

56 Daza, «Análisis de las estrategias de marketing político de Álvaro Uribe Vélez», 50.

57 Es precisamente este motivo el que nos lleva a considerar más acertadas las investigaciones que reclaman separar al uribismo de un simple discurso populista.

trategias para transmitir un mensaje. El método de la monografía consistió en identificar el propósito de las estrategias (garantizar la victoria de Uribe Vélez y posicionarse por encima de sus rivales) y darles un enfoque «psicosocial» para proponer posibles impactos de las estrategias de comunicación sobre el receptor del discurso. Sin embargo, Daza identificó el impacto a partir del examen de fuente secundaria, y no sobre la experimentación de fuente directa (análisis discursivo, clasificación de las fuentes o teorías sobre las emociones políticas que le permitieran una identificación directa de las emociones en el discurso); de ningún modo esta limitación en el estudio invalida sus conclusiones, pero sí genera la necesidad de ser complementado por estudios ulteriores para someter a prueba sus conclusiones.

Soraya Estefan, por su parte, se dedica a explicar a través del caso del establecimiento de redes de informantes y del reclutamiento forzado ilegal, la construcción de percepciones amigo-enemigo por el discurso uribista en la sociedad colombiana<sup>58</sup>. Valiéndose de las teorías de Schmitt sobre la regularidad y la irregularidad en la guerra, logra demostrar cómo la frontera entre actor civil y actor armado se erosionó dentro del conflicto armado a partir del uso de discursos que generaban zonas grises en la forma en que los colombianos se percibían unos a otros; estas zonas grises se traducían por un lado en desconfianza y fragmentación al interior de la sociedad civil, y además generaban serias dificultades para acatar el Derecho Internacional Humanitario o derecho de guerra, en donde esta distinción es indispensable. En el concepto de Estefan, las condiciones anteriores generaron un entorno de violencia fratricida con base en la construcción de un esquema amigo-enemigo patriota. El principal aporte de este documento consiste en lograr registrar cronológicamente la consolidación de esa erosión del tejido social en casos límite.

A partir del 2017 retomamos nuevamente a Blendi Kajsiiu, principalmente por su artículo: una teoría socio-morfológica del populismo: el caso del uribismo, 2002-2010<sup>59</sup>. En este texto el autor atribuye el exceso de explicaciones populistas a la favorable acogida que recibió Ernesto Laclau en la comunidad académica durante la primera década del siglo XXI. Argumenta que, desde el análisis de los lugares comunes en el discurso uribista, es evidente que significantes como «seguridad» y «terrorismo» estuvieron más presentes durante sus discursos que otros como «pueblo».

La refutación de Kajsiiu se cimienta en el examen sobre el origen de los principales impulsores del uribismo durante 2000 y 2010: el apoyo vino sobre todo de las élites y de las clases altas, antes que, de los sectores menos adinerados de la población, o más periféricos con respecto al centro del país. Lo anterior, para el investigador, explica por qué los medios colombianos respaldaron tan ampliamente el proyecto político uribista. El aporte de este artículo es de orden explicativo, toda vez que logra consolidar satisfactoriamente una teoría con pocos vacíos sobre la acogida que tuvo el uribismo entre las élites del país. No se trató por lo tanto de un proyecto del «pueblo al poder», sino una movilización de ideas conservadoras dominantes y mediatizadas mediante un uso del lenguaje capaz de vincular emocionalmente

58 Estefan, «La deconstrucción de la dualidad amigo-enemigo en la participación de civiles en el conflicto armado colombiano».

59 Blendi Kajsiiu, «Una teoría socio-morfológica del populismo: el caso del uribismo, 2002-2010».

a amplios sectores de la población colombiana. Para desarrollar este artículo, de fondo, el autor se basa en la propuesta de un método socio-morfológico para comprender el populismo. Fusiona el análisis morfológico sobre las ideologías, propuesto por Michael Freedon y el análisis sociológico del populismo de Robert Jansen; según Kajsui Blendi, su método es socio-morfológico porque, de un lado, analiza los discursos uribistas desde una perspectiva morfológica al detenerse en los conceptos centrales, adyacentes, y periféricos de la ideología uribista (es decir, sus valores, principios, proyectos o representaciones) y por otra parte, sociológico, porque toma en cuenta que el discurso sin aplicaciones materiales es solo retórica. Con este fin, el autor se detiene sobre los sectores sociales principalmente favorecidos por las políticas públicas del expresidente, y sugiere que aquellos realmente no están orientados a la política de masas sino más bien al favorecimiento de élites reducidas.

### Los estudios sobre los medios de comunicación

El trabajo de Carlos Valderrama es el principal balance historiográfico sobre investigaciones relativas a los medios de comunicación que se ha publicado<sup>60</sup>. Abarcando las disertaciones escritas durante treinta años, el autor se preocupa por encontrar continuidades y discontinuidades dentro su línea de investigación. Valderrama advierte el excesivo carácter «mediacéntrico» presente en las investigaciones de sus contemporáneos, enfoque que llevó a los investigadores del periodo a definir la audiencia como un actor pasivo, poco deliberativo, y más bien sumiso frente a la ideología o línea editorial del medio (un vicio que afortunadamente es menos notable conforme avanza la línea de investigación). Con todo, Valderrama es claro en afirmar que la mayoría de las investigaciones demuestran, desde muy temprano, la afinidad que hubo en varios medios privados hacia el neoliberalismo y la reproducción de una cultura neoliberal en Colombia.

También evidencia otros vacíos en las investigaciones: por ejemplo, el hecho de que existen pocos estudios sobre cómo desde la comunicación mediática, se ha venido constituyendo la modernidad en la provincia, o cómo se ha dado el diálogo cultural entre lo local y lo nacional y entre lo local y lo global, en el escenario de la sociedad de la información. Valderrama, en su artículo de investigación, utiliza un método muy similar al que hemos usado en este escrito: el balance historiográfico consiste en la identificación, clasificación, y descripción de las fuentes que abordan un objeto de estudio. Realiza valoraciones cualitativas sobre el carácter de cada investigación, sus métodos, objetivos, planteamientos del problema, y conclusiones; todo con el propósito de centralizar la información disponible sobre una línea de investigación y facilitar el trabajo de quienes quieran dar continuidad al campo de estudio, asegurando la rigurosidad y continuidad en el estado del arte.

El artículo de Ana Cristina Vélez, que retoma un trabajo previo al 2007, se preocupa por analizar la posición de las columnas publicadas en *El Tiempo* durante el primer periodo

60 Carlos Valderrama, «La investigación en medios de comunicación en Colombia (1980-2009)».

de gobierno de Uribe Vélez<sup>61</sup>. En general, en este texto la autora logra registrar las inquietudes de algunos escritores preocupados por los orígenes de la popularidad del presidente Uribe Vélez, aunque en general su artículo evidencia una posición más o menos unánime (y favorable) sobre el mandatario. El método de Ana Cristina Vélez es sencillo pero eficaz, recurrir a la revisión bibliográfica de fuente directa para realizar valoraciones de tipo descriptivo sobre el contenido de un texto periodístico, escoge adecuadamente como objeto de estudio a las columnas de opinión, porque generalmente plantean su posición sobre un actor social o fenómeno político de manera mucho más abierta que una noticia u otra pieza periodística, dejando menos lugar para la interpretación subjetiva del investigador y permitiendo que el texto hable por sí mismo.

El trabajo de Andrés Felipe Yépez, por su parte, registra la representación positiva que se hizo sobre la posibilidad de reelección en cabeza de Uribe durante 2005 y 2006 en la Revista *Semana*<sup>62</sup>. Su método consistió en aplicar el enfoque teórico de marcos interpretativos o *framing* (o encuadre, es decir, cómo un texto periodístico destaca ciertos elementos, ideas u objetos dentro de una noticia para que reciban más atención sobre otros), y al mismo tiempo, analizó la distribución de paquetes de significado (conjuntos de representaciones e ideas que sumados componen una creencia política), que, en todo caso, resultaron afines al uribismo. Los paquetes de significado que distribuyó la revista, y que se registraron durante toda la década, retrataron a Uribe como alguien trabajador y anticorrupción. Privilegiaban una visión positiva de la reelección porque producía continuidad, asegurando el éxito de la seguridad democrática.

Yépez basó la elección de su fuente bajo criterios cuantitativos, al respecto destaca cómo durante los dos mandatos de Uribe Vélez, según el Estudio General de Medios (EGM), *Semana* fue tercera revista más leída del país, con 850.000 lectores. Para la selección de sus fuentes utilizó 18 ediciones de la revista, y analizó 24 artículos enfocados específicamente en la reelección presidencial. Esto le permitió tener una muestra representativa para identificar marcos interpretativos (los paquetes de significado sobre los cuales se habló más arriba) y a su vez establecer conclusiones sobre cuáles significantes fueron los más dominantes en la revista.

El último texto que compone esta selección, y que da lugar al cierre de los documentos a ser considerados como relevantes en el análisis, es el de Andrés Felipe Santacruz. Escogiendo un enfoque temporal de un año, el autor analizó las representaciones del uribismo que se construyeron principalmente en el diario *El Tiempo* y en la revista *Semana*, durante el año de campaña previo al primer periodo presidencial de Uribe Vélez. Desde aquí, el autor enuncia que los medios de comunicación durante el primer año estuvieron dedicados a la construcción de un prestigio sobre la figura de Uribe fundamentada en cinco aspectos: social, intelectual, orgánico, psíquico y ético. En su concepto, los medios retrataron una figura que no necesariamente correspondía con la realidad, pero que en todo caso permitió presentar en el debate público a un personaje con el que fácilmente se podía identificar la sociedad colombiana-

61 Ana C. Vélez, «Los soportes de la popularidad: cómo los columnistas refieren el caso del presidente Álvaro Uribe Vélez».

62 Andrés Felipe Yépez, «Marcos interpretativos: reelección presidencial y la figura de Álvaro Uribe Vélez en la Revista *Semana*», *Palabra Clave* 18, n.º 2 (2015): 537-562.

na, y, ante todo, lejano a las élites. En cuanto a la representación social de Uribe, se construyó a un jefe que no era de élite, cercano a la cultura campesina, en donde prima el esfuerzo y el trabajo físico. El ciudadano se encontraba con un político que se veía como él, que no parecía un tecnócrata, y gran parte de las imágenes publicadas por revista *Semana* se ocupan de que así quede claro.

## Conclusiones

La mayoría de las investigaciones registradas en este artículo se escribieron bajo un enfoque discursivo y desde el campo de la ciencia política. Esta corriente estudió al uribismo como un movimiento explicado por las teorías clásicas del populismo. Los marcos teóricos de aquellas investigaciones partieron de la filosofía política y produjeron reflexiones pertinentes, aunque en ocasiones afectaron la rigurosidad de la fuente. Esto sucedió porque abordaron periodizaciones cortas, y no siempre acudieron a fuentes primarias, en su lugar, optaron por privilegiar la bibliografía escrita por otros autores para generar sus propias conclusiones.

En comparación, fue menos común analizar el fenómeno a través del estudio de fuentes directas, o distintas a la prensa. Las investigaciones que recurrieron a este tipo de métodos destacaron por haber estudiado el comportamiento general de los medios de comunicación utilizando como insumo grandes volúmenes de noticias escritas. Esto les permitió observar la construcción discursiva, no solo del uribismo, sino también del conflicto armado durante más tiempo, y con mayor exactitud analítica: por ejemplo, las investigaciones de Kajsu Blendi recurren a los vínculos sociales de Uribe Vélez durante su campaña para desmentir las explicaciones populistas sobre su éxito electoral.

En esta línea, también destacan las recurrentes colaboraciones entre Jorge Bonilla, Camilo Tamayo y Germán Rey, quienes registran el estado del periodismo sobre la violencia a través de extensos volúmenes de notas periodísticas pertenecientes a una decena de medios. Sus obras son aún un punto de partida indispensable para comprender el papel de los medios durante la violencia de los 90 y siglo XXI.

En general, los estudios permiten evidenciar que el uribismo construyó un sistema de valores, principios y creencias en torno al concepto de patria, como lo resalta Ana Cristina Vélez. Estos significantes se apoyan en las emociones predominantes de la época, algo que demuestra Carlos Daza. Casi todos los autores afirman que el discurso uribista estuvo orientado a construir una fuerte vinculación emocional con sus electores, aunque el carácter democrático de sus votantes y de sus ideólogos no fuera siempre equivalente, algo que señala Mariana Fajardo. Parece haber también un acuerdo sobre el hecho de que los medios construyeron mensajes de carácter binario: creaban discursos amigo-enemigo (en el diario *El Tiempo* es común recurrir al concepto «colombianos de bien») que dividían a la sociedad civil en torno al concepto de Estado, profundizaron diferencias sociales históricas, y avivaron representa-

ciones políticas que enfrentaban a los colombianos, a veces incluso de forma física, con las trágicas consecuencias que hoy conocemos.

Sin embargo, es notable cómo ninguno de los autores parece haberse ocupado (al menos principalmente), de la figura de Uribe antes de su aspiración a la presidencia, de su paso por la alcaldía, el senado, o por la Gobernación de Antioquia. Esto señala un vacío en las investigaciones y destaca su carácter coyuntural, pues gran parte del éxito de la Seguridad Democrática se debe al pasado político y regional del mandatario: una historia que está aún por contarse.

Se sugiere también la necesidad de investigar cómo las personas asumieron los mensajes de la prensa, siguiendo la advertencia de Carlos Valderrama, para quien el receptor de un discurso no es un actor pasivo, sino que está atravesado por su propia identidad y cultura. En este sentido, se observa que la mayoría de las investigaciones analizaron el rol de los medios de comunicación como causas del uribismo, pero no siempre, salvo algunas excepciones, consideraron la cultura, la economía, o las estructuras sociales como factores importantes para explicar el éxito electoral de la Seguridad Democrática.

Los autores tendieron, involuntariamente, a presentar el fenómeno de la popularidad uribista como un ejercicio vertical del poder sobre una sociedad en apariencia pasiva y receptiva. Por lo tanto, el reto para la nueva generación de investigadores sobre la historia política reciente consiste en comprender por qué estos discursos y no otros se impusieron (aún se imponen) en las jornadas electorales de los últimos veinte años.

Finalmente, siguiendo los aportes de los autores, quienes se distanciaron de las conceptualizaciones populistas, invitamos a la formulación de nuevas explicaciones que consideren los vínculos sociales de Uribe Vélez como pilares determinantes en su campaña, pues compartimos la hipótesis según la cual los inicios del uribismo tienen más que ver con la protección de élites nacionales, que con un caudillismo popular propio del siglo xx.

## Referencias

- Ayala, Germán y Pedro Aguilera. «Un año de autocensura: Plan Colombia y medios de comunicación». *Chasqui*, n° 79 (2003): 54-59. <https://onx.la/8b933>.
- Barón, Luis. «Del drama a la épica: los discursos sobre el conflicto y la paz en los medios». *Cien días vistos por Cinep*. (2003): 8-23.
- Barón, Luis Fernando, Mónica Valencia y Adriana del Pilar Bedoya. «Noticias de guerra: la extraña lógica del conflicto colombiano en el consumo de noticieros». *Revista Contro-*

*versia*, n° 180 (2002): 76-106.

- Bonilla, Jorge y Camilo Tamayo. «Violencias y medios de comunicación en América Latina: una cartografía para el análisis». *Signo y Pensamiento*, n° 50 (2007): 212-231. <https://www.redalyc.org/pdf/860/86005014.pdf>.
- Bonilla, Jorge y Camilo Tamayo. *Medios, Periodismo y Conflicto Armado: La agenda investigativa sobre la cobertura informativa del Conflicto Armado en Colombia, 2002-2012*. Fundación Gabriel García Márquez para el nuevo periodismo iberoamericano, 2013. <https://huddersfield.box.com/s/ktf8pwhwxq4l0hz1rvqsr5mt1jcob5vy>.
- Botero, Andrés. «De la democracia radical al unanimismo ideológico, medios de comunicación y seguridad democrática». *Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, n° 107 (2007): 563-570. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/derecho/article/view/4010>.
- Cárdenas, Felipe. «Desorden y signos políticos dominantes del expresidente colombiano Álvaro Uribe Vélez». *Estudios Políticos*, n.º 42 (2013): 85-111. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.15786>.
- Cárdenas, María. «Análisis discursivo sobre el concepto de seguridad en la campaña a la presidencia del año 2002 en Colombia». Monografía de grado. Universidad del Rosario, 2012. [https://doi.org/10.48713/10336\\_3893](https://doi.org/10.48713/10336_3893).
- Castellanos, Juliana. «Dos miradas un silencio: Construcción de realidades mediáticas en las crisis del proceso de desmovilización paramilitar». Tesis de maestría. Politécnico Grancolombiano, 2014.
- Daza, Carlos. «Análisis de las estrategias de marketing político de Álvaro Uribe Vélez durante sus campañas electorales de 2002 y 2006 y durante el ejercicio de su gobierno presidencial en Colombia». Tesis de maestría. Universidad Javeriana, 2010. <http://hdl.handle.net/10554/862>.
- Delgado, Alba Lucía. «La polémica en el discurso del expresidente colombiano Álvaro Uribe Vélez: los argumentos ad hominem y su función como configuradores del enemigo político, el terrorismo». *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, n.º 22 (2013): 91-108. <https://doi.org/10.19053/0121053X.2157>.
- El Tiempo*. «Un manual para el conflicto», 2003. <https://onx.la/d4bd3>.

- Estefan, Soraya. «La deconstrucción de la dualidad amigo-enemigo en la participación de civiles en el conflicto armado colombiano». Tesis de maestría. Universidad del Rosario, 2014. <http://repository.urosario.edu.co/handle/10336/10125>.
- Fajardo, Mariana. «Los “uribistas”: ideología y cultura política ¿democrática? 2005-2008». Tesis de maestría. Universidad de los Andes, 2010. <http://hdl.handle.net/1992/11161>.
- Galindo, Carolina. «Neopopulismo en Colombia: el caso de gobierno de Álvaro Uribe Vélez». *Iconos*, n.º 5 (2007): 147-162. <https://doi.org/10.17141/iconos.27.2007.205>.
- García, Raúl y María Quintero. «El Fenómeno sociodiscursivo de legitimación en el cubrimiento de las campañas de Carlos Gaviria y Álvaro Uribe durante las elecciones presidenciales del año 2006». *Folios*, n.º 38 (2013): 61-74. <https://doi.org/10.17227/01234870.38folios61.74>.
- Gómez, Juan Carlos. «Del régimen de comunicación política del presidente de Colombia Álvaro Uribe Vélez». *Palabra Clave* 13 (2005): 63-92. <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1461>.
- Hurtado, Holberth. «Medios de comunicación, sociedad civil y conflicto armado. Tratamiento informativo dado por el diario El Tiempo a las marchas del 4 de febrero y 6 de marzo de 2008». *Nexus*, n.º 6 (2009): 48-65. <https://doi.org/10.25100/nc.v0i6.853>.
- Kajsiu, Blendi. «The Colombian Right: the political ideology and mobilization of uribismo». *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies*, n.º 44 (2019): 204-224. <https://doi.org/10.1080/08263663.2019.1581495>.
- \_\_\_\_\_. «Una teoría socio-morfológica del populismo: el caso del uribismo, 2002-2010». *Análisis Político*, n.º 90 (2017): 209-225. <https://doi.org/10.15446/anpol.v30n90.68561>.
- López, Álvaro Iván. «Patria y pueblo: un análisis del discurso político del uribismo en clave populista». Tesis de maestría. Universidad Javeriana, 2012. <http://hdl.handle.net/1992/11739>.
- Obagi, Oriana. «La contribución de las editoriales del periódico el tiempo a la construcción de las representaciones sociales del perdón y la reconciliación, y de la violencia y el conflicto». Tesis de Maestría. Pontificia Universidad Javeriana, 2011. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.10554.1410>.

- Pastrana, Eduardo. «La estrategia populista en la política exterior de Álvaro Uribe». *Papel Político*, n.º 2 (2011): 599-635. <https://onx.la/33c37>.
- Parra, Valeria. «El lenguaje de la guerra: un análisis de las palabras mediatizadas en el proceso de paz colombiano (2012-2015)». Tesis de maestría. Universidad de los Andes, 2015. <http://hdl.handle.net/1992/13440>.
- Rey, Jhon Jairo. «El Uribismo, un fenómeno político de cuatro dimensiones». Tesis de maestría. Universidad del Rosario, 2015. <http://repository.urosario.edu.co/handle/10336/11516>.
- Rey, Germán y Jorge Bonilla. «Calidad informativa y cubrimiento del conflicto armado». CEREC 1ºed, 2003. [https://www.irenees.net/bdf\\_fiche-documentation-588\\_es.html](https://www.irenees.net/bdf_fiche-documentation-588_es.html).
- Restrepo, Néstor y Carlos Berrío. «Propaganda y personalización de la política en el nivel subnacional. Análisis iconográfico del uribismo y el fajardismo entre 2003 y 2015». *Forum*, n.º 19 (2021): 95-119. <https://doi.org/10.15446/frdcp.n19.87908>.
- Richard, Eugenie. «Álvaro Uribe: la comunicación por la imagen. Principios de Marketing Político». *Ópera*, n.º 8 (2008): 73-100. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/760>.
- Rivera, María Juliana. «Las representaciones de la parapolítica y sus actores en el discurso editorial del periódico El Tiempo». Monografía de Grado. Universidad de los Andes, 2009. <https://onx.la/028ca>.
- Santacruz, Andrés Felipe. «El prestigio bajo sospecha: Álvaro Uribe Vélez y las elecciones presidenciales de 2002». Tesis de maestría. Universidad del Valle, 2019. <http://hdl.handle.net/10893/13543>.
- Simone, Bruno. «El rol de los medios de comunicación en la regionalización y globalización del conflicto colombiano». Tesis de maestría. Universidad Javeriana, 2011. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/1416>.
- Tamayo, Camilo y Jorge Bonilla. «El deber de la memoria: La agenda investigativa sobre la cobertura informativa del conflicto armado en Colombia, 2002-2012». *Palabra Clave*, n.º 17 (2014): 13-45. <https://doi.org/10.5294/pacla.2014.17.1.1>.
- Valderrama, Carlos. «La investigación en medios de comunicación en Colombia (1980-2009)». *Nómadas*, n.º 31 (2009): 262-276. <https://onx.la/22d2d>.

- Vélez, Ana Cristina. «Análisis de una postura editorial: El caso de la reelección del presidente colombiano Álvaro Uribe Vélez». *Confines*, n.º 3 (2007): 75-85. <https://confines.tec.mx/index.php/confines/article/view/19>.
- \_\_\_\_\_. «Los soportes de la popularidad: cómo los columnistas refieren el caso del presidente Álvaro Uribe Vélez». *Confines* 6, n.º 12 (2010): 73-99. <https://confines.tec.mx/index.php/confines/article/view/269>.
- Yépez, Andrés Felipe. «Marcos interpretativos: reelección presidencial y la figura de Álvaro Uribe Vélez en la Revista *Semana*». *Palabra Clave* 18, n.º 2 (2015): 537-562. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.2.9>.