

EN 14 DÍAS LA CITA ES EN LAS URNAS

Lo negativo de las campañas presidenciales

Sus aspirantes se han valido de publicidad agresiva para manipular la intención de voto. Hablan expertos. Cuenta regresiva.

Noticias falsas, publicidad agresiva, injurias, manipulaciones, sabotaje, trinos ácidos, entre otros, hacen parte del repertorio de estrategias que han utilizado la mayoría de candidatos presidenciales en su afán por ganar las elecciones del próximo 27 de mayo.

Entre las estrategias más visibles durante la contienda, se recuerda, por ejemplo, la campaña contra Gustavo Petro, basada en el miedo al Castrochismo, pero también las noticias falsas que publicó en su Twitter el candidato de Colombia Humana contra Iván Duque, como la de un video en el que Poncho Zuleta, en una celebración con el aspirante del Centro Democrático, hace un comentario en alusión a los paramilitares.

También fue polémico el comercial de Germán Vargas Lleras en el que se muestra a dos personajes, uno de los cuales hace gala de su gran experiencia y el otro solo dice que ha sido Senador, una alusión que, evidentemente, es una pulla a Duque. Humberto de la Calle y Sergio Fajardo también se le han medido al juego de ataques.

Expertos

De la Calle se unió a la arremetida en un video en el que le pide a Duque, a María Lucía Ramírez y a Alvaro Uribe, que fijen su posición frente a las intervenciones de alias Popeye, en la actual campaña electoral.

Mientras tanto, Fajardo se ha vuelto más incisivo en sus publicaciones en contra de Petro, acusándolo de populista. Sobre las últimas polémicas sobre las mujeres que repartían en biquini publicidad de Vargas Lleras, por el momento se mantiene la duda de si se trata de montajes o descaches de los candidatos.

A 14 días de las elecciones, Katherine González, docente de marketing político de la Universidad Externado de Colombia, indicó que todavía falta que las campañas saquen su artillería pesada.

"Hay que esperar más guerra sucia, seguramente en estas últimas semanas antes de las elecciones, sacarán la artillería más pesada. Ya han aflorado algunos temas de campaña negativa, pero falta, además porque se suele guardar la mayoría del dinero para los últimos días", aseguró la experta.

González señaló que lo que hace este tipo de campaña sucia es manipular la intención de voto de los electores. Es de-



En algunas ocasiones a los candidatos les conviene también ser el centro de los ataques, pues se crea un efecto de empatía que hace que la gente se incline por la víctima.



Cuidese de la manipulación

1 Cuestione
Revise el origen de los mensajes que le llegan, en especial de cadenas y trate de entender no solo quién los manda, sino por qué y para qué lo hicieron.

2 Verifique
Corrobore los hechos y datos. Consulte otras versiones o fuentes en sitios de referencia como medios periodísticos y contraste la información.

3 Reflexione
Tómese el tiempo para pensar antes de responder o reenviar un mensaje y determine si agrega valor o profundidad al diálogo colectivo.

4 Acepte la pluralidad
Reconozca que mientras más personas participen y más distintas sean sus procedencias y perspectivas, más cualificada será la conversación pública.

5 Asuma responsabilidades
Entienda que la diseminación del miedo y el odio no fomentan una buena comunicación y que calumniar o injuriar son actos reprochables y hasta delitos sancionables.

6 Cuidese
Sospeche de los mensajes que de manera evidente buscan despertar su indignación o rabia.

*Datos aportados por la Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, FNPI.

cir, la guerra sucia no busca tanto ganar votos, sino persuadir para que no voten por el principal contendiente.

En este sentido las mentiras suelen ser muy productivas, según lo aseguró el docente de la Universidad Icesi, Juan Carlos Gómez, pues una vez se han dicho, es difícil borrarlas.

"Cuando se corrige o se trata de corregir, el daño en la opinión pública ya está hecho. La imagen negativa no se puede recuperar después de una mentira, o por lo menos no del todo, así haya una enmienda al respecto", dijo.

Dinámica

Las campañas negativas no son nuevas. Basta recordar un caso reciente con el Plebiscito de la

Paz, cuando el propio Juan Carlos Vélez, gerente de la campaña del No del Centro Democrático, reveló la estrategia que habían usado para ganar, "estábamos buscando que la gente saliera a votar verraca", dijo en su momento. También cabe mencionar las elecciones presidenciales del 2010, cuando la campaña en contra del candidato Antanas Mockus se basó en hacer énfasis en la enfermedad de Parkinson que sufría, mostrándolo como un contrincante débil.

Para Andrés Agudelo, profesor de Ciencias políticas de la Universidad de la Sabana, la guerra sucia es algo casi que "natural" de la dinámica política. "Sin decir que sea bueno o malo, es natural que pase más cuando los políticos están en campaña y tienen unos amplificadores como son las redes sociales. La campaña debería ser el escenario para discutir temas de importancia, pero que la guerra sucia desplaza de la agenda política electoral los temas que son realmente serios y sensibles para el país, es una clara debilidad en la cultura política de la democracia colombiana", sentenció Agudelo.

Votos por el miedo

Estas elecciones, desde el punto de vista de la politóloga Rosalía Correa, están lejos de ser esperaban que fueran. "Un proceso electoral que habría podido ser mucho más bonito, pensando en que es el primero después de que las Farc dejaron las armas, no ha podido ser así. No ha sido tranquilo, disertador, participativo, sino un proceso de confrontación, beligerante y, en cierta medida,roso", manifestó.

Según la politóloga, las personas no votarán pensando en la calidad del can-



lidato y la de sus propuestas, sino en el miedo. "Qué miedo Petro o qué miedo Duque. En ese sentido los electores no elegirán libremente. Una democracia garantiza elecciones libres, pero las elecciones aquí no son libres, en lo más mínimo", sentenció Correa.

Sin embargo, Andrés Agudelo cree que la responsabilidad de que se acentúe este tipo de campaña negativa es de los ciudadanos, más que de los políticos y sus campañas.

"Si una sociedad civil democrática tiene las herramientas suficientes para saber diferenciar entre lo que puede llegar a ser una noticia falsa, un montaje, una guerra sucia, pues no va a haber ningún problema. Lo que sí podría ser grave es que este tipo de situaciones sean el termómetro político de una sociedad; que la indignación que ocurre en cualquier campaña po-



Las droguerías que estarán de turno hoy en Manizales, por disposición de la Dirección Territorial de Salud de Caldas, son:

Mercaldas Las Palmas. Carrera 23 # 58-06. Tel.: 8679020-8863030.
Multidrogas 12. Carrera 23 # 47-117. Tel.: 8800000.
Condoragas Avenida. Carrera 23 # 45-51. Tel.: 8854444.
Drogas La Rebaja No. 1. Carrera 23 # 19-02. Tel.: 8846729.
Drogas La Rebaja No. 2. Carrera 23 # 27-42. Tel.: 8847061.
La Rebaja Plus No. 1 Manizales. Carrera 23 # 54-10. Tel.: 8863721-3207887727.
Shamar. Carrera 35 # 101-57. Tel.: 6741306-3115177029.
San Gabriel. Calle 57C # 10C-09. Tel.: 8724181-3103911580.

Pacto por la no violencia

El pasado 25 de abril los candidatos firmaron el Pacto Nacional por la No Violencia, en el que comprometían a desarrollar una campaña sin agresiones. El acuerdo, promovido por el Consejo Nacional de Paz y Reconciliación, tenía como propósito que en el debate electoral se prioricen las ideas, en lugar de los ataques. Sin embargo, pareciera que algunas campañas políticas no se lo han tomado muy en serio.

