

UNIVERSIDAD  
**NACIONAL**  
DE COLOMBIA

# **El supuesto racional del Sí: un análisis de la campaña electoral del Sí en el Plebiscito por la Paz**

**Isaac Rafael Pinedo Pérez**

Universidad Nacional de Colombia  
Facultad de Ciencias Económicas, Instituto de Estudios Políticos y Relaciones  
Internacionales (IEPRI)  
Bogotá, Colombia  
2020



# **El supuesto racional del Sí: un análisis de la campaña electoral del Sí en el Plebiscito por la Paz**

**Isaac Rafael Pinedo Pérez**

Tesis de investigación presentado como requisito parcial para optar al título de:  
**Magister en Estudios Políticos**

Directora:  
Clara Rocío Rodríguez Pico  
PhD en Ciencia Política

Universidad Nacional de Colombia  
Facultad de Ciencias Económicas, Instituto de Estudios Políticos y Relaciones  
Internacionales (IEPRI)

Bogotá, Colombia

2020







*A Claudia Pérez, mi madre.*





## **Agradecimientos**

Le quiero agradecer de manera especial a Johan Sánchez y Geraldine Bustos, por sus lecturas, debates, contribuciones y, sobre todo, por su amistad. De igual manera, quiero agradecerle a mi directora de tesis, Clara Rocío Rodríguez, por su acompañamiento, lectura atenta y por las enseñanzas constantes tanto en el seminario “Referendos, plebiscitos y consultas populares: el caso de Colombia en perspectiva comparada”, como en el transcurso de esta investigación.



## Resumen

Tras la derrota del “Sí” en el Plebiscito por la Paz del 2016 en Colombia, se generó una discusión pública sobre las razones que llevaron mayoritariamente a los ciudadanos a no refrendar el Acuerdo Final entre la guerrilla de las FARC y el Estado. Uno de los argumentos principales era que la campaña del “No” había centrado su estrategia de comunicación en movilizar emociones como el miedo y la indignación, contrario al Sí que explicó racionalmente lo pactado en La Habana, Cuba. Sin embargo, esa afirmación no ha sido corroborada, por ello el objetivo de esta investigación es analizar los discursos de la campaña del “Sí” en el Plebiscito especial para la Paz en el marco de la dicotomía racionalidad y emocionalidad. En este sentido, se sostiene que la campaña del Sí no estructuró una narrativa exclusivamente racional, la producción del discurso agenció valores como el miedo y la incertidumbre bajo la idea de reactivar la guerra contra la insurgencia, para ello se utilizaron elementos retóricos como “volver a la guerra”, “si gana el “No”, se acabó el proceso” o “no habrá renegociación”, sin embargo, también se movilizó la idea de la esperanza por medio de promover valores como el perdón y la reconciliación a través del enunciado de “las víctimas están en el centro del Acuerdo”. Por otra parte, se aborda el discurso racional en el marco del argumento de maximización de la “rentabilidad de la paz”. Para comprender este contexto se realiza una aproximación histórica del proceso de refrendación y de la campaña del “Sí”.

**Palabras clave:** Plebiscito especial para la Paz, campaña del Sí, racionalidad, emocionalidad.

## Abstract

After the defeat of “Sí” in the 2016 Plebiscite for Peace in Colombia, a public discussion was generated about the reasons that led the majority of citizens not to endorse the Final Agreement between the FARC guerrillas and the State. One of the main arguments was that the “No” campaign had focused its communication strategy on mobilizing emotions such as fear and indignation, contrary to the Yes that rationally explained what was agreed in Havana, Cuba. However, this statement has not been corroborated, therefore the objective of this research is to analyze the speeches of the Yes campaign in the special Plebiscite for Peace within the framework of the dichotomy rationality and emotionality. In this sense, it is argued that the “Sí” campaign did not structure an exclusively rational narrative, the production of the speech generated values such as fear and uncertainty under the idea of reactivating the war against the insurgency, for this rhetorical elements such as “return to war”, “if the “No” wins, the process is over” or “there will be no renegotiation”, however, the idea of hope was also mobilized by promoting values such as forgiveness and reconciliation through statement of “the victims are at the center of the Agreement.” On the other hand, rational discourse is approached within the framework of the maximization argument of the “profitability of peace”. To understand this context, a historical approximation of the endorsement process and the “Sí” campaign is carried out.

**Keywords:** Special plebiscite for peace, Sí campaign, rationality, emotionality.

# Contenido

	<b>Pág.</b>
<b>Resumen.....</b>	<b>XI</b>
<b>Lista de gráficos.....</b>	<b>XV</b>
<b>Lista de imágenes.....</b>	<b>XVI</b>
<b>Lista de tablas.....</b>	<b>XVI</b>
<b>Lista de abreviaturas.....</b>	<b>XVII</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 1. Sobre el uso de las emociones en política.....</b>	<b>11</b>
1.1 ¿Racionalidad vs emocionalidad?.....	12
1.2 El discurso político.....	16
1.3 El discurso racional en campañas electorales .....	20
1.4 Sobre las emociones políticas .....	24
1.4.1 Afecto, emociones y sentimientos: distinciones conceptuales.....	24
1.4.2 ¿Emociones positivas y negativas?.....	26
1.4.3 El miedo como emoción política.....	28
1.4.4 Esperanza como emoción política .....	30
<b>Capítulo 2. El recorrido del Plebiscito especial para la Paz .....</b>	<b>33</b>
2.1. Orígenes y razones de la refrendación .....	33
2.2. Entre la Constituyente y el Plebiscito por la Paz: la discusión política y jurídica de la refrendación.....	41
2.2.1. La discusión sobre la Asamblea Constituyente.....	42
2.3. ¿Referendo o plebiscito? .....	46
<b>Capítulo 3. Entre el fin de las negociaciones, la campaña por el Sí y la derrota en el Plebiscito por la paz.....</b>	<b>55</b>
3.1. El cierre del proceso de paz entre las FARC y el gobierno Santos .....	56
3.2. La Campaña por el Sí: fisuras, triunfalismo y baja popularidad.....	69
3.2.1. Fase Gaviria: el problema de la “Paz Liberal”.....	70
3.2.2. Fase Parody: el efecto colateral de una imagen desfavorable .....	78
3.2.3. La campaña del Sí en las regiones.....	82
3.3. Las razones para el triunfalismo: una mirada a las encuestas .....	84

3.4.	La campaña por el Si y las razones de la pérdida de la refrendación. ....	89
<b>4.</b>	<b>Capítulo 4. Los discursos de la campaña del “Sí” entre la emocionalidad y la racionalidad.....</b>	<b>93</b>
4.1.	Las discursividades y emociones del Sí: más cerca del miedo que de la esperanza	93
4.1.1.	Guerra vs paz: el antecedente del 2014 .....	94
4.1.2.	Volver a la guerra: entre la guerra urbana y regresar al monte.....	99
4.1.3.	Si gana el “No”, se acabó el proceso.....	113
4.2.	Un balance de las videos y piezas comunicativas: la esperanza política y la racionalidad .....	117
4.2.1.	Sobre la pedagogía de los Acuerdos.....	118
4.3.	Las víctimas están en el centro del Acuerdo: perdón, reconciliación.....	128
4.4.	La rentabilidad de la paz: el discurso racional .....	131
	<b>Conclusiones .....</b>	<b>135</b>
	<b>Bibliografía.....</b>	<b>137</b>

## Lista de gráficos

	<b>Pág.</b>
Gráfico 1. Proceso de la refrendación de los Acuerdos de paz entre las FARC y el gobierno Santos.....	53
Gráfico 2. Proceso legislativo del Plebiscito especial para la Paz .....	60
Gráfico 3. Línea del tiempo del proceso de paz entre las FARC y el gobierno Santos de junio 23 al 2 de octubre del 2016. ....	67
Gráfico 4. Imagen favorable y desfavorable de Gina Parody.....	79
Gráfico 5. Encuesta sobre el Plebiscito del 2 de octubre del 2016 .....	84
Gráfico 6. Encuesta Invamer Gallup: ¿Las FARC harán grandes esfuerzos para reparar a las víctimas? .....	87
Gráfico 7. Encuesta Invamer Gallup: ¿Las FARC ayudarán a combatir el narcotráfico?.....	88
Gráfico 8. Encuesta Invamer Gallup: ¿Está usted de acuerdo o en desacuerdo con que miembros de las FARC una vez hayan dejado las armas puedan participar en política sin tener que pagar cárcel? .....	88
Gráfico 9. Encuesta Invamer Gallup: ¿Las FARC van a cumplir los Acuerdos? ....	88
Gráfico 10. Videos “El Sí de todos”.....	120
Gráfico 11. Porcentaje temático de videos publicados por Gina Parody en Facebook y Twitter sobre la campaña del Sí. ....	123
Gráfico 12. Cifras de videos publicados por Gina Parody en Facebook y Twitter sobre la campaña del Sí. ....	123
Gráfico 13. Línea del comportamiento de las emociones. ....	125
Gráfico 14. Nube de temas asociados a los sentimientos. ....	125

## **Lista de imágenes**

Imagen 1. Cartel en contra de Gina Parody..... 81

## **Lista de tablas**

Tabla 1. Mayores visualizaciones de videos utilizados en la campaña del Sí..... 121



# Lista de abreviaturas

## Abreviaturas

### Abreviatura Término

---

<i>FARC</i>	Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia
<i>FARC-EP</i>	Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia – Ejército del Pueblo
<i>MOE</i>	Misión de Observación Electoral
<i>FIP</i>	Fundación Ideas para la Paz
<i>ANC</i>	Asamblea Nacional Constituyente
<i>ONU</i>	Organización de Naciones Unidas
<i>ETCR</i>	Espacios Territoriales de Capacitación y Reincorporación
<i>JEP</i>	Jurisdicción Especial para la Paz
<i>MEN</i>	Ministerio de Educación Nacional

**Abreviatura Término**

---

*PAE* Programa de Alimentación Escolar

*SNET* Sistema Nacional de Educación Terciaria

*CNE* Consejo Nacional Electoral

# Introducción

Entre el 2012 y el 2016 se realizó un proceso de negociación entre la guerrilla de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) y el gobierno de Juan Manuel Santos, cuyo objetivo principal era poner fin a un conflicto armado de más de cincuenta años. El 26 de agosto del 2016, las partes comunicaron a la opinión pública que el “Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera” estaba terminado. Después de este anuncio, el presidente Santos informó que el 2 de octubre de ese año se llevaría a cabo la refrendación de lo pactado por medio del Plebiscito Especial para la Paz. Ese día, al acabarse la jornada electoral, la ciudadanía mostró su rechazo al Acuerdo Final con una votación de 50,21 % en contra y un 49,78 % a favor.

El resultado del plebiscito generó una sorpresa generalizada a nivel nacional e internacional. Por un lado, los sondeos realizados dos meses antes de la votación, entre el 7 de agosto y el 27 de septiembre del 2016, dieron como ganador al “Sí”, alcanzando en algunas encuestas una diferencia hasta de 40 % a favor de los Acuerdos de Paz. Por otra parte, a nivel internacional, el apoyo dado por la Organización de Naciones Unidas (ONU) y la comunidad internacional fue unánime, sobre todo de los países garantes como lo fueron Cuba, Venezuela, Chile y Noruega. Sin embargo, estos múltiples apoyos fueron insuficientes para que la ciudadanía refrendara mayoritariamente lo pactado en La Habana.

Varias razones se han dado para explicar la derrota del Sí y se pueden agrupar en dos grandes causas: unas internas del gobierno Santos y de la campaña del Sí; y otras exógenas, que corresponden al posible impacto del huracán Matthew en la Costa Caribe colombiana, y a la campaña desarrollada por los defensores del “No”.

Sobre las causas internas existen tres ideas principales: la primera, que la falta de apoyo al “Sí” fue un voto contra Santos. Según Invamer Gallup (2016) para el 2016 Juan Manuel Santos tenía una desaprobación del 72 % y una aprobación del 21 %; la imagen del presidente se vio afectada por múltiples factores como el aumento en los índices de pobreza (Gallup, 2016), la corrupción y sobre todo por la desaceleración de la economía

causada por la caída de los precios internacionales del petróleo. Dicha caída en el mercado internacional perjudicó a Colombia e hizo que el gobierno Santos aplicara una reforma tributaria que generó una mayor carga impositiva a los ciudadanos y a las empresas. Si bien la reforma ocurre después del Plebiscito, su discusión pública se da en septiembre del 2016, mes previo a las votaciones, afectando la percepción de la ciudadanía sobre Santos.

La segunda idea corresponde al exceso de confianza del gobierno Santos en ganar el Plebiscito. Como se mencionó anteriormente, los resultados favorables de las encuestas, sumados a las declaraciones del presidente, miembros del grupo negociador y de la campaña del “Sí” subestimando al “No” (Duzán, 2018), generaron un escenario de confianza y triunfalismo para las votaciones del 2 de octubre.

La tercera y última idea, se vincula al hermetismo de los diálogos de La Habana. La metodología en la comunicación de los diálogos de paz se caracterizaba por exponer a la opinión pública los avances de lo pactado al finalizar cada uno de los puntos de la agenda de negociación. Al concluir cada ciclo de conversaciones se hacía un recuento de lo ocurrido, se realizaba una lectura por parte de los garantes y Humberto de la Calle, jefe negociador por parte del gobierno Santos, realizaba una explicación de lo ocurrido. Sin embargo, «*la austeridad en la forma mataba el contenido y creaba un gran vacío*» (de la Calle, 2019, p. 85). Este “gran vacío” tuvo como consecuencia que la ciudadanía tuviera la percepción de que no todo estaba siendo comunicado, generando especulaciones aprovechadas y promovidas por los sectores que estaban en contra del proceso de paz (MOE, 2017).

Sumado a lo anterior, tras un mes de publicar el Acuerdo Final se buscó refrendarlo, siendo un tiempo escaso para la apropiación ciudadana de las ideas contenidas en el texto. El poco conocimiento del Acuerdo fue producto de la metodología de las comunicaciones estipulada en La Habana, que no permitía una discusión paralela en Colombia.

En cuanto a las razones exógenas a la campaña del “Sí”, en primer lugar, se referencia al huracán Matthew que amenazó con impactar la Costa Caribe colombiana. El fenómeno natural que afectó al norte del país generó que muchos habitantes de esta zona no salieran

a votar, afectando mayoritariamente al “Sí”. Si bien Cifras & Conceptos (2016) señalaba que las probabilidades de que un huracán afectara a la Costa Caribe eran del 0,0000001625, finalmente el fenómeno natural afectó a 33 municipios, en los que la tasa de participación fue menor al 10 %, lo que se traduce en 400.000 personas que iban a votar por el “Sí” y no lo pudieron hacer (Flórez, 2018). En definitiva, con una diferencia final de 55.000 votos entre el “Sí” y el “No”, lo sucedido con el huracán Matthew es una causa de la derrota del Sí.

Por otra parte, la campaña del “No”, liderada principalmente por el Centro Democrático, partido de oposición al gobierno Santos y encabezado por el expresidente Álvaro Uribe Vélez, utilizó una estrategia de marketing político que se basó en el uso de elementos retóricos emocionales como: “Castrochavismo”, “La paz con impunidad”, “Santos entrega a Colombia a las FARC”, “No + Santos”, “Resistencia Civil” y la “ideología de género” que sirvieron para movilizar el voto desde el odio y configurar imaginarios falsos sobre el Acuerdo Final (Gómez-Suarez, 2016).

En relación con lo anterior, el 5 de octubre del 2016, tres días después del Plebiscito, el diario La República publicó una entrevista con Juan Carlos Vélez, gerente de la campaña del “No”, en la que se le preguntaba por las estrategias utilizadas para ganar la contienda electoral. Dicha entrevista resultó siendo sintomática para reafirmar la idea de que la campaña del “No” movilizó el odio y la indignación, centrándose en no explicar los Acuerdos de Paz. Vélez dijo sobre la campaña que está se basó en generar indignación para que la gente «*saliera a votar verraca*» (La República, 2016) ya que el “Sí” centraría su campaña en el voto sobre la esperanza.

Adicional a lo anterior, Vélez expresó que la campaña del “No” utilizó diferentes canales y medios para reproducir la estrategia. Por ejemplo: el uso de las redes sociales y medios de comunicación, la segmentación de la publicidad por regiones y por estratos sociales, así como la tergiversación de la información, utilizando la baja popularidad del Gobierno Santos y de las FARC. Según la zona del país y la edad de sus habitantes, se hicieron afirmaciones como que se les iba a retirar dinero de la jubilación a todas aquellas personas que estaban pensionadas, o que se iban a retirar subsidios a las personas de sectores populares, para entregárselos a los guerrilleros de las FARC (La República, 2016).

Con las declaraciones de Vélez, se comprobó empíricamente el uso de emociones como el miedo y la indignación, para movilizar a amplios sectores ciudadanos a votar por el “No”. En este sentido, los análisis del discurso emitidos en medios de comunicación y elaborados por sectores académicos respecto de las campañas, afirmaron que el “No” había utilizado elementos emocionales y, en contraposición, el “Sí” usó argumentos racionales. Al respecto The New York Times, en su análisis del 3 de octubre sobre los resultados del Plebiscito, afirmó en la comparativa del liderazgo de Juan Manuel Santos y de Álvaro Uribe, que: «*Un líder impopular y racional versus un líder popular y emocional*» (The New York Times, 2016). Otros medios como la Revista Semana dirían:

*Con el triunfo del No en el plebiscito quedó en evidencia que en la elección pesaron más las emociones que los argumentos. Mientras el gobierno nacional y los promotores del Sí se concentraron en defender con cifras, estadísticas y proyecciones económicas las ventajas de la refrendación de los acuerdos con las Farc, la campaña del No prefirió moverse en las profundidades de la psicología colectiva (Revista Semana, 2016d)*

La literatura sobre el plebiscito ha reforzado este argumento, con investigaciones de reconstrucción histórica, análisis del discurso, sistematización de prensa y análisis de la estrategia de comunicación enfocadas particularmente en la campaña del “No” (Basset, 2018; Botache Ramírez, 2018; Flórez, 2018; Gómez-Suarez, 2016; Peña et al., 2017). Trabajos de este tipo corroboran la estrategia expuesta por Vélez en su entrevista al diario La República; Sin embargo, no hay estudios que demuestren que el discurso de la campaña del “Sí” fue meramente racional.

Los libros testimoniales de funcionarios del gobierno Santos o del grupo de negociadores como *Disparos a la paz* de Juan Fernando Cristo y Guillermo Rivera (2019); *Revelaciones al final de una guerra* de Humberto de la Calle (2019), *El país que me tocó (Memorias)* de Enrique Santos (2018) y *La Batalla por la paz* de Juan Manuel Santos (2019), investigaciones periodísticas como *Santos. Paradojas de la paz y del poder* de María Jimena Duzán (2018) y análisis académicos como los de González (2017); Mejía Cortés (2018) y Rodríguez Pinzón (2017), afirman que la estrategia de la campaña del “Sí” era explicar racionalmente el Acuerdo Final; pero, al no existir trabajos que corroboren el postulado de que el “Sí” estructuró su campaña con argumentos racionales, más que una verdad, es un supuesto que vale la pena analizar.

El estudio académico sobre el Plebiscito se ha centrado en la caracterización y futuras consecuencias de la campaña del “No”, restándole importancia al otro gran protagonista de la contienda electoral, la campaña del “Sí”. Sobre la refrendación, Cristo & Rivera (2019) afirman que la campaña política en el Plebiscito por la paz debe considerarse como «*la más corta, definitiva y extraña en la historia de Colombia*» (p.44). Si bien no se puede concluir que es la más definitiva en la historia del país, es verdad que fue una campaña corta y al mismo tiempo intensa, que duró solo un mes, pero que dejó como consecuencia diferencias en asuntos sustanciales del Acuerdo Final y dividió a la ciudadanía entre los que estaban a favor y en contra del proceso de paz, como lo demostraron los resultados. En consecuencia, es necesario analizar este breve momento de la historia reciente de Colombia desde diferentes perspectivas, por lo que esta tesis de grado de la Maestría de Estudios Políticos propone hacerlo desde el análisis de la campaña del “Sí”, realizada por el gobierno Santos.

Si bien esta investigación no niega los aportes de los múltiples comités promotores del “Sí”, metodológicamente se enfoca en las decisiones tomadas y en las acciones emprendidas durante el gobierno Santos, por tres razones: en primer lugar, porque fue dicha administración la que lideró el proceso de paz con la guerrilla de las FARC; segundo, porque refrendar el acuerdo de la mesa de negociación de La Habana, fue sugerido por el propio mandatario a través de sus negociadores, y, tercero, porque fue el Ejecutivo el que lideró el proceso legislativo del Plebiscito por la Paz y el acto legislativo del *fast track*, sin haber llegado a un trato con la subversión en estos puntos.

Por lo anterior, el objetivo principal de esta investigación es analizar los discursos de la campaña del “Sí”, promovida desde el gobierno Santos en el Plebiscito especial para la Paz, en el marco de la dicotomía racionalidad y emocionalidad. Por ello, la pregunta problema que se busca responder es: ¿Cuáles son los discursos emocionales y racionales que tuvo la campaña del Sí en el Plebiscito para la Paz en Colombia?

Para dar respuesta a este interrogante se plantean los siguientes objetivos específicos: primero, realizar una reconstrucción histórica del proceso de refrendación desde la fase exploratoria del proceso de paz en el 2011, hasta la fecha del Plebiscito especial para la paz; segundo, caracterizar y explicar los momentos de la campaña del “Sí”, y, tercero,

identificar y analizar los discursos de la campaña del “Sí” en el marco de la dicotomía racionalidad y emocionalidad.

La hipótesis que presenta la investigación es que la campaña del “Sí” no fue estructurada discursivamente con una retórica exclusiva de racionalidad, pues su narrativa tuvo un alto componente emocional, centrado en el argumento del miedo de “volver a la guerra”. El enfoque emocional fue funcional, en términos electorales, durante la segunda vuelta presidencial del 2014 donde Juan Manuel Santos fue reelegido, por lo que se buscó usar la misma estrategia para la campaña por el Plebiscito, en un contexto que no correspondía a lo pactado en La Habana, a la postura de las FARC, al desarrollo de los diálogos ni al proceso de refrendación en el poder legislativo y la Corte Constitucional.

Para alcanzar los objetivos y la verificación de la hipótesis, en esta investigación se utiliza un enfoque cualitativo, con dos herramientas metodológicas principales: el *process tracing* y el análisis del discurso. Apoyado en cuatro técnicas de investigación: revisión sistemática de prensa, documental y testimonial; análisis de video y de encuestas.

Para desarrollar el primer objetivo específico, que corresponde a realizar una reconstrucción histórica del proceso de refrendación desde la fase exploratoria del proceso de paz en el 2011, hasta la fecha de realización del Plebiscito especial para la paz, se plantea el método del *process tracing* que aborda inferencias causales sólidas, por medio de “la reconstitución, desde distintas entradas, de una narrativa plausible y persuasiva para explicar resultados de interés” (Bril-Mascarenhas et al., 2017, p. 660). Con este método se busca analizar las decisiones sobre la refrendación, por medio del estudio de momentos que llevaron a la elección del Plebiscito especial para la Paz.

En este sentido, la metodología permite analizar el proceso de refrendación del Acuerdo Final como un hecho paralelo y, en varios momentos, independientes al proceso de paz. Esto debido a que la idea de refrendar lo pactado entre las FARC y el gobierno Santos, nació en la fase exploratoria del 2011. Al comenzar los diálogos de manera formal en el 2012, las partes tenían dos posturas diferentes sobre este asunto: por un lado, la insurgencia planteó una Asamblea Nacional Constituyente (ANC) y, por otro, el gobierno y sus negociadores querían un referendo. Esta discusión, contrario a lo acordado en la fase



exploratoria, no fue un tema que se tramitara en La Habana, sino que se dio en tres escenarios diferentes en Colombia: el poder ejecutivo, el Congreso de la República y la Corte Constitucional. Al ser extraído de la mesa de negociación, su avance fue simultáneo al de la negociación de paz, sin necesariamente, depender de este.

Adicionalmente, el *process tracing* es usado para desarrollar el segundo objetivo específico: caracterizar y explicar los momentos de la campaña del “Sí”. Por medio de esta metodología se logra secuenciar la corta pero intensa campaña del “Sí”, ubicando dos fases: la primera liderada por César Gaviria, presidente del Partido Liberal y expresidente de Colombia y, la segunda, la coordinada por Gina Parody, ministra de Educación. En cada una de estas fases de la campaña se explican sus características, así como las problemáticas internas que generaron fisuras antes del proceso electoral. Además, se analizan los meses de agosto y septiembre del 2016, donde el proceso de paz y la campaña del “Sí” ocurrieron paralelamente, pero no necesariamente de manera conjunta, por lo que es necesario hacer un seguimiento de cada uno de estos procesos para identificarlos y diferenciarlos.

Por otra parte, para dar cuenta del tercer objetivo: identificar y analizar los discursos de la campaña del “Sí” en el marco de la dicotomía racionalidad y emocionalidad, se utiliza la metodología de análisis del discurso político de Patrick Charaudeau (2012; 2009; 2005), que permite dar cuenta de las narrativas y del uso político que se hicieron de ellas durante la campaña electoral. Este enfoque logra identificar los discursos utilizados, para clasificarlos posteriormente según la dicotomía antes expuesta, de tal forma que sea posible concluir cuáles fueron los elementos retóricos más utilizados durante la campaña del “Sí” en el Plebiscito por la Paz.

Para reforzar estas metodologías, se utilizan las siguientes técnicas investigativas: revisión sistemática de prensa, documental y testimonial; construcción de líneas del tiempo; análisis de encuestas y de videos comerciales de la campaña del “Sí”. La revisión sistemática de prensa se hace en los tres medios más influyentes en Colombia: El Tiempo, El Espectador y la Revista Semana. El uso de estos tres medios se da porque según la MOE (2017), fueron los que mejor seguimiento realizaron al proceso de paz, lo que permite encontrar información veraz y contrastada. No obstante, al analizar particularmente la campaña

política del “Sí”, se utilizan otro tipo de fuentes escritas, como la prensa local, portales de internet y programas de debate político en televisión, sobre los que se analiza la secuencialidad diaria de lo ocurrido en la campaña del “Sí”, pues al ser un momento corto e intenso, no todo el seguimiento del proceso se encuentra en los grandes medios de comunicación.

En la revisión documental se estudian fuentes primarias y secundarias. En las fuentes primarias se acude a sentencias judiciales, proyectos de ley y actos legislativos; en las fuentes secundarias se analizan textos académicos que explican los momentos del proceso de paz, así como el de refrendación. Además, en la revisión testimonial son estudiados textos autobiográficos de personajes que estuvieron involucrados en el proceso de paz y en la campaña del “Sí” como Juan Manuel Santos, Enrique Santos, Juan Fernando Cristo, Guillermo Rivera, Humberto de la Calle e Iván Márquez, sumado a la investigación de reportería de María Jimena Duzán, quien entrevista a varios protagonistas de los sucesos.

Para el análisis de encuestas se recopilan los catorce sondeos realizados entre el 7 de agosto y el 27 de septiembre del 2016, con el fin de explicar las razones del triunfalismo de la campaña del “Sí”. Además, se elaboraron líneas del tiempo que dan cuenta de cuatro procesos: el político de la refrendación; el jurídico de la refrendación; las negociaciones de paz y los posteriores eventos, entre junio y octubre del 2016, y la campaña del “Sí” de junio a octubre del 2016. Por último, se emplea el análisis de video de los comerciales de la campaña del “Sí” en el Plebiscito, buscando comprender las narrativas de los mensajes expuestos.

En este orden de ideas, la investigación se organiza de la siguiente manera: en el primer capítulo se desarrolla el marco teórico, definiendo y caracterizando el discurso político desde la dicotomía emocionalidad-racionalidad y su rol en las campañas políticas; en el segundo capítulo se reconstruye históricamente el proceso de refrendación, desde la fase exploratoria de los diálogos de paz en el 2011 hasta la aprobación de la Corte Constitucional del Plebiscito especial para la paz, analizando los efectos políticos y jurídicos de esta decisión; en el tercer capítulo se describe la campaña del Sí y sus

diferentes fases y, en el cuarto capítulo, se estudia la campaña del “Sí” desde un análisis del discurso de las variables emocionales y racionales.

Sobre las delimitaciones y futuras investigaciones, la campaña por el Sí en el Plebiscito por la Paz puede abordarse de dos maneras: por un lado, la que adelantó de manera exclusiva el gobierno de Juan Manuel Santos y, por otro, la realizada por el conjunto de partidos políticos de oposición al gobierno de Santos, pero que apoyaban el proceso (El Polo Democrático Alternativo y el Partido Verde), organizaciones sociales y grupos de la sociedad civil que conformaron comités promotores en todo el territorio nacional en apoyo al proceso de paz. Sin embargo, en este documento se analiza la primera, la que corresponde al Gobierno Santos, por tres razones: en primer lugar, porque fue esta administración la que lideró el proceso de paz con la guerrilla de las FARC; segundo, porque la refrendación de un acuerdo en la mesa de negociación en La Habana, fue sugerida por el propio mandatario por medio de sus negociadores, y, tercero, porque fue el Ejecutivo el que lideró el proceso legislativo del Plebiscito por la Paz y del acto legislativo del *fast track*, sin que se haya llegado a un trato con la subversión sobre estos puntos.

Al respecto de los 1.687 comités promotores que apoyaron el “Sí” y de las campañas realizadas por los partidos políticos a favor de los Acuerdos, pero que no eran parte del oficialismo. Es necesario para seguir ampliando la comprensión de esta temática llevar a cabo un estudio que analice el trabajo de estas agrupaciones ciudadanas y políticas con la finalidad de rastrear las zonas, discursos, material pedagógico, alianzas y limitaciones durante el proceso electoral.



## **Capítulo 1. Sobre el uso de las emociones en política**

Para analizar la campaña del Sí en el plebiscito por la paz, el presente capítulo adopta la perspectiva del análisis del discurso político de Patrick Charaudeau (2012; 2009; 2005), desde el cual se busca dar un marco de interpretación a las narrativas emocionales y racionales de dicha campaña. Para conceptualizar los argumentos emocionales y racionales se usan dos enfoques: el de elección racional y el giro afectivo que, si bien no comparten la misma raíz analítica, pues uno es propio de la economía política y el otro es un enfoque interdisciplinar de las Ciencias Sociales, sí brindan definiciones coherentes con el desarrollo de esta investigación.

El capítulo se divide en cuatro apartados: primero, planteamiento de la diferencia o complementariedad de la racionalidad y las emociones, con el fin de establecer relaciones entre los conceptos más allá de una dicotomía irreconciliable. Por tanto, se tiene en cuenta que la división existente entre las dos ideas debe considerarse como una herramienta metodológica para analizar el problema de estudio y no como un marco teórico concluyente; segundo, caracterización del análisis del discurso político según Charaudeau; tercero, definición y caracterización del discurso racional según el enfoque de la elección racional planteado por Kenneth Shepsle y Anthony Downs y, cuarto, distinciones conceptuales de las emociones políticas, tomando elementos del giro discursivo y el estudio de las emociones políticas.

## 1.1 ¿Racionalidad vs emocionalidad?

Las Ciencias Sociales nacen en la Modernidad con una fuerte pretensión racionalista, estructurando epistemológicamente a las disciplinas que la componen a partir de principios como orden, progreso y verdad. En este sentido, toda la explicación emocional de la realidad era considerada como irracional y carente de sustento empírico, lo que produjo una tajante separación entre estas dos ideas y dejó a las emociones como un tema de estudio de la psicología.

A lo largo del siglo XX el desarrollo teórico de las disciplinas se alejó del paradigma moderno-racional, y se aproximó a otras explicaciones de la realidad social, tales como la teoría crítica, el análisis del discurso, el estudio de la agencia política, la subalternidad, entre otros. Paralelamente, el estudio de las emociones comenzó a ser relevante en la academia; sin embargo, solo hasta finales del siglo XX y principios del XXI el llamado «*Giro afectivo*» fue influyente para comprender reacciones, acciones y organizaciones de la ciudadanía en el contexto global.

Si bien el estudio de las emociones ha ganado espacio en los análisis de la realidad social, para Suarez Máiz (2010), uno de los mayores logros de la razón en el pensamiento moderno-occidental fue excluir a las emociones de los análisis políticos en función de la cosa pública, lo que conllevó a que lo emocional fuera observado como un asunto secundario en las decisiones políticas que toman los Estados.

El desplazamiento analítico de las emociones en la Modernidad puede comprenderse por dos razones: su difícil cuantificación y la influencia del optimismo ilustrado. Sobre lo primero, en términos metodológicos las emociones son difíciles de observar y, por ende, de medir. La psicología ha sido la disciplina históricamente encargada de este campo de estudio, para ello ha utilizado diferentes rúbricas y ha tipificado las emociones según escalas de valor de orden fisiológico. Recientemente las neurociencias sociales han logrado avanzar

en la medición e interpretación de las emociones en situaciones o problemas sociales, desde un enfoque interdisciplinar.

Sobre el optimismo ilustrado, el sujeto moderno buscó ser producido como un ciudadano objetivo, desapasionado y carente de contradicciones, por ello las emociones políticas tienen un origen irracional, no educado y contradictorio. Suarez Máiz (2010) sostiene que es necesario revisar la etimología: pasión indica pasividad, entendida como algo que sobreviene, imposibilita el control, bloquea la acción y al yo consciente, es decir, limita al sujeto racional. Las democracias moderno-liberales se construyeron bajo esta visión ilustrada, negando la emocionalidad. Sin embargo, más allá de asignarle un orden moral, como bueno o malo, es necesario incorporar a los análisis la dimensión emocional.

Martha Nussbaum, una de las filósofas de las emociones políticas, afirma que las emociones son juicios y como tales deben ser políticos y morales. Las emociones tienen un rol fundamental en la vida de las sociedades democráticas y de los ciudadanos, que se caracterizan por su capacidad de agencia y no por ser entes de recepción. Para la autora, el papel de las emociones debe comprenderse como decisivo en la racionalidad pública y privada (Nussbaum, 2014).

Nussbaum se pregunta por la vida buena, como objetivo moral y político del ciudadano contemporáneo. Es clara al afirmar que el tipo de racionalidad asumido por el agente debe ser prudencial y no demostrativo. La racionalidad prudencial se consigue por el diálogo con otros, en la búsqueda de la felicidad y de los acontecimientos por fuera de su experiencia, es decir, el agente se presenta como vulnerable y, por ende, puede ser dañado (Nussbaum, 2014, p. 88). En este sentido, la autora encuentra tres objeciones que le ha hecho la racionalidad liberal positivista a las emociones, logrando su exclusión de la democracia moderna. A continuación, se explica cada una de ellas.

La primera objeción es que las emociones son fuerzas irracionales. La autora se refiere al sentido normativo que ha producido un marco de legibilidad, desde el cual se plantea que

las emociones son fuerzas irreflexivas que manejan a las personas y, por ende, no encaran ningún tipo de juicio, pues son carentes de razón. Desde esta idea, las emociones se identifican con la animalidad incontrolable y, en consecuencia, debe ser controlada, regulada, reprimida, educada y dominada. Al respecto la autora afirma que *«ninguna emoción resulta irracional en el sentido de estar completamente divorciada de la cognición y el juicio»* (Nussbaum & Gardini, 1997, p. 96).

En este sentido, la racionalidad liberal positivista no solo ha construido un marco de legibilidad, sino también un marco de legalidad, por el que se ven y se juzgan las cosas. En las sociedades moderno-liberales, el eje de referencia es la constitución, lo que implica que la razón está en función de la ley y viceversa.

La segunda objeción es entender a las emociones como juicios falsos. La autora se separa de liberalismo positivista y se centra en los estoicos, para quienes los juicios en los que intervienen las emociones son falsos y una mala guía moral en la búsqueda del ideal de ser bueno. Para los estoicos el hombre bueno no necesita emociones, de hecho, debe eliminarlas si busca el bien moral. La crítica de Nussbaum al respecto es que la virtud *per se* no existe, es contingente y no puede entenderse como predeterminada, porque solo en las contradicciones y contingencias externas se puede alcanzar el juicio en búsqueda de la idea del bien.

En este orden de ideas, la filósofa rescata el papel de las emociones, ya que estas se encuentran vinculadas con creencias y pueden ser educadas y cultivadas. Las emociones serán dignas de considerarse en la deliberación moral y democrática. Al respecto, Jiménez (2016) dice que aquí se encuentra la centralidad de la tesis de Nussbaum porque:

*Lo que se aprende de la comprensión cognitiva de las emociones es el reconocimiento de la vulnerabilidad humana, y es tan importante reconocer la vulnerabilidad en tanto es la que le da sentido a la deliberación práctica: si no fuéramos vulnerables no tendría sentido la deliberación moral (p. 61).*



De esta lógica se infiere que las emociones deben ser admitidas como elementos esenciales del buen razonamiento moral y práctico. «*No puede existir cognición sin sentimientos, ni significado sin emociones*» (Melucci, 1996, p. 71). Toda acción emocional se encuentra superpuesta por una acción-reflexión de tipo cognitivo que ha sido situada social, cultural e históricamente.

La tercera objeción es que las emociones son peligrosas en la vida pública. Esta afirmación ubica el rol de las emociones en la vida privada, negando su existencia en la vida pública por que producen apegos (Nussbaum & Gardini, 1997, p. 91). Los apegos inhabilitan a las emociones no permiten una reflexión política y de la justicia, idónea; sin embargo, para Nussbaum por medio de esta relación vinculante o de apego el agente puede establecer relaciones a un nivel ya no privado sino público. La autora utiliza aquí un argumento genético, en el que pone de ejemplo el amor o la gratitud de un hijo a un padre, que puede desarrollarse en la vida adulta.

En definitiva, si bien el liberalismo positivista ha logrado separar la emoción de la razón en el ámbito político y sobre todo público, la brecha se sigue reduciendo. Lo anterior no es *per se* negativo y mucho menos va en descredito de la razón; por el contrario, lo único que puede asegurar un proceso más democrático y racional es la inserción de la emocionalidad consciente en el escenario político. Como afirma Westen (2007) el cerebro político es un cerebro emocional, no es una máquina de cálculo desapasionada, que busca objetivamente los hechos, datos y políticas correctas para tomar una decisión razonada.

En este sentido, si bien la presente investigación no considera a la racionalidad y a la emocionalidad como antagónicas, los argumentos de ambas tendencias serán explicados separadamente en el marco de las campañas electorales, con el fin de caracterizarlas y analizarlas discursivamente de la campaña del Sí en el Plebiscito por la paz, según los criterios de estas categorías.

## 1.2 El discurso político

En el presente apartado se aborda la idea del discurso político planteado por Charaudeau (2012; 2009; 2005). Además, se formula la metodología de análisis que será utilizada en el capítulo cuatro, para ubicar las discursividades emocionales y racionales de la campaña del Sí en el Plebiscito por la paz,

Desde la Antigüedad Aristóteles planteó que la argumentación de las ideas no se debía conformar solo con el raciocinio; sino que era importante entusiasmar al auditorio, a los jueces y al jurado por medio de la narrativa, de tal modo que se asegurara la movilización de los sentimientos. Esta premisa estructuró el papel del *logos* como argumento racional, del *pathos* como comunicación emocional y al *ethos* como elemento de credibilidad frente a la audiencia. Estos tres componentes del discurso político siguen siendo fundamentales en la construcción y análisis de las narrativas y enunciados.

Charaudeau (2012) plantea que en el discurso el político no solo busca un acto de legitimidad, sino que pretende ganar credibilidad y cautivar al interlocutor. Las estrategias discursivas del político tienen cuatro objetivos: primero, constituir una imagen creíble (idea relacionada con el *ethos*); segundo, buscar una manera efectiva de utilizar las emociones para persuadir o seducir (idea relacionada con el *pathos*) y, tercero, organizar y explicar el discurso según sus principios de verdad (idea asociada al *logos*). En consecuencia, el autor afirma que:

*La actividad de persuasión y de seducción es constitutiva del discurso político, puesto que, en democracia, se debe conquistar el poder o manejarlo con el asentimiento popular. El habla de los políticos no sólo pretende dirigirse al público; debe plantearse alcanzar el mayor número de miembros de un auditorio heterogéneo cuyo denominador común, con respecto a la comprensión, el análisis y la apreciación, es por definición reducido. Se debe partir de un principio que sostiene que, en el dominio político, no todo puede decirse (Charaudeau, 2012, p. 131).*

De acuerdo con Charaudeau, no todo en política puede decirse. Lo que se dice está delimitado por intencionalidades que buscan construir el marco de lectura de una realidad, con el objetivo de que cada narrativa dentro del marco sea congruente con la imagen (*ethos*) del hablante. Para el autor, existen dos tendencias del discurso político que usan la persuasión y la seducción como elementos característicos: el populismo y la propaganda.

El discurso populista se caracteriza por situar en el debate público los siguientes elementos: el papel de la autoridad y la corrupción de las instituciones políticas; visibilizar y fortalecer – narrativamente – una crisis, y la providencialidad del sujeto como visionario, carismático y dispuesto a «*salvar*» a la sociedad. Dicho discurso se da en contextos de crisis, respondiendo a condiciones de dramatización que influyen en las emociones públicas. Para Charaudeau (2012), esto se ve reflejado en tres escenarios: «*estigmatizar la crisis social cuyas víctimas principales son los ciudadanos; identificar su fuente; anunciar la solución y el posible salvador*» (p.132).

Estas condiciones de dramatización carecen de valor argumentativo, por ello se deben analizar, desde los efectos emocionales, las narrativas que se encuentran presentes en la discursividad populista y la movilización de sentimientos como el temor, la vergüenza y la ira, pues provocan una reacción colectiva. Según Charaudeau (2012) esta reacción colectiva puede entenderse como un sacrificio colectivo, cuya consecuencia es un proceso de catarsis social por parte de la ciudadanía, lo que los lleva a aceptar y asumir como verdadera la imagen del «*salvador*».

Por otra parte, la propaganda busca «*imponer la verdad por medio del engaño*», (Charaudeau, 2012, p. 132) y tiene las siguientes características: primero, impone la verdad desde el engaño y oculta la intención, es decir, enuncia un hecho sin explicar o con mentiras sobre el "para qué", lo que permite una posición de autoridad del saber; segundo, está mediada por los medios de comunicación, y, tercero, es una instancia de manipulación del público, en la que el mensaje es enviado a la ciudadanía, pero esta no tiene posibilidades de interpelación.

Teniendo en cuenta estas características Charaudeau afirma que existen dos tipos de propagandas: la táctica y la profetizadora. La propaganda táctica hace referencia a dar «*una información falsa de manera consciente, o por denunciar como falsa una información que circula en la sociedad, para que la opinión pública juzgue los acontecimientos de una cierta manera y que actúe en una dirección determinada*» (Charaudeau, 2012, p.134). Se denomina táctica porque es usada en momentos particulares y de forma inmediata, con la finalidad de obtener réditos a corto plazo.

La diferencia de este tipo de propaganda con la publicidad es que la publicidad se centra en el deseo y no necesita asumir una posición de autoridad, para garantizar la «*veracidad*» del hecho; no obstante, la propaganda táctica es una combinación entre discurso publicitario y promocional porque busca servir o situarse en el bienestar colectivo (promocional) pero promueve intereses particulares (publicitario), buscando aumentar su poder político por medio del comercial.

Por otra parte, la propaganda profetizadora es todo aquel discurso que busca que la ciudadanía en general se adhiera a un proyecto con ideales establecidos. Se caracteriza por basarse en una narrativa reveladora, ya que la verdad reside en la revelación, promete un mejor futuro e implica del público desposeerse de sí mismo para asumir dicha verdad como inmutable (Charaudeau, 2012).

Teniendo en cuenta las características del discurso político, a continuación, se explica la metodología de análisis de Charaudeau basado en tres niveles: el enunciativo, el retórico-argumentativo y el racional-emocional. En el nivel enunciativo o situación de enunciación, como lo comprende esta corriente, «*la escenografía es el momento de esa escena que no es impuesto por el tipo o género de discurso, sino que lo instituye el discurso mismo de manera procesual*» (Bermúdez, 2014, p. 31), por ende, un texto impone un marco (una escenografía) que, al desarrollarse el enunciado, debe explicar su propio dispositivo como acto de habla.

El nivel enunciativo debe entenderse como una oración o frase dada por el interlocutor que, al ser reiterativa, se configura como performativa, es decir, la constante repetición del enunciado produce un marco de realidad (escenografía), donde las narrativas tienen fuerza y sentido, son impuestas y dirigidas por el hablante a un grupo de personas, en este caso, la ciudadanía en general.

El segundo nivel es el retórico-argumentativo, en el que el emisor «*pone en marcha una organización discursiva cuyo objetivo es imponer al interlocutor un marco de cuestionamiento, una toma de posición y unos argumentos de prueba, con el fin de que este no encuentre ningún contraargumento y termine compartiendo la opinión del sujeto*» (Charaudeau, 2009, p. 31).

El emisor busca modificar la opinión del otro, utilizando tanto la razón como la pasión, ya que el fin del discurso es hacer creer algo a otro sujeto, logrando modificar o reforzar su posición. En ese sentido, la persuasión está enfocada en el *Tú* (otredad), y la convicción dirigida al *Yo* (mismidad), elementos importantes en la construcción veraz de la narrativa.

El tercer nivel es el análisis racional/emocional. Para Charaudeau uno de los elementos de comprensión de este nivel corresponde a los operadores afectivos, que son los responsables de movilizar las emociones en un determinado espectro social. Los operadores afectivos funcionan como un elemento articulador entre la enunciación, la argumentación, el emisor y el receptor en el marco de la emocionalidad. En su vertiente racional, el análisis busca comprender los procesos de maximización de beneficios por parte del emisor y de los argumentos que da al público (ciudadanía), que también deben cumplir con esta propuesta.

Siguiendo esta corriente, Plantin (2011) sugiere dos elementos adicionales para el análisis: primero, la intensidad y cantidad, que se refiere a la modulación e intensidad del enunciado y a la extensión del tiempo o el número de personas afectadas en el discurso; segundo, casualidad/agencia, en la que la resolución de una causa o de un agente influye en las actitudes emocionales frente a un hecho. En este sentido, el autor afirma que la afectación

emocional de un suceso no se puede generalizar; por lo contrario, la capacidad de agencia y decisión de los sujetos tiene un valor fundamental.

En conclusión, en este apartado se definió y caracterizó el discurso político y su abordaje metodológico en tres niveles: el enunciativo, el narrativo-argumentativo y el analítico racional-emocional. Sobre este último nivel se profundizará en los siguientes apartados, ubicando los elementos racionales y emocionales en el marco de las campañas políticas.

### **1.3 El discurso racional en campañas electorales**

En este apartado se toma como referencia el análisis de la elección racional planteado en 1986 por el politólogo Kenneth Shepsle y el economista Anthony Downs, que permite caracterizar los argumentos de las campañas electorales y el proceso de decisión que toma un ciudadano para votar.

El enfoque de la elección racional es una metodología usada con frecuencia en la economía política, para modelar el comportamiento social de los individuos. Según este enfoque, la racionalidad es definida como una decisión que toma un sujeto entre sus propias necesidades y su sistema de creencias. Para Shepsle (2016) las necesidades son entendidas como las preferencias que tiene el sujeto tomadas por interés propio. El individuo escoge una serie de prioridades que son centrales para él y que busca maximizar para sí mismo. Para el autor, estas preferencias hacen parte del mundo interior de la persona.

Por otra parte, en el mundo exterior o «*medio ambiente externo*», el sujeto encuentra la incertidumbre de cómo o qué va a encontrar en la exterioridad. Por ello, los individuos se apoyan en sus conocimientos y entendimientos previamente adquiridos para tomar la decisión acertada.

*A las corazonadas que un individuo tiene respecto a la efectividad de un comportamiento dado para obtener lo que quiere se les llama creencias. Las*

*creencias relacionan los medios con los resultados. Actuar de conformidad con nuestras preferencias, así como con nuestras creencias es lo que denominamos racionalidad instrumental (Shepsle, 2016, p. 81).*

Según lo anterior, la elección racional se fundamenta en considerar que los ciudadanos que toman decisiones tienen creencias y preferencias y entre más congruentes sean, el individuo es más racional. Para Shepsle, en función de las preferencias, existen dos propiedades que se toman en cuenta desde una lógica racional: la comparabilidad y la transitividad.

Como su nombre lo indica, la comparabilidad hace referencia a la comparativa entre  $A$  o  $B$ , en donde el sujeto que toma una decisión prefiere la primera a la segunda, la segunda a la primera o ninguna de las dos opciones. Dicha comparación se hace con base al criterio de beneficio según el interés propio del individuo. Por otra parte, en la transitividad existen tres elementos ( $A$ ,  $B$  y  $C$ ), en donde si  $A$  es mejor que  $B$  y  $B$  es mejor que  $C$ , por ende,  $A$  es mejor que  $C$ . En este caso la elección de preferencia entre tres posibilidades implica descartar una tercera opción y elegir la de mayor rentabilidad.

En este sentido, las propiedades de las relaciones de preferencia ordenan y jerarquizan la decisión de manera lógica. La determinación racional del sujeto es la alternativa de mayor importancia en el orden; no obstante, Shepsle (2016) hace una salvedad: «*no todas las relaciones son comparativas o transitivas (o ambas cosas). Algunas relaciones satisfacen la transitividad, pero no la comparación. Otras satisfacen la comparación, pero no la transitividad. Otras más no satisfacen ninguna de las dos*» (p. 101). El mayor problema que ubica el autor se encuentra en la propiedad de comparabilidad, ya que un ciudadano puede tomar posturas entre una opción  $A$  o  $B$ , pero la comparativa en sí misma carece de sentido, ya que si los objetos, o en este caso opciones, no tienen ninguna relación con el sujeto, éste no sabrá elegir.

Teniendo en cuenta lo anterior, la primera característica de un argumento racional es el de maximización. Este hace referencia a obtener la mayor ganancia y reducir el riesgo en el marco de la decisión. Los individuos racionales eligen de acuerdo con lo que creen más

relevante en una jerarquía ordenada según sus preferencias, decantándose por el instrumento que consideran producirá el mejor resultado.

En una campaña electoral el argumento racional de maximización se orienta a exponer el mayor beneficio individual que tendrá el elector al elegir *A* o *B*; sin embargo, para un político, partido o movimiento el uso de la discursividad personalista es imposible. Por ello, se busca utilizar una retórica generalizada dividiendo a la ciudadanía en conjuntos poblacionales (estudiantes, pensionados, trabajadores). De esa manera se realiza una jerarquización arbitraria, pero parcialmente universal de preferencias que tiene ese conjunto poblacional.

Siguiendo esta idea, Schwartz (1987) afirma que argumentalmente los candidatos prometen beneficios políticos a cambio de votos. El efecto en las elecciones se basa tanto en el contenido como en la credibilidad de las promesas del candidato o de la opción preferente. Para ello, la narrativa de los beneficios prometidos tiene tres componentes: beneficios privados, para una persona en particular; beneficios públicos globales, para un gran segmento de la población, y beneficios públicos locales, que están pensados para un pequeño subelectorado. Para Schwartz, el voto subelectoral es el que tiene más réditos porque conlleva menos coste de información y transacción, tanto para el elector como para el electorado y un votante que no se reconozca en un espectro social amplio sí lo hará en el subelectoral.

Para Shepsle (2016), la maximización en la elección racional también se puede definir como «*principio de utilidad esperada*» (2016, p. 112). Por ello, la base argumental de este principio es la economía porque es la manera más verificable de saber si la decisión fue acertada o no y, por otra parte, los réditos se comprenden en la relación ganancia/perdida. En definitiva, para el autor el argumento racional de maximización de las campañas electorales tiene su fortaleza en la narrativa económica, según sea usado de acuerdo con el segmento poblacional.



Adicional al principio económico, Downs (1957) afirma que otro de los axiomas que configuran la racionalidad del voto es el tiempo, ya que todo ciudadano debe tomar una decisión entre votar o abstenerse, a partir de evaluar los beneficios que le trae invertir o no una jornada de su día para ir a las urnas. Por ello, el autor señala que uno de los principales costos de votar es el tiempo: *«tiempo para inscribirse en el censo electoral, tiempo para averiguar qué partidos concurren, tiempo para deliberar, tiempo para acudir a las urnas y tiempo para rellenar la papeleta del voto»* (Downs, 1957, p. 287).

Para Downs existen tres maneras de anular el abstencionismo del voto por factor tiempo: en primer lugar, el valor del voto para el individuo, donde el electorado debe creer en el beneficio a corto plazo de la decisión que toma, según las utilidades esperadas o la intensidad del deseo de que gane una agrupación o partido político en lugar de otro; segundo, el valor del voto en sí mismo para la continuidad del sistema democrático y, tercero, el papel de la incertidumbre, en la que el votante considera que la elección que toma será vital para que ganen las opciones de su preferencia. Si las encuestas, así como la campaña política de un aspirante o una opción son consideradas como claras ganadoras, el electorado no encontrará beneficio en invertir su tiempo para alcanzar el mismo resultado. En este sentido, *«si el individuo espera que la elección estará cerca del empate, su voto tendrá una gran importancia; en otro caso, considerará insignificante el efecto de su voto en el resultado»* (Guglieri et al., 1999, p. 7).

En conclusión, el voto racional se sustenta en el principio de maximización, basado en la relación costo/beneficio del electorado. Por ende, los argumentos usados a partir de este enfoque en las campañas electorales buscan mayor provecho de ello, según las variables económicas, tiempo e incertidumbre en segmentos poblacionales individuales, locales o globales. Todo ello acompañado por la credibilidad y el contenido que tiene un político o una opción política en el marco de las elecciones.

## 1.4 Sobre las emociones políticas

Para definir la categoría de emoción en el ámbito político se recurre a la definición usada desde el *affective turn*, enfoque interdisciplinario que busca comprender la emocionalización de la vida pública y sus diferentes efectos en el cuerpo de los ciudadanos. Este enfoque se usa para distinguir conceptualmente y definir ideas que serán tomadas como marco de referencia de la investigación, aunque es preciso aclarar que, si bien centra su estudio en el análisis de las corporalidades, no lo hace en el escenario del análisis del discurso, ya que se aleja de la matriz post-estructural que considera que las discursividades configuran la realidad social, como lo aborda Foucault.

En consecuencia, se toman elementos conceptuales de autores como Massumi (1995), Sedwigck (2003) y Ahmed (2014), para definir el concepto de emoción en el ámbito político. Posteriormente, se utiliza el enfoque de las emociones políticas de M. Nussbaum para explicar las ideas de miedo y esperanza, así como sus usos discursivos.

### 1.4.1 Afecto, emociones y sentimientos: distinciones conceptuales

A mediados de los noventa surge la idea del Giro Afectivo en el texto *The autonomy of affect* de Brayan Massumi (1995), donde el autor busca separarse de los estudios meramente psicológicos de las emociones, que habían creado taxonomías explicativas de los afectos en los sujetos. En este artículo Massumi divide al afecto de los sentimientos y afirma que una cosa es la afectación biológica de un cuerpo y otra el contenido y los significados convencionales dentro de un contexto intersubjetivo, es decir, que las emociones son autónomas de cada sujeto y pueden tener niveles de intensidad variados: a mayor intensidad se aumenta la sensación de agrado del sujeto.

Para Massumi (1995) el afecto debe ser entendido como una capacidad para afectar y ser afectado, que se divide de dos maneras: una como potencia y otra como pasividad o contención. Cuando el afecto se configura en alguna de las dos maneras se transforma en

experiencia de acción y percepción, es decir, en emoción. Las emociones son lo que refiere su etimología: movimiento. Por ende, son corpóreas y se construyen socialmente posterior a la afectación biológica, además, siempre implican una movilización del cuerpo, que reacciona a impulsos biológicos llamados afectos (Massumi, 1995).

Los atentados del 11 de septiembre del 2001 en Estados Unidos marcaron el contexto histórico en el que las ideas de Massumi cobraron importancia teórica, pues afectos como miedo, dolor y angustia fueron movilizados en emociones de venganza, xenofobia y demandas de seguridad que, posteriormente, legitimaron las invasiones de Irak y Afganistán en 2003. Debido a ello, filósofas como Sara Ahmed (2014) y Eve Sedwigck (2003) fortalecieron el campo de estudio de las emociones con sus aportes analíticos y teóricos.

Ante la política exterior intervencionista asumida por el gobierno Bush, Sedwigck publicó el texto *Touching feeling: Affect, pedagogy, performativity* (2003), en el que debate el papel del cuerpo en ideas asociadas a las de Massumi y Silvan Tomkins. Para Sedwigck los afectos están relacionados con reacciones instintivas como el sentido de supervivencia, mientras que las emociones son las interpretaciones que tienen los sujetos sobre esos afectos. Como el afecto se basa en el sentido de seguridad, la autora lo clasifica en cuatro tipos: miedo, ira, alegría y sorpresa. Los cuatro afectos son naturales al ser humano sin importar los contextos; caso contrario a las emociones o interpretaciones que se basan en un régimen positivo o negativo, es decir, la interpretación sobre un afecto puede ser buena o mala, de ahí la reacción que los sujetos tengan a nivel social.

Por otra parte, desde 2004 la filósofa Sara Ahmed comenzó a publicar una serie de ensayos y artículos que, posteriormente, se reflejaron en su texto *Cultural politics of emotion* (Ahmed, 2014). En este libro Ahmed, más que en las emociones, se centra en la categoría de impresiones y afirma que las estructuras sociales construidas colectivamente imprimen en los sujetos marcos morales y normativos que, a su vez, estos sujetos imprimen en otros. Contrario a lo que sociólogos como Durkheim establecieron, las emociones no van de afuera hacia adentro ni tampoco de adentro hacia fuera, las emociones (impresiones) son las que

diferencian el afuera del adentro. Por ende, se crean orientaciones de los sujetos hacia los objetos, lo que implica que se normalicen emociones para objetos comunes.

En el contexto de los atentados del 11 de septiembre, el objeto vendría a ser el hecho social que, más allá de ser un efecto, produjo en el amplio espectro de la sociedad emociones que configuraron lo que Ahmed llama estados de ánimo colectivos o «*medio ambientes*». Así pues, se constituye un marco de legibilidad desde el cual los ciudadanos se enuncian conformando un grupo social al que la filósofa llama comunidades empáticas, en las que durante un determinado tiempo un grupo social extenso tiene emociones similares. Estas comunidades empáticas son capaces de comprender y apropiarse de los sentimientos de otras personas, aunque implique rechazar otro esquema de valores o a otras comunidades.

Para Ahmed el extraño no es alguien a quien no se reconoce, es alguien a quien se reconoce como un extraño y ese extraño es algo que se reconoce como negativo dentro del marco social donde se habita. Por tanto, las comunidades empáticas no solo se encargan de comprender sino también de rechazar. Todo ello estructurado según el objeto que se ubica en el debate público.

#### **1.4.2 ¿Emociones positivas y negativas?**

Las emociones han sido utilizadas desde los antiguos en la conformación política de sus sociedades, por ejemplo, para Platón las pasiones deben cohibirse al colectivo social, que debe estructurarse desde un desarrollo ético compatible entre los individuos y la sociedad. Por su parte, Aristóteles plantea que la educación tiene que fijar valores a los ciudadanos de la Polis, tales como: el amor a la Polis, la justicia, la generosidad, la moderación, la amistad, entre otros (Valdez, 2012). Así pues, se podría ejemplificar lo mismo en las sociedades modernas o contemporáneas, autoras como Nussbaum, según Ramírez explican que «*Las emociones públicas son el sustento de los principios y los proyectos políticos, ya que, la materialización y el sostenimiento de los mismos, solo es viable en la medida en la que cuentan con un compromiso social que les procure estabilidad a lo largo del tiempo*»

(Ramírez, 2015, p. 163). Por ende, negar la influencia de las emociones en la conformación de proyectos políticos sería un error, no solo en términos culturales y políticos, sino también históricos.

Cuando se habla de emociones en política es relevante volver a la raíz etimológica: emoción deriva del verbo latino «*moveré*» que significa «*movimiento hacia*», es decir, la emoción es una movilización que implica una acción y un impulso aparentemente innato; sin embargo, siguiendo el marco explicativo de Nussbaum, la emoción más que natural es naturalizada y por ende también es una construcción histórica que deviene como «*natural*». Si se afirma que la emoción es movimiento, esta no ha sido fija desde el nacimiento; por el contrario ha sido fijada históricamente, de tal modo que también puede ser removida, reemplazada o resignificada. Es así como sentimientos como el nacionalismo y el patriotismo en las ceremonias y rituales públicos hoy son naturales, aun cuando en determinado tiempo histórico no había sido de esta manera.

Si se dice que la emoción es movimiento, la política advierte en su forma contemporánea que la emoción es usada no solo en la conformación de entidades globales, nacionales o locales, sino también en asuntos coyunturales como elecciones y campañas electorales. Para Valdez (2012) las campañas electorales actuales tienen como elemento central la transmisión de emociones según, claro está, su finalidad política, en términos de afianzamiento, división o perpetuación. Para el autor sentimientos como el miedo o la ira son los más sencillos de movilizar y reflejan un proceso identitario más estable y fuerte por parte de la ciudadanía, que el de una emoción positiva.

La psicología plantea que las emociones pueden ser divididas como positivas o negativas y que cada una implica una movilización efectiva, que en política puede tener un papel crucial y transversal. Sin embargo, vale la pena aclarar que el proceso de movilización emocional es más fehaciente cuando la carga es negativa. A continuación, se explica un ejemplo de esta situación a partir del análisis del miedo y la esperanza.

### 1.4.3 El miedo como emoción política

La relación del miedo con la política no es algo novedoso; por el contrario, se ubica en la tradición occidental hace más de dos milenios. Pensadores como Aristóteles, Hobbes y Tocqueville destacan el papel del miedo en la conformación de comunidades políticas. El miedo político se configura desde la variable dicotómica de amigo-enemigo, en pro de movilizar y aglutinar la sensación de amenaza por parte de la población (Schmitt, 1985). Esto conlleva a un apoyo a las decisiones tomadas por el soberano en contra de un otro. La configuración de la otredad política se da por su condición de enemigo, la cual no necesariamente tiene que pensarse como una nación adversaria, porque puede ser un tipo de enemigo interno que represente valores adversos. Si bien el miedo parte de la dimensión amigo-enemigo, se potencializa como un elemento de cohesión social.

Para Robin (2010) el miedo funciona como un estímulo positivo en la acción política. *«Si el miedo posibilita el compromiso con valores políticos como el imperio de la ley o la democracia liberal, son amenazas políticas a dichos valores las que se habrán de enfrentar»* (p.57). Bajo este enfoque, se considera al miedo como una forma de oportunidad de unificación social, con base en valores estructurados históricamente en las sociedades y, por ende, el uso del miedo en la política termina siendo recurrente, sobre todo en campañas electorales.

Por otra parte, Nussbaum (2014) afirma que el miedo es una emoción que estrecha y produce vínculos empáticos útiles y necesarios para cualquier sociedad que, además, son usados cotidianamente y en múltiples maneras, ya que sus efectos son instantáneos y logran afianzar sensaciones que conducen la conducta individual y social. Respecto de esta multiplicidad de miedos en política es necesario aclarar que el miedo, en sí mismo, estructura límites y posibilita que las instituciones sociales y la ley protejan los derechos civiles afianzados en la tradición liberal. En el presente trabajo, se estudia el miedo razonable, propio de la tradición anglosajona del derecho. Este tipo de miedo reflexiona sobre qué puede producir

temor en una población y, de esa manera, elabora un conjunto de leyes que protegen al ciudadano de esos temores.

Por ejemplo, como se abordará en los siguientes apartados, en el caso del plebiscito la tradición jurídica de la «*paz por medio del derecho*» se estructura desde un miedo razonable, frente a las dudas de las partes en la negociación, y se llega a la elaboración de un documento jurídico que blinda la negociación en sí misma. Para los sectores cercanos al Sí, afirmar que si ganaba el No volvía la guerra, es un fundamento de miedo retórico, que se fundamentaba en la racionalidad dotada en el texto jurídico concluido en La Habana.

Para Korstanje (2010) la tradición del «*miedo razonable*» puede entenderse desde la tradición filosófica-política, tanto de Hobbes como de Montesquieu. De acuerdo con el pensamiento de Hobbes, el miedo es una condición ineludible para salir del estado de naturaleza y la base de unos parámetros o límites para la convivencia social. «*El miedo restaura los desequilibrios pasionales de “la guerra de todos contra todos” [...], creando el imperio de la ley, el cual protege al hombre en forma integral, incluso de sí mismo*» (Korstanje, 2010, p. 4).

Por otra parte, si bien Montesquieu contrapone el postulado de Hobbes al poder despótico que deben tener los soberanos, en lo que corresponde al miedo político ambos concuerdan en que es un elemento central en la unificación de los Estados. El miedo cohesiona las motivaciones individuales y colectivas y sustenta legítimamente las acciones que el Estado realiza en aras de la protección y la seguridad de los ciudadanos, sin olvidar que dicha cohesión solo ocurre en el marco de la ley.

Siguiendo a Robin (2009) el miedo externo tiene como finalidad mantener unida a la sociedad frente a peligros, males o amenazas que son diferentes a sí misma. En principio estos riesgos pueden afectar el bienestar social, aunque para el autor es más claro que afecta a la élite política. Al respecto Lira (1991) afirma que «*la amenaza política genera un tipo de violencia invisible muy difícil de eludir o evitar, ya que son las propias estructuras*

*psíquicas de los sujetos las que los hacen vulnerables»* (p. 7). Por ende, un sujeto que nace en un contexto y en una historicidad determinada va a ser estructurado por los parámetros psíquicos adquiridos en el contexto.

#### **1.4.4 Esperanza como emoción política**

Para definir la esperanza como emoción política se abordan los planteamientos del autor alemán Jakob Huber (2019), quien afirma que existen dos vertientes para analizar la esperanza como emoción política: la del optimismo injustificado y la desalentadora/desmotivadora.

En el optimismo injustificado, académicos de esta corriente como Braidotti (2010) definen la esperanza como un *«soñar hacia a delatante»*, una poderosa fuerza motivadora que logra cambiar el rumbo de las naciones. Por otra parte, Huber (2019) dice que la esperanza distorsiona el compromiso práctico de la política, ya que los *«agentes esperanzados»* superponen la previsión de un futuro por venir, generando que estos sujetos ignoren imprudentemente los riesgos y peligros del contexto que los apremia.

Los agentes esperanzados dependen de factores externos como la suerte, las leyes de la naturaleza, el destino u otras personas. La esperanza, según Huber, desvía la agencia del sujeto porque le quita el empoderamiento de su praxis política, desviando su lugar espaciotemporal a uno en donde no se sabe qué condiciones habrá, basándose en un estado de cosas deseado. Esta situación reduce la deliberación y genera que los actores sean propensos a las ilusiones y no a las realidades.

La otra vertiente es la desalentadora o desmotivadora que se basa en la raíz etimológica del concepto esperanza, la cual viene del latín *sperare* que significa esperar. Esta connotación implica pensar, a diferencia de la vertiente anterior, que la esperanza o el deseo está acompañada por la acción, *«la esperanza puede ser descrita como un estado compuesto que contiene al menos un conativo y un cognitivo aspecto, es decir, un deseo de algo (la condición de deseo) que consideramos posible pero no seguro (la condición modal)»* (Huber, 2019, p. 35).



---

Esa falta de seguridad de la condición modal genera un proceso de desmotivación del agente sobre el objeto de su esperanza, por lo que la espera de un posible resultado positivo desemboca en un proceso de ruptura frente al objeto.

Desde otro lugar analítico autores como Little (2017) afirman que la esperanza no engendra modos específicos de organización política, pero, en sociedades divididas, logra ser un elemento articulador que mejora la participación y deliberación ciudadana. Sumado a esto, existe un proceso de reconciliación que se puede llevar a cabo por parte de las sociedades divididas ya que la idea de esperanza, como lo afirma Williams (2010), tiene como finalidad la búsqueda de la verdad. En definitiva, si bien la división de las emociones entre positivas y negativas es arbitraria, también establece un esquema para analizar las discursividades y comprender la forma en la que pueden movilizarse según las intencionalidades políticas, definidas en la agenda de una campaña electoral, que, para el caso de esta investigación, es la del plebiscito por la paz del 2016.



## **Capítulo 2. El recorrido del Plebiscito especial para la Paz.**

El proceso de la refrendación de los Acuerdos de paz entre la guerrilla de las FARC y el gobierno de Santos tiene su origen en la fase exploratoria de las negociaciones en el año 2011, donde se acordó como un elemento de la agenda de conversación, que al estar todo pactado existiría una refrendación popular del documento final. Después de un largo y complejo recorrido de discusiones en la sociedad civil, el Congreso, la Corte Constitucional y en La Habana, el 2 de octubre del 2016 se realizó un Plebiscito especial para la Paz donde la ciudadanía voto mayoritariamente que no aprobaba el Acuerdo Final.

El objetivo de este capítulo es analizar el proceso de la refrendación de los Acuerdos de paz entre el gobierno Santos y la guerrilla de las FARC entre la fase explotaría de los diálogos de paz en 2011 hasta la aprobación de la ley estatutaria que revisó la Corte Constitucional para determinar su constitucionalidad, la realización del Plebiscito especial para la Paz el 2 de octubre del 2016. Para ello, se utiliza la metodología *process tracing* que permite realizar una reconstitución histórica de este proceso por medio de una revisión testimonial, documental y de prensa. Teniendo en cuenta esto, en primer lugar, se busca comprender las razones que motivaron al gobierno Santos a realizar una refrendación del Acuerdo de paz con la guerrilla de las FARC y, en segundo lugar, se ubica la discusión política y jurídica que tiene como consecuencia la elección del Plebiscito especial para la Paz como mecanismo de refrendación popular

### **2.1. Orígenes y razones de la refrendación**

En este apartado se analizan las posibles razones para incorporar a la agenda de los Diálogos de Paz, entre las FARC y el Gobierno Santos, un punto sobre la

refrendación popular de los Acuerdos. Para ello, se realiza una breve descripción histórica de la fase secreta de negociación durante el 2011 y 2012, periodo en el cual, según protagonistas como Enrique Santos, se originó, discutió y aprobó el tema. Posteriormente, se describen las dos versiones que explican los motivos para introducir la refrendación de lo pactado: por un lado, la que afirma que agregar este punto para darle mayor legitimidad al proceso fue una petición expresa del presidente Juan Manuel Santos, y, por otro lado, la versión que asegura que este tema surgió en La Habana por voluntad de las dos partes para que la ciudadanía refrendara lo pactado. Para finalizar, se analizan estas dos versiones con el objetivo de identificar las razones que dieron sustento para realizar el plebiscito.

Desde finales de la presidencia de Álvaro Uribe se buscaron diálogos con el Secretariado de las FARC con el fin de establecer una posible negociación y entrega de la subversión. El intermediario del gobierno saliente era Henry Acosta, empresario cafetero quien conocía a Pablo Catatumbo desde la infancia. Catatumbo debido a la muerte de algunos cabecillas como Raúl Reyes y Manuel Marulanda, ocupó un lugar en el Secretariado (Duzán, 2018). Acosta le compartía las misivas que eran enviadas desde el Gobierno Uribe para el Secretariado. Sin embargo, debido a que el periodo presidencial de Uribe Vélez se acababa se canceló la idea por parte del gobernante. Al llegar Juan Manuel Santos a la jefatura de Estado, Frank Pearl, comisionado de paz de Uribe Vélez le da esta información a Santos, quien decide volver a contactar a Catatumbo por medio de Henry Acosta (Santos, 2019).

Después de un intercambio de mensajes entre el Secretariado de las FARC y el Gobierno Santos a finales del 2010 y principios del 2011, se acordó que durante el 2 y 3 de marzo un grupo de negociadores se encontrarían para establecer la voluntad de una posible negociación y trazar una hoja de ruta para futuros encuentros. En ese contexto, Alejandro Eder y Jaime Avendaño, delegados de Presidencia, se reunieron en Norte de Santander con Andrés París y Rodrigo Granda, delegados de las FARC, para cumplir con el primer propósito: explorar la intención de comenzar un proceso de diálogo. La reunión fue favorable en la

búsqueda del objetivo principal, por ello, se planeó otro encuentro para una fecha tentativa entre los meses de junio o julio del 2011.

Efectivamente en el mes de julio de 2011 se llevó a cabo la segunda reunión secreta entre los negociadores del gobierno y las FARC, en una residencia presidencial alterna de Hugo Chávez, ubicada en la isla venezolana de La Orchila. Adicional a los representantes de las partes se encontraban como garantes miembros de los gobiernos de Cuba, Venezuela y Noruega. En esta reunión se planearon los protocolos de seguridad y desplazamiento de los guerrilleros plenipotenciarios que representarían a la insurgencia en La Habana. Los escogidos fueron Mauricio Jaramillo alias “*El Médico*” y Rodrigo Londoño alias “*Timochenko*”. Según explica Juan Manuel Santos (2019), la segunda parte del 2011 se centró en la logística del desplazamiento de los plenipotenciarios de las FARC a Cuba. Después de la muerte del “*Mono Jojoy*”, “*El Médico*” comandó el Frente Oriental, lo cual era un riesgo para esta fase secreta, pues un desplazamiento desde el departamento del Guaviare, sin que la opinión pública se enterara, era un proceso complicado.

Aun cuando se llevaba a cabo un proceso de diálogo, paralelamente continuaba la confrontación armada entre el Ejército y las FARC. Por esta razón, el 4 de noviembre de 2011 se llevó a cabo en las montañas del Cauca la Operación Odiseo, cuya finalidad era capturar o dar de baja a Alfonso Cano. La muerte de Cano en el operativo aumentó la desconfianza que tenía la guerrilla frente a la negociación. Al respecto Iván Márquez, jefe negociador de los diálogos en Cuba, afirma en su libro “*La segunda Marquetalia. La lucha sigue*”:

*Sentarnos a conversar con ese Gobierno fue un trago muy amargo que la gran mayoría de comandantes guerrilleros –llenos de desconfianza– se negaba a beber. Si fuimos a La Habana, lo hicimos por la confianza que nos brindó el presidente de la República Bolivariana de Venezuela, Hugo Chávez, quien predicaba convencido que una nueva realidad había florecido en el continente, y que esta favorecía la acción política de las fuerzas democráticas del cambio y el progreso. Y puso generosamente a nuestra disposición los medios de transporte y el acompañamiento para trasladarnos a La Habana, ciudad que había sido escogida como sede para los diálogos de paz (Márquez, 2019, p. 175).*

Tras la muerte de Alfonso Cano, Rodrigo Londoño, alias “*Timochenko*”, ocupó la jefatura de las FARC. En su comandancia se lograron mantener los diálogos con el Gobierno Santos para la reunión de plenipotenciarios en La Habana; sin embargo, al haber sido designado previamente como uno de los negociadores junto al “*Médico*”, debió elegirse a Marcos Calarcá y Andrés París para reemplazarlo como negociadores principales en Cuba. De esa manera, el 23 de febrero del 2012 comenzó el primero de nueve encuentros que se darían en La Habana. Por parte del gobierno Santos los plenipotenciarios fueron Sergio Jaramillo, Frank Pearl y Enrique Santos, acompañados por Alejandro Eder, Jaime Avendaño y Lucía Jaramillo quienes tenían como función apoyar y delimitar las discusiones. Por las FARC se encontraban como plenipotenciarios: Mauricio Jaramillo “*El Médico*”, Rodrigo Granda y Andrés París, acompañados por Marcos Calarcá y Sandra Ramírez para reforzar el equipo negociador.

En estas nueve rondas exploratorias realizadas durante febrero y agosto de 2012, uno de los puntos de negociación que se introdujo en la agenda fue el de la refrendación. Sobre la adhesión de esta idea a la agenda existen dos versiones: la primera corresponde a que fue una petición expresa del presidente, con el fin de que el Proceso de Paz tuviera la mayor legitimidad, tal y como lo señalan Enrique Santos Calderón, hermano del presidente y negociador en la fase exploratoria (Santos, 2018) y Juan Fernando Cristo y Guillermo Rivera, ministros del Interior en el segundo periodo presidencial de Santos del 2014 al 2018<sup>1</sup>. La segunda versión fue sostenida por Humberto de la Calle (2019), jefe negociador de los diálogos con las FARC, y el propio Juan Manuel Santos, quienes afirman que este tema surgió en La Habana por voluntad de las dos partes para que la ciudadanía refrendara lo pactado.

Ante la primera hipótesis de la refrendación en la agenda, Enrique Santos dice en su libro “*El país que me tocó*” que en la primera reunión que hubo entre él y “*Timochenko*”:

*El diálogo arrancó, pues, en buena nota y le transmití la esencia del mensaje que le enviaba Juan Manuel Santos: su compromiso irreversible con la paz (“que le quede muy claro que estoy jugado”), así como su acuerdo con la propuesta de ellos sobre subcomisiones [...] También, en tono casi de disculpa, le dije que la idea que*

---

<sup>1</sup> Juan Fernando Cristo fue ministro del Interior desde el 7 de agosto del 2014 hasta el 25 de mayo 2017. Guillermo Rivera reemplazó el Cristo y ocupó ese cargo hasta el 6 de agosto del 2018.

*el Presidente había soltado sobre un referendo o plebiscito no pretendía sorprenderlos ni imponerles nada de manera unilateral, pero que entendiera que esto había que acordarlo para que todo lo pactado tuviera mayor legitimidad democrática. Las Farc se mostraron muy escépticas sobre el plebiscito y lo sucedido después les dio la razón (Santos, 2018, p. 229).*

Al respecto, Juan Fernando Cristo y Guillermo Rivera en su libro “*Disparos a la paz*” afirman que dentro del gobierno el tema no se había discutido lo suficiente porque era una decisión directa del presidente:

*Al interior del gobierno nunca nadie discutió seriamente si era conveniente o no someter a refrendación popular el acuerdo final con las Farc. La idea siempre estuvo en la cabeza del presidente Santos desde el inicio de la negociación como parte de la estrategia política. (Cristo & Rivera, 2019, p.43)*

A diferencia de esta versión, Santos afirma en el libro “*La batalla por la paz*” que los delegados del Gobierno y de las FARC coincidieron en la necesidad de una refrendación popular, no solo para ganar legitimidad sino para generar confianza en la ciudadanía quien tendría la última palabra:

*En los siguientes seis meses —hasta el 26 de agosto— se realizarían nueve rondas más de negociaciones dentro de la fase exploratoria, en las que se discutió, a veces con serenidad, otras con exaltación, finalmente con resultados, cuál sería la agenda de negociación para llegar al fin del conflicto armado entre las Farc y el Estado colombiano. Los representantes de la guerrilla y mis delegados coincidieron en la necesidad de que lo que se acordara tuviera alguna forma de refrendación popular que le diera piso a lo pactado. Yo entendía que, para generar confianza, tenía que dar tranquilidad a los colombianos de que el Gobierno no iba a negociar cualquier locura y que al final ellos tendrían la última palabra. Ese fue el germen del plebiscito de octubre de 2016, con sus consecuencias negativas y también positivas (Santos, 2019, p. 285).*

En concurrencia con la idea de Santos, Humberto de la Calle en el libro “*Revelaciones al final de una guerra*”, afirma que la idea de refrendar los acuerdos no fue una exigencia de los delegados del gobierno en la Fase Secreta, sino que fue convenida por ambas partes. Adicional a la legitimidad y la confianza, la refrendación buscaba convertir los acuerdos en normas vinculantes y, por ello, era necesario el apoyo ciudadano:

*Originalmente esta idea fue convenida en la fase secreta. No era yo parte de la delegación, pero tuve ocasión de indagar varias veces con el comisionado del Gobierno [...]. En esencia, el propósito de esta apelación a alguna herramienta de refrendación buscaba darles la mayor legitimidad posible a las decisiones, sin duda desgarradoras, que sería necesario tomar en aras de terminar el conflicto. Más allá de los mecanismos jurídicos habituales, o incluso necesarios para convertir los*

---

*acuerdos en normas vinculantes, se estimó que era necesario un amplio apoyo ciudadano. Un hecho verdaderamente nacional, un abultado sustento a lo negociado en La Habana. [...]. Inicialmente, la palabra “refrendación” no se usó con carácter técnico, sino que correspondía a un vocablo de textura amplia, una expresión del lenguaje natural. La refrendación así entendida podría darse a través de mecanismos vigentes o apelando a esquemas nuevos formales o informales, jurídicos o solo políticos. No obstante, pronto fue entendida como alusiva a los mecanismos vigentes de democracia directa (De la Calle, 2019, p 277 y 278).*

Tras contrastar estas dos versiones se puede inferir que la propuesta de una refrendación de los Acuerdos fue convenida en La Habana desde el año 2012, pero fue agregada como una directriz de Juan Manuel Santos al equipo de negociación. La determinación fue aceptada por las FARC, aunque al principio se mostraron contrarias, como lo explica Enrique Santos. Teniendo en cuenta las dos versiones sobre la incorporación de la refrendación como un punto de la negociación en la agenda de los diálogos de paz y según análisis políticos que se han hecho al respecto, se puede explicar la decisión de refrendar a partir de cinco razones: la búsqueda de legitimidad social y política de lo pactado, brindar confianza a la ciudadanía con el proceso, la desconfianza en la contraparte, convertir a los Acuerdos en normas vinculantes e involucrar a la ciudadanía en un hecho histórico y verdaderamente nacional.

La primera razón, asociada a la búsqueda de la legitimidad social y política de lo pactado tiene dos interpretaciones: una conceptual y otra contextual. En la conceptual, la definición clásica del término desde Max Weber (1992), implica pensar que la legitimidad otorga una mayor estabilidad a las instituciones, ya sea por arreglo a valores o a fines. En la acción racional con arreglo a valores, las decisiones que se toman, en este caso por un gobernante, se dan en el marco de costumbres socialmente aceptadas que tiene una sociedad. En la acción racional con arreglo a fines, las directrices que ejecuta un jefe de Estado buscan alcanzar un objetivo práctico, un propósito socialmente necesario más allá de las tradiciones. Sin embargo, como lo indica el propio Weber (1992), “un orden sostenido sólo por motivos racionales de fin es, en general, mucho más frágil que otro que provenga de una orientación mantenida hacia él únicamente por la fuerza de la costumbre” (p. 25). Por ello, la búsqueda de mayor legitimidad por medio de la refrendación de los Acuerdos de la Habana implicaba que la ciudadanía, en su conjunto, respaldara la terminación de la confrontación armada con las FARC por la vía del diálogo, en



contraposición a las soluciones bélicas al conflicto que fueron patentes en el periodo 2002-2010 y por las que Juan Manuel Santos había sido elegido presidente de la República.

En lo contextual, Santos había sido elegido para promover una agenda guerrerista en contra de la subversión, su trabajo en el Ministerio de Defensa entre el 2006 al 2009 daba cuenta de sus facultades para lograrlo; sin embargo, al tomar la decisión de buscar una salida negociada al conflicto armado, necesitaba que los diálogos tuvieran un apoyo popular dado con la refrendación. Cabe precisar, que desde el principio del proceso las directrices del gobierno eran que las negociaciones duraran unos meses y por ello se planeó una agenda concreta que no debía dilatar las conversaciones (Santos, 2019). En ese sentido, una refrendación antes de las elecciones presidenciales del 2014 fue el panorama que se pensó en el momento de proponer la idea de una refrendación popular en la fase exploratoria.

La segunda razón para buscar una refrendación derivada de los testimonios sobre la fase exploratoria fue brindar confianza a la ciudadanía con el proceso. Para Juan Manuel Santos y sus negociadores era necesario producir confianza en una ciudadanía que había vivido los fracasos sistemáticos de las negociaciones con las FARC y, enviar el mensaje que con la negociación no se afectaría la estabilidad institucional del Estado. Como lo afirma el mismo Santos: «[...] *para generar confianza, tenía que dar tranquilidad a los colombianos de que el Gobierno no iba a negociar cualquier locura y que al final ellos tendrían la última palabra*» (Santos, 2019, p. 285).

Que tuviera la “*última palabra*” fue un elemento retórico de Santos a lo largo del proceso como lo señala el periódico El Espectador en el año 2013: «*si llegamos a un acuerdo con las FARC, el pueblo tendrá la última palabra*” ha afirmado el mandatario en diversas ocasiones y escenarios» (El Espectador, 2013). Esto se convirtió en una idea “*inamovible*” para Santos quien se comprometió no solo de palabra, sino con la concertación a la que se llegó en La Habana en 2012. Adicionalmente, cuando Santos menciona que «*no se iba a negociar ninguna locura*» (Santos, 2019, p. 285), hace referencia a la agenda de doce puntos que llevó las FARC tanto al Caguán como a La Habana, en la que se encontraban asuntos como: modificar la estructura económica, explotación y conservación de recursos naturales, redefinir el rol de las Fuerzas Militares, etc. Por ello, en la búsqueda de generar

confianza en la ciudadanía, se les garantizó que tendría la última palabra en la aprobación o desaprobación de lo pactado.

La tercera razón para buscar una refrendación fue la desconfianza en la contraparte. La idea del recelo entre el Estado y las FARC ha sido histórica y, para el caso de la guerrilla, cobró más fuerza con la muerte de Alfonso Cano tras las operaciones de las Fuerzas Militares durante la fase exploratoria. El sentimiento de desconfianza desde el Estado tuvo como antecedentes las negociaciones en el Caguán, en las que habían participado personas del Gobierno Santos, como el propio presidente o el ministro de Agricultura, Juan Camilo Restrepo.

Analistas como Gómez Buendía (2015) y Rodríguez Pico (2015, 2019) señalan que, si bien la refrendación no era obligatoria, sí se convirtió en un compromiso de las partes *«debido a la desconfianza entre ellas por previos procesos de negociación frustrados. Así, se delegaba en un tercero, la ciudadanía, decisiones en las que podían existir diferencias o prevenciones»* (Rodríguez, 2019, p. 35). En este sentido, la ciudadanía, como constituyente primario, lograría darles la garantía a las partes del cumplimiento de lo pactado y no solamente en la palabra de la contraparte.

*Así, este recurso podría leerse como una especie de garantía a través de la cual la implementación de los acuerdos probablemente podría tener mayores certezas de cumplimiento de lado y lado, que si se dejaran solo en manos de la contraparte. Si se requiere un tercero, qué mejor que el pueblo para hacer esa refrendación y para garantizar su cumplimiento (Rodríguez, 2015, p. 62).*

La cuarta razón fue convertir los Acuerdos en normas vinculantes. Humberto de la Calle (2019) afirmó que: *«La refrendación buscaba darles la mayor legitimidad posible a las decisiones, [...] Más allá de los mecanismos jurídicos habituales, o incluso necesarios para convertir los acuerdos en normas vinculantes, se estimó que era necesario un amplio apoyo ciudadano»* (p. 277). Volviendo a la definición clásica de Weber, la legitimidad no solo es un acto moral, también es un acto jurídico. En palabras del jefe negociador, si bien se entiende que la legitimidad y el apoyo ciudadano tienen mucho valor para aprobar o desaprobar una directriz del gobierno, la Constitución está por encima de ello, es así como vincular lo pactado por medio de una refrendación sería una solución jurídica a las posibles incompatibilidades que se podían presentar posteriormente, cuando el documento final fuera llevado al Congreso y a la Corte Constitucional.

A pesar de lo anterior, la idea de una refrendación, como lo explica el propio de la Calle, era en principio solo una expresión que buscaba atar los acuerdos *a posteriori* al marco de la Constitución por vía política o jurídica. Como se analizará en el siguiente apartado, esta amplia expresión de “refrendación” fue la primera disputa en términos comunicativos que hubo en la mesa de negociación, pero, adicionalmente, este vacío fue producto de múltiples interpretaciones solucionadas hasta el 2015 cuando se comenzó a hablar de Plebiscito especial.

La quinta y última razón, fue involucrar a la ciudadanía en un momento histórico y verdaderamente nacional. Como lo plantea Fisas (2017) el 98 % de los acuerdos de paz en el mundo no fueron sometidos a procesos de refrendación. En los quince procesos de desarme, desmovilización y reintegración que ha vivido Colombia desde el año 1991 al 2017 solo uno buscó ser refrendado por un mecanismo de participación ciudadana: los diálogos entre las FARC y el gobierno Santos (Ramos Colmenares, 2018). La decisión de hacerlo, para Humberto de la Calle, parte por involucrar a la ciudadanía a un hecho que sea verdaderamente nacional, en tanto «*se estimó que era necesario un amplio apoyo ciudadano. Un hecho verdaderamente nacional, un abultado sustento a lo negociado en La Habana*» (de la Calle, 2019, p. 278). Al respecto, Jorge Palomares (2016) afirma:

*Si los diálogos de paz se revisan, entonces, desde una perspectiva de democracia participativa, el margen de actuación del ciudadano es más amplio. Aquel ya no tendrá como única función, depositar en el Ejecutivo sus expectativas y delegar en los demás poderes el control sobre los acuerdos, sino que tendrá una participación mayor en los procesos de paz (p. 64).*

En este sentido, garantizar la participación popular implica no solo observar el proceso sino involucrarse en él. Adicionalmente, un Acuerdo que tenía como eje a las víctimas, no podía negar la importancia de la ciudadanía en ese conflicto como principal afectada de las confrontaciones armadas entre estas dos partes. Por ello, su palabra y decisión las ubicaba en un rol distinto al del daño colateral de la guerra.

## **2.2. Entre la Constituyente y el Plebiscito por la Paz: la discusión política y jurídica de la refrendación**

En este apartado se analizan los diferentes momentos que tuvo el proceso político y jurídico de la refrendación. En primer lugar, se ubica la discusión de realizar una Asamblea

Constituyente como lo propuso las FARC y, en segundo, se aborda la propuesta de un referendo que fue hecha por el Ejecutivo para llevarse a cabo en las elecciones regionales del 2015. Se finaliza con la explicación y el debate generado por la adopción del Plebiscito especial para la Paz como mecanismo de refrendación del Acuerdo Final, y el acto de legislativo de abreviación, también conocido como “*Fast Track*”, que buscaba reformar la Constitución.

### **2.2.1. La discusión sobre la Asamblea Constituyente**

A finales de octubre del 2012, y después de instalar oficialmente la mesa de diálogos de paz en Oslo, Noruega, la encuestadora Gallup Colombia hizo público un sondeo que mostraba una aprobación del 72 % al proceso adelantado entre el gobierno y las FARC (El Universal, 2012). Según Humberto de la Calle (2019), ese capital político con el que comenzó esa fase podría ser volátil, debido al rol comunicativo que tuvieran las FARC para filtrar información de los avances. Para evitar esto eso, se creó un fundamento al interior de los negociadores: «*no mentir, acudir a un esquema de información genuina pero modulada, apelar a un formato austero que permitiera acceso igualitario, evitando ceder a las múltiples peticiones de entregar información única y privilegiada*» (de la Calle, 2019, p. 79).

Aun con lo anterior, las FARC utilizaron los medios de comunicación de manera recurrente entre finales del 2012 y principios del 2013 para comentar sobre temas tratados en la mesa de diálogo o para ubicar posiciones de temas de la agenda que se discutirían posteriormente. Esta situación se agravó el 16 de enero del 2013, cuando los delegados de la insurgencia anunciaron públicamente la propuesta de realizar una Asamblea Constituyente para refrendar el proceso. Esa idea no había sido socializada en las conversaciones por un motivo organizativo, pues el primer punto de la agenda era el desarrollo agrario integral; el punto sobre implementación, verificación y refrendación sería el último a tratar. No obstante, el tema se discutió primero externamente (medios de comunicación, políticos y académicos) que dentro de la mesa de conversaciones en La Habana.

La idea de una Asamblea Nacional Constituyente (ANC) tiene como antecedente el proceso que se vivió en Colombia durante 1990 y 1991, en el cual diferentes movimientos

ciudadanos, políticos y exinsurgentes realizaron el cambio de la Constitución Política de 1886 a una nueva que se promulgó en 1991 y que tenía como finalidad obtener un Estado mucho más pluralista, garantista de los derechos e institucionalmente fuerte. La guerrilla M-19, que se había desmovilizado para crear el partido político Alianza Democrática M-19, fue la más activa en ese proceso, logrando dar aportes sustanciales que se iban a acoger en la Constitución de 1991. Al respecto es importante destacar que «*la ANC no fue el resultado directo de los procesos de negociación de paz, sino más bien el producto de una conjunción de diferentes grupos reformistas dentro de la sociedad civil y los partidos políticos tradicionales, que buscaban la modernización y relegitimación del sistema político y de sus instituciones*» (Ramp & Chavarro, 2014, p.5)

En consecuencia, como lo señalan los exministros del Interior Juan Fernando Cristo y Guillermo Rivera (2019), en el 2013 las FARC partían de la idea de que la Asamblea Constituyente hizo parte de los acuerdos con el M-19 y, por ende, era posible exigir de nuevo este tipo de refrendación; sin embargo, esta propuesta nunca tuvo repercusiones al interior de la mesa de negociación, en tanto el gobierno proponía utilizar un mecanismo de participación ciudadana que en ese momento no había sido decidido.

*Partían ellos [Las Farc] de una verdad bastante cuestionable, según la cual la convocatoria de una constituyente hacía parte de los acuerdos con el M-19. Eso no era cierto. Sin embargo, para las Farc resultaba inaceptable, en sus propias palabras que el M-19 tenga su constituyente y nosotros no [...] La posición de las Farc siempre fue rechazada por el gobierno Santos y nunca se llegó siquiera a discutir con seriedad en la mesa [...] En su lugar, el gobierno planteó la necesidad de una refrendación popular de los acuerdos utilizando alguno de los mecanismos de participación ciudadana contemplados en la Constitución del 91. Las Farc rechazaban esa posibilidad y se mantenían en su propia idea de constituyente en las discusiones públicas (Cristo & Rivera, 2019, p.34).*

En contraposición, las FARC planteaban que era necesario realizar múltiples cambios en el país que implicaban reformas electorales, laborales, educativas, etc. Por ello, una Asamblea Constituyente era apropiada para lograr este objetivo y al respecto Iván Márquez plantea:

*Hay un sinnúmero de reformas que están a la orden del día y que el régimen se negó a abordar en La Habana pero que se suponía serían resueltas mediante un proceso constituyente. Ese fue un compromiso que hizo de palabra el Gobierno Santos. Ese es el compromiso que está implícito cuando en la introducción al Acuerdo de La Habana se habla de un Acuerdo Político*

*Nacional, porque el país requería reforma judicial de fondo, reforma electoral de raíz, reforma en el manejo de los medios de comunicación, en los asuntos laborales, en la educación, etc., etc. El país debía resolver el cangro (sic) de la corrupción y de la impunidad que carcome al establecimiento, etc., etc. Y eso no era algo que lo podían hacer las dos partes sentadas en La Habana (Márquez, 2019, p. 316).*

Ante este panorama, el debate comenzó a darse en sectores académicos, políticos y jurídicos. Abogados como Franklin Moreno Millán (2014) afirmaban que una reforma constitucional implicaba una sustitución de la Constitución acudiendo a la sentencia SC-588 del 2009 de la Corte Constitucional, donde:

*La reforma no solo puede girar sobre una adición al contenido anterior sino que, incluso, puede llevar a la adopción de “tesis enfrentadas” (Corte Constitucional, SC-588, 2009), sin que sea posible la “toma de partido por alguna de las opciones en pugna..., como si fuera imposible cualquier contacto o relación entre ellas” (Corte Constitucional, SC-588, 2009), por cuanto ella se ve “precisada a compararlos”, pues no de otra manera es posible determinar si hubo una reforma o una sustitución, y aclara que la comparación no es entre el texto anterior y el nuevo, sino entre la Constitución anterior y la que surge de la reforma (Millán, 2014, p. 378).*

Por ello, según Millán, una Asamblea Constituyente sí sería conveniente en el sentido que el documento resultante del proceso de negociación generaría una disputa con lo establecido en la Constitución Política, sustituyendo la carta magna por lo pactado en La Habana. Por ende, concluía que: «*la refrendación de los Acuerdos de La Habana no se puede hacer a través del referendo constitucional por cuanto se involucra el contenido esencial de principios definitorios del Estado colombiano; por ende, corresponde hacerlo a través de asamblea nacional constituyente*» (Millan, 2014, p. 394).

Adicional a la propuesta de las FARC y voces como las de Millan, el partido Centro Democrático, liderado por el expresidente Álvaro Uribe, estaba de acuerdo con realizar una constituyente. Dos años después, en el 2015, Uribe Vélez diría frente al debate de los mecanismos de refrendación sobre el proceso de paz: «*Yo prefiero correr el riesgo de reformas a la Constitución a través de una constituyente de*

*elección popular, que a través del pésimo antecedente de un Congreso que no fue elegido para eso» (Revista Semana, 2015). No obstante, esta idea no era ampliamente aceptada; por el contrario, en la discusión nacional había una opinión generalizada de no realizar un proceso constituyente.*

Uno de los problemas que presentaba la Asamblea Constituyente es que en las normas que tiene el sistema político colombiano no se establece de manera clara este proceso. *«Lo que resulta paradójico si se considera que la actual Carta Política fue el resultado de una asamblea de este tipo; la tarea de reformar la Constitución se sustrae del Congreso y que se le entrega a un cuerpo especial, que generalmente, se denomina asamblea constituyente» (Quinche, 2014, p. 155). Para el constitucionalista Manuel Quinche (2014) la propuesta de las FARC carecía de precisión, porque no se sabía si se buscaba una Constituyente para reformar la Constitución en los puntos acordados o que no buscara reformar, sino que expidiera una nueva Constitución Política.*

Para agosto del 2013 ocurrió el primer movimiento político del gobierno Santos sobre el tema de la refrendación. El 22 de ese mes, el gobierno presentó al Congreso el proyecto de ley estatutaria No. 63 del 2013 en el Senado y No. 73 en la Cámara de Representantes, *Por medio de la cual se dictan las reglas para el desarrollo de referendos constitucionales con ocasión de un acuerdo final para la terminación del conflicto armado.* Según Juan Manuel Santos (2019), *«El propósito era claro: dejar aprobado un mecanismo que nos permitiera votar sobre los acuerdos en lo posible el mismo día de las elecciones legislativas o presidenciales que tendríamos al año siguiente, es decir, el 9 de marzo o el 25 de mayo de 2014» (p. 396). La decisión de presentar este proyecto, como lo explica el propio Santos, se hacía para presionar a la mesa de negociación y acelerar las conversaciones. A lo cual Timochenko respondió en el portal rebellion.org que: «Es claro que el Gobierno presiona en todas las formas por un acuerdo antes de fin de año. Pero sus posiciones en la mesa siguen siendo inamovibles en cuanto a no tocar un solo aspecto del orden establecido» (Jiménez, 2013).*

En ese contexto, la discusión de la refrendación se había dado a lo largo del 2013 mayoritariamente en el escenario político-comunicativo, que en el jurídico y sin ningún tipo de conclusión real. El proceso de negociación avanzó hasta las elecciones presidenciales del 2014 y Juan Manuel Santos utilizó los diálogos de La Habana como principal argumento para buscar la reelección. La discusión del mecanismo de refrendación adecuado para ratificar los Acuerdos se iba a desplazar hasta finales del 2014.

### **2.3. ¿Referendo o plebiscito?**

Entre finales del 2013 y finales del 2014, la discusión sobre qué mecanismo de refrendación utilizar al final del proceso se dilató, debido al lento progreso de la agenda de la mesa de negociación en los puntos previamente acordados y a las campañas electorales del ejecutivo y del legislativo del año 2014. Tras la reelección de Juan Manuel Santos, con una victoria que aprobaba los diálogos con la insurgencia y obligaba al presidente – por su propia palabra – a refrendar popularmente lo pactado, este tema pasó a ser una prioridad.

En diciembre de 2014, el gobierno Santos tramitó un proyecto de ley denominado “*Referendo especial para la paz*”, cuyo objetivo era convocar a los ciudadanos a votar los Acuerdos en las elecciones regionales del 2015. Estratégicamente se buscó esta fecha porque el referendo, al tener un umbral del 25 % de aprobación según el potencial electoral que mide el censo nacional, requería un poco más de nueve millones de votantes y, por ende, al citar a los ciudadanos en una fecha en la que también se elegirían cargos para alcaldía, gobernación, asambleas departamentales y concejos, aumentaba la probabilidad de superar el umbral. Sobre esto, Humberto de la Calle dice:

*Nosotros teníamos en mente un referendo con muy pocas preguntas, dos o tres, aquellas que incorporaban las decisiones centrales, pero con el paso del tiempo el activismo de la oposición y, sobre todo, la infinita torpeza de las FARC, que con sus actos y declaraciones terminó ayudando a los opositores, porque generaba rabia, desazón o, a lo menos, escepticismo, el*



*momentum del referendo se fue perdiendo [...] Estábamos en el laberinto de la democracia directa, sin salida óptima (de la Calle, 2019, p. 282).*

Este proyecto de ley fue aprobado por el Congreso, respaldado por la Corte Constitucional y sancionado el 26 de diciembre del 2014; sin embargo, «Se quedaría en los anaqueles oficiales sin aplicar porque el acuerdo final no se suscribiría sino casi un año después de esas elecciones regionales» (Cristo & Rivera, 2019, p. 34).

Durante finales de 2014 y mediados de 2015, el llamado “*laberinto de la democracia directa*” como lo señaló de la Calle, comenzó a generar posiciones en algunos sectores del país en contra del proceso de refrendación. Eduardo Montealegre, Fiscal General de la Nación entre el 2012 y el 2016, fue uno de los críticos acérrimos y afirmó que «*la refrendación no era necesaria ni desde el punto de vista constitucional, ni del legal y que el presidente Santos tenía competencias para celebrar e implementar autónomamente los acuerdos*» (Rodríguez, 2015, p. 66). Esta tesis fue respaldada por el excomisionado de paz del gobierno Uribe, Luis Carlos Restrepo, quien desde su condición de prófugo de la Justicia afirmó que la refrendación era innecesaria «*ya que la Ley de Orden Público, le da facultades al ejecutivo para ponerlos en práctica*» (Rodríguez, 2015, p. 66). Al respecto, Clara Rocío Rodríguez concluye:

*La viabilidad de cualquiera de los mecanismos previstos en la agenda pública para lograr los propósitos esperados, puede ser cuestionada si se analizan las abismales distancias existentes entre las posiciones expresadas por las FARC y el gobierno nacional al respecto, las dificultades procedimentales y de requisitos previstos, los antecedentes de poca y en ocasiones negativa experiencia en su utilización, y las tendencias de opinión que de entrada no garantizarían un apoyo mayoritario al proceso (Rodríguez, 2015, p. 72).*

Sin embargo, la complejidad de la situación comenzó a cambiar el 6 de julio de 2015, cuando el Congreso aprobó la Ley Estatutaria 1757 del 2015 o de participación ciudadana, amparada en la Sentencia C-150 del 2015 de la Corte Constitucional. Con esta ley se buscaba «*no solo actualizar la legislación, sino*

*subsana algunos de los problemas observados en la aplicación práctica de estos mecanismos y de otras cuestiones relacionadas con la participación ciudadana»* (Rodríguez, 2016, p.2). Tomando como base esta ley, el senador del partido de la U, Roy Barreras, propuso la figura de un “Plebiscito especial” con reglas especiales, con la finalidad de que los ciudadanos aceptaran los contenidos de los acuerdos y dotaran a los mismos de legitimidad popular. La idea del parlamentario fue acogida por el gobierno.

El 11 de septiembre del 2015 la bancada del Partido de la U, liderada por Roy Barreras, radicó los proyectos de Ley Estatutaria No. 94 en Senado y No. 156 del 2015 en Cámara de Representantes “*Por medio de la cual se regula el plebiscito por la Paz*”. Este proyecto estuvo en debate durante cuatro meses en el Congreso y en diciembre fue aprobado por el legislativo. Aun con ello, era necesario esperar la revisión y sentencia de la Corte Constitucional para avalar la legalidad del documento.

Paralelamente, se comenzó a tramitar un acto legislativo por proposición del Ejecutivo, denominado “*Procedimiento Legislativo Especial para la Paz*”, que buscaba acelerar la aprobación de los contenidos del Acuerdo, reduciendo de ocho a cuatro los debates en las dos corporaciones del Congreso. La razón de esto es porque la reforma a la constitución vía acto legislativo tiene, como lo dice el Artículo 375 de la Constitución Política, «*lugar en dos periodos ordinarios y consecutivos*». Sin tener claro para septiembre del 2015 cuándo se acabarían las negociaciones en La Habana, el Gobierno buscó un procedimiento abreviado de reforma constitucional que le garantizara aprobar las reformas derivadas del documento final en un solo periodo legislativo. Al respecto, Cristo y Rivera afirman:

*Conscientes de que el procedimiento especial era inédito y audaz al reducir el número de debates para reformar la Constitución, expedir leyes y limitar las facultades del Congreso, consideramos que para asegurar su aprobación en la Corte Constitucional y garantizar que no se cayera en un juicio de sustitución de la Constitución, era importante vincular su aplicación a la refrendación (Cristo & Rivera, 2019, p. 36).*

Finalizado el 2015 con la aprobación del Plebiscito especial para la Paz y con el trámite del acto de legislativo de abreviación del procedimiento de reforma constitucional, también conocido como “*Fast Track*”, el gobierno Santos se encontraba a la espera de dos procesos: por un lado, de la ratificación de la Corte Constitucional de estos dos avances legislativos y, por otra parte, la culminación de la mesa de negociación. Sin embargo, las voces críticas de políticos, abogados, analistas e inclusive de las mismas FARC a la refrendación y al “*Fast Track*” comenzaron a multiplicarse.

Ante este panorama, se encuentran dos tipos de argumentos en contra del Plebiscito especial y del “*Fast Track*”: el político y el jurídico. En el político, las FARC y sectores cercanos señalaban que la decisión de realizar ese tipo de refrendación había sido unilateral y que no fue un acuerdo pactado al interior de la mesa de negociación. Según de la Calle, cuando se les socializó la idea a los negociadores de la guerrilla, Pastor Alape señaló: «*¿Qué tal que el Plebiscito se convirtiera en un resumidero de las insatisfacciones nacionales y se perdiera?, ¿Cómo vamos a echar todo este trabajo, casi heroico, al tarro de la basura electoral?*» (de la Calle, 2019, p 288).

Por su parte, senadores del partido Centro Democrático, como Álvaro Uribe Vélez, dirían que lo hecho por el gobierno Santos era un «*Golpe de Estado contra la democracia*» (El Espectador, 2016). José Obdulio Gaviria afirmó al respecto que:

*Es obvio que lo que debe ser refrendado son los contenidos de los acuerdos, no el `deseo de que haya paz`. ¿En qué cabeza cabe que alguien diga que prefiere la guerra a la paz, sin que haya motivos para la guerra? [...] Ese es el quid y no se surte con mecanismos plebiscitarios, sino por el Congreso, por una constituyente o por el pueblo en referendo (Rodríguez Pico, 2015, p. 63).*

En lo jurídico la Fiscalía, que en su momento estuvo en contra de un referendo, frente al tema del Plebiscito plantearía que la decisión era “*meramente política*”<sup>2</sup>,

---

<sup>2</sup> Subrayado del original.

por lo tanto, el mandato del Pueblo no es vinculante bajo términos jurídicos (Fiscalía, 2016). Sumado a la posición en contra de la refrendación de la Fiscalía, la Procuraduría General de la Nación, en cabeza de Alejandro Ordóñez, manifestó su desacuerdo sobre la ley estatutaria del Plebiscito especial:

*No resulta respetuoso de la Constitución política y en particular del principio de legalidad que se creen unas reglas especiales a efectos de garantizar la aprobación de un plebiscito ad hoc, puesto que, precisamente, no está permitido legislar para casos específicos y en este caso el PLE solo sería aplicable a la votación del Acuerdo Final que surja de la negociación con las FARC-EP [...] Para esta vista fiscal la instauración de un marco de excepción estatutario para un plebiscito en específico implica una violación al principio de universalidad o generalidad de las leyes –que por obvias razones debe ser todavía más exigente para el caso de las leyes estatutarias– en tanto se trata de una ley estatutaria ad hoc cuyo objeto única y exclusivamente podría darse en una oportunidad, es decir con los acuerdos que eventualmente celebre el presente gobierno con las FARC-EP en la Habana, Cuba” (Procuraduría, 2016, p. 51).*

Sumado al argumento del debilitamiento del principio de igualdad que expresó Ordóñez frente al Plebiscito especial, las críticas al *Fast Track* están soportadas en dos razones: la reducción de capacidad deliberativa del legislativo y la concentración de la actividad en el Ejecutivo. Al respecto Bustos y Pulido señalan:

*Estos cambios [Los realizados por el “Procedimiento Legislativo Especial para la Paz”] tienen dos elementos fundamentales que revierten las pretensiones de los actos legislativos como mecanismos de reforma constitucional: primero, reduce la capacidad deliberativa del Congreso de la República y, segundo, concentra la actividad en el Gobierno Nacional. Debe advertirse un problema que plantean estas conclusiones. Dijimos que una característica de las constituciones rígidas es que existen diferencias en la complejidad de los procesos legislativos y de reforma constitucional. En términos simples, que debe ser más difícil reformar la constitución que la ley. Ahora, el trámite abreviado que plantea el proyecto de acto legislativo invierte la tesis. Es decir, habrá leyes que son más difíciles de crear o reformar (por ejemplo, las leyes estatutarias) que la creación de normas constitucionales mediante los actos legislativos fast track (Bustos & Pulido, 2016, p. 98).*

En definitiva, las medidas del gobierno Santos para buscar la refrendación y la reforma constitucional no fueron aceptadas por todo el conjunto de la sociedad, pues las voces disonantes tendrían más eco al pasar los meses y, en el marco de

la campaña del “No” en el plebiscito, estos argumentos fueron utilizados para plantear una posición más fuerte en contra de la refrendación de los acuerdos. En este contexto, para el gobierno, las FARC y los opositores de estas medidas, solo restaba esperar lo decretado por la Corte Constitucional.

El concepto llegaría con la aprobación el 7 de julio del 2016 del Acto Legislativo 01 del 2016 que avaló el procedimiento legislativo para la paz o *Fast Track* y con la Sentencia C-379 de 2016 de la Corte Constitucional del 19 de julio del 2016 que regula “*el plebiscito para la refrendación del acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera*”. En la sentencia se decreta que el presidente podía someter a consideración del pueblo mediante plebiscito los Acuerdos; que el jefe de Estado debía informar al Congreso la fecha en la que se llevaría a cabo su intención a convocar a plebiscito, que no podía ser menor a un mes ni mayor a cuatro, a partir de la fecha en que el Congreso recibiera el informe; que la ciudadanía aprobaría la refrendación si el voto por el “Sí” supera al del “No”, y si se obtiene una votación mayor al 13 % del censo electoral, y que el gobierno debía publicar mínimo con un mes de antelación el documento final de los Acuerdos, según la fecha del plebiscito.

Con la consolidación de estos procesos el gobierno Santos había ganado sustento jurídico para realizar la refrendación y sustento político para presionar el cierre de los diálogos en La Habana. Por ello, los meses de julio, agosto y septiembre del 2016, previos a las votaciones del Plebiscito, son intensos para lograr el cierre de las negociaciones con las FARC y, por otra parte, comenzar la campaña, como lo diría Cristo & Rivera (2019), «*Más corta y definitiva en la historia de Colombia. Y la más extraña también*» (p. 44).

En conclusión, el proceso de refrendación de los Acuerdos de la Habana se disputó en dos grandes escenarios: el político y el jurídico. En el político la discusión sobre qué mecanismos utilizar para la refrendación de lo pactado, se desarrolló primero en el escenario público que en el marco de la negociación bilateral, El debate sobre si debió ser una Asamblea Constituyente o no, al comienzo de los diálogos,

evidenció un problema comunicativo y una vulneración de la confidencialidad, asunto que mejoró con el tiempo. Aun con ello, queda claro que la premura del Gobierno para culminar el proceso de manera breve, en cuestión de meses y no de años, provocó el uso del legislativo para proponer proyectos de ley que buscaran refrendar los Acuerdos a la par que se llevaban elecciones, ya sean nacionales o regionales, con el fin de alcanzar con mayor facilidad los umbrales de votación y, por otra parte, presionar a los negociadores en La Habana. El Plebiscito por la paz fue una decisión arriesgada, pero necesaria para cumplir con el objetivo que Juan Manuel Santos le había hecho al electorado desde el principio y que fue ratificado en su reelección: el pueblo tendrá la última palabra.

En lo jurídico, Colombia al tener en su Constitución Política mecanismos de participación de democracia directa tan complejos, arduos y costosos porque implican condiciones y procedimientos difíciles de cumplir (Quinche, 2014), llevó a que el Gobierno no tuviera una idea clara sobre una propuesta de refrendación que no le implicara graves consecuencias al proceso. Juan Manuel Santos y su gobierno entraron a un escenario que no era necesario, al decidir que las negociaciones de la Habana se refrendarían popularmente. Las consecuencias de esta decisión provocaron un desgaste institucional en el Ejecutivo, en el Legislativo y en la Corte Constitucional, en tanto que no era una medida indispensable para culminar el proceso de paz. Por otra parte, proponer medidas como las del *Fast Track* redujo la capacidad deliberativa del Congreso ante un hecho político tan importante como lo son los Acuerdos, que debían seguir su discusión en los parámetros que contempla la Constitución, es decir, dos legislaturas.

A continuación, en el gráfico 1 se ubica una línea del tiempo que resume los momentos claves del proceso de refrendación desde la fase exploratoria en el 2011 hasta el 19 de julio del 2016 con el fallo de la Sentencia C-379 por parte de la Corte Constitucional.

Gráfico 1. Proceso de la refrendación de los Acuerdos de paz entre las FARC y el gobierno Santos.



Fuente: Elaboración propia.





## **Capítulo 3. Entre el fin de las negociaciones, la campaña por el Sí y la derrota en el Plebiscito por la paz**

Para mediados de julio del 2016, con la sentencia C-379 de 2016 de la Corte Constitucional donde se aprobaba “el plebiscito para la refrendación del acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera”, se avanzó en el punto de refrendación, sin embargo, aún quedaba pendiente el cierre de algunos puntos clave del proceso de paz como la participación política de la insurgencia o las circunscripciones especiales de paz. Con el fallo de la Corte, Juan Manuel Santos pudo presionar a los negociadores de ambas partes en La Habana para concluir el Acuerdo Final. Entre el 16 y el 23 de agosto se realizó un “cónclave final” en donde se conciliaron puntos en la agenda que estaban pendientes. El 24 de ese mes, el presidente hizo público al país el final de las conversaciones y el 30 recibió el aval del Congreso de la República para realizar el Plebiscito especial que se llevaría a cabo el 2 de octubre.

Las campañas del Sí y del No comenzarían de manera oficial el 31 de agosto y finalizarían el 1 de octubre, es decir, en el mes de septiembre se llevaría a cabo una corta pero intensa campaña política que refrendaba o no los Acuerdos de La Habana. Sin embargo, a lo largo del mes de septiembre, hubo una serie de eventos o sucesos propios de la dinámica del acuerdo de paz que no se encontraban en el marco de la campaña de refrendación como lo fue la X conferencia de las FARC o la visita de Santos a la Asamblea No 71 de la ONU. Por esto, el proceso de la campaña del Sí en el Plebiscito por la Paz debe comprenderse como un hecho, que, si bien estaba dentro de los Acuerdos, es paralelo al cierre de la negociación. Es decir, al cerrar la discusión interna en La Habana y al abrir el debate público sobre si se aprobaba o no el documento final vía Plebiscito, el equipo negociador no podía encargarse

de estos dos procesos simultáneamente, por eso, se conforma un grupo encargado de la campaña del Sí, que iba a ser liderada por el expresidente y jefe del partido Liberal César Gaviria y la ministra de Educación, Gina Parody.

En este contexto, el apartado que se presenta a continuación realiza en primera instancia una explicación del cierre de la negociación en La Habana durante los meses de julio y agosto del 2016 y describe eventos propios del proceso en el mes de septiembre. En segunda instancia se analiza la campaña del Sí en la fase liderada por Gaviria entre el 8 de julio y el 29 de agosto del 2016, y; la realizada por Parody entre el 30 de agosto y el 2 de octubre del 2016.

### **3.1. El cierre del proceso de paz entre las FARC y el gobierno Santos**

Después de cuatro años de conversaciones entre las FARC y el gobierno Santos se habían llegado a acuerdos en puntos como desarrollo rural integral y solución al problema de las drogas ilícitas, en otros se había avanzado considerablemente como es el caso de la justicia transicional y reparación a víctimas, sin embargo, el tema de la participación política y detalles de puntos anteriores no se habían concluido en la negociación (Duzán, 2018). En el año 2016 los avances más significativos de los diálogos de paz se conocerían entre el 23 de junio con el anuncio del cese al fuego bilateral y definitivo y el 26 de septiembre con la firma del Acuerdo Final en Cartagena. En esos cuatro meses se cerraría el ciclo de negociaciones que culminaría el 2 de octubre con las votaciones para refrendar o no el Acuerdo por parte de la ciudadanía.

El 23 de junio de 2016 el presidente de Colombia Juan Manuel Santos y Timoleón Jiménez, “Timochenko”, firmaron en Cuba los acuerdos bilaterales del cese al fuego y de hostilidades, así como el acuerdo definitivo de dejación de armas. Este evento fue realizado en el Centro de Convenciones de La Habana y fue importante para publicar los avances concluyentes sobre estos puntos. Además, convocó a personalidades como el presidente de Cuba, Raúl Castro; el secretario general de

las Naciones Unidas, Ban ki-moon y a las delegaciones que habían desarrollado el proceso de negociación. Por su parte, la tropa de las FARC se desplazó a veintisiete zonas denominadas Espacios Territoriales de Capacitación y Reincorporación (ETCR), que fueron previamente acordadas con las Fuerzas Militares. El anuncio de los acuerdos dio cuenta de que la confrontación armada entre las partes había terminado<sup>3</sup>.

Para julio del 2016, cuando la Corte Constitucional sentencia la legalidad del Plebiscito especial, faltaban resolver temas importantes en la negociación, tales como la participación política de las FARC; el punto seis sobre refrendación, implementación y verificación; la culminación de las circunscripciones transitorias de paz y puntos pendientes de otros capítulos (Cristo & Rivera, 2019). Sin embargo, esta decisión de la Corte le dio una herramienta política a Juan Manuel Santos para presionar el cierre de la negociación ya que entre más se dilatarán las conversaciones más se extendería el plazo de la refrendación y de la aprobación del Acuerdo Final en el Congreso para incorporarlo a la Constitución. Gracias a la mediación de Álvaro Leyva, abogado que había acompañado el punto de justicia transicional, e Iván Cepeda, senador del partido de izquierda Polo Democrático, se logró llegar a un acuerdo entre Santos y Timochenko para realizar un “cónclave final” que tenía como fin acelerar la firma del acuerdo definitivo (Santos, 2019; Cristo & Rivera, 2019). Este “cónclave” se realizaría entre el 16 y el 23 de agosto, con la finalidad de anunciar el 24 de ese mes el fin de los diálogos de paz.

Antes de entrar al “cónclave”, el 5 de agosto del 2015, las FARC y el Gobierno Santos publicaron los protocolos de cese al fuego y de hostilidades bilateral y definitivo y dejación de Armas. Con esta “hoja de ruta” en proceso, del 16 al 23 de agosto los negociadores de las partes cerrarían los Acuerdos de paz. En los diez días en los que se dio el “cónclave” se llegó a los acuerdos restantes sobre temas como: mecanismo de selección de los magistrados de la Jurisdicción Especial para

---

<sup>3</sup> Vale la pena aclarar dos sucesos en contra del cese al fuego bilateral y definitivo: en primer lugar, el Frente Primero de las FARC, liderado por Gentil Duarte, anunció que no se desmovilizaría (6 de julio del 2016) y, en segundo lugar, el 10 de julio del 2016 hubo una confrontación entre unidades de esta guerrilla y el Ejército en el Meta, después se aclararía que fue por errores logísticos de las FARC (Vanegas & Garzón, 2016).

la Paz (JEP), de la participación política, funciones judiciales sobre víctimas y justicia transicional, circunscripciones transitorias de paz (Vanegas & Garzón, 2016).

El martes 23 de agosto del 2016, en horas de la noche, comenzó a circular en diferentes medios de comunicación la información que la negociación de paz entre las FARC y el gobierno Santos había culminado. En las diferentes cuentas de Twitter de miembros de la insurgencia se escribieron frases como: "Estamos a las puertas de importantes anuncios que nos acercan al acuerdo final #VamosPorLaPaz" de Timochenko (@TimoFARC) y "Seguimos avanzando hacia la paz de Colombia con viento a favor" de Iván Márquez (@IvanMarquezFARC). Es así como el 24 de agosto de manera oficial y por medio de una alocución presidencial, Juan Manuel Santos, junto a Sergio Jaramillo y Humberto de la Calle, anunció al país lo siguiente:

*Hoy me dirijo a ustedes con una profunda emoción. Con gran alegría. Hoy comienza el fin del sufrimiento, el dolor y la tragedia de la guerra. Hoy, 24 de agosto del año 2016, podemos decir que esa esperanza nacional se ha vuelto realidad. Hemos alcanzado un acuerdo final, completo, definitivo, para poner fin al conflicto armado con las FARC. Desde el mismo inicio del proceso de paz les dije que el proceso estaba regido por un principio: "Nada está acordado hasta que todo esté acordado". Pues bien: el día ha llegado. Hoy podemos decir -por fin- que ¡Todo está acordado!*

[...]

*Terminada la negociación y concluido el acuerdo, queda en manos de ustedes -de todos los colombianos- decidir con su voto si apoyan este acuerdo histórico que pone fin a este largo conflicto entre hijos de una misma nación. Les prometí que ustedes tendrían la última palabra, ¡y así será! Para ello, mañana mismo enviaré al Congreso el texto definitivo del Acuerdo Final y le informaré la decisión de convocar el plebiscito para su refrendación. El Plebiscito por la Paz se llevará a cabo el domingo 2 de octubre de este año. Repito: el domingo 2 de octubre (Presidencia de la República, 2016).*

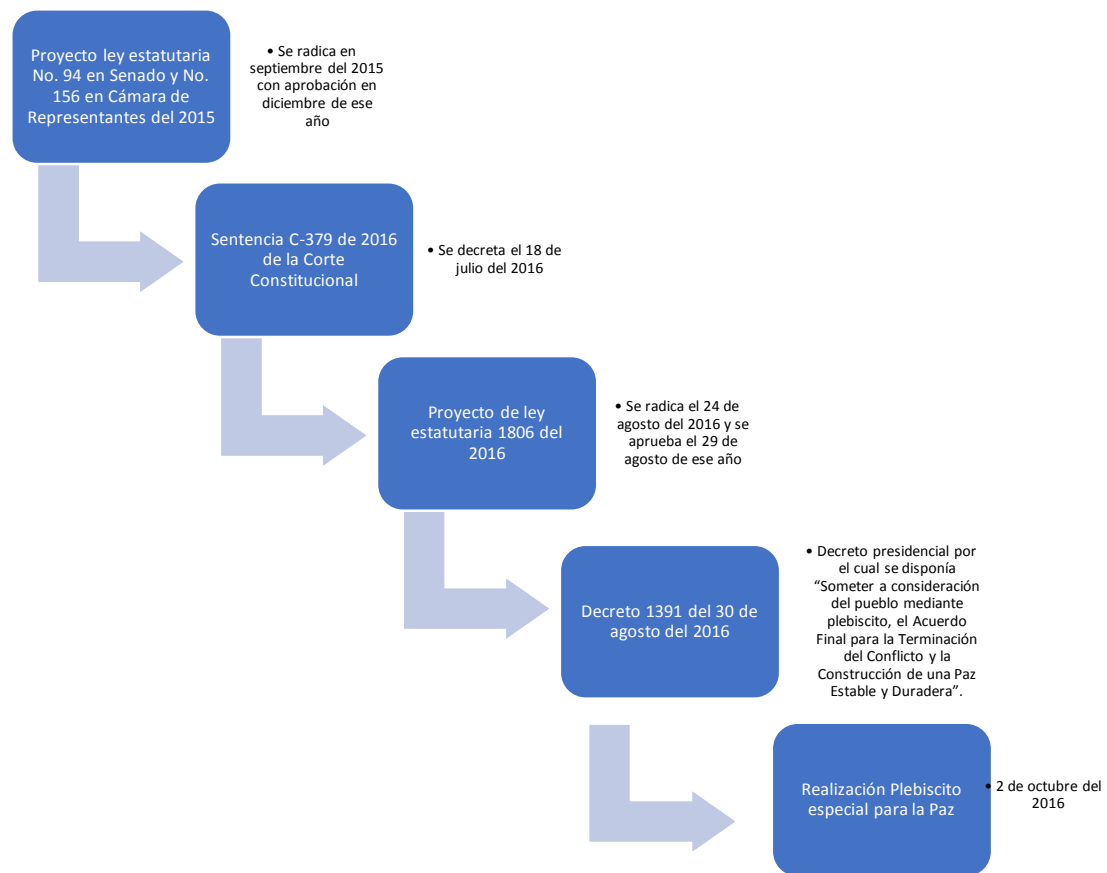
La decisión de realizar el Plebiscito especial para el 2 de octubre del 2016 se debe a dos factores, por un lado, la premura del gobierno Santos para refrendar el Acuerdo antes de acabar el año y comenzar a aprobar los puntos de la negociación en el legislativo vía *fast track*, y por otro lado, la radicación de una reforma tributaria que gravaría con mayor carga impositiva a los ciudadanos y a las empresas, y que había sido pospuesta a lo largo del año por el Ministerio de Hacienda (Cristo &

Rivera, 2019). Mauricio Cárdenas, ministro de Hacienda, advirtió en consejo de ministros que la fecha máxima de radicación de la reforma era la primera quincena de octubre, por ende, el plebiscito solo podía darse el 2 o el 9 de ese mes (Cristo & Rivera, 2019). Hacerlo después de esa fecha sería un argumento para que se votará No en la refrendación como una respuesta en contra de la reforma tributaria. En definitiva, era necesario que el legislativo y el ejecutivo actuarán de manera rápida para no afectar los tiempos del plebiscito.

Adicionalmente a la información dada por Santos en su alocución presidencial, afirmó que quedaban cuatro pasos para finalizar con la etapa de la refrendación: primero, la aprobación del Congreso para realizar el Plebiscito; segundo, la realización de la Décima Conferencia de las FARC el 17 de septiembre en los llanos del Yari, Meta y donde se daría a conocer a toda la guerrillerada lo pactado; tercero, la firma del Acuerdo Final el 26 de septiembre en Cartagena, y, cuarto, llevar a cabo el plebiscito especial el 2 de octubre.

El mismo 24 de agosto, después de la alocución presidencial se radicó el proyecto de ley estatutaria 1806 del 2016, por medio del cual se buscaba decretar las disposiciones del *“Plebiscito para la refrendación del Acuerdo Final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera”*. Mauricio Lizcano, presidente del Senado, lideró este proyecto de ley que sería debatido simultáneamente en Cámara y Senado el día 29 de agosto. En este proyecto replicó lo dicho en la sentencia C-379 de 2016 de la Corte Constitucional, que a su vez aprobaba el proyecto ley estatutaria No. 94 en Senado y No. 156 en Cámara de Representantes del 2015 (Revisar el gráfico No.2 del proceso legislativo del Plebiscito especial para la Paz). En este sentido, en cuanto el legislativo aprobó el proyecto de ley estatutaria 1806 se pudo conocer la pregunta que se realizaría el 2 de octubre y se comenzaría de manera oficial las campañas del “Sí” del “No”.

Gráfico 2. Proceso legislativo del Plebiscito especial para la Paz



Fuente: Elaboración propia

El 29 de agosto se reunieron simultáneamente en el Congreso de la República, Cámara y Senado, para validar la convocatoria al Plebiscito del 2 de octubre. La Ley Estatutaria 1806 les daba a los congresistas máximo un mes para debatir y aprobar este mecanismo de refrendación; sin embargo, cinco días después de presentar la iniciativa y en cuatro horas las dos corporaciones aprobaron el plebiscito especial. En el Senado la votación fue 71 votos a favor y 21 en contra, todos ellos del Centro Democrático. En la Cámara la votación fue de 127 a favor y 15 en contra, también del partido de oposición. La Revista Semana señaló lo folclórico de la celebración de ese día:

*En una improvisada fiesta se convirtió la autorización del plebiscito en la Cámara de Representantes. Vestidos de blanco, algunos con guayaberas, llegaron los congresistas a un recinto lleno de globos blancos [...] El Centro Democrático también dio su puesta en escena. Llegaron con dummies de los jefes guerrilleros, vestidos de camuflado y fusil terciado, y los sentaron en curules del Congreso. (Revista Semana, 2016)*

En horas de la mañana del 30 de agosto de 2016, Mauricio Lizcano, presidente del Senado, y Miguel Pinto, presidente de la Cámara, dieron a conocer al presidente Juan Manuel Santos la aprobación de la ley 94 de 2016, que validaba la publicación de la pregunta que los ciudadanos responderían el 2 de octubre, y daba el visto bueno para comenzar, oficialmente, las campañas al Plebiscito por la Paz. Al medio día, Santos firmó el decreto 1391 del 30 de agosto del 2016, que disponía “*someter a consideración del pueblo mediante plebiscito, el Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera*”. La pregunta que llevaría a cabo el 2 de octubre, y que Santos anunció ese día fue: “*¿Apoya usted el Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera?*”.

El 31 de agosto, un día después del anuncio, el Consejo Nacional Electoral (CNE) publicó la Resolución 1733 de 2016, que determinó las regulaciones a las campañas del “Sí” y del “No”. Entre ellas se afirmó que los comités promotores de ambas campañas podían inscribirse hasta quince días después de la fecha de la resolución, es decir, 15 de septiembre; en el capítulo III se señaló el monto máximo que pudo tener cada campaña, siendo este de 3.920.803.358 de pesos, y en los

capítulos IV y V se reglamentó el uso de publicidad, medios de comunicación y encuestas, cuyo muestreo debería ser mayor a mil personas.

Después de dos semanas de haber comenzado las campañas de forma oficial, en la semana del 17 al 23 de septiembre ocurren dos eventos importantes para el proceso de paz: por un lado, la X Conferencia de las FARC, donde se iba a socializar las conclusiones de las negociaciones y se haría el tránsito de grupo insurgente a partido político, y, por otro lado, la participación de Colombia en la ONU para compartirle al mundo el Acuerdo Final.

En la semana del 17 al 23 de septiembre se realizó la X Conferencia guerrillera de las FARC en los llanos del Yarí, departamento del Meta. Esta reunión guerrillera tenía dos grandes objetivos:

*“1. Analizar y refrendar el Acuerdo Final que hemos suscrito, a fin de que éste adquiriera carácter vinculante y de obligatorio cumplimiento para nuestra guerrilla; 2. Producir las disposiciones políticas y organizativas para iniciar el tránsito hacia un partido o movimiento político, dentro de las cuales se encuentra la convocatoria del Congreso constitutivo que deberá definir el Programa, el Estatuto y la Dirección Política”. (Fuerza Alternativa Revolucionaria del Común, 2016, p.1)*

En la agenda de la Conferencia de las FARC se tomaron cinco ejes como referencia para alcanzar estos objetivos: la solución política como parte de nuestra historia; la Agenda de la Mesa de Conversaciones de La Habana; Los alcances del Acuerdo Final de La Habana; la perspectiva política inmediata, que tuvo en cuenta la importancia del plebiscito, y el tránsito de las FARC-EP hacia una organización política legal. Sobre la refrendación de los acuerdos, las FARC afirmaron que el mecanismo tendría efectos presentes y futuros en el conjunto de la sociedad y agregaron que:

*Frente a una determinación con semejantes implicaciones, tenemos la confianza en una respuesta masiva y contundente del pueblo colombiano a favor del sí. El Sí mayúsculo debe contribuir a despejar el campo político, conflictivo por naturaleza, pero oscurecido por la presencia de instigadores de la guerra que, haciendo uso de la confusión y la mendacidad, no sólo añoran con su prolongación por los rendimientos que ella le produce, sino que desde ahora -previando su derrota- anuncian que se constituirán en obstáculo de los esfuerzos de paz, recurriendo con a todos los medios que*



*en el pasado les han sido útiles (Fuerza Alternativa Revolucionaria del Común, 2016, p. 25)*

Las discusiones en la X Conferencia dieron cuenta de una división interna en la dirigencia de las FARC: por un lado, Timoleón Jiménez, Pablo Catatumbo, Pastor Álape y Andrés París y, por otro, Iván Márquez y Jesús Santrich tal y como lo indicó el portal electrónico colombiainforma.info, junto a otros medios de comunicación. Las diferencias fueron evidentes en asuntos como el desplazamiento de las denominadas Espacios Territoriales de Capacitación y Reincorporación (ETCR) por parte de la milicia y la decisión de cuál sería el nombre del partido. Sobre esta última tensión, Timochenko propuso “Nueva Colombia” e Iván Márquez “Fuerza Alternativa del Común – FARC”. Los guerrilleros respaldaron mayoritariamente la propuesta de Márquez.

Independientemente de las discusiones internas, la X Conferencia logró cumplir con los objetivos trazados en la agenda, estableciendo las bases de un nuevo partido político que podría participar en las elecciones nacionales y regionales desde el 2018 y que, según lo pactado en La Habana, tendría dos periodos legislativos consecutivos con diez congresistas. Los objetivos de las FARC cambiaran ya que la lucha por el control del Estado ya no sería por medio de las armas sino de la contienda democrática.

Paralelamente al proceso adelantado por las FARC con sus bases, el 19 de septiembre, Juan Manuel Santos estaba en la sede principal de la ONU en Nueva York, en la Asamblea General No. 71 de este organismo con el fin de compartir con la comunidad internacional el documento final de la mesa negociación de La Habana<sup>4</sup>. En un acto simbólico, antes de instalar de manera oficial la asamblea, el presidente de la República le entregó a Ban Ki-moon el texto del “Acuerdo Final Para La Terminación Del Conflicto y La Construcción De Una Paz Estable y Duradera”.

---

<sup>4</sup> La Asamblea General No. 71 de la ONU fue realizada desde el 13 de septiembre del 2016 hasta el 26 del mismo mes.

El 21 de septiembre, en su discurso ante los representantes de las naciones del mundo, Santos explicó las características esenciales de lo pactado, la agenda realizada y el proceso de refrendación que se llevaría a cabo el 2 de octubre. Su intervención fue cerrada con una exclamación categórica: «*La guerra en Colombia ha terminado*» (Santos, 2019, p. 389). Al respecto, Santos señala en su libro “La batalla por la paz” a modo de lección: «*En el mundo interdependiente de hoy, ningún país está solo ni puede pretender lograr sin acompañamiento sus grandes objetivos, como la paz. Solo un amplio respaldo internacional, y sobre todo regional, puede facilitar y garantizar el logro de un acuerdo de paz y, luego, apoyar su compleja implementación*» (Santos, 2019, p. 389). Desde el comienzo de la fase secreta y a lo largo de la negociación, Santos buscó el apoyo de diferentes países y de organismos internacionales para lograr firmar el Acuerdo Final. Su presencia en la Asamblea General No. 71 de la ONU, responde a ese ciclo que fue vital para todo el proceso de paz.

Finalizada la X Conferencia de las FARC y a la vuelta del presidente de la Asamblea General de la ONU, el 26 de septiembre en un gran evento en la ciudad de Cartagena, con invitados nacionales e internacionales se realizaría la firma del Acuerdo Final entre el Juan Manuel Santos y Timochenko. Según Santos (2019) la elección de esa ciudad fue porque en ella “hizo su labor humanitaria en favor de los esclavos san Pedro Claver, considerado el patrono de los derechos humanos, y el acuerdo que íbamos a firmar era un acuerdo basado en esos derechos humanos y centrado en las víctimas” (p. 468). El coro de mujeres cantaoras de Bojayá interpretó alabaos para abrir el evento<sup>5</sup>, posteriormente un coro de niños cantó la “Oda a la alegría”. Acabado este momento, Santos y Timochenko procedieron a usar simbólicamente “balígrafo”<sup>6</sup> para firmar el Acuerdo Final y posteriormente, ofrecer un discurso ante los asistentes. De estas palabras se

---

<sup>5</sup> La presencia de las cantaoras de Bojayá no solo fue un acto cultural dentro del evento, sino de reconocimiento de las víctimas de la masacre vivida en ese municipio. El 2 de mayo del 2002, el bloque 58 de las FARC hizo explotar un “cilindro bomba” en la iglesia de Bojayá, matando a 119 personas.

<sup>6</sup> El balígrafo es un bolígrafo realizado con cartuchos de balas calibre 50mm, que fueron utilizados por los diferentes actores del conflicto armado. Fue realizado por la agencia McCann Worldgroup Colombia.

destaca la solicitud de perdón del líder guerrillero a las víctimas: “En nombre de las FARC-EP, ofrezco sinceramente perdón a todas las víctimas del conflicto por todo el dolor que hayamos podido causar en esta guerra” (Jiménez, 2016). Por su parte, las palabras de Santos dan cuenta del pacto de paz imperfecto:

*Todo pacto de paz es imperfecto —porque se trata precisamente de un pacto, en el que las partes tienen que hacer concesiones—, pero sabemos que éste que hemos logrado es el mejor posible. Yo prefiero un acuerdo imperfecto que salve vidas a una guerra perfecta que siga sembrando muerte y dolor en nuestro país, en nuestras familias [...] ¡Cesó la horrible noche! (Santos, 2019, p, 471).*

Uno de los elementos de este evento que llama la atención en el libro autobiográfico de Santos, es que se realizó con la finalidad de generar más apoyo en la votación del Plebiscito a favor del “Sí”; Sin embargo, fue contraproducente, pues generó la sensación de triunfalismo frente a la refrendación:

*Consideré que era conveniente realizar el acto formal de firma del acuerdo unos días antes del plebiscito, pues pensé que este momento tan emotivo iba a motivar a los colombianos aún más para ir a las urnas y apoyar la paz que habíamos firmado. No fue así, y a la postre resultó contraproducente. Al realizar un acto tan solemne, con representantes de toda la comunidad internacional presentes, muchos colombianos que respaldaban el Sí dieron por sentado que ya era un hecho y no acudieron a las urnas el siguiente domingo. Los opositores, en cambio, aprovecharon el evento para hacer campaña contra el acuerdo y para decir que nos habíamos anticipado a celebrarlo, y así ganaron más protagonismo (Santos, 2019, p. 468).*

Sobre la idea de triunfalismo, María Jimena Duzán (2018) afirma: «*Confiado en que los beneficios de firmar la paz eran más grandes que la guerra eterna a la que nos habíamos acostumbrado, Santos sintió que con el acto de Cartagena el triunfo en el plebiscito era un hecho irreversible*» (p.19). Sin embargo, considerar el evento de Cartagena únicamente como una estrategia emotiva para movilizar el electorado a favor del “Sí” en el Plebiscito es un error. También es un cierre a un proceso de más de cuatro años que reconocía el trabajo de los negociadores, los países garantes y de todas las personas involucradas en ello. En ese sentido, la firma del Acuerdo Final tiene una doble consideración, por un lado, como parte del proceso de paz y, por otro, como estrategia de campaña para ganar la refrendación.

En conclusión, desde el fallo de la Corte Constitucional donde se planteaba la legalidad del Plebiscito especial para la paz el 18 de julio del 2016 hasta la firma

del Acuerdo Final en Cartagena el 26 de septiembre del 2016, pasaron tres meses intensión entre los debates y acuerdos internos en la mesa de negociación, los procesos legislativos y los eventos nacionales e internacionales de promoción del Acuerdo Final. Sumado a esto, se debe considerar que la campaña del Sí operó de manera paralela a los momentos anteriormente descritos; en el gráfico 3 se encuentra una línea del tiempo que sirve como herramienta descriptiva para comprender mejor los hechos asociados al proceso de esos meses.

Gráfico 3. Línea del tiempo del proceso de paz entre las FARC y el gobierno Santos de junio 23 al 2 de octubre del 2016.



Fuente: Elaboración propia



### **3.2. La Campaña por el Sí: fisuras, triunfalismo y baja popularidad**

La campaña por el Sí en el Plebiscito por la Paz puede abordarse de dos maneras: por un lado, la que adelantó de manera exclusiva el gobierno de Juan Manuel Santos y, por otro, la realizada por el conjunto de partidos políticos de oposición al gobierno de Santos, pero que apoyaban el proceso (El Polo Democrático Alternativo y el Partido Verde), organizaciones sociales y grupos de la sociedad civil que conformaron comités promotores en todo el territorio nacional en apoyo al proceso de paz. Sin embargo, en esta investigación se analiza la primera, la que corresponde al Gobierno Santos, por tres razones: en primer lugar, porque fue esta administración la que lideró el proceso de paz con la guerrilla de las FARC; segundo, porque la refrendación de un acuerdo en la mesa de negociación en La Habana, fue sugerida por el propio mandatario por medio de sus negociadores, y, tercero, porque fue el Ejecutivo el que lideró el proceso legislativo del Plebiscito por la Paz y del acto legislativo del *fast track*, sin que se haya llegado a un trato con la subversión sobre estos puntos.

Conforme a lo anterior, este apartado analiza las dos fases de la campaña del Sí y los diferentes momentos que se derivan de ellas. La primera fase se da entre el 8 de julio y el 30 de agosto del 2016 en la que el expresidente César Gaviria fue designado como jefe de la campaña del Sí por el presidente Juan Manuel Santos. La segunda ocurre entre el 31 de agosto y el 1 de octubre del 2016, donde la ministra de educación, Gina Parody, ocupa el cargo de coordinadora de la campaña del Sí. En el medio de estas dos fases se explicarán las razones de la transición entre estos dos procesos.

### 3.2.1. Fase Gaviria: el problema de la “Paz Liberal”

A principios del mes de julio del 2016, Juan Manuel Santos y César Gaviria tuvieron una serie de encuentros en los que definieron las directrices que tendría la campaña del Sí en el Plebiscito por la paz: en primer lugar, que está sería abordada en tres ejes centrales: el gubernamental, el político y el empresarial, y, en segundo lugar, que el equipo que lideraría esos ejes estaría integrado por Luis Eduardo Garzón, exministro de trabajo de Santos, Fabio Villegas, empresario y exministro de Gobierno entre 1992 y 1994, y el propio Gaviria quien encabezaría la campaña (RCN Radio, 2016). En este sentido, Gaviria se ocuparía de promover el Sí desde el gobierno y los partidos de la coalición, Garzón lo haría coordinando los partidos políticos a favor del acuerdo pero que no hacían parte de la coalición de gobierno y se encargaría de buscar alianzas con organizaciones y movimientos sociales, y Villegas buscaría financiación con los empresarios.

Para la recaudación de dineros por parte de los empresarios, Fabio Villegas creó una fundación llamada “Todos por la paz”, en donde «*las cabezas de los grandes grupos económicos financiarían y recaudarían plata para pautar en televisión y redes a favor del plebiscito*» (La Silla Vacía, 2016). Por otra parte, Luis Garzón, encargado de las relaciones políticas de la campaña afirmaba en una entrevista en RCN Radio a comienzos de julio:

*Con los partidos políticos, que tienen su propia dinámica nadie va a ir a decirles qué es lo que tienen que hacer, pero que por lo menos nos enteremos qué están haciendo y poder coordinar. Movimientos sociales también, unos dependen de partidos políticos y otros tienen autonomía propia. (RCN Radio, 2016).*

Según las palabras de Garzón se infiere que primaba la autonomía, tanto en los partidos como en los movimientos sociales, lo que dificultó un trabajo mancomunado entre los encargados del gobierno y los partidos de coalición. Adicionalmente, se rescata “la propia dinámica” que tienen las colectividades como



lo dice Garzón, es decir, los eventos, mítines y reuniones de apoyo al “Sí” se harían sin la necesidad de coordinar con el equipo delegado por Santos.

El 8 de julio del 2016, Juan Manuel Santos anunció que César Gaviria sería el jefe de la campaña del “Sí” (RCN Radio, 2016). Esta decisión más de allá de unir a los partidos de la coalición de gobierno de la Unidad Nacional (Partido de la U, Partido Cambio Radical, Partido Liberal y Partido Conservador)<sup>7</sup>, los dividió. El nombramiento de Gaviria comenzó a leerse como un apoyo directo de Santos al Partido Liberal, dejando a otras colectividades por fuera de puestos claves dentro del proceso de paz, particularmente a Cambio Radical y al Partido de la U. En estos puestos no solo se encontraban integrantes del liberalismo sino “Gaviristas”, por esto se entiende, a un grupo de integrantes del gobierno de Gaviria entre 1990 y 1994 que siendo muy jóvenes ocuparon cargos ministeriales o directivos en esa administración, muchos de ellos sin ningún tipo de experiencia política, como el propio Santos que fue ministro de Comercio Exterior, esto llevó a los medios de comunicación de la época a llamarlos “el Kinder de Gaviria” (El Espectador, 2016a). En este sentido, las siguientes personas que trabajaron con Gaviria ahora lo hacían con Santos al interior del gobierno o apoyando el proceso de paz: Humberto de la Calle, Rafael Pardo, Luis Carlos Villegas, Fabio Villegas, Manuel José Cepeda, Ricardo Santamaría y Gabriel Silva.

Frente a la designación de Gaviria se generaron tres reacciones diferentes: en primer lugar, que su figura garantizaba el liderazgo que la campaña requería y era el único que se podía “enfrentar a Uribe” en la lucha del plebiscito, como lo manifestó la analista Laura Gil (Semana en vivo, 2016); en segundo lugar, que el

---

<sup>7</sup> La Unidad Nacional fue la coalición de partidos políticos que apoyó a Juan Manuel Santos en sus dos periodos de gobierno. El Partido Conservador se salió del oficialismo en el 2014 para apoyar la candidatura de Martha Lucía Ramírez a la presidencia, no obstante, en el legislativo los congresistas de esta colectividad votaban los proyectos de ley promovidos por el Gobierno Nacional. En 2017 Cambio Radical también se saldría por diferencias por la Jurisdicción Especial para la Paz (JEP).

exmandatario solo lideraba la campaña del gobierno, no las otras, esto dicho por los partidos políticos que estaban a favor de la paz pero que no hacían parte de la coalición de gobierno, y, en tercer lugar, no sumarse a la campaña del Sí mientras Gaviria la lidere, opción tomada por Cambio Radical (Revista Semana, 2016). A continuación, se explican estas tres reacciones.

Sobre la idea de que Gaviria garantizaba el liderazgo que la campaña requería y era el único que se podía “enfrentar a Uribe”, analistas políticos como Laura Gil o Juan Gabriel Uribe afirmaron, respectivamente, en paneles televisivos como el de Semana en Vivo, dirigido por María Jimena Duzán, que: “Santos eligió a Gaviria para que fuera su escudero en la pelea con Uribe” y “El único que puede enfrentar a Uribe es Gaviria” (Semana en Vivo, 2016). Esta idea se refuerza con el antecedente de la segunda vuelta electoral del 2014, en la que Gaviria lideró la campaña de Santos a la presidencia, después de perder en primera vuelta contra el candidato del Centro Democrático, Óscar Iván Zuluaga. Su liderazgo lo llevó a confrontaciones mediáticas contra Álvaro Uribe acusándolo de “mentiroso” y “cobarde” por no entregar pruebas sobre una supuesta financiación ilegal de la campaña de Santos en el 2010 (El Espectador, 2014). Adicionalmente, su trayectoria política, su experiencia organizando diferentes sectores para la segunda vuelta electoral del 2014 obteniendo la reelección de Juan Manuel Santos, y su cercanía con sectores empresariales eran elementos importantes que daban cuenta de su designación.

La segunda reacción que se dio sobre Gaviria fue dada por los partidos políticos a favor del Acuerdo pero que no hacían parte de la coalición de gobierno. Senadores como Antonio Navarro, del Partido Verde o Jorge Enrique Robledo, del Polo Democrático, manifestaron que el expresidente era el jefe de la campaña del gobierno, pero no de la de ellos (Semana en Vivo, 2016). Estos partidos harían campaña con recursos propios y con sus bases organizando comités promotores como lo fue “La paz sí es contigo”, acudiendo a frases como estas para aclarar su

posición: “Proceso de paz Sí, gobierno de Santos NO” (Robledo, 2016). Esto implicaba que no se manejaría una campaña conjunta como ocurrió en 2014 donde todos los partidos pro-Acuerdo de paz motivaron en sus bases para votar por Santos en segunda vuelta<sup>8</sup>.

Muy cercana a esta posición, pero sin estar en contra del gobierno se encontraba el Partido de la U. El liderazgo de esta colectividad en los debates de proposición y aprobación del Plebiscito especial, lo ubicaban como un partido comprometido con el proceso de paz. Sin embargo, la decisión que Gaviria fuera el jefe de campaña no fue apoyada por la U. Al respecto, Armando Benedetti, presidente de la colectividad diría:

*El partido de la U, que fue el que presentó el Plebiscito, que fue el que lo defendió en la Cámara y el Senado, no va a aceptar que alguien le tire línea en cómo se debe hacer una campaña [...] Con Roy Barreras se radicó el plebiscito, yo fui coordinador de ponentes, el partido votó mayoritariamente en las plenarias, nosotros tenemos más votos como partido. Nosotros no podemos dejar que nadie nos tire línea y nos coordine. Nosotros tendremos nuestra propia campaña con nuestro logo, con nuestra publicidad y con nuestros propios jefes regionales (El Herald, 2016).*

Lo que se evidencia en las palabras de Benedetti es que la bancada de la U había liderado en el legislativo la aprobación del Acto Legislativo del *Fast Track* y del Plebiscito especial para la paz, pero Santos designó a un liberal, como Gaviria, para estar al frente de un proceso que venía haciendo la U, por ello realizaron una campaña autónoma, al margen, de la adelantada por el expresidente. Si bien, el Partido de la U no reconoció la coordinación de Gaviria nunca se planteó por parte de esta colectividad no compartir eventos con la estructura organizativa del exmandatario, como sí pasaría con Cambio Radical.

La tercera posición fue no sumarse a la campaña del “Sí”, mientras Gaviria la liderara, postura asumida por Cambio Radical. El papel de esta colectividad en la

---

<sup>8</sup> Este proceso se explicará detalladamente en el cuarto capítulo.

campaña para la refrendación fue calificado por algunos sectores como “poco comprometido” (Revista Semana, 2016b), debido a que su líder político, el vicepresidente Germán Vargas Lleras, se alejó de la discusión del proceso de paz, porque sus posturas diferían de algunos puntos acordados en La Habana, como el tema de la justicia transicional (Revista Semana, 2016). Aun con esto, en el legislativo la bancada de este partido votó positivamente asuntos sustanciales para el proceso de paz como el Acto Legislativo 01 del 2016 sobre el *Fast Track* y la ley estatutaria No. 94 sobre el Plebiscito especial para la paz.

El 25 de julio un grupo de senadores, liderados por Carlos Fernando Galán y Germán Varón, dieron una rueda de prensa donde Cambio Radical anunciaba su voto por el “Sí” (El Espectador, 2016b); no obstante, después del anuncio tomarían distancia con el proceso liderado por Gaviria y el 30 de agosto, día en que se hace público la aprobación del Plebiscito especial por parte del Senado, se conoce una carta del presidente de la colectividad, Rodrigo Lara, a los integrantes de su partido, pidiendo que no se participe de ningún evento que tuviera que ver con la estructura organizativa de César Gaviria:

El partido Cambio Radical no participará de alguna manera en la campaña organizada por el expresidente liberal César Gaviria, por consiguiente, solicitamos a nuestros dirigentes y militancia que se abstengan de participar en reuniones o actos de campaña que tengan que ver con la estructura del expresidente César Gaviria «[...] *Le solicitamos de manera respetuosa doctor Gaviria que lleve a cabo sus visitas regionales y sus actos de campañas al margen de las actividades que desarrolla nuestra colectividad y los dirigentes de Cambio Radical*» (Revista Semana, 2016).

Sobre esto el periodista Juan Gabriel Uribe afirmó que las razones de esta postura de Cambio Radical se debían al control político que tenía el Partido Liberal del proceso de paz: «*El plebiscito debería ser de la sociedad y no partidista*» (Semana en vivo, 2016). Al respecto Rodrigo Lara, presidente de Cambio Radical, dijo que Gaviria pretendía «*apalancar las aspiraciones de los suyos con esta campaña del plebiscito*» (La Vanguardia, 2016<sup>a</sup>):

---

Es un error que el doctor César Gaviria pretenda asumir el liderazgo de esta campaña de plebiscito, porque a todas luces, y así lo ha demostrado hoy, ayer y el viernes, pretende apalancar las aspiraciones de los suyos con esta campaña del plebiscito. Yo la verdad es que invito al doctor Gaviria a que piense en el país y en la coyuntura histórica de este momento. Hay que dejar atrás la pequeña política y pensar con grandeza y desprendimiento (La Vanguardia, 2016a).

La diferencia entre César Gaviria y Cambio Radical se comprende por el papel protagónico del Partido Liberal en puestos claves no solo de la negociación sino también de la campaña política, los otros partidos de la Unidad Nacional (Partido de la U, Partido Conservador y Cambio Radical) habían dado su apoyo al proceso con algunas críticas, como lo era el tema de la justicia transicional, sin embargo, no eran tenidos en cuenta como si ocurría con los liberales. La decisión de Santos de elegir a Gaviria como jefe de campaña abrió fisuras y generaría que Cambio Radical no hiciera parte de los eventos organizados por el exmandatario y que el Partido de la U comenzara una campaña de manera autónoma. Adicionalmente, el Partido Conservador que también pertenecía a la Unidad Nacional no mostraba su apoyo al Sí, esto debido a la división interna que había en esta colectividad sobre si apoyar o no al gobierno en el plebiscito por la paz.

En el 2010, cuando comenzó el gobierno de Santos, el Partido Conservador era parte activa de la Unidad Nacional; sin embargo, desde el 2012 diferentes sectores del partido asumieron una posición crítica frente al proceso de paz, lo que implicó que las decisiones que se tomaron sobre este tema estuvieran divididas. Andrés Pastrana y Martha Lucía Ramírez eran los líderes del sector que estaba en contra del proceso y, si bien ninguno de ellos hacia parte del legislativo, Ramírez fue candidata presidencial para las elecciones del 2014 y Pastrana como último presidente de esta colectividad no solo tenía un peso simbólico sino político adentro. Esto llevó a que, en la segunda vuelta presidencial del 2014, los Conservadores apoyaran al Centro Democrático y no la reelección de Santos por

influencia directa de la candidata Ramírez. No obstante, desde la reelección de Santos, en las legislaturas los conservadores votaban mayoritariamente a favor de los proyectos propuestos por el oficialismo, por lo que se seguían considerando como parte de la Unidad Nacional.

El Partido Conservador volvió a mostrar sus diferencias internas para la campaña al Plebiscito por la paz. El presidente interino de la colectividad, el congresista David Barguil, manifestó públicamente su apoyo y el de su partido al “Sí” (El Tiempo, 2016c).

El 1 de agosto del 2016 se produjo una confrontación entre estos dos sectores, cuando militantes de las Juventudes Conservadoras se reunieron al frente de la sede del partido con camisetas que llevaban en la parte frontal la palabra “Sí”, esto como respuesta a una carta enviada por Andrés Pastrana al directorio del partido, afirmando que la posición oficial de la colectividad debería ser en favor del “No”, pues el Plebiscito sería un *«golpe de Estado contra el orden constitucional y la legalidad que se pretende rematar con un plebiscito espurio»* (Pacifista, 2016).

Barguil convocó a una reunión extraordinaria del directorio en su sede después de dicha concentración, acompañado del jefe del equipo negociador de paz, Humberto de la Calle. La decisión del presidente del Partido lo llevó a una confrontación vía Twitter con Martha Lucía Ramírez, quien lo acusó de no tener en cuenta la posición de la militancia conservadora.

El expresidente Belisario Betancur, quien estaba alejado de la vida pública, se unió a esta discusión en la semana del 20 de agosto, enviando una carta al directorio del partido pidiendo a toda la base de la colectividad votar por el “Sí”: “Ante la certeza de la culminación positiva de los procesos de la paz en La Habana, siento el imperativo categórico de pedir a mis compatriotas del Partido Conservador, que voten sí al plebiscito aprobatorio de los Acuerdos de Paz” (El Colombiano, 2016).

---

Ante un apoyo mayoritario de la militancia y del directorio, a finales de agosto los conservadores anunciaron que apoyaban el “Sí” y, además, le harían campaña. Esta decisión apartó a Pastrana y a Ramírez del partido en estos meses y los vinculó estrechamente con la campaña del “No”. Antes de apartarse de la colectividad, el expresidente Pastrana afirmó que la bancada del partido era «*cómplice de la entrega del país, de sus instituciones y de su territorio*» (El Tiempo, 2016c).

El 30 de agosto del 2016, cuando el presidente Juan Manuel Santos firmó el Decreto 1391 donde disponía “*someter a consideración del pueblo mediante plebiscito, el Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera*”, los partidos de la coalición de gobierno fueron invitados a una reunión en la Casa de Nariño, organizada por César Gaviria para exponer asuntos organizativos de la campaña del “Sí”; sin embargo, la colectividad de Cambio Radical no asistió (Revista Semana, 2016). Como se mencionó anteriormente, la petición de Cambio Radical de cambiar a César Gaviria de la jefatura de la campaña se sumó a las diferencias internas de los conservadores que llevaron a dos de sus líderes políticos, Andrés Pastrana y Marta Lucía Ramírez, a la campaña del No, y a la autonomía que había manifestado el Partido de la U. En este sentido, la campaña oficial al Plebiscito comenzó con fisuras en la Unidad Nacional. Por un lado, el Partido Liberal y, por otra parte, el Partido de la U, Cambio Radical y el Partido Conservador. Los tres habían dicho “Sí” pero cada uno comenzaría a actuar de manera independiente, adicionalmente, los votos de estos partidos eran fundamentales para ganar el Plebiscito, sobre todo en la Costa Caribe.

Debido a lo ocurrido en el almuerzo en Casa de Nariño el 30 de agosto, el de 31 de agosto del 2016, Juan Manuel Santos decide que la nueva coordinadora de la campaña del Sí sería la ministra de educación, Gina Parody. Ella había acompañado a Gaviria en la segunda vuelta electoral del 2014 en la reelección y

para el plebiscito tomaría una licencia no remunerada de su cargo para participar del proceso (El Tiempo, 2016). La llegada de Parody, buscaba apartar a Gaviria de la coordinación del trabajo político con los partidos de la coalición de gobierno y generar más confianza en Cambio Radical, el Partido de la U y en el Partido Conservador. Esto no implicó que el expresidente saliera de la campaña; de hecho, fue el líder más visible del comité “Sí a la paz”, la iniciativa lanzada por el gobierno a mediados de julio para movilizar votantes a favor de la refrendación.

### **3.2.2. Fase Parody: el efecto colateral de una imagen desfavorable**

A comienzos de agosto del 2014 Sergio Urrego, estudiante del Gimnasio Castillo Campestre, se suicidó tras ser víctima de tratos homofóbicos en su institución (El Tiempo, 2014). Un año después, en agosto del 2015, tras una tutela que impuso la familia de Urrego al colegio para que él recibiera el grado póstumo de bachiller, la Corte Constitucional falló a favor de la tutela y, adicionalmente, dijo que el Ministerio de Educación Nacional (MEN) debía modificar los manuales de convivencia para garantizar el libre desarrollo de la orientación sexual de los menores. La Sentencia T-478 del 2015 de la Corte, llevó al MEN, liderado por Gina Parody, a la construcción de manuales de convivencia y material pedagógico que tratarían el tema de la orientación sexual.

En este contexto, un año después de la Sentencia y cumpliendo el fallo de la Corte Constitucional, en julio del 2016 el MEN entregó a los rectores de las instituciones educativas el documento “Manual de preguntas orientadoras” y la cartilla “Ambientes escolares libres de discriminación”; sin embargo, conocida la noticia, diferentes sectores conservadores como la Iglesia Católica y Evangélica, organizaron marchas para “defender los principios de la familia” (El Tiempo, 2016a). Como lo señaló el portal La Silla Vacía:

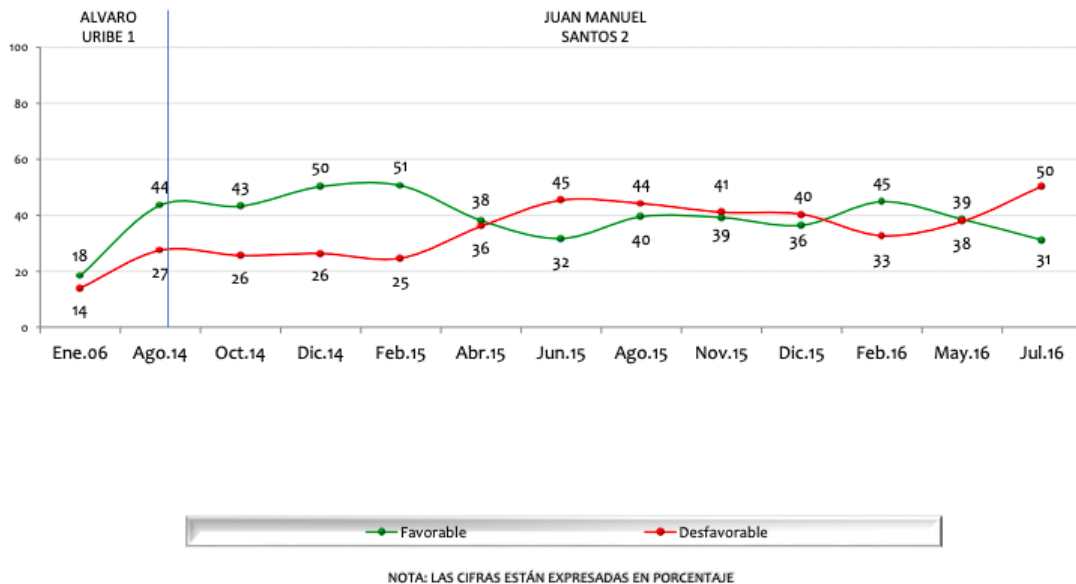
*[...] a raíz de las cartillas de educación sexual “ambientes escolares libres de discriminación” se desataron marchas sin precedentes en todo el país. Como lo reportó La Silla, en cuestión de tres días, la Iglesia Católica y varios pastores cristianos convocaron a una marcha a la que acudieron -según*



*varios medios- entre 40 mil y 100 mil personas en por lo menos siete ciudades. Entre ellas Bogotá, Montería, Cali, Cartagena y Sincelejo. Fue una manifestación inédita teniendo en cuenta que su convocatoria no contó con el apoyo de los grandes medios de comunicación ni del aparato estatal. [...] Además, fue una manifestación dirigida contra la ministra Parody personalmente. Un acto masivo de protesta, con elementos de matoneo en su contra, por promover una cartilla para evitar la discriminación, como había ordenado la Corte Constitucional (La Silla Vacía, 2016b)*

Las manifestaciones durante los meses de julio y agosto sobre el tema de las cartillas ubicaron en el centro de la controversia a Parody, encargada del ministerio, quien tuvo como consecuencia ver afectada su popularidad con una imagen desfavorable del 50%, como lo demuestra la encuesta de Invamer Gallup en el gráfico 4.

Gráfico 4. Imagen favorable y desfavorable de Gina Parody



Fuente: Invamer Gallup (2016, p.57)

Según el histórico de popularidad de Parody diseñado por Invamer Gallup, desde el comienzo de su gestión en agosto del 2014 dirigiendo el MEN, su imagen no había sido tan desfavorable como en julio y agosto del 2016, siendo la ministra más impopular del gobierno Santos. Adicional a la discusión de las cartillas, la ministra había acudido a mediados de agosto al Congreso para rendir cuentas sobre inconsistencias en el Programa de Alimentación Escolar (PAE) y por la

implementación del Sistema Nacional de Educación Terciaria (SNET). En esta comparecencia, el Centro Democrático comenzaba a relacionar la discusión de las cartillas con el Acuerdo de paz, al respecto Ávaro Uribe decía: «*La ideología de género, incluida en los acuerdos de paz, entrará – sin mayores debates- a hacer parte de nuestro ordenamiento constitucional. Algo se tendrá que decir también sobre esto...»* (Gómez Suarez, 2017, p.65).

En este contexto, el 31 de agosto del 2016 Juan Manuel Santos designó a Gina Parody como coordinadora de la campaña del Sí, con el objetivo de reforzar el equipo de César Gaviria, Luis Garzón y Fabio Villegas. Sin embargo, como se explicó anteriormente, esta decisión también pretendió apartar a Gaviria de la coordinación del trabajo político con los partidos de la coalición de gobierno y generar más confianza en Cambio Radical y el Partido Conservador, de tal modo que se asegurara el trabajo electoral en zonas estratégicas como la Costa Caribe. La decisión de Santos de reforzar el equipo del Sí con Gina Parody generó un efecto contrarió en la ciudadanía, quien comenzó a relacionar la discusión de las cartillas de sexualidad con la campaña política del Sí. Esa idea fue señalada por Ángela Hernández, diputada del Centro Democrático, y por Alejandro Ordoñez, quien había sido destituido de su cargo de Procurador General de la Nación por el Consejo de Estado el 8 de septiembre del 2016, y a su salida del órgano de control, entró a la campaña del “No”, difundiendo la idea que los Acuerdos de paz introducían la “ideología de género” para “destruir a las familias, núcleo de la sociedad” (Gómez-Suarez, 2017, p.65). Al respecto Andréi Gómez Suarez afirma:

*Haber logrado integrar la “ideología de género” al acuerdo de paz fue un ejercicio de manipulación emocional que en tiempo récord (un mes) logró indignar y atemorizar a amplios sectores colombianos porque creían que estaba en riesgo la libertad de culto, la educación sexual de sus hijos y los valores tradicionales de la sociedad colombiana (Gómez-Suarez, 2017, p.66).*

En los eventos realizados por el “No” muchos de los participantes asistían para mostrar su desacuerdo con las cartillas del MEN y particularmente con Parody. Como se observa en la imagen 1, fotografía tomada por La Silla Vacía en una manifestación del “No”, el mensaje pide la renuncia de Parody, leyéndose de dos formas: “Si Gina Parody NO renuncia, NO votamos en el plebiscito” o “Si Gina Parody NO renuncia, votamos NO en el plebiscito”. Independientemente de cómo se lean, las dos afirmaciones implicaban estar en contra de la refrendación si Parody permanecía en el cargo.

Imagen 1. Cartel en contra de Gina Parody.



Fuente: La Silla Vacía (2016a)

Gina Parody se encontraba en la mitad de una discusión pública por las cartillas sobre sexualidad, sumado a una baja popularidad y ante las críticas por la implementación de programas como el PAE y el SNET por parte de su ministerio. En este marco, Juan Manuel Santos la elige coordinadora de campaña para apaciguar las fisuras internas en la coalición de gobierno, pero lo que logró fue afianzar la idea que la “ideología de género” haría parte de la formación de la infancia en las escuelas del país, designando a la persona que estaba en el centro del debate público como parte del equipo de la campaña del Sí.

### **3.2.3. La campaña del Sí en las regiones**

Para comienzos de septiembre la campaña del Sí tenía 1.604 comités inscritos ante el CNE, a diferencia de los 135 del No. Muchos de estos comités eran organizaciones sociales, ciudadanas y partidos políticos que no respondían directamente al gobierno pero que buscaban explicar en las diferentes regiones del país las características del Acuerdo, aunque como lo señaló meses después el CNE, muchos de estos comités no reportaron sus dineros al portal “Cuentas Claras”, «Según los registros, las 662 campañas que registraron sus cuentas por el ‘sí’ habrían tenido ingresos por más de 23 mil millones de pesos, de los cuales gastaron aproximadamente 14 mil millones de pesos» (La FM, 2017). Los comités con los cuales el gobierno trabajaría directamente eran: Sí a la paz y El Sí de todos. Desde estas dos plataformas circularían la mayor cantidad de videos promocionales, cartillas, posters e imágenes del Sí para el Plebiscito<sup>9</sup>.

Desde el 9 de septiembre la Cámara de Representes tendría un receso de dos semanas para que los congresistas que pertenecían a esa corporación se vincularan a las campañas de sus respectivos partidos en las regiones. Mauricio Lizcano, presidente del Senado no tomó la misma decisión, por ende, estos legisladores no podrían incorporarse de manera activa a las campañas de sus partidos, únicamente en giras realizadas los fines de semana (Risaralda Hoy, 2016).

En la investigación no se encontraron documentos oficiales sobre una agenda de la campaña del Sí. Esto se debe a que al ser una campaña donde cada partido político de la Unidad Nacional actuó de manera independiente y poco coordinada, no se encuentran registros sistematizados de movilizaciones a favor del Sí de forma conjunta, a excepción de aquellos en los que participaba Juan Manuel Santos.

---

<sup>9</sup> En el capítulo cuatro se realiza el análisis de los videos promocionales del Sí.

---

A lo largo del mes de campaña en septiembre, Juan Manuel Santos participó de cuatro eventos a nivel nacional relacionados directa o tangencialmente con la refrendación<sup>10</sup>: el primero fue el 14 de septiembre en la ciudad de Quibdó, Chocó, donde inauguró “Ciudadela mía” una urbanización de viviendas gratis. Desde allí, Santos dio un mensaje de voto a favor del Sí a los habitantes de esta región del pacífico; el segundo evento fue la firma de paz en Cartagena el 26 de septiembre; el tercer evento fue el cierre de la campaña del Sí en la costa caribe en Barranquilla, Atlántico, y Ciénaga, Magdalena, organizado por Cambio Radical; el cuarto evento, fue un partido de voleibol en el Palacio de los Deportes en Bogotá entre Ruanda y Colombia el sábado 1 de octubre del 2016, en los equipos se encontraban soldados y excombatientes reinsertados.

De estos cuatro eventos, aparte de la firma del Acuerdo Final en Cartagena que ya se explicó, se destaca el evento en Barranquilla y Ciénaga promovido por Cambio Radical. El 27 de septiembre, un día después de la celebración en Cartagena, se llevó a cabo el cierre de la campaña del Sí en la Costa Caribe; al estacionamiento del estadio Metropolitano de Barranquilla, llegaron unas 20.000 personas aproximadamente para manifestar su apoyo en el Plebiscito (La Silla Vacía, 2016). En el evento liderado por el alcalde de Barranquilla, Alejandro Char, estuvo presente el presidente Juan Manuel Santos y el vicepresidente Germán Vargas Lleras. Según afirma La Silla Vacía, Vargas no realizó ningún discurso, las palabras fueron realizadas por Santos quien *«hizo un llamado populista por el Sí, explicando que los acuerdos significarán más inversión, empleo y bienestar en Barranquilla»* (La Silla Vacía, 2016).

---

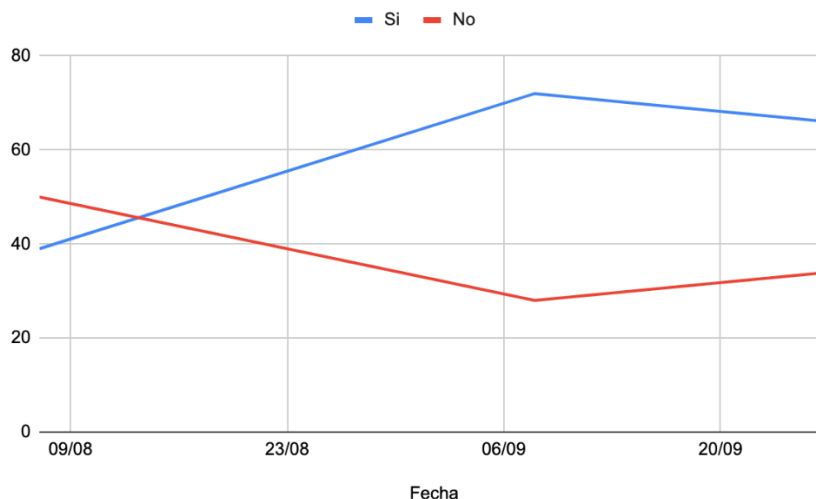
<sup>10</sup> Por tangencial se refiere a que no fue un evento oficial de la campaña del Sí, pero en el que se promocionó ese voto en el Plebiscito.

Después de una hora de evento en Barranquilla, la comitiva presidencial se desplazó al estadio de Ciénaga, donde los recibiría Rosa Cotes Vives, gobernadora de Magdalena. Allí Santos pronunció un discurso donde señaló: «*Colombia está frente a un cambio de época y con el ‘Sí’ en el plebiscito se le va a dar un fin a este triste capítulo para enfilarnos hacia la paz. Si pudimos hacer todo lo que hemos hecho teniendo el conflicto, imagínense lo que vamos a lograr ahora con la paz*» (El Tiempo, 2016).

### 3.3. Las razones para el triunfalismo: una mirada a las encuestas

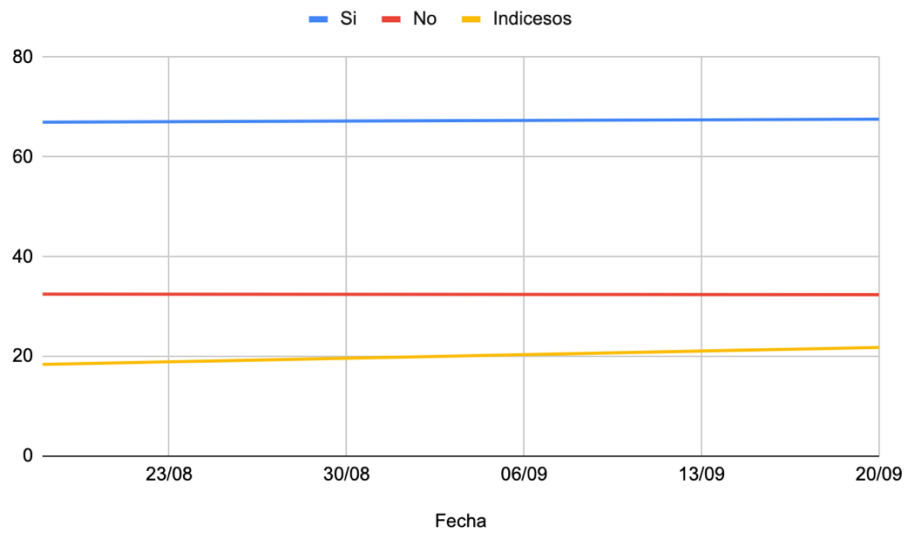
Desde el 7 de agosto hasta el 27 de septiembre se llevaron a cabo catorce encuestas sobre esta pugna electoral. De las catorce realizadas solamente una, la primera, daba como perdedor al “Sí”, las otras trece lo daban como ganador. Las cuatro empresas que realizaron estas encuestas fueron: Ipsos Napoleón Franco (3), Invamer Gallup (2), Cifras y Conceptos (3) y Datexco (5). A continuación, de la gráfica 5 a la 8 se muestra el desempeño de cada una de estas encuestadoras y los resultados en las fechas que fueron realizadas.

Gráfico 5. Encuestas Ipsos Napoleón Franco sobre intención de voto ciudadano del Plebiscito del 2 de octubre del 2016



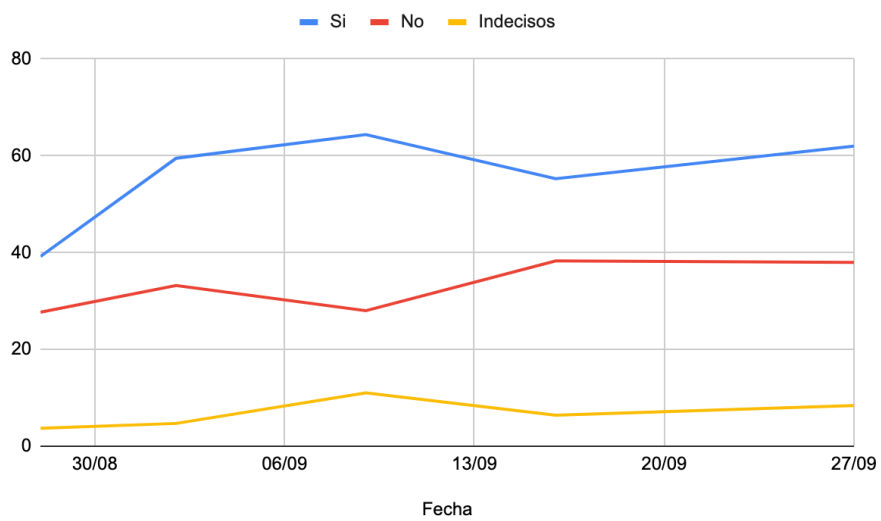
Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6. Encuestas Invamer Gallup sobre intención de voto ciudadano del Plebiscito del 2 de octubre del 2016



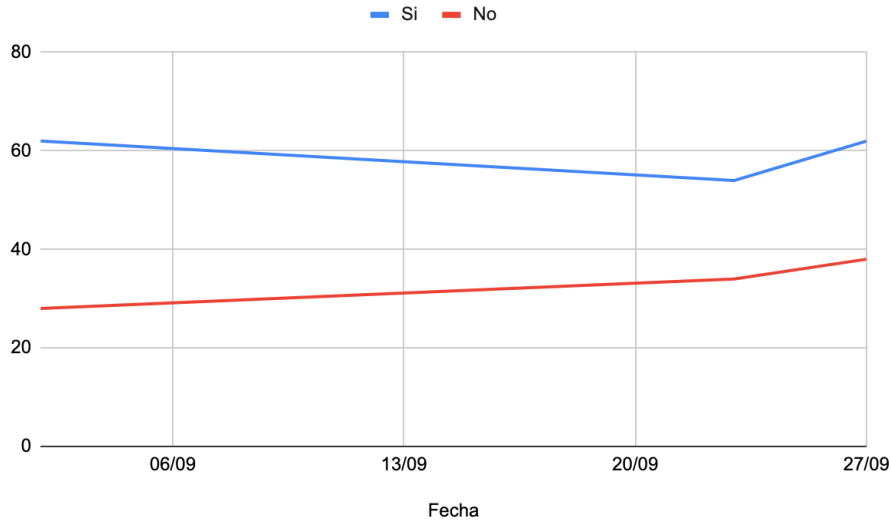
Fuente: Elaboración propia

Gráfico 7. Encuestas Datexco sobre intención de voto ciudadano del Plebiscito del 2 de octubre del 2016



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 8. Encuestas Cifras y Conceptos sobre intención de voto ciudadano del Plebiscito del 2 de octubre del 2016



Fuente: Elaboración propia

Según las cuatro encuestadoras, desde el 7 de agosto al 27 de septiembre se muestra una uniformidad de la intención de voto de las personas consultadas. El No oscila en una votación entre el 25 % y 40 % y el Sí entre el 40 % y el 72 %. El Sí tiene su votación más baja, sobre el 40 %, en las consultas realizadas el 7 de agosto por Ipsos Napoleón Franco y el 28 de agosto por Datexco. Su votación más alta llega a ser el 8 de agosto con un 72 % y como media los datos registran resultados a favor entre el 50% y el 65 %. En definitiva, durante los dos meses previos a la votación del Plebiscito especial había una conclusión al revisar las encuestas: el Sí va a ganar.

Las encuestas habían llevado a la campaña del Sí y, sobre todo al presidente Juan Manuel Santos, a un triunfalismo comprensible. En ninguno de los resultados publicados en el mes de septiembre por las firmas encuestadoras se registró que el No iba a ganar, aún más, la diferencia en alguna de ellas llegó a ser entre el 30 % y el 40 %, como es el caso de la llevada a cabo el 9 de septiembre por Datexco.



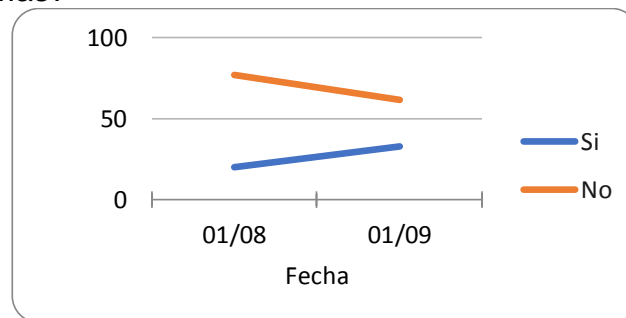
En la encuesta del 27 de septiembre de Cifras y Conceptos, que es la única que muestra un crecimiento paulatino del No, la diferencia sigue siendo de 22 %. En ese punto, la única preocupación del gobierno era superar el umbral de 4.536.993 de votos.

Sumado a las encuestas, el reconocimiento de la comunidad internacional, la firma del Acuerdo Final de Cartagena y las declaraciones de las FARC pidiendo perdón a las víctimas y anunciando la entrega de sus bienes, constituyen razones para entender por qué el Gobierno Santos asumió su victoria antes de tiempo. Sin embargo, un análisis más detallado de las encuestas muestra un panorama que advertía el descontento de la ciudadanía con el Acuerdo Final.

La firma Invamer Gallup fue la empresa que menos encuestas realizó, dos. Una de ellas el 18 de agosto y otra el 20 de septiembre. Teniendo un mes de diferencia entre las dos, estas eran las más completas, ya que adicional a preguntarle a los potenciales votantes si estaban a favor o no de los Acuerdos, realizaron diferentes preguntas a los encuestados sobre puntos de la negociación y agregaron el dato de votantes indecisos. Datos que no se registran en las otras firmas.

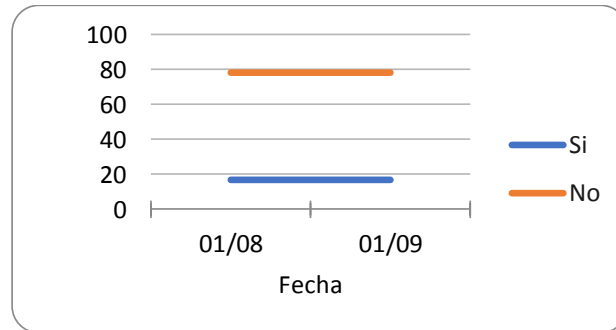
En las dos encuestas realizadas por Invamer Gallup, ganó el “Sí” con 67,5 % contra el 32,5 % del “No” en agosto y en septiembre ganó el “Sí” con el 67,6 % contra 32,4% del “No”. Sin embargo, las otras preguntas que abordaron temas como participación política, narcotráfico, víctimas, entre otras, los encuestados votaron que no estaban de acuerdo con ellos. A continuación, los resultados de estas preguntas.

Gráfico 9. Encuesta Invamer Gallup: ¿Las FARC harán grandes esfuerzos para reparar a las víctimas?



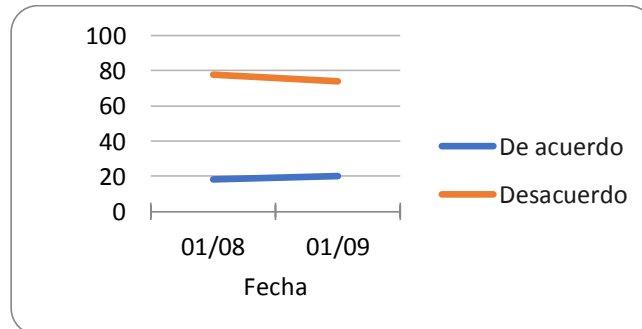
Fuente: Elaboración propia

Gráfico 10. Encuesta Invamer Gallup: ¿Las FARC ayudarán a combatir el narcotráfico?



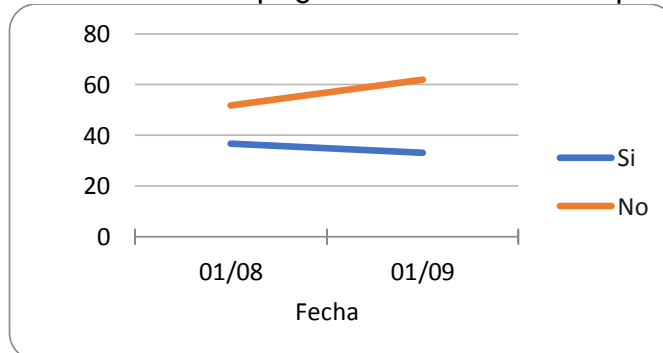
Fuente: Elaboración propia

Gráfico 11. Encuesta Invamer Gallup: ¿Está usted de acuerdo o en desacuerdo con que miembros de las FARC una vez hayan dejado las armas puedan participar en política sin tener que pagar cárcel?



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 12. Encuesta Invamer Gallup: ¿Las FARC van a cumplir los Acuerdos?



Fuente: Elaboración propia

Al revisar las respuestas de las encuestas de Invamer, se puede concluir que, si bien las personas estaban a favor de la paz, no se encontraban a favor de los puntos centrales del Acuerdo Final. Estas cuatro preguntas resumían cuatro de los

seis puntos negociados en La Habana, las preguntas: “¿Las FARC ayudarán a combatir el narcotráfico?” y “¿Está usted de acuerdo o en desacuerdo con que miembros de las FARC una vez hayan dejado las armas puedan participar en política sin tener que pagar cárcel?”, muestran una desaprobación del 80 % de las personas consultadas. Contrario a las preguntas sobre si “¿Las FARC harán grandes esfuerzos para reparar a las víctimas?” y “¿Las FARC van a cumplir los Acuerdos?”, en donde también hay una desaprobación sobre las actuaciones de la guerrilla, pero su diferencia es más corta.

En ninguna de las preguntas de las encuestas de agosto y septiembre existe un resultado donde se demuestre un apoyo a un punto de los Acuerdos, se observa una leve tendencia positiva en la pregunta que considera que las FARC sí van a reparar a las víctimas. No obstante, se muestra que no había un apoyo mayoritario de la ciudadanía a los ejes fundamentales del Acuerdo Final. En definitiva, según las encuestas, los votantes sí querían la paz, apoyaban el proceso, pero desconfiaban de las FARC y no se encontraban de acuerdo con puntos alcanzados en la agenda de negociación como lo era el de participación política.

### **3.4. La campaña por el Sí y las razones de la pérdida de la refrendación.**

El proceso de la refrendación de los Acuerdos de paz entre la guerrilla de las FARC y el Gobierno de Juan Manuel Santos fue un proceso largo y complejo, que tuvo su origen en la fase exploratoria de las negociaciones, luego como un pacto entre las partes para que la ciudadanía manifestara su apoyo al trabajo realizado, y que culminó con una derrota en la jornada de votación del Plebiscito especial para la Paz.

Se concluyen tres razones de la pérdida de la refrendación, por parte de la campaña del Sí: primero, los tiempos de la campaña y el cierre del proceso de negociación son dos dinámicas diferentes que se chocan, superponen y, en ocasiones, se complementan; segundo, Santos tomó malas decisiones al elegir a César Gaviria y Gina Parody como líderes de la campaña del Sí, no solo se dividió

la coalición de gobierno también le dio más argumentos a la ciudadanía de votar No al designar a una cuestionada ministra de Educación, con una baja popularidad como coordinadora de campaña; tercero, el gobierno subestimó el poder electoral del No y asumió un triunfalismo ante el Plebiscito, negando miles de voces que no estaban de acuerdo con lo pactado en La Habana.

Sobre la primera razón, los tiempos de la campaña y el cierre del proceso de negociación son dos dinámicas diferentes que se chocan, superponen y, en ocasiones, se complementan. Como se demostró a lo largo del capítulo, la refrendación tiene un origen en la fase exploratoria de las negociaciones, pero su proceso se da por fuera de La Habana. Desde el principio, el primer desencuentro entre los negociadores fue si se realizaba o no una Asamblea Nacional Constituyente como mecanismo de refrendación, sin embargo, este no se discutió al interior de la mesa de conversaciones sino en el escenario público entre medios, juristas, académicos y políticos. Posteriormente, los proyectos legislativos que realizó el Gobierno fueron independientes a lo pactado en Cuba, de hecho, las FARC no estaban de acuerdo ni con un referendo ni con un plebiscito. La discusión sobre la refrendación siempre se dio en tres esferas institucionales: el ejecutivo, el Congreso y la Corte Constitucional. La insurgencia terminó siendo un espectador en ese debate y acoplándose a la propuesta del gobierno. Paralelamente se avanzaba en la idea, en estas tres esferas, de un Plebiscito especial para la paz, la guerrilla y el gobierno acordaban en La Habana, los seis puntos de la agenda de negociación. En definitiva, la refrendación y los diálogos de paz tienen un mismo origen que se separa cuando el gobierno busca en el Congreso aplicar mecanismos para refrendar los acuerdos independientemente de la postura de las FARC.

Al llegar el fallo de la sentencia C-379 del 2016 de la Corte Constitucional el 18 de julio del 2016, los diálogos en La Habana no habían culminado, no se habían oficializado las campañas, pero el equipo de la campaña del Sí ya estaba designado por el presidente Santos para trabajar en tres ejes: el gubernamental, el político y el empresarial. Después del anuncio del cierre de las negociaciones en La Habana, la dinámica del proceso de paz hizo que, en septiembre, mes previo

---

del Plebiscito, se realizaran eventos que buscaban dar a conocer lo pactado, ya sea a las bases de la insurgencia, a la ciudadanía en general o a la comunidad internacional. Estos momentos eran independientes a la campaña del Sí, la cual buscaba sumar apoyos regionales para ganar la refrendación. La firma del Acuerdo Final en Cartagena, el 26 de septiembre del 2016, sirvió como plataforma para cerrar los diálogos y motivar al electorado para las votaciones del 2 de octubre. Es el único evento, junto con el del Plebiscito que puede considerarse simultáneamente como parte del proceso de la refrendación y del proceso de paz. La segunda razón, Santos tomó malas decisiones al elegir a César Gaviria y Gina Parody como líderes de la campaña del Sí. La elección de Gaviria como jefe de la campaña del Sí dividió a la coalición de gobierno oficialista, generando que trabajaran de manera autónoma y desarticulada. A diferencia de la campaña a la reelección del 2014 no se logró coordinar un trabajo mancomunado por las dinámicas propias de los partidos y por la postura de no subordinarse a la figura de Gaviria. Su designación fue leída como un apoyo a los liberales, excluyendo de los puestos claves del proceso de paz a los otros partidos de la Unidad Nacional. La designación de Parody buscaba solucionar el inconveniente de la división entre los partidos de la coalición de gobierno, se le pidió que coordinara junto con las colectividades de la Unidad Nacional la campaña a favor del Acuerdo Final. Sin embargo, Parody durante julio y agosto del 2016 estaba en el centro de la discusión nacional sobre las cartillas de género que se dieron a las escuelas públicas del país por parte del MEN. Su llegada a la campaña fue leída como una corroboración, por parte de los potenciales votantes del No, que la “ideología de género” hacía parte de los Acuerdos y que afectaría los valores tradicionales de la familia.

La tercera razón para explicar la derrota del Sí, es la subestimación del adversario. De las catorce encuestas realizadas, dos meses antes del plebiscito, trece daban como ganadora al Sí. Sumado al apoyo mayoritario de la comunidad internacional y de los sectores pro-Acuerdo de paz en Colombia, se generó la idea de que la refrendación era un hecho. No se estimó como importante el electorado que no

estaba a favor de los Acuerdos, por lo contrario, se asumió una actitud triunfalista, que perjudicó a un potencial electorado del Sí que no considero indispensable salir a votar el 2 de octubre.

## **4. Capítulo 4. Los discursos de la campaña del “Sí” entre la emocionalidad y la racionalidad**

Los capítulos dos y tres han logrado dar un contexto del proceso de la refrendación y de la campaña del Sí para ubicar en un marco espacio-temporal los discursos que circularon para promover el voto a favor del Acuerdo de Paz. Dicho contexto permite contrastar y analizar las diferentes afirmaciones, ideas y enunciados dados desde el gobierno Santos.

El objetivo de este último capítulo es ubicar y analizar los discursos emocionales y racionales de la campaña del Sí en el Plebiscito por la paz del 2016, utilizando como referencia el marco interpretativo del discurso político de Charaudeau (2012), el cual plantea tres niveles: enunciativo, retórico-argumentativo y racional-emocional. En este sentido, se desarrollan cuatro enunciados predominantes que constituyeron las narrativas de la campaña del Sí: “volver a la guerra”, “si gana el “No”, se acabó el proceso”, “las víctimas están en el centro del Acuerdo” y “la rentabilidad de la paz”. Las tres primeras corresponden al uso emocional del discurso y la cuarta al racional.

### **4.1. Las discursividades y emociones del Sí: más cerca del miedo que de la esperanza**

En el presente apartado se analizan tres enunciados que circularon en la campaña del Sí, desde junio hasta octubre del 2016 y que fueron patentes en el discurso político de Juan Manuel Santos, así como en el de integrantes de la campaña y del equipo negociador. Inicialmente se desarrolla el discurso de “volver a la guerra”, cuyo origen es la campaña presidencial del 2014, en la que Santos fue reelegido y que, adicionalmente, fue utilizado desde dos lugares enunciativos diferentes: la configuración de una posible guerra urbana por

parte de las FARC y la probabilidad de que la guerrilla “volvería al monte”, es decir, a la lucha desde la ruralidad.

En segundo lugar, se abordan las afirmaciones de “si el “No” gana, se acabó el proceso” y “no habrá renegociación”, utilizadas con mayor frecuencia por el jefe del equipo negociador, Humberto de la Calle. Ambas afirmaciones se analizan conjuntamente, porque fueron usadas en el mismo desarrollo argumental del jefe negociador para promover el voto por el Sí.

En tercer lugar, se analizan las 175 piezas audiovisuales que usaron los comités del gobierno: “Sí a la Paz” y “El Sí de Todos”. De acuerdo con lo anterior, se aborda la discursividad emocional del papel de las víctimas asociada con el perdón y la reconciliación. Posteriormente, usando estos mismos videos, se analizan los elementos racionales, de la narrativa “Rentabilidad de la paz”.

#### **4.1.1. Guerra vs paz: el antecedente del 2014**

En 2014 Juan Manuel Santos buscó reelegirse como presidente de la República de Colombia, con el fin de continuar las negociaciones con las FARC, adelantadas desde el 2012 para acabar con el conflicto armado. Su principal competidor era el exministro de Hacienda, Óscar Iván Zuluaga, candidato del partido Centro Democrático, colectividad que estaba en oposición a los diálogos de La Habana. En la primera vuelta electoral Santos obtuvo una votación de 25,69 % contra un 29,25 % de Zuluaga, lo que implicó que los dos tuvieran que definir la presidencia en segunda vuelta.

La estrategia de Santos para la segunda vuelta electoral fue consolidar una amplia coalición de partidos pro-paz y con ello derrotar al Centro Democrático. Si bien partidos como el Polo Democrático y el Partido Verde dejaron en libertad a sus votantes, debido a las diferencias internas que había en estas colectividades, figuras representativas de estos partidos como Clara López, Iván Cepeda y Enrique Peñalosa afirmaron públicamente que el voto por Santos era un voto que respaldaba el proceso de negociación (Vanguardia, 2014). En



## Capítulo 4

---

definitiva, la búsqueda de una coalición amplia y unida que llegara a segunda vuelta no fue posible por parte de Santos, caso contrario al de Zuluaga, que afianzó el apoyo del Partido Conservador liderado por Marta Lucía Ramírez.

Ante este panorama, Santos encargó a César Gaviria como jefe de la campaña reeleccionista, no solo para buscar las alianzas programáticas con otros partidos y tener mayor incidencia regional, sino para ser un contrapeso comunicativo al líder político del Centro Democrático, Álvaro Uribe Vélez. Al respecto, Jaime Bernal afirmó que la presencia de Gaviria *«equiparó las fuerzas con Uribe, fortaleciendo y dando un nuevo aire de campaña, funcionando más que un jefe de debate en un estratega»* (El País, 2014).

Gaviria llevó a cabo dos estrategias para la segunda vuelta electoral: en primer lugar, se centró en “activar la maquinaria política”, organizando en las diferentes ciudades comités multipartidarios que harían campaña permanente por Santos, sobre todo en los dieciséis departamentos donde Zuluaga había ganado, y, en segundo lugar, se implementó un discurso de “guerra vs paz”, donde se argumentaba que votar por Zuluaga era “volver a la guerra”. La finalidad de esta narrativa era que los votantes de centro y centroizquierda que no habían votado por Santos en primera vuelta lo hicieran como un apoyo al proceso de paz.

Frente al primer punto de la estrategia: organización de comités multipartidos, uno de los casos más relevantes fue el de Bogotá, ciudad que tiene el mayor caudal electoral y en la que Santos quedó tercero en primera vuelta con un 18,09 % de los votos, detrás de Oscar Iván Zuluaga y Clara López que alcanzaron el 22,10 % y 20,40 %, respectivamente. La estrategia consistía en dividir la ciudad en nueve zonas y asignar en cada una un grupo encargado de organizar mítines, repartir publicidad y explicar el plan de gobierno de Santos. En cada grupo confluían militantes y políticos de los partidos de la Unidad Nacional, así como políticos de partidos de centroizquierda y exfuncionarios, tanto del nivel distrital como nacional, que renunciaron a sus cargos para dedicarse totalmente a la campaña. En el caso de la alcaldía de la ciudad, José Miguel Sánchez, director del Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud (IDIPRON), Aldo Cadena, secretario de Salud, y Jorge

Rojas, secretario de Integración Social, dejaron sus cargos para adherirse a la campaña reeleccionista.

En la Costa Caribe, según el portal La Silla Vacía (2014a), en la primera vuelta el poder regional de los senadores de la partido de la U “no se movió” por el presidente Santos, debido a que, ante las investigaciones por corrupción que habían sobre algunos senadores de esta colectividad, el mandatario no aceptó compartir escenarios públicos con ellos y, por otra parte, los recursos asignados desde la campaña no habían sido suficientes para la Costa Caribe.

Caso contrario a la segunda vuelta presidencial, cuando el papel de senadores de la Unidad Nacional fue activo. Congresistas como Bernardo “Ñoño” Elías, Musa Besaile, Nicolás Guerrero y Andrés Gómez del Partido de La U; Mario Fernández y Antonio Guerra del Partido Liberal y Cambio Radical, respectivamente, estuvieron al frente de la campaña llamada “Gran gira por la paz”, un recorrido por todos los municipios de la costa Caribe, donde se repartía publicidad y se explicaban las características del segundo mandato de Santos. Por parte del ejecutivo, German Vargas Lleras, candidato vicepresidencial, y Sergio Díaz Granados, presidente del partido de La U, también hicieron parte de esta gira (La Silla Vacía, 2014a).

Sobre el segundo punto de la estrategia de la campaña reeleccionista, afianzamiento del discurso guerra vs paz, después de la derrota de Santos en primera vuelta se utilizaron diferentes procedimientos por parte de la campaña, para centrar la discusión pública en afirmar que votar por el Centro Democrático era votar por la guerra. Esta idea era ratificada en la publicidad, los mítines y las entrevistas que circularon en medios de comunicación, generando una disyuntiva comunicativa de guerra vs paz.

El 15 de mayo en un evento en Valledupar, Gaviria expresó que «Con Juan Manuel Santos el país daría un salto hacia adelante y no como su contradictor, el señor Zuluaga, que lo que

## Capítulo 4

---

nos está ofreciendo es un gobierno de venganza, de persecuciones y de guerra» (El Tiempo, 2014). Este tipo de comentarios fueron reiterativos en los representantes del gobierno, durante la campaña de la segunda vuelta. En el marco de este discurso, la publicidad más agresiva fue un comercial televisivo y radial denominado “¿Usted prestaría a sus hijos para la guerra?”. El comercial comienza con la pregunta: “¿Y si fuera su hijo?”; posteriormente, se ve a Juan Manuel Santos en un salón rodeado de ciudadanos, preguntándoles a algunos de ellos si prestarían sus hijos para la guerra, a lo que cada uno de ellos le responde: “No”. Después, Santos en un monólogo dice:

*Entonces, ¿Quién va a poner los hijos para la guerra?, ¿Qué otras mamás pongan los muertos?, ¿Qué otras mamás pongan los heridos?, ¿Qué otras mamás pongan los mutilados? Eso es lo que le estamos diciendo a las mamás campesinas, a las mamás más pobres cuando votamos por la guerra. Como es de fácil pelear una guerra con hijos ajenos. ¡No más guerra! ¡No más guerra! ¡No más guerra! Con paz haremos más (Santos, 2016).*

En este sentido, Amossy (2014), refiriéndose al discurso polémico, dice que en términos de confrontación existe una búsqueda por eliminar simbólicamente al adversario, ubicando todos los argumentos en una base negativa. El discurso polémico se da en clave dual que, en este caso, fue la contraposición guerra vs paz.

Bajo el mismo marco analítico de Charaudeau & Maingueneau (2005), afirman que en la política hay que crear un *ethos* de credibilidad así como un *ethos* de identificación, el primero fundado por la razón y el segundo por la emoción. «Toda construcción del *ethos* se hace en una relación triangular entre el Yo, el otro y un tercero ausente portador de una imagen ideal de referencia» (Charaudeau, 2005, p. 93). En este caso, la idea de la paz es una imagen ideal de referencia que le sirve al receptor para identificarse racional y emocionalmente, ante un precepto que rechaza la guerra, no solo como discurso sino como práctica.

Dicho comercial de la campaña de Santos logró generar reconocimiento e identificación con los sujetos de la guerra. La imagen de la madre que no quiere enviar a su hijo a la

confrontación armada no solo exhibe el papel del soldado que puede morir, sino que evidencia el daño que podría generar en la familia del combatiente. Sin embargo, como lo señala Ramírez (2014), el problema de la dicotomía guerra vs paz es que deja de lado los matices y simplifica una discusión de hondo calado para el país:

*En campaña, la dicotomización resultaba una estrategia eficaz puesto que se simplificaba la contienda a dos isotopías contrarias: guerra / paz, y se eliminaban, de paso, los matices de las divergencias: querer la paz, pero no la manera como se estaba negociando; querer la paz, pero derrotando militarmente a las Farc; querer la paz, pero sin beneficios para los alzados en armas, etc. (Ramírez, 2014, p. 46).*

Para esta autora la campaña abrió un proceso de polarización que posteriormente se radicalizó con el Plebiscito por la paz. Con frecuencia se ha considerado que Colombia es un país polarizado, después de la victoria del No en el plebiscito por la paz del 2016 y de la victoria de Iván Duque en las elecciones presidenciales del 2018. Esto se da entre dos tendencias, las personas a favor del Acuerdo de paz y las que se encuentran en contra. Por su parte, el analista Camilo Plata Caviedes (2016) considera que la polarización comenzó desde el 2014 con las elecciones presidenciales que le dieron la reelección a Juan Manuel Santos.

Según King & Anderson (1971) la polarización se define como un proceso por el cual un público distinto se reúne en dos grupos con claros contrastes y mutuamente exclusivos, con valores fundamentales que no están dispuestos a cambiar. En este sentido, durante la campaña del Plebiscito hay un momento estratégico de polarización que utilizan las campañas, tanto del Sí como del No, así como la de Zuluaga contra Santos, pero que se evidencia como una dicotomización con sus respectivos matices.

Un ejemplo de ello son las declaraciones de Santos en mayo del 2014, cuando afirmó en la Revista Semana (2014) que «esta elección es entre la paz y la guerra» y, posteriormente, a finales de junio del mismo año dijo: «yo no pienso –en absoluto– que los que no acompañaron mi candidatura estén en contra de la paz. La paz que buscamos es, en esencia,

## Capítulo 4

---

la misma» (La Silla Vacía, 2014b). La frase totalmente opuesta a lo vivido en la campaña presidencial muestra dos cosas: por un lado, que la retórica de “volver a la guerra”, marcada en el 2014 como una disyuntiva “guerra vs paz”, es una herramienta enunciativa propia de las campañas electorales, pero que después se convierte en un elemento peligroso, pues divide a la opinión pública y abre una brecha entre dos sectores políticos que buscan diferentes tipos de paz, afectando posteriormente la gobernabilidad del país.

Por otro lado, como se analizará en el siguiente apartado, si bien Santos afirmó que aquellos que no acompañaron su candidatura no estaban en contra de la paz en el 2014, cuando comenzó la campaña del Plebiscito en 2016, retomó el discurso de “volver a la guerra” como componente retórico predominante en su discurso, generando, entre otras cosas, el retorno a la polarización que tuvo un papel central, aun cuando no fue un asunto exclusivo de Santos, ya que la campaña del “No” también lo propició.

### **4.1.2. Volver a la guerra: entre la guerra urbana y regresar al monte**

Como se explicó en el segundo capítulo, el 18 de julio del 2016 la Corte Constitucional de Colombia aprobó el plebiscito como forma de refrendar los acuerdos de paz entre el Gobierno Santos y la guerrilla de las FARC. Después de seis meses de estudio de la propuesta del Ejecutivo y el legislativo, la Corte señaló que se realizaría un Plebiscito Especial con el fin de aprobar o rechazar los acuerdos, a partir de una sola pregunta definida por el propio presidente de la república.

Ante este panorama, algunos políticos del Centro Democrático afirmaron que su posición sobre el mecanismo de refrendación sería la abstención, con el fin de que no se cumpliera el umbral de votos; no obstante, días después anunciaron oficialmente que le harían campaña al No. En consecuencia, surgieron dos agrupaciones claramente demarcadas en la pugna por la victoria del plebiscito, volviendo a un momento de polarización como se evidenció en 2014.

Desde un mes antes, cuando aún estaba en curso en la Corte Constitucional el proyecto para la refrendación especial, el presidente Santos expresó una idea que marcó el derrotero de lo que sería la campaña del Sí. El 16 de junio en el Foro Económico Mundial, realizado en Medellín, Santos afirmó categóricamente que la desaprobación de Plebiscito implicaba volver a la guerra.

Este enunciado, visto desde Charaudeau (2012), implica describir el contexto donde se produjo. Santos tenía una conversación con el expresidente español Felipe González, en la que el mandatario colombiano explicaba los avances de los diálogos, la refrendación y el postconflicto. Su discurso giró en la dicotomía de “guerra vs paz” y explicó que la alternativa a la paz era continuar la confrontación armada con las FARC, por lo cual el periodista Gustavo Alegre le preguntó si él podía confirmar que la guerrilla sí buscaba volver a la lucha armada, allí el mandatario respondió:

Se ha querido decir que si el plebiscito se niega vamos a poder negociar un acuerdo mejor. No, no se equivoquen. Si el plebiscito no se aprueba volvemos a la guerra, así de sencillo, no es que vamos a volver a la mesa de negociación, volvemos a la guerra. Esa es la verdad [...] Tenemos información amplísima de que ellos [las FARC] están preparados para volver a la guerra y la guerra urbana, que es más demoledora que la guerra rural (El País, 2016). Ante el debate generado por esta frase, el noticiero CM& buscó al presidente después de su intervención en el Foro, preguntándole si era totalmente cierto lo que dijo, a lo que el mandatario respondió: «Es simplemente la realidad» y continuó:

*Lo que ha sucedido siempre cuando fracasan las negociaciones de paz con las FARC es que se recrudece la guerra. Eso sucedió con Betancur, sucedió con Gaviria, sucedió con Pastrana y si llegan a fracasar estas negociaciones pues se va a recrudecer la guerra. Eso es algo que a todo el mundo no le debe tomar por sorpresa porque es lo que ha pasado (Noticiero CM&, 2016).*

De las frases de Santos se pueden analizar tres elementos, asociados al marco de configuración emocional realizado desde la campaña del Sí y que tomó dos elementos de la campaña presidencial del 2014, más uno nuevo: primero, se reactivó discursivamente la

## Capítulo 4

---

disyuntiva guerra vs paz; segundo, Santos volvió a general un clima de desconfianza hacia las FARC *ad portas* de acabar la negociación, y, tercero el uso político de esta guerrilla sobre la refrendación, cuando la discusión sobre la refrendación no se había dado en La Habana, continuó.

Sobre el primer elemento, reactivar la disyuntiva guerra vs paz, se observó cómo, a lo largo de la campaña del Sí, se repitió un aparato discursivo que influyó en la victoria en la segunda vuelta presidencial, retomando la relación dicotómica de que si no se gana el Plebiscito o si esté no se lleva a cabo (ya que la Corte Constitucional para el 16 de junio del 2016 no lo había aprobado) se volvería a la guerra contra la guerrilla. Santos defendió el argumento con lo que en lógica se denomina “la falacia de la verdad a medias”, donde se enuncia una verdad y se toma como una razón cierta para hacer creer que lo que queda del enunciado es indiscutible.

En este sentido, la afirmación de Santos: «lo que ha sucedido siempre cuando fracasan las negociaciones de paz con las FARC es que se recrudece la guerra», en la que señala los procesos de negociación de Betancur, Gaviria y Pastrana para darle mayor fuerza a su idea, es parcialmente cierta. Si bien se recrudeció la guerra al terminar las negociaciones en La Uribe en 1986, en Tlaxcala en 1992 y en San Vicente del Caguán en 2002, los procesos fueron diferentes al llevado en La Habana, en tanto para junio del 2016 ya se habían logrado avances significativos sobre los puntos de la negociación e incluso, el 23 de ese mes, se anunciaría el cese al fuego bilateral y definitivo.

La realidad histórica de las FARC en el 2016 es diferente a la de 1986, 1992 y 2002, sus jefes históricos habían sido asesinados o habían fallecido por causas naturales como es el caso de Manuel Marulanda, sus combatientes sumaban más de diez mil (Universidad Nacional de Colombia, 2017), y existía un claro compromiso con el proceso de paz como se había demostrado en los cuatro años anteriores.

En este marco, “Volver a la guerra” no era un escenario tan claro y negaba los avances de la negociación. Articulado a esa idea, surge un discurso de desconfianza hacia las FARC, en el que se trata a la insurgencia como un otro peligroso que puede traicionar los acuerdos si estos no se refrendan, sabiendo que desde el principio a la guerrilla no le interesaba la refrendación, como se demostró en el capítulo dos. La idea de una aprobación ciudadanía nació y se desarrolló desde el gobierno Santos, no desde las FARC, por eso afirmar que del resultado de dicha votación dependía el futuro del proceso de paz, y aún más el rol de la insurgencia, es un error.

En términos de Mouffe (1999), las FARC habían pasado de ser un enemigo a ser un adversario, es decir, más que un enemigo que es necesario eliminar físicamente en la confrontación bélica es un adversario político, con el que se pueden discutir argumentalmente posiciones desiguales sin matarse.

Lo que comienza con el discurso de Santos y de su Gobierno, es lo que Sara Ahmed (2014) llama la construcción del extraño. Como se señaló en el capítulo uno, para la autora británica el extraño no es alguien a quien no se reconoce, es alguien a quien se reconoce como un extraño e identificado como negativo en el marco social donde se habita. Por esto, las comunidades empáticas, como las señala la autora, no solo se encargan de comprender sino también de rechazar. Este adversario político, que otrora era enemigo, será considerado en el marco de la democracia como un extraño sobre el que recaerá el rechazo y la desconfianza.

Esta posición no dejó de ser ambivalente, ya que por un lado se estaba cerrando el proceso de negociación con la insurgencia y, por el otro, eran vistos con desconfianza, previendo un posible escenario de traición y aludiendo que para nadie debería ser extraño que eso pasara, según Santos (2019) eso es algo que a todo el mundo no le debe tomar por sorpresa porque es lo que ha pasado. Adicionalmente hay que tener en cuenta que Santos firmó el cese al fuego bilateral y definitivo dos semanas después de señalar en el Foro Económico Mundial que tenían “información amplísima” de que las FARC se estaban preparando para la confrontación urbana. Este tipo de declaraciones no solo ponían en evidencia la



## Capítulo 4

---

desconfianza sobre el extraño como se mencionó anteriormente, sino que pudieron arriesgar el proceso *ad- portas* de su finalización. Todo con el fin de demostrar la importancia que tenía un plebiscito que solo una de las dos partes de la negociación consideraba necesario.

Al respecto, el propio Santos en su libro *La batalla por la paz* señala que:

*Yo también me equivoqué —y lo reconozco— cuando, en mi afán por promover el Sí, acudí al miedo en lugar de la esperanza. En una ocasión, en un conversatorio con el expresidente español Felipe González, en medio del Foro Económico Mundial sobre América Latina, que se reunió en Medellín, dije que, si el plebiscito no se aprobaba, volveríamos a la guerra, y agregué: “Tenemos información amplísima de que ellos están preparados para volver a la guerra, y a la guerra urbana, que es más demoledora que la guerra rural”. Eso era cierto —lo venían discutiendo los más jóvenes de las Farc, según me reportaban los organismos de inteligencia—, pero cayó muy mal entre la gente, que lo vio como una especie de amenaza. Fue un error que procuré no repetir. No era necesario generar alarmismo para incentivar a los ciudadanos a apoyar el acuerdo (Santos, 2019, p. 480).*

Este extracto demuestra que la “información amplísima” de Santos se trataba de los combatientes más jóvenes de la insurgencia y que no provenía de ningún mando alto o integrante del Secretariado. Por ende, su enunciado de “volver a la guerra” buscaba movilizar el voto ciudadano hacía el Sí y generar una presión a la Corte Constitucional para aprobar la ley estatutaria.

Adicionalmente, Santos afirma que procuró no repetir este tipo de afirmaciones, ya que «no era necesario generar alarmismo para incentivar a los ciudadanos a apoyar el acuerdo» (Santos, 2019, p. 480). Como se demuestra a continuación, la repetición de la idea “volver a la guerra” fue usada sistemáticamente por él y por el jefe de la campaña del Sí, Cesar Gaviria.

El 7 de julio de 2016, Santos realizó un paralelismo entre el Brexit y el Plebiscito en una reunión con jóvenes en Colfuturo, afirmando que:

---

*Estamos próximos a firmar un acuerdo de paz definitivo con las FARC [Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia], espero que pronto ese acuerdo será refrendado por los colombianos. ¿Se han preguntado cómo participarán ustedes de esta decisión? Y no me refiero a si votarán a favor o en contra del acuerdo, sino a su nivel de conciencia sobre la importancia de este tema. Miren lo que acaba de pasar en Reino Unido: allí votaron por abandonar la Unión Europea. Y solo después de haberlo decidido así, la gente empezó a informarse sobre el tema. ¿Vamos a enterarnos de las consecuencias de seguir en guerra después de que se vote? ¿Vamos a dejar que otros decidan por nosotros y nos impongan el regreso del conflicto armado? (González, 2017, p. 4).*

Como se evidenció, al final de su discurso Santos volvió a ser incisivo en la idea de regresar al conflicto armado. Si bien no planteó la idea de una guerra armada, si relacionó la posible victoria o derrota del plebiscito con este escenario. Llama la atención que, entre junio y julio, el primer argumento que Santos expuso para votar a favor en el Plebiscito tuvo que ver con el retorno a la guerra y no con elementos racionales como el crecimiento económico. Sin embargo, comenzando agosto, Santos planteó otra característica del elemento retórico de “volver a la guerra” y es que si se perdía el Plebiscito las FARC “vuelven al monte”.

El 1 de agosto el periódico La Vanguardia de Bucaramanga, entrevistó al presidente Santos y le formuló preguntas sobre el Plebiscito, la fecha del mecanismo de refrendación, la demanda del Procurador General de la Nación, Alejandro Ordoñez, al texto aprobado por la Corte Constitucional y al escenario post-plebiscito si llegara a ganar tanto el Sí como el No. Cuando se le pregunta por la victoria del No, Juan Manuel Santos responde:

*[La Vanguardia:] ¿Qué pasa si llega a ganar el No en el plebiscito, teniendo en cuenta que el resultado es vinculante para usted? ¿Ha pensado en un Plan B?*

*[Juan Manuel Santos:] Yo no tengo Plan B, porque estoy absolutamente convencido de que va a ganar. La alternativa es volver a lo que teníamos hace seis años: volver al conflicto armado y esa no creo que sea una alternativa que el pueblo colombiano vaya a escoger.*

*[La Vanguardia] Pero si gana el No, los acuerdos se irán a un cajón...*

*[Juan Manuel Santos ] Volvemos a lo que teníamos hace seis años, vuelven las Farc al monte y seguimos como estábamos antes (La Vanguardia, 2016).*

## Capítulo 4

---

En este fragmento de la entrevista se ve el patrón discursivo que Santos delineó desde el principio: el miedo a “volver a la guerra”. Santos señaló que la única alternativa a la derrota del Plebiscito era “volver al conflicto armado”. El presidente no dio una opción diferente al escenario de vuelta a la confrontación armada, incluso señaló un elemento que es contradictorio con sus declaraciones en el Foro Económico Mundial en Medellín donde afirmó que las “Las FARC están preparadas para guerra urbana”, pues en esta oportunidad aseveró que la derrota en el Plebiscito implicaba que “Las FARC vuelvan al monte”. Más allá de ubicar el espacio geográfico donde se daría la guerra post-plebiscito, la tendencia de fortalecer la disyuntiva guerra vs paz, fue el elemento retórico que Santos prefirió cuando intervino sobre el Plebiscito.

Adicionalmente, se puede afirmar que existía un proceso performativo del enunciado, siendo reiterativo sin importar los avances en el proceso de paz ocurridos entre julio y agosto, como el cese al fuego bilateral y definitivo y el anuncio del “Último día de la guerra en Colombia” entre Timochenko, Santos y Raúl Castro desde La Habana. Más allá de afirmar en su libro – del 2019 – que el error de generar miedo en la ciudadanía con la idea del regreso de la confrontación armada no fue un hecho aislado que buscó corregir, Santos demostró que fue un elemento central de su construcción narrativa sobre la refrendación.

El lugar emocional de miedo que le dio Santos al Plebiscito puede entenderse como consecuencia de su efectividad en 2014, pero también como una respuesta al marco de referencia emocional que había constituido la campaña del No para esas instancias. La campaña del Centro Democrático se basó, como lo diría Andrei Gómez-Suarez (2016), en el uso de un arsenal discursivo en el que se creó un marco de referencia emocional adverso al proceso de paz. Para autores como Gómez-Suarez, dicho marco puede rastrearse desde 2012, año en el que se produjo la distancia entre Santos y Uribe y en el que comenzaron los diálogos entre la guerrilla y el gobierno. Por ejemplo, «desde este año se ubica el uso de conceptos como castrochavismo, utilizado por Uribe Vélez en una declaración pública desde su página de internet el 16 de septiembre de 2012» (Gómez-Suarez, 2016, p. 39).

Por otra parte, autores como Fabio López de la Roche, afirman que entre el 2002 y el 2010 se agenció el discurso del “nacionalismo anti-fariano” en donde las FARC se constituyeron como el mayor enemigo del país, por lo que debían ser derrotadas militarmente (Fabio López de la Roche, 2014). Esta tendencia discursiva de mediano plazo ha logrado estructurar un proceso comunicativo donde se deshumanizó al contrario, inclusive en el proceso de negociación. Por lo tanto, ya sea desde el 2002 o el 2012 el marco de referencia emocional ya estaba constituido, por ende, el Centro Democrático le dio agencia política y lo operó contra el Plebiscito. Por el contrario, el marco emocional pro-proceso de paz comenzó a construirse desde el 2014 a partir de la narrativa de la guerra vs paz, generando que se volviera a movilizar esta disyuntiva o se utilizara el discurso anti-fariano como herramienta comunicativa.

El marco de referencia emocional que servía de sustento para atacar a la paz y a los acuerdos operaba desde hace años, por lo que es importante señalar que, al entrar al espacio de la lucha por las emociones, la campaña del No tenía una ventaja histórica que logró aplicar para el plebiscito. Los promotores del No también habían aprendido una lección política de la campaña presidencial de Zuluaga en el 2014: debían separarse de la pugna guerra vs paz, que los tachaba como “Guerrerristas” y por la cual perdieron en la segunda vuelta.

El 3 de agosto del 2016 el Centro Democrático, encabezado por Álvaro Uribe Vélez, publicó que promovería el No en el plebiscito. La Revista Semana tituló: “Uribe dirá “Sí” a la paz pidiendo a electores que voten “No” al plebiscito”. Uribe decidió que su enemigo no era la paz, sino los acuerdos, lo que planteó un escenario diferente al del 2014, pues se buscaba dejar sin sustento la crítica del gobierno Santos y esquivar la disyuntiva guerra vs paz. Al respecto la Revista Semana señaló:

*El principal argumento de Uribe es que la aprobación de “un plebiscito hecho a la medida del Gobierno” traerá una paz de corta vida y por eso en la campaña que emprenderán les explicarán a los colombianos por qué el “No” es la oportunidad de renegociar lo acordado y lograr una verdadera paz estable y duradera (Revista Semana, 2016).*

## Capítulo 4

---

El objetivo de la campaña del No fue renegociar los acuerdos, no acabar con el proceso de paz. En este contexto, un día después de las declaraciones del Centro Democrático, el jefe de campaña del Sí, el ex presidente César Gaviria, quien también había sido jefe de campaña de la segunda vuelta electoral de Santos en el 2014, expuso en una entrevista durante la mañana en la emisora Blu Radio que: «quien vote “No” al plebiscito está votando por la guerra» (Blu Radio, 2016). La afirmación, que fue retomada posteriormente por los medios impresos, muestra cómo se mantuvo la disyuntiva guerra vs paz, la cual Gaviria quiso poner en la discusión pública; sin embargo, frente a las declaraciones que ya había realizado el Centro Democrático, su argumento quedó debilitado.

Como ya se mencionó en este capítulo, Gaviria ya había presentado declaraciones del mismo estilo en el 2014, cuando afirmó que un posible gobierno del Centro Democrático era un gobierno de guerra. A la tarde de ese mismo día (4 de agosto), el Ministro del Interior, Juan Fernando Cristo, apoyó las afirmaciones del expresidente cuando se le preguntó por estas, y, además, agregó: «Es mentira que el voto por el No implique renegociar los Acuerdos, no se pueden ver con el espejo retrovisor del gobierno del expresidente Uribe [...] Votar No es decir no al desarme definitivo y total de las FARC» (Blu Radio, 2016).

Para este punto el gobierno había acudido a más de un enunciado falso o descontextualizado, al hacer declaraciones públicas o cuando se les preguntaba sobre el tema. Las declaraciones no solo invisibilizaban el avance del proceso de paz. Al respecto, López de la Roche (2018) explica que esta forma de comunicar del Gobierno Santos es heredada del régimen comunicativo del uribismo donde primaba el "nacionalismo antifariano" el cual el autor define como «*altamente ideológico, patriarcal, monológico, hacendario, confrontacional y polarizante*» (p. 211). Sin embargo, también afirma que del 2014 al 2018 ese régimen comunicativo cambió y se presentó más liberal, tolerante y pluralista. En este sentido:

*El discurso gubernamental de Santos va a mantener durante esos años la comunicación en dos canales que también habían caracterizado al discurso del presidente Pastrana durante la negociación del Caguán, entre 1998 y 2002: un discurso del poder civil que le da*

---

*legitimidad a la guerrilla como interlocutor político válido para la negociación, y otro del poder militar que simultáneamente la descalificaba tildándola de “narcoterrorista” o de “bandidos” (López de la Roche, 2018, p. 213).*

En relación con lo anterior, quedan claros los siguientes elementos: primero, el régimen comunicativo del Gobierno Santos es ambivalente y se divide en dos canales, uno en el que le da legitimidad como interlocutor a las FARC y otro, propio de la tradición comunicativa de años anteriores a su gobierno, (cuando fue ministro) en los que descalifica al enemigo e inclusive lo deshumaniza; segundo, se usó una retórica falsa y descontextualizada por parte del Gobierno negando los avances con la insurgencia; tercero, el uso del enunciado “volver a la guerra” como consecuencia de una posible victoria del No implica que el miedo fue una emoción movilizadora con argumentos que no coincidían con el momento histórico de la negociación, retomando la disyuntiva guerra vs paz utilizada en 2014.; cuarto, el Sí no logró crear un marco de referencia emocional positivo hacia los Acuerdos, por lo tanto, su discurso comenzó a operar en el marco de referencia anti-proceso de paz, que ya estaba históricamente situado en contra de las FARC, buscando generar miedo con la amenaza de volver al conflicto armado.

Sobre esto el 18 de agosto la Universidad del Rosario y el periódico El Tiempo realizaron el foro “Plebiscito: ¿Sí o No?” y se invitaron a personajes influyentes que representaban las dos campañas. Por parte del No estaban: Alejandro Ordoñez Maldonado, Carlos Holmes Trujillo, Martha Lucía Ramírez, José Félix Lafaurie y Plinio Apuleyo Mendoza. Por parte del Sí se encontraban: César Gaviria Trujillo, Oscar Mauricio Lizcano, Alfonso Gómez Méndez, Clara López Obregón y Fernando Cepeda Ulloa. Cada uno intervino durante veinte minutos y expuso los puntos para votar a favor o en contra del Plebiscito. César Gaviria hizo la primera intervención del Sí y comenzó de esta manera:

*El proceso de paz es algo muy complejo, yo le he dicho a los amigos de Presidencia que tienen por función explicar a los colombianos los acuerdos, que por favor no lo vayan a*

## Capítulo 4

---

*intentar, son centenares y centenares de páginas y la gente se va a enloquecer* (Universidad del Rosario, 2016).

Después de esta intervención, Gaviria se centró en explicar las ventajas de la justicia, la verdad y la reparación, a partir de comparaciones históricas de otros procesos de negociación que vivió Colombia, desde Rojas Pinilla y la pacificación de los Llanos hasta el proceso que se estaba llevando a cabo. Al final, habló del plebiscito y afirmó:

*Hay una cosa que llaman sapos: el tema de la participación política de la cúpula de las FARC, sí, a la gente no le gusta, tiene buenos motivos para no gustarle porque las FARC han cometido muchos actos de barbarie y no hay un sector de la vida colombiana que quiere menos la gente [...] Hay mucha gente que no le gustan aspectos de esos acuerdos, incluido yo, pero lo que pasa es que se toma o se deja. Aceptamos este Acuerdo que es imperfecto donde hay cosas que no nos gustan o sencillamente seguimos en la guerra. A mí me parece desafortunado decir que quien vaya a votar por el No quiere la guerra, la gente tiene derecho a tener sus opiniones, lo que sí pasa es que si el No gana pues los acuerdos se desintegran, los guerrilleros se van al monte y no creo que se vayan a hacer picnic, no. Yo creo que se va a reavivar la guerra* (Universidad del Rosario, 2016).

Finalizada su intervención, Rafael Pombo, director del periódico El Tiempo lo interpeló con una serie de preguntas, a las que Gaviria respondió en la misma línea argumental. Al respecto:

*[Roberto Pombo] Usted arrancó la intervención diciendo que le recomendaría al Gobierno que no diera a conocer los Acuerdos, porque son tan difíciles y tan complejos que sería un acto de confusión. ¿Eso quiere decir que la invitación es a tener un acto de fe en que el gobierno no va a entregar lo inintegrable? Y lo otro es que, ¿nos vamos a saltar una dosis de justicia porque no hay otro remedio y nos tenemos que aguantar una participación política, si se quiere inmerecida, porque es la única manera de hacer eso? ¿Eso sería una simplificación acertada de los hechos?*

---

*[César Gaviria] No, no, lo que yo he dicho es: toda persona bien informada, todo estudiante, todo profesional puede leer los Acuerdos si se aplica con juicio, pero eso no quiere decir que hagamos una campaña de difusión de la totalidad de los Acuerdos, el día en que se conozcan los setenta y cinco puntos de la justicia transicional no se puede pretender que se expliquen los setenta y cinco [...]. Lo que quiero decir es que el Acuerdo es supremamente complejo, no es una cosa sencilla, tiene muchos puntos y no va a ser tan fácil, solo el espíritu general, los temas más importantes y lo que se pueden resolver son las dudas principales.*

*[Roberto Rombo] ¿Qué sentido tiene llamar a la gente que vote, cuando el presidente tiene autonomía? [César Gaviria] El presidente Santos hizo este plebiscito con la bendición de la Corte y el Congreso porque él considera que a los Acuerdos le da mucha más legitimidad el que la gente los apruebe. Esto no es imprescindible, se va a hacer porque el presidente lo considera (Universidad del Rosario, 2016).*

Frente a las intervenciones de Gaviria en el foro organizado por la Universidad del Rosario y el periódico El Tiempo, existen seis puntos a considerar: primero, de cara al plebiscito el jefe de la campaña del Sí recomendó al Gobierno no explicar los Acuerdos a la ciudadanía, debido a su complejidad; segundo, Gaviria no estaba convencido de algunos puntos del Acuerdo como el de la participación política de miembros de la cúpula de las FARC ni con la justicia restaurativa; tercero, su argumentación reafirmaba insistentemente la línea discursiva de la guerra vs paz, aunque con contradicciones, pues a pesar de que inicialmente dijo que le parecía desafortunado decir que “quien votara No, quería la guerra”, después señaló que si el No ganaba se “reavivaría la guerra”; cuarto, defendió la disyuntiva guerra vs paz, afirmando que Colombia estaba lista para seguir la guerra pero que eso no era rentable económicamente; quinto, subestimó al ciudadano, al considerar que no leería los acuerdos y que, por ende, no era recomendable explicarlos en su totalidad, sino solo el espíritu de lo pactado, y, sexto, afirmó que el plebiscito no era imprescindible para continuar con el proceso de paz.



## Capítulo 4

---

Sobre el primer punto, Gaviria en el comienzo de su intervención afirmó que él no recomendaba explicar los acuerdos a los colombianos porque eran complejos, largos y, como consecuencia, las personas “se iban a enloquecer”. La forma en la que el jefe de campaña del Sí abrió su presentación causó preocupación en la audiencia, en la medida que el centro argumental de la campaña consistía en explicar lo pactado. Si lo acordado solo tenía como actores a la insurgencia y al gobierno, ¿para qué buscar la refrendación? La explicación de los Acuerdos era fundamental para la victoria del Plebiscito; sin embargo, para el expresidente no era la prioridad.

Sobre el segundo punto, Gaviria a lo largo de su argumentación realizó varias aclaraciones para decir que él no estaba a favor de la participación política de las FARC, ni de la justicia restaurativa, particularmente de que los miembros de la guerrilla no fueran a una cárcel “con barrotes”, como él lo expresó. En este sentido, el jefe de campaña no estaba de acuerdo con dos de los cinco puntos fundamentales de la negociación, lo cual implicó que la explicación política y jurídica de los beneficios de lo pactado quedó en segundo plano.

Los puntos tres y cuatro se centran en el discurso de “volver a la guerra” y reafirman la narrativa de guerra vs paz. Gaviria afirmó claramente que “si el No gana pues los acuerdos se desintegran, los guerrilleros se van al monte y no creo que se vayan a hacer picnic, no. Yo creo que se va a reavivar la guerra”. La idea de desintegrar los Acuerdos, así como reavivar la guerra por la victoria del No, es un ejemplo claro de cómo se produjo miedo sobre la proyección de un futuro hipotético, siendo un elemento retórico emocional para que los ciudadanos votaran Sí y con ello evitar la continuidad del escenario de guerra. Sin embargo, como se ha señalado antes, las negociaciones estaban avanzadas, se había firmado el cese al fuego bilateral y definitivo, existía un cronograma de entrega de armas y en seis días se iba a anunciar desde la Habana el cierre de las negociaciones, donde ya “todo había sido pactado”. Aun con lo anterior, Gaviria insistía en que los Acuerdos se desintegrarían si el Sí perdía, además, fue clara la contradicción en su discurso, cuando afirmó que le parecía desafortunado decir que quien votara por el No quería la guerra y, renglón seguido, afirmó que si gana el No se volvería a la guerra.

En quinto lugar, su discurso denota una subestimación de la ciudadanía. Afirmó que solo los profesionales o estudiantes con juicio pueden leer los Acuerdos; para el resto de la población son largos y complejos, por ello solo se debía pensar en explicar el espíritu del Acuerdo y algunas ideas centrales. Teniendo en cuenta que Colombia *«es un país en el que tres de cada mil personas saben leer de manera crítica y que la mitad de los jóvenes que viven en zonas de conflicto dicen que atropellarían a los demás si eso les produce beneficios»* (de Zubiría, 2016, p. 2), no deja de ser problemática la idea de Gaviria de explicar solo el espíritu del Acuerdo, porque excluye a un número significativo de la población que sí estaba al tanto de lo que ocurría con el proceso, pero que ante la rapidez de los acontecimientos leer un documento de más de trecientas páginas no habría sido fácil. Si bien es claro que no es posible que todas las decisiones que tome el Estado sean conocidas minuciosamente por todos los ciudadanos, el Estado tiene la obligación de dar a conocer de manera clara las decisiones que toma, porque a la larga estas deben buscar el beneficio de las personas que habitan su territorio.

En ese sentido, puede cuestionarse la decisión de descartar una estrategia pedagógica de aproximación y explicación de los Acuerdos. Un mes entre el anuncio público del cierre de los diálogos y el plebiscito era un tiempo corto, para que la ciudadanía en su conjunto analizara un documento que proponía cambios sustanciales en la estructura y políticas del Estado.

El sexto y último punto que puede analizarse de la intervención de Gaviria es que el Plebiscito no era imprescindible para continuar con el proceso de paz, aludiendo que fue una decisión unipersonal de Juan Manuel Santos. Esta idea se desarrolló con mayor claridad en el capítulo dos, pero vale la pena señalar que muchas de las personas que trabajaban en la campaña, como César Gaviria, ya planteaban que una refrendación no solo era inconveniente sino un error, por ende, a Santos no le faltaron voces al interior de su gobierno para llegar a dicha conclusión.

## Capítulo 4

---

En definitiva, el discurso emocional de “volver a la guerra” fue una narrativa ampliamente usada por el gobierno Santos, con unos marcados antecedentes desde el 2014 y que continuaron en 2016. La idea del regreso al conflicto armado tuvo variables como el surgimiento de la guerra urbana o el “regreso al monte”; no obstante, la idea fue reiterada y utilizada en un comienzo por Santos y posteriormente por integrantes del gobierno y el jefe de la campaña del Sí.

### **4.1.3. Si gana el “No”, se acabó el proceso**

En la campaña del Sí en el Plebiscito por la paz se instaló el discurso de “si gana el “No”, se acabó el proceso”, idea atada al argumento de que los Acuerdos acabarían debido a que no se entraría a un proceso de renegociación. Esta última idea fue utilizada como un contraargumento a lo planteado por el Centro Democrático de renegociar puntos del proceso de paz como lo eran la justicia restaurativa y la participación política. La propuesta del partido de oposición, como se mencionó en el apartado anterior, no era estar en contra de la paz sino de los acuerdos, por ello su finalidad política –en el marco del plebiscito– era renegociar y cambiar asuntos fundamentales del Acuerdo Final.

Sobre la renegociación, los argumentos utilizados para afirmar que los Acuerdos eran inalterables partieron del difícil cierre de la negociación en La Habana, durante el llamado “conclave” de mediados de agosto del 2016, lo que llevó a los negociadores de las dos partes a pensar que era imposible volver a renegociar los puntos que les habían generado inconvenientes por más de cuatro años. Por ello, la narrativa que se analizará en este apartado tiene un desarrollo enfocado principalmente en el grupo de negociadores del gobierno Santos, especialmente en Humberto de la Calle. Si bien su narrativa se encuentra justificada contextualmente, no quiere decir que no haya sido utilizada políticamente para desvirtuar el voto por el No; sin embargo, el discurso “si gana el “No”, se acabó el proceso” es fatalista, pues niega los múltiples impases que hubo a lo largo de los cuatro años de negociación.

---

El 14 de septiembre el portal periodístico BBC Mundo entrevistó a Humberto de la Calle desde la ciudad de Cali. La segunda pregunta que formuló el entrevistador Nataloi Cosoy fue, “¿qué pasa si los colombianos votan que no en el plebiscito? ¿Y qué pasa con usted?”, a lo cual de la Calle responde:

*Si gana el "no", se acabó el proceso. La historia muestra que tradicionalmente después de una ruptura con las FARC pasan diez años antes de reiniciar conversaciones. Luego, la idea del "no" para renegociar es un tremendo error histórico. Yo creo que va a ganar el sí. ¿Qué pasa conmigo si gana el "no"? Sí, sería un golpe muy duro, pero más en lo personal. Me entristecería mucho, porque me parece que es un error para Colombia, teniendo la posibilidad de buscar la paz por un método distinto al que hemos usado hace 52 años, que es la confrontación militar (BBC Mundo, 2016).*

La frase del jefe negociador generó revuelo en diversos medios que citaron la entrevista, pues afirmar que no refrendar el Acuerdo final acababa con el proceso de paz era un escenario fatalista y no correspondía con los diversos problemas que hubo en el marco de la negociación, como en el 2014 con los atentados de las FARC a diferentes estructuras energéticas del país, sobre todo en Orito, Putumayo y Buenaventura, Valle; el secuestro del general Rubén Darío Álzate por parte del Frente 34 o la reactivación de los bombardeos contra los campamentos de la insurgencia en abril del 2015, cuando en marzo el presidente Santos los había suspendido. También al interior de La Habana existieron tensiones, sobre todo ante el tema de la justicia.

Independiente de las circunstancias adversas, el proceso de paz siempre fue considerado como valor máximo, por ende, afirmar que se acabaría por perder el plebiscito, no correspondía con su dinámica interna. Por ello, enunciados como estos son propios de la campaña electoral y tienen como intención movilizar el voto ciudadano a favor del Acuerdo Final.

## Capítulo 4

---

Al respecto, el propio de la Calle en su libro “*Revelaciones al final de una guerra*” afirma que, al conocer los resultados del plebiscito en la biblioteca privada de Santos en la Casa de Nariño, recordó su frase y reconoció que no se podía desechar el Acuerdo:

*Habíamos apelado siempre al argumento de que el examen final de lo acordado lo llevaría a cabo el cuerpo ciudadano. Que esa era la mayor garantía en democracia. Yo mismo había dicho en repetidas ocasiones: “si no gana el Sí, no hay acuerdo”. Pero por otro lado, desechar el Acuerdo, después del logro monumental que significaba la sola firma, retrotraer la situación después de tantas décadas de violencia despiadada, era un panorama oscuro (de la Calle, 2019, p. 292).*

Por otra parte, desde el comité del Sí “El Sí de Todos”, liderado por la Ministra de Educación, Gina Parody, se realizaron 75 videos promocionales de la campaña. De ellos, los de mayor visualización son dos cuya duración es de treinta segundos por cada uno y en los que Humberto de la Calle explica las razones para votar Sí. Según el número de reproducciones de YouTube cada uno tiene 590.000, para un total de 1.080.000 entre los dos.

En el primer video de la Calle da tres razones para votar Sí: no habrá más muertos, la inversión extranjera aumentará y los campesinos van a poder volver a sus tierras. Como continuidad de estos argumentos, el segundo video denominado “El Acuerdo de paz no es renegociable” el jefe negociador afirma:

*Algunas personas dicen que volver a negociar el Acuerdo de Paz, yo estuve cuatro años en La Habana con las FARC. Con honestidad les digo: la renegociación es una ilusión, lo que hemos acordado es lo mejor posible. Tenemos que decidir el 2 de octubre sobre este Acuerdo, realmente la renegociación es un salto al vacío, es la incertidumbre. Votar Sí es votar por la tranquilidad (de la Calle, 2016).*

Este video fue publicado el 23 de septiembre del 2016, lo que indica que tuvo una amplia circulación, no solo en YouTube sino en otro tipo de plataformas, por lo que es difícil saber con precisión el número real de visualizaciones. Que este argumento en favor del sí haya tenido un rol protagónico en la intervención hecha por de la Calle, se entiende como una respuesta al avance que había tenido la idea de la renegociación, difundida por el Centro

Democrático. Como lo afirma Juan Manuel Santos (2019) «*No acabábamos de refutar una, cuando ya estaban circulando diez más. Y así fueron ganando un terreno que no logramos cubrir con la pedagogía*» (p. 478).

Como bien lo indicaba Humberto de la Calle en su video, la renegociación implicaba un “salto al vacío”, como lo demuestran los documentos, entrevistas y testimonios, la posibilidad – de renegociar - nunca se barajó en la mesa de La Habana, por ende, al no aprobarse se asumía, con cierta razón, que las FARC no iban a aceptar cambiar garantías que ya tenían después de cuatro años de diálogos.

Integrantes de la mesa de diálogo de las FARC se refirieron al tema, arguyendo la misma idea de los negociadores del gobierno. Al respecto Carlos Antonio Lozada, miembro del secretariado de las FARC, dijo en conferencia de prensa que “no existe la más mínima posibilidad de que lo acordado en La Habana sea renegociado; lo acordado, acordado está y no existe esa posibilidad” (Jimenez, 2016).

Cerrar las posibilidades a una renegociación fue un lugar común entre los integrantes de las FARC y el gobierno Santos. No obstante, como se señala en el libro “Santos. Paradojas de la paz y del poder” de María Jimena Duzán, internamente la insurgencia tenía claro que así se ganara o perdiera el plebiscito, ellos mantendrían su posición de continuar con el proceso. Al respecto Timochenko afirma sobre la derrota de la refrendación:

*Esas vainas acontecen. Nosotros estábamos listos para perder o ganar, porque siempre creímos que esto del plebiscito era muy difícil. Por eso teníamos preparado, en caso de que ganara el Sí y otro en caso de que ganara el No. [...] Al conocerse los resultados de la votación, las FARC emitieron un comunicado que decía: “Las Farc mantienen su voluntad de paz y reiteran su disposición de usar solamente la palabra como arma de construcción hacia el futuro” (Duzán, 2018, p. 202).*

El 2 de octubre, día de la derrota del plebiscito, las FARC comunicaron primero su intención de continuar con el proceso antes que el gobierno, lo que indica, como afirmó Timochenko,

que existía un documento preparado con anterioridad que preveía los dos resultados. Esta idea no era conocida por el gobierno ni por el grupo de negociadores y al no discutir en la mesa la posibilidad de la pérdida de la refrendación y al asumir el triunfo en los resultados, la idea de una renegociación pasó a un segundo plano.

En definitiva, el discurso “si gana el “No” se acaba el proceso” y asociado a este el que asumía que si se perdía el plebiscito “no habría renegociación”, fueron elementos retóricos que pueden definirse como fatalistas y a su vez contextuales, ya que el cierre de la negociación implicaba que “todo ya estaba acordado” como afirmó Santos el día que se publicó el cierre de la negociación. No obstante, esto no le quita la carga emocional y la movilización del miedo hacía el votante, una expresión de esta envergadura por parte del jefe negociador, Humberto de la Calle, trajo consigo una carga simbólica que le da más legitimidad al enunciado. No se está afirmando que la frase fuera falsa en el marco de la campaña, pero sí es cierto que, ante las preguntas sobre el posible escenario de la pérdida del plebiscito, no se dio ninguna otra posibilidad que acabar con el proceso de paz.

### **4.2. Un balance de los videos y piezas comunicativas: la esperanza política y la racionalidad**

En este apartado se analizan las piezas comunicativas creadas por la campaña del Sí, la Oficina del Alto Comisionado de Paz y las que crearon algunos comités promotores y que fueron difundidas por la campaña del Sí. En estos videos, clips o propagandas se encuentra la mayor carga discursiva asociada a la esperanza política y a la explicación racional en el marco de la pugna electoral. Si bien el actor a analizar en la investigación es el gobierno Santos, en se encuentran referencias a otros comités ya que la campaña del Sí, liderada por el gobierno, hizo uso de estas piezas.

Los mensajes de las piezas se clasifican en cinco grandes grupos: primero, el que pide a los ciudadanos votar por el Sí sin un amplio desarrollo argumentativo, pero con un slogan o frase que motiva a la votación; segundo, los videos que buscan la legitimidad por medio del apoyo al Sí por actores, deportistas, empresarios y personalidades de la comunidad internacional; tercero, la narración de las víctimas, pues muchos vídeos acuden a ellas para explicar situaciones de guerra en la ruralidad, condiciones de desplazamiento forzado y la forma en la que se debería asumir un proceso de perdón y reconciliación; cuarto, la explicación de los Acuerdos, donde se buscó exponer y aclarar los puntos de la negociación de La Habana, y, quinto, las concentraciones, movilizaciones y mítines a favor del proceso de paz.

A continuación, se realiza un balance de esta información que será utilizada para explicar el discurso emocional de la esperanza y posteriormente la configuración del discurso racional.

#### **4.2.1. Sobre la pedagogía de los Acuerdos**

La llamada “Pedagogía de los acuerdos” había quedado en manos de la oficina de la Alta Consejería para la Paz, que lideraba Sergio Jaramillo. Su estrategia se basaba en crear contenido audiovisual que fuera reproducido por televisión, radio, redes sociales y en talleres, diálogos y conversatorios con comunidades y en regiones, durante lo que se llamó la “Maratón pedagógica”, en la que Jaramillo, junto a su oficina y personas del equipo negociador, explicaba los Acuerdos. La campaña en las regiones fue maratónica pero no tuvo la difusión necesaria en época electoral. La difusión más grande de los Acuerdos no pudo ser en talleres por todo el país en un mes, sino que, se enfocó en un público particular: víctimas, organizaciones, empresarios y políticos, por eso la creación de material audiovisual fue importante para esta campaña.

En mayo y junio la oficina del Alto Comisionado creó quince videos explicando los Acuerdos, la mayoría eran videos animados que en menos de un minuto abordaban puntos de la negociación. El video con mayor reproducción fue el que explicaba el punto de



## Capítulo 4

---

participación política con 385.000 visitas. Además, produjeron una serie donde en cada capítulo, con duración aproximada de veinte minutos, uno de los asesores principales de la oficina del Alto Comisionado explicaba a detalle cada uno de los puntos del Acuerdo. El de mayor reproducción es la explicación del punto de víctimas, en el que habla Juanita Goebertus y que tiene 65.000 reproducciones.

Los únicos videos que explican los acuerdos producidos por alguna oficina estatal son los del Alto Comisionado; los otros son de algunos comités promotores. De estos, el más exitoso es el de la serie “Dejemos de matarnos”, en el que la empresa Magic Markets y la organización Forjando Paz, crearon cinco videos entre junio y julio, uno por cada punto de negociación y otro de introducción. Ese video introductorio fue narrado por Diana Uribe y fue visualizado 283.000 veces. El video sobre solución al problema de las drogas tuvo 129.000 reproducciones; el de desarrollo agrario, 86.000; el de participación política, 71.000, y, el de víctimas, 69.000.

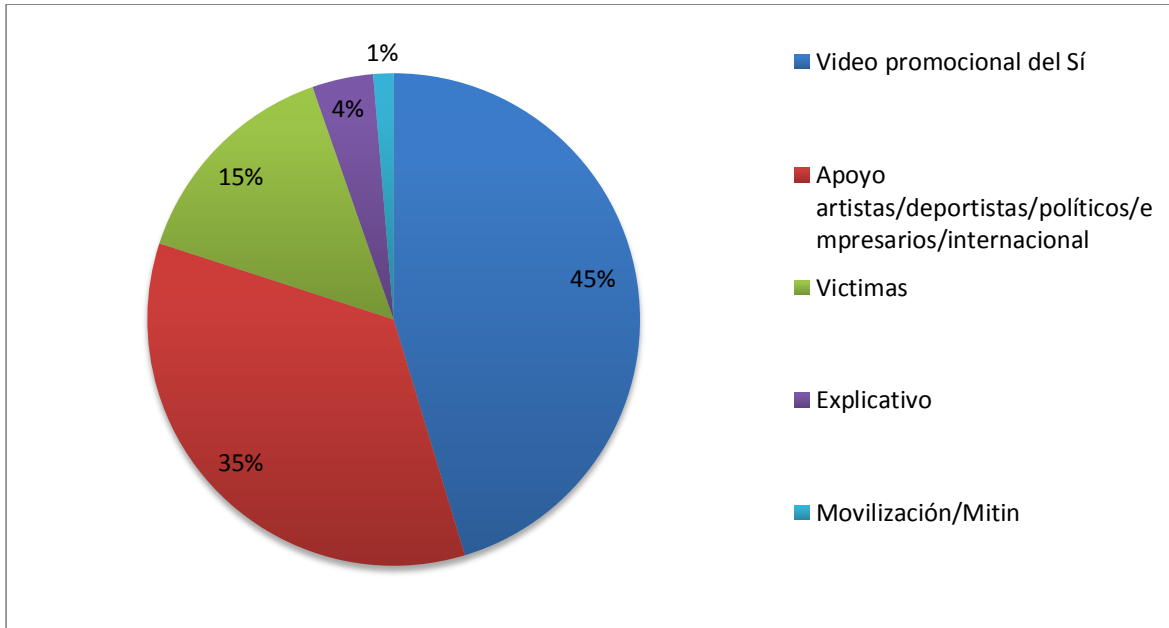
Otra de las series audiovisuales con mayor número de reproducciones fue “No más violencia”, donde cincuenta actores reconocidos del país se reunieron para narrar cincuenta historias sobre el conflicto armado. Estos videos hechos entre abril y mayo del 2016, fueron ampliamente reproducidos en septiembre a favor de la campaña del Sí, aunque la intención principal era visibilizar la memoria de las víctimas. El video de mayor reproducción fue el de “Cuerpos marcados por la guerra” con 255.000 y el de menor visitas fue “Memorias del éxodo en la guerra” con 388. En promedio los videos de esta serie tienen entre 10.000 y 20.000 visualizaciones.

Muchas otras organizaciones, comités, instituciones y artistas crearon sus propios videos que circularon en septiembre por las redes sociales; sin embargo, vale la pena resaltar que la mayoría de ellos fueron realizados por los comités “Sí a la Paz” y “El Sí de Todos”. Entre estos dos suman un total de 250; de ellos 175 son de “Sí a la paz” y 75 del “Sí de Todos”. Cabe destacar, que los videos del canal de Sí a la paz en YouTube fueron subidos entre el 4 de junio y el 23 de agosto, posterior a esta fecha no se publicaron más piezas. Por su parte,

El “Sí de Todos” publicó videos desde el 24 de agosto hasta el 1 de octubre. Estos tiempos coinciden con las fechas en que César Gaviria y Gina Parody asumieron las coordinaciones de la campaña como se explicó en el tercer capítulo.

A continuación, se caracterizan los videos de la campaña del Sí tomados desde las plataformas comunicativas del “Sí a la Paz” y el “Sí de Todos”: promocionales; apoyos de artistas, deportistas, empresarios, internacionales; narración de víctimas; explicativo de los puntos del Acuerdo y movilización o mitin a favor del Sí. Se muestra el porcentaje de cada uno tomando como totalidad los 250 videos que realizaron estos comités.

Gráfico 13. Videos “El Sí de todos”



Fuente: Elaboración propia

Tomando en cuenta los datos de las visualizaciones de los videos más vistos que estaban a favor de la campaña del Sí o que fueron utilizados por ella, hayan sido o no elaborados por el gobierno, los principales son los siguientes:

## Capítulo 4

Tabla 1. Mayores visualizaciones de videos utilizados en la campaña del Sí.

<b>Video</b>	<b>Visualizaciones</b>	<b>Organización/Comité</b>
Humberto de la Calle explica las razones para votar Sí (X2)	590.040 cada uno <b>Total: 1.180.080</b>	El Sí de todos
Explicación punto de participación política	385.007	Oficina Alto Comisionado para la paz
El espíritu del Acuerdo (Diana Uribe) – Serie “Dejemos de matarnos”	283.040	Forjando paz – Magic Markets
Cuerpos marcados por la guerra	255.035	No más violencia

Fuente: elaboración propia

**Nota:** De esta serie de videos no se toma en cuenta el comercial “Por el Sí en el Plebiscito”, elaborado por Latina Networks y puesto en circulación el 12 de septiembre en televisión nacional, teniendo una amplia circulación hasta el 1 de octubre pues, al no tener el dato de visualizaciones de comerciales en televisión, no se puede dar un aproximado.

Sobre la gráfica 10 es evidente cómo el mayor porcentaje de los videos se encuentra entre promocionar el Sí al Plebiscito y mostrar el apoyo al proceso de artistas, deportistas, empresarios y figuras internacionales, sumando entre las dos el 80 % de piezas audiovisuales, creadas y reproducidas en la campaña. El 20 % restante corresponde a videos

de narraciones de víctimas y explicativos de los puntos del Acuerdo. Tomando únicamente como referencia estos datos se podría afirmar que el gobierno, más allá de interesarse en explicar los acuerdos a la ciudadanía en general, se centró en promocionar el voto del sí en el Plebiscito. Aun con lo anterior, no se pueden dejar por fuera las quince piezas audiovisuales que realizó la oficina del Alto Comisionado para la paz que fueron importantes para explicar los puntos del Acuerdo, como lo señala la Tabla No 1, en donde el segundo video de mayor reproducción fue el video animado sobre participación política. Aunque solo fueron producidos entre mayo y junio, en julio, agosto y septiembre se entiende que esa oficina se dedicó a cerrar la negociación en la Habana y, posteriormente, a hacer la llamada “Maratón pedagógica”.

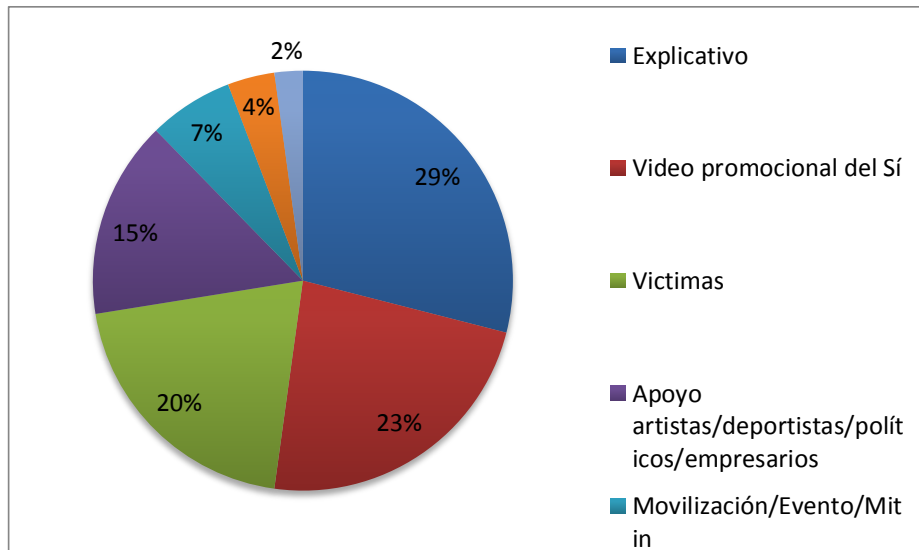
Los videos más cortos fueron los que más reproducciones tuvieron, a excepción de la serie “Dejemos de matarnos”. Tomando como referencia la Tabla No.1, los dos de Humberto de la Calle no superan los treinta segundos; el de “Explicación punto de participación política” tiene 58 segundos; “El espíritu del Acuerdo”, narrado por Diana Uribe, dura ocho minutos y siete segundos, y “Cuerpos marcados por la guerra” de No más violencia, 1 minuto y 34 segundos. En este sentido, los videos explicativos de mayor duración, como los de la Alta Consejería, tienen menos reproducciones a causa de que los videos extensos no pueden compartirse en todas las plataformas y, al ser extensos, el espectador pierde el interés en verlos. Además, no fueron promocionados por el gobierno, que se enfocó en la realización de videos promocionales.

Al revisar las cuentas oficiales en redes sociales, como Facebook y Twitter, de las personas que lideraban la campaña del Sí, así como las de instituciones gubernamentales, se encontró que la cuenta más activa promocionando los videos fue la de Gina Parady, quien no solo compartió los materiales elaborados por el comité El Sí de todos, sino también los de varias organizaciones sociales o instituciones que promocionaban la campaña. A diferencia de los videos realizados por el comité antes mencionado, Parody publicaba videos que correspondían a otras temáticas que no solo fueran la promoción del Sí, se destaca el amplio número de videos explicativos sobre puntos del Acuerdo y la narración de víctimas. A

## Capítulo 4

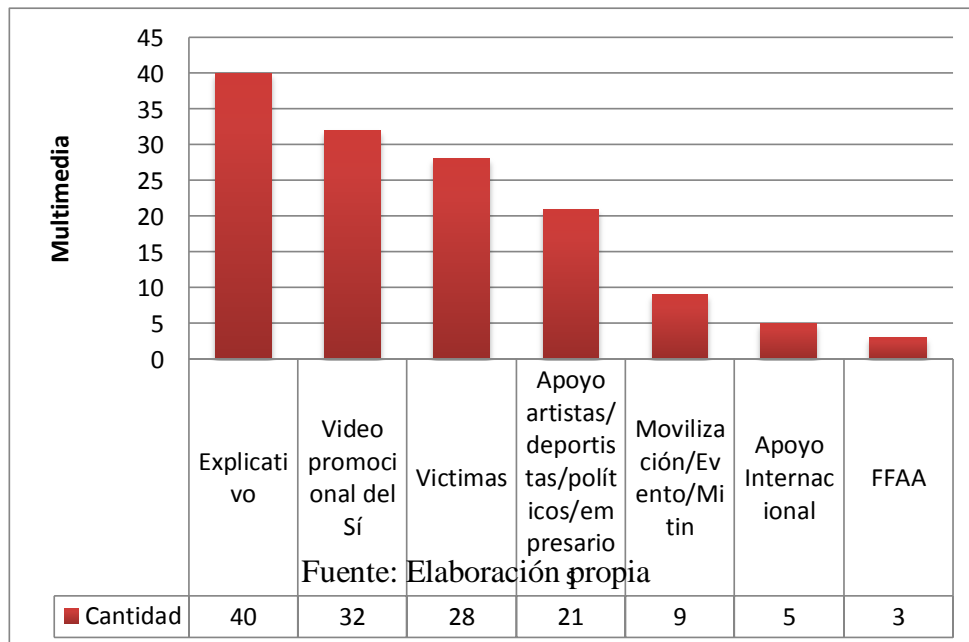
continuación, se ubican dos gráficos que analizan el universo de 120 videos publicados por la coordinadora de la campaña del Sí en la cuenta de Twitter: @ginaparody y en la cuenta de Facebook: facebook.com/GinaParody.

Gráfico 14. Porcentaje temático de videos publicados por Gina Parody en Facebook y Twitter sobre la campaña del Sí.



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 15. Cifras de videos publicados por Gina Parody en Facebook y Twitter sobre la campaña del Sí.



Fuente: Elaboración propia

---

El flujo de información publicada por la coordinadora de la campaña del Sí, marcó una tendencia al difundir información que explicaba los Acuerdos, seguido por los videos promocionales sobre la campaña y la narración de las víctimas. Adicional a estos videos, las cartillas y las imágenes promocionales fueron ampliamente divulgadas, pero las iniciativas no se agotaron ahí, pues la campaña del Sí creó cursos virtuales por medio de la oficina del Alto Comisionado e incluso, desarrolló un juego en forma de aplicación de celular llamado “PazAlTablero”, en donde se realizan preguntas al jugador buscando evaluar cuánto sabe del Acuerdo de paz.

Uno de los problemas de este flujo de información en videos, eventos, canciones, cartillas, etc., es que cada una de las herramientas era promocionada con frases, slogan o hashtags diferentes, lo que hacía que la información que circulaba en la red no estuviera unificada. Si bien el mensaje estaba direccionado bajo las premisas de explicar los puntos del Acuerdo, resaltar la narración de las víctimas y promocionar el Sí, la existencia de organizaciones y comités que trabajaban de manera autónoma no permitió producir un mensaje o grupo de mensajes unificados que llegaran con claridad a los ciudadanos. El papel de la coordinación del Sí fue compartir y reproducir el material que llegaba de los diferentes grupos y comités que apoyaban el Sí, pero las piezas audiovisuales que ellos crearon centraban su mensaje en promocionar la campaña. Un dato al respecto es que, de los 250 videos producidos por ellos, solo nueve (cinco del Sí a la Paz y cuatro de El Sí de todos) buscan explicar los puntos del Acuerdo.

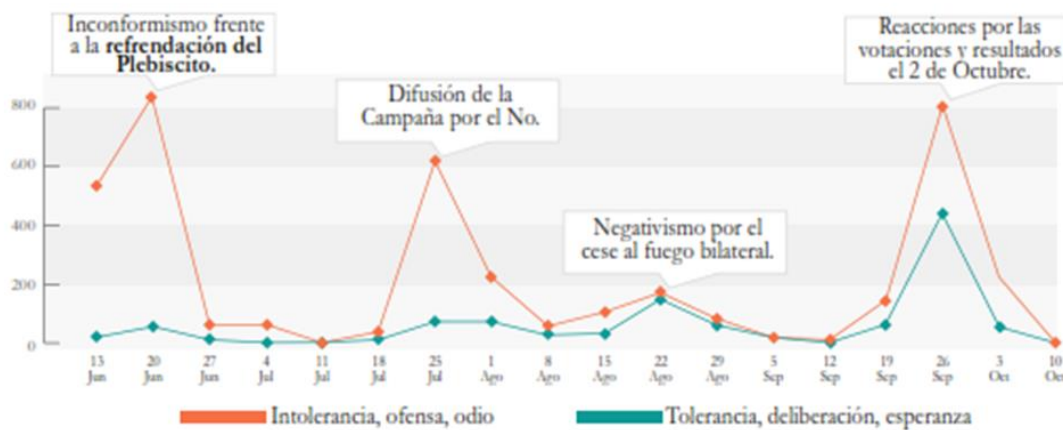
Uno de los elementos que puede inferirse de esta situación, es que los 32 días que tuvieron las campañas, fueron escasos para que el Sí pudiera explicar con claridad toda la información que existía sobre el Acuerdo, sumado a la multiplicidad de actores que participaron sin ser parte de una clara estructura de promoción y sin preservar la línea argumental de la coordinación de la campaña. En este sentido, se evidencian dos campañas por parte del gobierno, por un lado, los talleres y los videos explicativos de la oficina del Alto comisionado y, por otro, los videos promocionales y las reuniones entre partidos de la

## Capítulo 4

coordinación de la campaña del Sí, que tuvo dos canales de información diferentes: Sí a la paz y El Si es de todos.

Teniendo en cuenta lo anterior, toda la información que circuló no fue suficiente para posicionar en las redes sociales la campaña del Sí por encima de la del No. Según lo muestra la gráfica 13, la línea de comportamiento de las emociones en la campaña, los mensajes de intolerancia, odio y ofensa siempre tuvieron un número mayor de menciones que los de esperanza, tolerancia y deliberación. Sobre todo, se hayan tres picos marcados los días 20 de junio, 25 de julio y 2 de octubre, que corresponden al inconformismo frente a la refrendación del Plebiscito, la difusión de la campaña del No y las reacciones por las votaciones y resultados del día de la votación del 2 de octubre, respectivamente. Este trabajo realizado por la Misión de Observación Electoral (MOE) en donde se categorizaron 75.820 palabras o alusiones al Plebiscito, apoyadas en imágenes (22 %), memes (28 %) y hashtags y/o menciones (72 %), es de vital importancia porque logra sistematizar el posicionamiento de los mensajes de las dos campañas y determina que sentimientos como la esperanza no tuvieron el mismo impacto que los promovidos desde la narrativa del odio.

Gráfico 16. Línea del comportamiento de las emociones.



Fuente: MOE (2017, p. 50)

La gráfica también plantea que entre el 22 de agosto y el 19 de septiembre, tiempo en el que hubo mayor circulación de videos y mensajes, las menciones a mensajes de odio y de

esperanza tuvieron una recepción similar; sin embargo, ni siquiera el día de la firma del Acuerdo Final en Cartagena, el 26 de septiembre, los mensajes de esperanza lograron superar a los de odio. Según la MOE (2017) los sentimientos de reconciliación, empatía, respeto y esperanza estuvieron presentes en las conversaciones sobre el Plebiscito, pero exigían un mayor nivel de argumentación.

Las reacciones del público estaban centradas, mayoritariamente, en emociones negativas y el esfuerzo que exigía su transformación trascendía de la creación de mensajes positivos de contrapeso. Ahora bien, *«la emocionalidad en esta discusión no se descarta, todo lo contrario, fue el marco de las emociones lo que inclinó la balanza de la conversación hacia menciones negativas»* (MOE, 2017, p. 49).

Teniendo en cuenta lo anterior, el marco de referencia emocional en contra del proceso de paz había logrado consolidarse de manera tan efectiva que, como lo señala la MOE, las conversaciones siempre se inclinaban a menciones negativas. Esto implica que, en contraposición, un marco de referencia emocional positivo o esperanzador sobre el Acuerdo no pudo consolidarse a la par del que estaba en contra del Acuerdo.

Dos razones para que ocurriera esta situación corresponden, en primer lugar, a la duración del proceso, pues al ser tan largo (cuatro años) y al basarse en una estrategia comunicativa que implicaba explicar paulatinamente los resultados que se fueran dando en la negociación, generaron olas de información que eran seguidas por periodos de silencio y que llevaron a los analistas, políticos y ciudadanos a realizar interpretaciones sin certeza de lo que realmente ocurría en la negociación. En segundo lugar, están las consecuencias de los periodos de silencio, pues la ciudadanía tuvo la percepción de que no todo estaba siendo comunicado (MOE, 2017) y, por ende, el hermetismo generó suspicacias que, a su vez, eran alimentadas por los comentarios de los sectores que estaban en contra del Acuerdo.



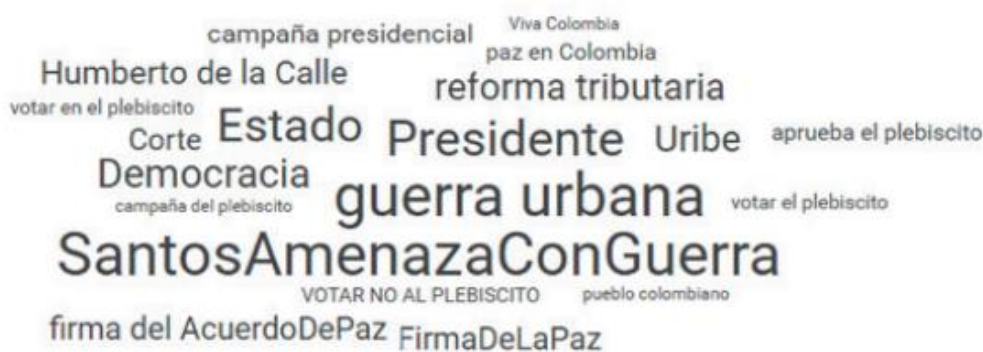
## Capítulo 4

---

En síntesis, la estrategia de comunicación de los Acuerdos implicaba que cuando un punto de la agenda estaba acordado se daba a conocer al público por medio de ruedas de prensa, acto seguido había extensos periodos de silencio que no eran acompañados por pedagogía dirigida a los ciudadanos, de tal forma que pudieran interiorizar y comprender lo negociado. Por esto, el mes de septiembre es tan prolífico en la producción y circulación de videos sobre el Acuerdo, porque antes eran escasos los materiales existentes para explicar los puntos de la negociación.

Más allá de que el objetivo de la campaña del Sí liderada por Parody fuera promover el Plebiscito y explicar los Acuerdos, lo que más movilizaba a la ciudadanía en redes era la narrativa del miedo sobre “volver a la guerra”, que ya había influido en los potenciales votantes. En la gráfica 14 se observa la nube de temas asociados a los sentimientos que logró recopilar la MOE y se muestra que la mayoría de las menciones sobre emociones vinculadas al miedo fueron: “Santos amenaza con guerra” y “guerra urbana”, dos ideas que habían sido parte del discurso de Santos desde mediados de junio de 2016 en el Foro Económico Mundial.

Gráfico 17. Nube de temas asociados a los sentimientos en la campaña electoral.



Fuente: MOE, 2017, p.51

Tomando como referencia las gráficas 13 y 14, no es completamente claro que las menciones sobre odio, intolerancia u ofensa sean exclusivas de la campaña del No; por el contrario, estas emocionalidades fueron alimentadas también por la campaña del Sí, tal y como se

muestra en la gráfica 14 una de las ideas más repetidas en redes sociales fueron las amenazas que Santos había hecho sobre la guerra, retórica que como se ha comprobado hasta ahora es cierta. En este sentido, el marco de referencia emocional de la campaña del Sí tuvo mayor repercusión desde las emociones negativas que positivas, las cuales fueron, sobre todo, utilizadas antes del 30 de agosto, pero que generaron durante septiembre efectos emocionales en el electorado.

### **4.3. Las víctimas están en el centro del Acuerdo: perdón, reconciliación**

Como se acabó de demostrar, la narrativa sobre las víctimas se encuentra en 20% de las piezas comunicativas creadas por el gobierno para promover el Sí, estas tienen como características fijar la idea del perdón y la reconciliación de las víctimas hacia los victimarios del conflicto armado en general, particularmente de las FARC. En los videos se encuentra un mensaje de manera reiterativa: las víctimas se encuentran en el centro del Acuerdo.

Los videos tienen una estructura argumental similar: presentación de la víctima, contextualización del proceso de victimización, reflexión sobre reconciliación, apropiación del perdón y promoción del voto por el Sí. Esta tendencia generalizada en estas piezas comunicativas busca reforzar tres ideas: la importancia de las víctimas para el proceso de paz, la reconciliación como un proceso de reconocimiento del rol de víctima y de los victimarios y el perdón como un estado de superación y liberación del suceso victimizante. A continuación, se desarrolla cada una de estas tres ideas.

El punto cinco del Acuerdo Final “Acuerdo sobre las víctimas del conflicto” postula que “Resarcir a las víctimas está en el centro del Acuerdo entre el Gobierno Nacional y las FARC-EP” (Presidencia de República, 2016, p. 124), por ello se pactó una declaración de principios que son los pilares tanto en el documento como en la implementación: reconocimiento de las víctimas y de la responsabilidad, satisfacción de los derechos de las víctimas, participación, esclarecimiento de la verdad y reparación de las víctimas. De este

## Capítulo 4

---

punto se deriva la estructura del marco jurídico para la paz, basado en la justicia restaurativa que pretendía darles a las víctimas verdad, justicia y garantías de no repetición.

Desde el 2014 cuando este punto se negoció en La Habana, el enunciado que “Las víctimas están en el centro del Acuerdo” fue un argumento que tenía su base en el proceso de paz y, que, posteriormente en las comunicaciones de la campaña del Sí se hicieron evidentes y reiterativas. Por ello, darles a las víctimas la narración de su historia de vida buscaba una relación empática de éstas con la ciudadanía en general. Sin embargo, esa realidad al ser alejada de los principales centros urbanos - principales consumidores de estos videos - no generó el impacto suficiente para movilizar los votos. Al respecto, la Fundación Ideas para la Paz afirma que los territorios periféricos, con mayores índices de pobreza multidimensional, con menor institucionalidad y donde el conflicto armado fue más persistente, son lugares donde el Sí ganó por una gran mayoría (Vanegas & Garzón, 2016).

Sobre la segunda tendencia: la reconciliación como un proceso de reconocimiento de su rol como víctima y de los victimarios. Este proceso implica que las víctimas y los victimarios decidieron tener una interacción en el marco de la no repetición de la agresión. Por ende, la reconciliación se entiende como una nueva oportunidad para las partes implicadas en el conflicto armado en buscar nuevas formas de interactuar sin violencia como eje estructurante (Mukashema & Mullet, 2013).

En las piezas comunicativas de la campaña del Sí se expone esta narrativa de la nueva oportunidad de manera clara, las víctimas enuncian frases como: “Creo que se puede construir una Colombia mejor”, “No quiero ver más sangre en mi país”, “Nuestros hijos necesitan un país más tranquilo”, “Queremos dejar una huella en nuestros hijos y nietos”, “Quiero que mis hijos no vuelvan a vivir lo que nosotros vivimos”. Según estas frases, el proceso de reconciliación implica una construcción de un futuro por fuera del conflicto armado, pero sin negar este hecho como elemento fundamental de la construcción como sujetos de la guerra por parte de las víctimas.

Adicionalmente, se asume una relación de exterioridad frente al futuro, es decir, la víctima en su narrativa no ubica la idea de “un futuro mejor” con su propia existencia sino con sus hijos o nietos. Este elemento es reiterativo en los videos y en términos de la campaña es importante porque la víctima no solo ocupa ese rol en el mensaje también el de padres, madres, abuelo, abuela, esa condición familiar puede garantizar más cercanía con el universo de votantes que se encuentran en el país.

El tercer elemento de los videos es el papel del perdón como un estado de superación y liberación del suceso victimizante. Frente al trámite de las emociones del dolor causadas por la guerra se considera medicamente que los sujetos que asumen el perdón *«experimentan disminución de las emociones displacenteras, aumentan los comportamientos prosociales y disminuyen los juicios negativos hacia otras personas. También quienes perdonan más tienen menores niveles de depresión, de ansiedad, de estrés, de rabia, de neuroticismo, de rumiación, de miedo y de hostilidad que quienes se niegan a perdonar»* (López et al., 2016, p. 146). Todo ello implica que el perdón es un proceso que no se traduce en una negación del pasado sino de liberación de cara al futuro.

En los enunciados que dan las víctimas sobre el perdón se encuentran referencias como: “Votare sí para tener un mejor futuro”, “El perdón viene de nosotros hacia los demás”, “Perdonar es parte de la vida”, “Si todos perdonamos podemos construir una sociedad mejor”, “El perdón no es olvido”. En la narrativa de los videos queda claro que el proceso del perdón no comienza y termina en el victimario, sino que comienza como trauma producto del victimario, pero culmina con la agencia de la víctima al decidir sobre cómo quiere vivir su futuro.

El mensaje de apropiación del perdón que se hace desde las piezas comunicativas también asocia que las disputas y los conflictos inherentes a la guerra son un asunto que debe quedarse en el pasado, la construcción de un futuro colectivo que emerge del proceso de paz implica aprender de 60 años de confrontaciones armadas, para garantizar que esos hechos no vuelvan a ocurrir, enunciado desde la premisa de “No repetición”. Esto da por sentado

que el perdón tiene una responsabilidad con un futuro que no solo busca ofrecer tranquilidad a la ciudadanía en general sino también una prosperidad económica, discurso que se va a estudiar en el próximo apartado cuando se analice la idea de la rentabilidad de la paz.

### **4.4. La rentabilidad de la paz: el discurso racional**

En este apartado se toman como referencias los argumentos racionales dados en la campaña del Sí desde la maximización de la elección racional propuesta por Kenneth Shepsle (2016). Para ellos se analizan los videos realizados por parte de los comités “Sí a la Paz” y el “Sí de todos”, particularmente se miran las piezas que corresponden a los videos promocionales y a los explicativos de los Acuerdos que son los que se centran en la explicación argumental y racional sobre los beneficios del proceso de paz. Adicionalmente se toman enunciados de la campaña del Sí frente a la rentabilidad económica de la paz, idea estructurante del vector racional.

El principio de maximización pretende establecer la relación costo-beneficio de una decisión política donde se busca obtener la mayor ganancia posible y reducir los riesgos según las consideraciones individuales del votante. Para el caso de la campaña del Sí, el argumento del desarrollo económico nacional por la firma del Acuerdo de paz fue una de las ideas más reiterativas de las piezas comunicativas. La narrativa de buscar beneficios públicos globales y no focalizar el mensaje a un pequeño subelectorado fue la tendencia de la campaña, por el ello el argumento de la rentabilidad fue uno de los principales.

Sobre la idea del desarrollo económico del país se recogen seis argumentos racionales persistentes en las piezas comunicativas: poner fin a 50 años de guerra; no más más víctimas del conflicto armado; el triunfo de la democracia, mejorar la inversión en educación, aumentar el turismo y la inversión extranjera directa, recuperar zonas del país sometidas por la guerra para que los desplazados vuelvan campo y se cree institucionalidad y, por último, el triunfo de las Fuerzas Militares y la reducción de su asignación presupuestal.

Estos seis argumentos mencionados anteriormente son mensajes generalizados, no se encuentran focalizados en ningún grupo población, la finalidad de este tipo de discursos es que el electorado asuma un principio de asociación de la oportunidad que ofrecen los Acuerdos para que reconozca su propio beneficio de la situación, el problema de esta lógica es que para el votante hacer ese tipo de asociación no es sencillo, inclinándose a votar por la posibilidad que le genere menos costos.

Por ello, la maximización en la elección racional también se puede definir como “principio de utilidad esperada” (Shepsle, 2016, p. 112), es decir, cuáles son los réditos individuales que obtengo por medio de mi decisión política, en este caso, si un votante se encuentra en una zona donde es más crudo el conflicto armado, pudo votar a favor del Acuerdo porque ello implicaba un aumento en sus expectativas de vida. Sin embargo, uno de los problemas que señala Shepsle es que el principio de maximización de las campañas electorales tiene su fortaleza en la narrativa económica según su uso en un segmento poblacional específico y no tan generalizado.

Este proceso de segmentación de la población fue la estrategia comunicativa que sí tuvo la campaña del “No”, cambiando su mensaje de acuerdo con la región donde se promovía su voto y de acuerdo en el segmento de edad de la población del lugar, ejemplo: pensionados. El “Sí” por su parte no evidencia en su estrategia comunicativa la segmentación, esto debido a que su discurso era nacionalista, integrador de la sociedad en su conjunto y buscaba la unidad como consenso general del Acuerdo de Paz.

En el marco del principio de maximización, la base argumental de este es su postulado económico porque es la manera más verificable de saber si la decisión fue acertada o no. En una de sus intervenciones, César Gaviria exponía en uno de sus discursos para promover el “Sí” en la Universidad del Rosario lo siguiente:

*El problema de nuestra guerrilla es que es una guerrilla bien financiada sobre todo por el narcotráfico y la minería ilegal. Colombia ha construido la fuerza pública más*

## Capítulo 4

---

*grande y mejor entrenada de América Latina, nosotros nos preparamos para una guerra y la hemos hecho. Colombia tiene más policías y soldados que Brasil y México. Se gasta el 6% de su PIB en seguridad, eso es más que el de los Estados Unidos, que cualquier país europeo y más que cualquier país asiático. Aquí se viene a entrenar a la fuerza pública de otros países, porque se considera que en Colombia está la fuerza pública mejor entrenada. Entonces, uno se pregunta ¿La solución a esto es no gastar el 6% del PIB en seguridad, sino el 10, 11 o 15 por ciento y aumentar la fuerza pública de 600 mil a 1 millón? Yo creo que no. Si hay una posibilidad de encontrar una salida negociada, mejor una salida negociada. Si usted coge de ese 6%, 4 % y los vuelve inversión pública eso son diez mil millones de dólares al año, eso no es poco dinero. (Universidad del Rosario, 2016).*

Este fragmento es sintomático del discurso de la rentabilidad de la paz porque Gaviria, siendo jefe de campaña resalta la idea que la inversión en guerra es del 6 % del PIB, la cifra más alta en el mundo de asignación del PIB para el Ministerio de Defensa. Su argumento gira en que ese 6 % puede ser redistribuido en inversión pública, reduciendo la inversión en dicha cartera y financiando otro ministerio, de lo contrario, el aumento de presupuesto directo puede aumentar, según el exmandatario, hasta un 15 % afectando la distribución del PIB dentro del Estado.

Adicionalmente, el aumento de la inversión extranjera directa y el crecimiento del turismo son argumentos que también son medibles y, por ende, cuantificables. Para el 2018, el crecimiento del sector turismo fue del 20 %, según la Asociación Hotelera y Turística de Colombia, Cotelco, la mayor de ese aumento se debe a visitantes extranjeros y en menor medida al turismo interno (El Espectador, 2018).

En conclusión, las piezas comunicativas por parte de la campaña del Sí, centraron su argumentación en los argumentos racionales para movilizar al electorado de votar a favor. No se evidencian en los videos el uso de los enunciados de miedo como “volver a la guerra”, “Si gana el No, se acabó el proceso” y “No habrá renegociación”, este tipo de retórica se da desde la construcción del discurso político por parte de personajes protagónicos del proceso o la campaña como: Juan Manuel Santos, César Gaviria, Humberto de la Calle e integrantes del gobierno Santos.

Como conclusión, el marco de referencia a favor del proceso de paz no logró consolidarse de manera clara porque: durante los cuatro años de la negociación, era difícil para los ciudadanos empatizar con dos fuerzas tan poco populares como la insurgencia de las FARC y el gobierno Santos, quien tenía márgenes de desaprobación del 70 %; la estrategia de comunicación de los Acuerdos era muy hermética y lo que se daba a conocer no se explicaba efectivamente para que fuera asumido por la ciudadanía, además, en los momentos prolongados de silencio surgían especulaciones promovidas por sectores que estaban en contra del proceso; dicho marco de referencia emocional se sustenta en la construcción del marco jurídico que salía de la negociación, es decir, el Acuerdo Final, al ser presentado un mes antes de las votaciones, no logró un principio de apropiación; la narrativa en contra del proceso de paz se había constituido de manera tan vehemente y llenando los vacíos que dejó la negociación, que creó un marco de referencia para evaluar negativamente los avances del Acuerdo, y, por último, el discurso del odio y la intolerancia fue utilizado por ambas campañas, porque era el más efectivo y movilizador y el que se había consolidado como el marco comunicativo del proceso.

En definitiva, sentimientos como la esperanza sí hicieron parte de la promoción de la campaña del Sí, pero su relevancia fue insuficiente ante un marco emocional en el que primaban las emociones negativas como las que invitaban a la ofensa o el odio. La racionalidad de la campaña también estuvo presente en la premisa de explicar los Acuerdos; sin embargo, la promoción del Plebiscito y la búsqueda de apoyo en múltiples personalidades de la vida pública, tanto nacional como internacional, fueron la apuesta de la coordinación de la campaña del Sí. Además, las emocionalidades del miedo por la idea de “Volver a la guerra”, “Si gana el No, se acabó el proceso” y “No habrá renegociación”, estructuraron el discurso de la campaña del “Sí” en el plebiscito por la paz.



## Conclusiones

Este estudio del proceso de la refrendación, de la campaña del “Sí” en el plebiscito por la paz y de los discursos emocionales y racionales que circularon en este breve periodo de tiempo lleva a tres conclusiones: primero, el proceso de refrendación de los Acuerdos de la Habana se dio de manera paralela a las negociaciones llevadas a cabo entre la insurgencia de las FARC y el gobierno Santos. La discusión sobre el trámite que debería tener la refrendación popular no se dio entre las partes, por lo contrario, desde el inicio fue una idea impuesta por el equipo negociador de Santos para que su gobierno como el proceso de paz ganara mayor legitimidad democrática, posteriormente adelantó de manera unilateral, sin tener un consenso en la mesa de negociación, múltiples recursos jurídicos para legalizar un referendo que desembocó en el plebiscito especial para la paz, aprobado por el Congreso de la República y la Corte Constitucional.

Segundo, la campaña del “Sí” tuvo fisuras desde el comienzo del proceso electoral debido a los siguientes factores: el liderazgo de César Gaviria dividió a los partidos de la Unidad Nacional que no reconocieron que el Partido Liberal obtuviera más protagonismo en el proceso de paz del que ya tenía; la coordinación de la campaña, que tendría posteriormente Gina Parody, generó que su baja popularidad por las cartillas de educación sexual movilizara a los votantes en contra del “Sí” y, por ende, afianzara el erróneo imaginario colectivo que el proceso de paz buscaba involucrarse con la sexualidad de los estudiantes de las escuelas públicas del país; el triunfalismo del gobierno Santos generó que un espectro de la ciudadanía que iba a votar a favor de los Acuerdos no lo hiciera porque creían que la victoria estaba asegurada, es decir, los votantes no consideraron la importancia de su voto, elemento vital en las pugnas electorales.

Tercero, los cuatro discursos que se instalaron con mayor fuerza en la campaña del “Sí” en el plebiscito por la paz fueron: “volver a la guerra”, “si gana el “No”, se acabó el proceso”,

“las víctimas están en el centro del Acuerdo” y la “rentabilidad de la paz”. La idea más reiterativa por parte del gobierno Santos era que la pérdida del plebiscito implicaba una reactivación de la guerra con las FARC, afirmación que implicaba el cierre de las negociaciones con la insurgencia, sin embargo, esto es falso y no corresponde con la postura de la guerrilla frente a su negativa de refrendación y sobre los avances del proceso que se llevaba hasta ese momento.

En definitiva, la campaña del Sí no puede considerarse como meramente racional, también utilizó un discurso emocional que estuvo más cercano a la producción del miedo que de la esperanza, particularmente de los líderes del proceso de paz del gobierno Santos quienes utilizaron con mayor vehemencia la idea de que si se perdía la refrendación se reactivaría la guerra contra la guerrilla de las FARC, por otra parte, las piezas comunicativas centraron su mensaje en las ideas del perdón, la reconciliación y en la rentabilidad económica del fin de la guerra.

La defensa y promoción de los Acuerdos de paz son una obligación de Estado que los diferentes gobiernos deben promover y que la ciudadanía debe apropiarse como suyos. Si bien los resultados del Plebiscito dejan entrever que ello no es un consenso nacional, es necesario revisar las prácticas de los sectores políticos que apoyaron y promocionaron esta iniciativa para reconocer los errores, aciertos y falencias en la comunicación de lo pactado. En democracia no basta con culpar al contradictor de las derrotas, antes de ello hay que revisar las causas internas que conllevan a su pérdida, no reconocer esto produce una radicalización de la polarización por la obstinación de una única explicación.

# Bibliografía

- Agencia EFE. (2015, September 26). Uribe dice que los acuerdos con las FARC son un “golpe de Estado a la democracia” . <https://www.efe.com/efe/america/politica/uribe-dice-que-los-acuerdos-con-las-farc-son-un-golpe-de-estado-a-la-democracia/20000035-2722933>
- Ahmed, S. (2014). *Cultural Politics of Emotion*. Edinburgh University Press. <https://books.google.com.co/books?id=fotjDwAAQBAJ>
- Amossy, R. (2014). *Apologie de la polémique*. Presses universitaires de France Paris.
- Basset, Y. (2018). Claves del rechazo del plebiscito para la paz en Colombia. *Estudios Políticos*, 52, 241–265.
- BBC Mundo. (2016, September 14). Humberto De la Calle: el primer paso es que los colombianos entiendan que “no hay violencia buena” -. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-37357984>
- Beach, D., & Pedersen, R. B. (2019). *Process-tracing methods: Foundations and guidelines*. University of Michigan Press.
- Bermúdez, N. (2014). Las emociones en el discurso político. “Pathograma” del kirchnerismo. *Acta Poética*, 35(1), 11–43.
- Blu Radio. (2016). Quien vote no al plebiscito está votando por la guerra: Cesar Gaviria. <https://www.bluradio.com/nacion/quien-vote-no-al-plebiscito-esta-votando-por-la-guerra-cesar-gaviria-112457>
- Botache Ramírez, M. X. (2018). *Estrategia de comunicación para un plebiscito posible*. Universidad de La Sabana.
- Braidotti, R. (2010). The politics of ‘life itself’ and new ways of dying. *New Materialisms: Ontology, Agency, and Politics*, 201–220.
- Bril-Mascarenhas, T., Maillet, A., & Mayaux, P.-L. (2017). Process tracing. Inducción, deducción e inferencia causal. *Revista de Ciencia Política (Santiago)*, 37(3), 659–684. <https://doi.org/10.4067/S0718-090X2017000300659>

- Charaudeau, P. (2009). La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político. *Haciendo Discurso. Homenaje a Adriana Bolívar*, 277–295.
- Charaudeau, P. (2012). Los géneros discursivos desde múltiples perspectivas: teorías y análisis. *Iberoamericana*.
- Charaudeau, P., & Maingueneau, D. (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Amorrortu Ed.
- Cifras & Conceptos. (2016). Nuestras encuestas y el plebiscito: algunas hipótesis. <https://cifrasconceptos.com/wp-content/uploads/2016/10/ANEXOS.pdf>
- Cristo, J., & Rivera, G. (2019). *Disparos a la paz*. EDICIONES B.
- de la Calle, H. (2016, September 23). El Acuerdo de paz no es renegociable . <https://www.youtube.com/watch?v=QJ4egtrRnB4>
- de la Calle, H. (2019). Revelaciones al final de una guerra: testimonio del jefe negociador del gobierno colombiano en La Habana. *Debate*.
- de Zubiría, J. (2016). El triunfo del No y el fracaso de la educación colombiana. <https://www.semana.com/educacion/articulo/implicaciones-del-no/497863>
- Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy*.
- Duzán, M. J. (2018). Santos: paradojas de la paz y del poder. *Debate*.
- El Colombiano. (2016, August 21). EL SÍ A LA PAZ DE BELISARIO BETANCUR. <https://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/el-si-a-la-paz-de-belisario-betancur-DJ4821261>
- El Espectador. (2013, August 23). Si llegamos a un acuerdo con las Farc, el pueblo tendrá la última palabra: Santos. <https://www.elespectador.com/noticias/nacional/si-llegamos-a-un-acuerdo-con-las-farc-el-pueblo-tendra-la-ultima-palabra-santos-442041/>
- El Espectador. (2016a, July 7). El viejo “kinder” de Gaviria se reencaucha en campaña por la paz . <https://www.elespectador.com/noticias/politica/el-viejo-kinder-de-gaviria-se>

- reencaucha-en-campana-por-la-paz/
- El Espectador. (2016b, July 25). Las movidas de Cambio Radical por campaña del plebiscito. <https://www.elespectador.com/noticias/politica/las-movidas-de-cambio-radical-por-campana-del-plebiscito/>
- El Heraldó. (2016, August 10). Partidos se dividen y arrancan campañas para el plebiscito . <https://www.elheraldo.co/politica/partidos-se-dividen-y-arrancan-campanas-para-el-plebiscito-272975>
- El País. (2014, June 12). El papel que jugaron los jefes de debate en las campañas presidenciales. <https://www.elpais.com.co/colombia/el-papel-que-jugaron-los-jefes-de-debate-en-las-campanas-presidenciales.html>
- El País. (2016, June 16). Si no se firma la paz, las Farc emprenderían una guerra urbana: Santos. <https://www.elpais.com.co/proceso-de-paz/si-no-se-firma-la-paz-las-farc-emprenderian-una-guerra-urbana-santos.html>
- El Tiempo. (2014, May 16). César Gaviria en su primer acto de campaña de Santos da un fuerte discurso. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13999856>
- El Tiempo. (2014, September 9). Suicidio de estudiante Sergio Urrego: diario en redes sociales . <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14510915>
- El Tiempo. (2016a, August 14). Cartillas sobre diversidad sexual en colegios genera debate en Colombia . <https://www.eltiempo.com/vida/educacion/cartillas-sobre-diversidad-sexual-en-colegios-genera-debate-en-colombia-39931>
- El Tiempo. (2016b, August 30). Plebiscito por la paz: Gina Parody en campaña por el sí en el plebiscito . <https://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/plebiscito-por-la-paz-gina-parody-en-campana-por-el-si-en-el-plebiscito-39605>
- El Tiempo. (2016c, September 1). Partido Conservador le dice “Sí” al plebiscito . <https://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/partido-conservador-le-dice-si-al-plebiscito-47872>
- El Tiempo. (2016d, September 28). Plebiscito por la paz: Campañas por el “Sí” y el “No” entran en la recta final . <https://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/plebiscito-por-la-paz-campanas-por-el-si-y-el-no-entran-en-la-recta-final-28392>

Fisas, V. (2010). Introducción a los procesos de paz. Barcelona: Escola de Cultura de Pau, Agència Catalana de Cooperació Al Desenvolupament.

Fiscalía General de la Nación. (2016). Intervención Fiscalía sobre sentencia C-379-16. <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2016/c-379-16.htm>

Flórez, J. F. (2018). El pueblo contra sí mismo: el plebiscito por la paz en Colombia y los límites de la democracia. Bogotá, Ediciones Nueva Jurídica/Fondo de Publicaciones Corporación ....

Fuerza Alternativa Revolucionaria del Común. (2016, September 26). Décima Conferencia Nacional Guerrillera . <https://www.farc-ep.co/decima-conferencia/decima-conferencia-nacional-guerrillera.html>

Gómez Buendía, H. (2015). Entre el voto y las maniobras: refrendación popular del acuerdo en la Habana. <https://razonpublica.com/politica-y-gobierno-temas-27/8222-ni-referendos-ni-constituyentes-el-pueblo-ya->

Gomez-Suarez, A. (2016). El triunfo del no: la paradoja emocional detrás del plebiscito.

González, M. F. (2017). La «posverdad» en el plebiscito por la paz en Colombia. Nueva Sociedad, 269.

González, M. F. (2017). La «posverdad» en el plebiscito por la paz en Colombia. Nueva Sociedad, 269.

Guglieri, M. P. G., Luna, L. G., Cabello, M. A., & Recio, L. Á. H. (1999). ¿ Es racional votar?: El estado de la cuestión desde la perspectiva de la elección pública. VI Encuentro de Economía Pública: El Gasto Social y Su Financiación: 4-6-de Febrero de 1999, 35.

Huber, J. (2019). Defying democratic despair: A Kantian account of hope in politics. *European Journal of Political Theory*, 1474885119847308.

Huber, J. (2019). Defying democratic despair: A Kantian account of hope in politics. *European Journal of Political Theory*, 1474885119847308.

Invamer Gallup. (2016, July 1). Encuesta #113 Colombia julio 2016 . <https://es.scribd.com/document/317657179/0388-16000010-GALLUP-POLL-113>

- Jiménez, D. (2016). Educación emocional para una ciudadanía democrática. La propuesta de Martha Nussbaum. Quito: Centro de Publicaciones Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Jimenez, S. (2016, September 23). Las respuestas a 5 grandes preguntas sobre el acuerdo con las FARC antes del plebiscito . <https://cnnespanol.cnn.com/2016/09/27/la-respuesta-a-5-grandes-preguntas-sobre-el-acuerdo-con-las-farc-antes-del-plebiscito/>
- Jimenez, T. (2013). Reflexiones elementales ante el proyecto de Santos. <https://partidofarc.com.co/farc/2013/08/25/reflexiones-elementales-ante-el-proyecto-de-santos/>
- King, A. A., & Anderson, F. D. (1971). Nixon, Agnew, and the “silent majority”: A case study in the rhetoric of polarization. *Western Speech*, 35(4), 243–255.
- La FM. (2017, January 3). Más de mil comités de campaña del plebiscito no habrían presentado sus gastos ante el CNE . <https://www.lafm.com.co/judicial/mas-mil-comites-campana-del-plebiscito-no-habrian-presentado-gastos-ante-cne>
- La Silla Vacía. (2014a, June 4). Así se mueve la maquinaria que definirá las elecciones (en la Costa) . <https://lasillavacia.com/historia/asi-se-mueve-la-maquinaria-que-definira-las-elecciones-en-la-costa-47713>
- La Silla Vacía. (2014b, June 11). La paz boba del discurso de Santos vs. la que está negociando . <https://lasillavacia.com/historia/la-paz-boba-del-discurso-de-santos-vs-la-que-esta-negociando-48198>
- La Silla Vacía. (2016b, August 8). Los súper poderosos del plebiscito . <https://lasillavacia.com/historia/los-super-poderosos-del-plebiscito-57396>
- La Silla Vacía. (2016a, September 28). El Sí con toda de Vargas Lleras . <https://lasillavacia.com/historia/el-si-con-toda-de-vargas-lleras-58118>
- La Silla Vacía. (2016c, October 4). Gina Parody, la primera sacrificada del movimiento religioso . <https://lasillavacia.com/historia/gina-parody-la-primera-sacrificada-del-movimiento-religioso-58198>
- La Vanguardia. (2016a, August 1). “Apenas estén los acuerdos se convocará plebiscito” . <https://www.vanguardia.com/colombia/si-gana-el-no-las-farc-volveran-al-monte-santos-MGVL367856>

- La Vanguardia. (2016b, August 29). Por plebiscito: se enfrentan expresidente César Gaviria y el partido Cambio Radical. . <https://www.vanguardia.com/politica/crecen-discrepancias-entre-cambio-radical-y-el-expresidente-cesar-gaviria-CFVL371102>
- Lira Kornfeld, E. (1991). *Psicología de la amenaza política y el miedo*. D-132-Lira\_Elizabeth-1991-360.
- Little, A. (2017). Fear, hope and disappointment: Emotions in the politics of reconciliation and conflict transformation. *International Political Science Review*, 38(2), 200–212.
- López de la Roche, F, & Guzmán, E. G. (2018). *Retos a la comunicación en el posacuerdo: políticas públicas, legislación y renovación de las culturas políticas*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- López de la Roche, Fabio. (2014). *Las ficciones del poder: Patriotismo, medios de comunicación y reorientación afectiva de los colombianos bajo Uribe Vélez (2002-2010)*. Penguin Random House Grupo Editorial SAS.
- López, W. L., Durán, C. P., & Marin, C. P. (2016). Relación entre el perdón, la reconciliación y la salud mental de las víctimas de la violencia socio-política. *Revista de Victimología*, 3, 141–159.
- Marquéz, I. (2019). *La segunda Marquetalia. La lucha sigue*.
- Massumi, B. (1995). The Autonomy of Affect. *Cultural Critique*, 31, 83–109. <https://doi.org/10.2307/1354446>
- Mejía Cortés, J. D. (2018). Comunicación política y posverdad: expresiones discursivas de la oposición al plebiscito en Colombia 2016. *Diálogos de Derecho y Política*, 20, 8–41.
- Melucci, A. (1996). *Challenging codes: Collective action in the information age*. Cambridge University Press.
- Millán, F. M. (2015). La refrendación de los Acuerdos de La Habana del referendo constitucional a la asamblea nacional constituyente. *Revista de Derecho*, unknown(43), 372–399.
- Mouffe, C. (1999). *El retorno de lo político: comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia*



- radica. Paidós Ibérica.
- Mukashema, I., & Mullet, E. (2013). Unconditional forgiveness, reconciliation sentiment, and mental health among victims of genocide in Rwanda. *Social Indicators Research*, 113(1), 121–132.
- Noticiero CM&. (2016, June 16). Noticiero CM& Primera Emisión .  
<https://www.youtube.com/watch?v=fW-Hf09o3ds>
- Nussbaum, M. C. (2014). *Emociones políticas*. Paidós Barcelona, España.
- Nussbaum, M. C., & Gardini, C. (1997). *Justicia poética: la imaginación literaria y la vida pública*. Andrés Bello.
- Pacifista. (2016, August 1). Así va el pleito entre los conservadores por el plebiscito para la paz . <https://pacifista.tv/notas/asi-va-el-pleito-entre-los-conservadores-por-el-plebiscito-para-la-paz/>
- Palomares, J. R. (2016). Criterios constitucionales y democráticos de la refrendación del proceso de paz Colombia-FARC. *Diálogos de Saberes*, 44, 59.  
<https://doi.org/10.18041/0124-0021/dialogos.44.149>
- Peña, R. A. A., Brunet, M. A., & Laguna, J. C. C. (2017). La calidad de la información periodística de elespectador. com. El caso del Plebiscito por la Paz, 2016 en Colombia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 1502–1514.
- Plantin, C. (2011). *Les bonnes raisons des émotions*.
- Plata Caviedes, J. C. (2016). ¿Polarización? Posiciones ideológicas durante la campaña presidencial colombiana en 2014. *Colombia Internacional*, 87, 199–215.
- Presidencia de la República. (2016). Alocución del Presidente Juan Manuel Santos sobre el Acuerdo Final con las Farc. <http://es.presidencia.gov.co/discursos/160824-Alocucion-del-Presidente-Juan-Manuel-Santos-sobre-el-Acuerdo-Final-con-las-Farc>
- Presidencia de República. (2016). Acuerdo Final de Paz. Bogotá. Recuperado de <Http://Www.Altocomisionadoparalapaz.Gov.Co/Procesos-y-Conversaciones/Paginas/Texto-Completo-Del-Acuerdo-Final-Para-La-Terminacion-Del-Conflicto.aspx>.

- Procuraduría General de la Nación. (2016). Intervención Procuraduría sobre sentencia C-379-16. <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2016/c-379-16.htm>
- Pulido-Ortíz, F., & Bustos, G. (2017). La validez de los procedimientos de reforma constitucional fast track. *International Law: Revista Colombiana de Derecho Internacional*, 15(30), 151. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.il15-30.vprc>
- Quinche, M. (2014). El referendo constitucional como mecanismo de refrendación de los acuerdos de paz. Araujo Oñate, Rocío (Editora Académica). *Retos y Tendencias Del Derecho Electoral*. Bogotá Editorial Universidad Del Rosario, 143–166.
- Ramírez, T. V. (2014). Estructura polémica del discurso político. La campaña presidencial de 2014 en Colombia. *NEXUS COMUNICACIÓN*.
- Ramos Colmenares, E. Y. (2018). Ciudadanías y procesos de Desarme, Desmovilización y Reintegración (DDR): Aproximaciones desde las historias de vida de excombatientes paramilitares. Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales (IEPRI).
- Rampf, D., & Chavarro, D. (2014). *La Asamblea Nacional Constituyente de Colombia de 1991—De la exclusión a la inclusión o¿ un esfuerzo en vano*. Berlín: Berghof Foundation. Recuperado de <https://bit.ly/2MB9qTa>.
- RCN Radio. (2016, July 7). Plebiscito por la paz: César Gaviria, jefe de campaña del Sí . <https://radiored.rcnradio.com/noticias/politica/plebiscito-por-la-paz-cesar-gaviria-jefe-de-campana-por-el-si/>
- Reddy, W. M. (2010). *The navigation of feeling: a framework for the history of emotions*. Cambridge Univ. Press.
- Revista Semana. (2014, May 16). Santos: “esta elección es entre la paz y la guerra.” <https://www.semana.com/nacion/elecciones-2014/articulo/santos-esta-eleccion-es-entre-la-paz-la-guerra/387985-3>
- Revista Semana. (2015, October 27). Expresidente Álvaro Uribe Vélez propone una nueva constituyente. <https://www.semana.com/nacion/articulo/expresidente-alvaro-uribe-velez-propone-una-nueva-constituyente/447870-3>
- Revista Semana. (2016a, August 3). Plebiscito por la paz: Álvaro Uribe dirá Sí a la paz votando No. <https://www.semana.com/nacion/articulo/plebiscito-por-la-paz-alvaro-uribe-dir%C3%A1-s%C3%AD-a-la-paz-votando-no/447870-3>

- uribe-dira-si-a-la-paz-votando-no/484476
- Revista Semana. (2016d, October 3). Por qué ganó el No en el Plebiscito por la paz 2016. <https://www.semana.com/nacion/articulo/por-que-gano-el-no-en-el-plebiscito-por-la-paz-2016/496636>
- Revista Semana. (2016b, August 29). Plebiscito por la paz: Congreso decide permitir la refrendación. <https://www.semana.com/nacion/articulo/plebiscito-por-la-paz-congreso-decide-permitir-la-refrendacion/491676>
- Revista Semana. (2016c, August 31). Cambio Radical dice sí pero rechaza a César Gaviria. <https://www.semana.com/nacion/articulo/plebiscito-por-la-paz-cambio-radical-dice-si-pero-rechaza-a-cesar-gaviria/491992>
- Risaralda Hoy. (2016, September 10). Congresistas a vacaciones por el plebiscito por la paz . <https://risaraldahoy.com/congresistas-a-vacaciones-por-el-plebiscito-por-la-paz/>
- Robin, C. (2010). El miedo. Historia de una idea política. *Polis, Revista de La Universidad Bolivariana*, 9(25), 577–581.
- Rodríguez Pico, C. R. (2015a). Participación política en los acuerdos de paz de la habana: El prerequisite de la refrendación de los acuerdos. *Análisis Político*, 28(85), 57–75.
- Rodríguez Pico, C. R. (2015b). Refrendación de los acuerdos de paz de La Habana y mecanismos de democracia directa en Colombia. IV Congreso Nacional de Ciencia Política.
- Rodríguez Pico, C. R. (2019). El no ciudadano a la paz: los casos de Guatemala (1999) y Colombia (2016)/The Citizenry said not to peace: the cases of Guatemala (1999) and Colombia (2016). *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 8(1), 31–42.
- Rodríguez Pinzón, E. M. (2017). El resultado del plebiscito por la paz en Colombia: entre la participación y la razón de Estado. *Revista Jurídica*.
- Santos, E. (2018). El país que me tocó (Memorias). Debate.
- Santos, J. M. (2016, June 3). Y usted, ¿Prestaría a sus hijos para la guerra? . <https://www.youtube.com/watch?v=gpTUF7AvVU0>

- Santos, J. M. (2019). *La batalla por la paz. El largo camino para acabar el conflicto con la guerrilla más antigua del mundo*. Bogotá: Editorial Planeta Colombiana SA.
- Schwartz, T. (1987). Your vote counts on account of the way it is counted: An institutional solution to the paradox of not voting. *Public Choice*, 54(2), 101–121.
- Sedgwick, E. K., & Frank, A. (2003). *Touching feeling: Affect, pedagogy, performativity*. Duke University Press.
- Semana en Vivo. (2016, July 14). César Gaviria, Gran Jefe del “Sí” en el Plebiscito . <https://www.youtube.com/watch?v=LL83iNqIPMs>
- Shepsle, K. A. (2016). *Analizar la política: comportamiento, instituciones y racionalidad*. CIDE.
- Suárez, R. M. (2010). La hazaña de la razón: la exclusión fundacional de las emociones en la teoría política moderna. *Revista de Estudios Políticos*, 149, 11–45.
- The New York Times. (2016). La victoria del No sorprende a Colombia sin un plan b - <https://www.nytimes.com/es/2016/10/03/espanol/america-latina/la-victoria-del-no-sorprende-a-colombia-sin-un-plan-b.html?auth=link-dismiss-google1tap>
- Universidad del Rosario. (2016, August 18). Plebiscito ¿Sí o No? . <https://www.youtube.com/watch?v=3xhB2eXbT-M&t=3604s>
- Universidad Nacional de Colombia. (2017). *Caracterización comunidad FARC-EP: censo socioeconómico UN-CNR, 2017*.
- Valdez Zepeda, A. (2012). El miedo y la ira como estrategia en las campañas electorales. *Reflexión Política*, 14(27), 135–140.
- Vanegas, E. Á., & Garzón, J. C. (2016). El país que develó la ventaja del No. *Fundación Ideas Para La Paz*, 1–22.
- Vanguardia. (2014, May 31). Alianzas a Santos y Zuluaga dividieron al Polo y a los ‘verdes.’ <https://www.vanguardia.com/colombia/alianzas-a-santos-y-zuluaga-dividieron-al-polo-y-a-los-verdes-IFVL262785>

Weber, M. (1992). Economía y sociedad. Fondo de cultura económica.

Westen, D. (2008). The political brain: The role of emotion in deciding the fate of the nation. PublicAffairs.