

SERGIO FAJARDO VALDERRAMA IMÁGENES Y PODER,
LA CONSTRUCCIÓN DEL ICONO

BLAS JOSÉ NAVARRO MEZA

Estudio de Caso presentado como requisito principal para optar al título de
Magíster en Gobierno y Políticas Públicas

Asesor: JUAN CAMILO ESCOBAR VILLEGAS

MEDELLÍN
UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE GOBIERNO Y CIENCIAS POLÍTICAS
2015

A Yudisney Londoño, José Alejandro y Julieta Navarro, los amores de mi vida.

CONTENIDO

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 8 |
| 1. MARCO TEÓRICO | 12 |
| 2. SERGIO FAJARDO EL ACADÉMICO QUE SE VOLVIÓ POLÍTICO | 18 |
| 3. LAS IMÁGENES COMO HERRAMIENTA POLÍTICA..... | 23 |
| 4. FAJARDO, EL PROFESOR GOBERNANTE | 29 |
| 5. JUVENTUD, INFORMALIDAD Y GOVERNABILIDAD..... | 34 |
| 6. IMÁGENES Y PALABRAS, UNA NARRATIVA EN DOBLE REGISTRO, VÍA SIGNIFICANTE..... | 39 |
| 7. CONCLUSIONES..... | 45 |
| 8. BIBLIOGRAFÍA..... | 48 |

FOTOGRAFÍAS

| | |
|--|----|
| Foto 1. Fajardo y Lucrecia. | 18 |
| Foto 2. Gestualidades. | 25 |
| Foto 3. Gestualidades. | 25 |
| Foto 4. Gestualidades. | 25 |
| Foto 5. Sergio Fajardo, perfil, plano medio corto. | 26 |
| Foto 6. Sergio Fajardo, el profesor. | 29 |
| Foto 7. Mapa conceptual. | 29 |
| Foto 8. Las libretas de Fajardo. | 30 |
| Foto 9. Sergio Fajardo en su silla universitaria. | 31 |
| Foto 10. Sergio Fajardo en la silla universitaria de frente, manos enlazadas. | 33 |
| Foto 11. Sergio Fajardo en la silla universitaria, apoyado en el brazo de la silla, con la mano en la barbilla. | 33 |
| Foto 12. Sergio Fajardo en la silla universitaria, sonriente. | 33 |
| Foto 13. Sergio Fajardo en una calle de Medellín. | 34 |
| Foto 14. Sergio Fajardo en sus inicios. | 34 |
| Foto 15. Sergio Fajardo Cartel Gobernación. | 35 |
| Foto 16. Sergio Fajardo repartiendo volantes en los buses. | 35 |
| Foto 17. Sergio Fajardo con collar indígena. | 35 |
| Foto 18. Sergio Fajardo y Antanas Mockus. | 35 |
| Foto 19. Sergio Fajardo en su despacho de Alcalde. | 36 |
| Foto 20. Sergio Fajardo Perfil de Facebook. | 36 |

| | |
|---|----|
| Foto 21. Sergio Fajardo prensa. | 40 |
| Foto 22. Sergio Fajardo prensa. | 40 |
| Foto 23. Sergio Fajardo prensa. | 40 |
| Foto 24. Sergio Fajardo sentado en la silla universitaria y texto. | 41 |
| Foto 25. Sergio Fajardo “la Corrupción”. | 43 |
| Foto 26. Sergio Fajardo “con E de educación”. | 43 |
| Foto 27. Sergio Fajardo reconoce a alcaldes y alcaldesas. | 43 |
| Foto 28. Sergio Fajardo presenta libro de matemáticas. | 43 |
| Foto 29. Sergio Fajardo “mujeres digitales”. | 44 |
| Foto 30. Sergio Fajardo, “con el gobernador”. | 44 |

RESUMEN

Las imágenes en nuestro tiempo son valoradas por su influencia en los colectivos sociales. Al ser usadas como instrumento o estrategia en la representación de una persona, pueden ayudarle ascender y mantenerse en el poder. El Estudio recopila y analiza imágenes de Sergio Fajardo Valderrama en el entorno político, para comprender y explicar el lugar que ocupan en la toma de decisiones de gobierno y en su legitimación. Enmarcado desde la noción de representación e imaginarios sociales y las categorías imagen y poder, se aborda el fenómeno en la dimensión social y política.

Los datos recolectados se analizan mediante el “estudio connotado”, el cual permite identificar en Sergio Fajardo Valderrama un proceso de construcción y fabricación de su imagen visual para representarse como profesor, joven, informal y transparente. Identificando la existencia de una política de gobierno alrededor de su imagen y una forma diferenciada de ejercer el poder político.

Palabras Claves: Imágenes, poder, gobernabilidad, Sergio Fajardo Valderrama.

ABSTRACT

In our time, images are assessed by their influence in social collectives. Images are used as instruments or strategies in the representation of a person, and they stimulate scaling or upholding power. This study compiles and analyses some images of Sergio Fajardo Valderrama in his political environment, aiming to comprehend and explain their role in his decision-making and in his legitimization. Framed from the icon idea and collective imaginary and from image and power categories, this phenomenon is approached in its political and social dimensions.

The data is analyzed with the “connoted study” technique, which allows identifying a process of conceiving Sergio Fajardo Valderrama’s image as a young, casual, transparent teacher. This shows a government policy based on his image and a differentiated way of exerting his political power.

Keywords: Images, power, governability, Sergio Fajardo Valderrama.

INTRODUCCIÓN

En la historia de las sociedades humanas, ha existido una valoración por la imagen de los gobernantes y su relación con los ejercicios de dominación. Esto puede estar fundamentado en que ella representa un recurso estratégico, para alcanzar logros relacionados con el manejo del poder y su capacidad para ganar adeptos en diversos escenarios o ambientes en los que se desenvuelve el líder.

La imagen visual es parte del mundo real y posee un estatuto de materialidad al ser visible, apropiable, exhibible y transportable física o virtualmente. Por ello, acompañada de un discurso de poder, de un partido político legitimado por una narrativa de salvación y una serie de estrategias comunicacionales, puede convertirse en una herramienta de persuasión, de reconocimiento y de favorabilidad para un gobernante que hace buen uso de ella. Estas razones son las que motivan el presente estudio de caso, cuyo objetivo principal es recopilar y analizar las imágenes de Sergio Fajardo Valderrama en el entorno político, para comprender y explicar el lugar que ocupan en la toma de decisiones de gobierno y en su legitimación entre 2003 y 2015 en Medellín y el Departamento de Antioquia.

Es posible intuir que Sergio Fajardo Valderrama y sus colaboradores, desarrollaron una serie de estrategias para insertar su imagen en las dinámicas cotidianas. Haciendo presencia permanente en la sociedad ya fuera en las redes sociales, la calle, la prensa o en los espacios públicos. Devela el uso de imágenes en acciones premeditadas para acompañar el oficio de gobernar. Al integrarse inteligentemente las imágenes en los procesos electorales y de gobierno, se logran repercusiones en

las dinámicas sociales. Alcanzando en los ciudadanos la percepción de seguridad, tranquilidad y el estar bien representados.

Al mirar la trayectoria electoral de Medellín en los últimos doce años, se observa cómo este líder ha ascendido en la escala política gracias a un inteligente uso de imágenes en gran medida fotográficas, acompañadas de emblemas, consignas, lemas y palabras que en su conjunto configuran su iconografía¹ de hombre público. Esto le ha permitido a Sergio Fajardo Valderrama dar un salto de la academia a la arena política. Ubicando en el imaginario colectivo, la representación de hombre joven, visionario, decidido, independiente, sabio, informal, líder, renovador.

Los asuntos antes mencionados permiten la formulación de la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál ha sido el lugar de las imágenes de Sergio Fajardo Valderrama en el ejercicio de sus gobiernos, en relación con la aprobación, legitimación y ascenso al poder entre 2003 y 2015 en la ciudad de Medellín y Antioquia? La pregunta da crédito al hecho de seleccionar a Sergio Fajardo Valderrama como objeto de estudio por su calidad de un político en ejercicio. Porque a través del uso de imágenes, ha obtenido resultados favorables en las elecciones a cargos públicos y ha potenciando la gobernabilidad. Como lo plantea Roger Chartier, el uso correcto de las imágenes es relevante para los que ejercen el poder y para los que lo acatan, asumiendo roles desde la actitud de actor que se determina como sujeto de poder hasta la contraparte que es constituida por los subordinados².

¹ Erwin Panofsky, *“El significado en las artes visuales”*, cuarta reimpresión, Alianza Editores, Madrid, 1987.

² Roger Chartier, *“Poderes y límites”* y Roger Chartier, *“El Mundo como Representación”*. Historia Cultural: entre práctica y representación. Editorial Gedisa, Barcelona, 1992, pp. 45-62.

En el análisis de los datos se procede a seleccionar el “estudio connotado” propuesto por Roland Barthes en su obra *Lo obvio y lo obtuso*³. Usado como método, para analizar un grupo de imágenes de Sergio Fajardo Valderrama, que se consideran representativas y constituyen parte del acervo visual del político. Esto permite identificar componentes denotativos, connotativos y lingüísticos. Se busca encontrar evidencia que le den significado a la imagen de hombre público y a la comprobación de las siguientes hipótesis:

Primera: La construcción del poder político en las sociedades contemporáneas es un ejercicio que vincula imaginarios sociales y representaciones visuales.

Segunda: Los grupos definen parte de sus sentimientos de identidad con base en la imagen de sus líderes.

Tercera: Las imágenes de Sergio Fajardo Valderrama han sido parte racionalmente calculada en su política de gobierno.

Cuarta: Las imágenes de Sergio Fajardo que han circulado por diversos medios, han producido legitimidad a sus programas de gobierno.

Todas estas consideraciones iniciales serán desarrolladas a mayor profundidad en los siguientes apartados: Marco teórico en el que se presenta los aspectos teóricos y metodológicos, así como el enfoque investigativo. En el apartado Sergio Fajardo el académico que se volvió político, se presenta una breve biografía para contextualizando al lector. En el apartado las imágenes como herramienta política, se hace referencia al uso de imágenes en las estrategias de gobierno. En el apartado Fajardo, el profesor Gobernante, se identifica la conexión del maestro y su forma de gobernar. En el apartado Juventud, informalidad y gobernabilidad, se describen los atributos más importantes identificados en las diferentes

³ Roland Barthes, *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, Barcelona, Ediciones Paidós, segunda reimpresión, 1995.

representaciones de Sergio Fajardo. En el apartado Imágenes y palabras, una narrativa en doble registro, vía significante, hace un estudio del mensaje textual que acompaña las diferentes imágenes que se producen al interior de las campañas y en los ejercicios de gobierno. Por último se exponen las conclusiones donde se resumen los principales hallazgos y se marca una ruta futura de investigación.

1. MARCO TEÓRICO

El estudio de caso se enmarca desde la noción de representación e imaginarios sociales. Desde estas nociones de focalización se busca comprender el fenómeno en la dimensión social y política.

La representación mantiene la memoria. Tomando el concepto de Louis Marin⁴, “representación” entendida como la efigie puesta en lugar del rey muerto sobre su lecho funerario, (“cuando se va a ver a los príncipes muertos en su lecho mortuario, sólo se ve de ellos la representación, la efigie”). Esto define una relación entre el signo visible y lo que lo significa, entre lo representado, lo ausente y lo que lo hace presente. El objeto representado ocupa el lugar de un ausente y se establece como memoria ante el que lo observa. Si bien el representado no está físicamente, está presente mediante su imagen.

Bronislaw Baczko⁵, da un lugar especial a los imaginarios sociales, en el proceso de construcción del poder. Los imaginarios sociales son relevantes porque determinan las representaciones simbólicas, las imágenes y las ideas de la sociedad. De esta forma los grupos en los contextos globales o locales elaboran una imagen de sí mismos y de su entorno y con ello construyen su identidad. Partiendo de este concepto es fácil determinar como en el ejercicio del poder político, los gobernantes se valen de imágenes, emblemas, símbolos, textos y frases para multiplicar y reforzar su dominación efectiva y legítima.

⁴ Roger Chartier, “Poderes y límites de la representación. *Marín el discurso y la imagen*”, en: Roger Chartier, compilador, *Escribir las prácticas*. Buenos Aires, Ed. Manantial, 1996, pp. p. 76,89.

⁵ Bronislaw Baczko, “*Imaginación social. Imaginarios sociales*”, en: Bronislaw Baczko, “*Los imaginarios sociales*”. Buenos Aires, Ed. Nueva Visión, 1984 pp.15, 17.

En este estudio se han seleccionado dos categorías centrales nombradas como imagen y poder. Desde los tiempos inmemoriales ha existido una relación permanente de estos dos conceptos, cuya asociación simbólica evoca a un ser supremo o jefe. Las civilizaciones primitivas erigieron monumentos, estatuas o figuras que representaban los poderes a semejanzas de divinidad y perfección. Tradición que siguió en los otros procesos humanos en los que de manera generalizada faraones, reyes, guerreros y gobernantes en nuestra era, hacen uso de imágenes en la misma lógica de los tiempos antiguos.

El poder, es una categoría muy estudiada desde diversas corrientes y pensadores como Maquiavelo, Hobbes, Weber, Hannah Arendt, Ernesto Mayz-Vallenilla, Karl Popper y Michel Foucault. Una definición contemporánea que se acoge en este trabajo es la de Ernesto Mayz-Vallenilla⁶: el término poder proviene del latín *possum* – *potes* – *potuī* - *posse*, significa ser capaz, tener fuerza para algo, ser potente para lograr el dominio o posesión de un objeto físico o concreto, o para el desarrollo de tipo moral, política o científica. Usado de esta manera, el mencionado verbo se identifica con el vocablo *potestas* que traduce potestad, potencia, poderío, homólogo de facultas que significa posibilidad, capacidad, virtud, talento.

El término *possum* recoge la idea de ser potente o capaz pero también alude a tener influencia, imponerse, ser eficaz entre otras interpretaciones. Lo importante es señalar el estar ligados al poder como *potestas* o *facultas* y la idea de fuerza que lo acompaña. Se hallan los conceptos de “*imperium* (el mando supremo de la autoridad), de *arbitrium* (la voluntad o albedrío propios en el ejercicio del poder), de *potentia* (fuerza, poderío o eficacia de alguien) y de *auctoritas* (autoridad influencia moral que emanaba de su virtud)”.

⁶ Ernesto Mayz-Vallenilla, “*El dominio de poder*”. Seix y Barral Hnos S.A. Barcelona, España. 1982.

Foucault⁷, se refiere el poder desde las implicaciones, mecanismos, relaciones y los dispositivos que se utilizan en los diferentes niveles en la sociedad. Entendiéndose al poder como algo múltiple, se trata de un juego de fuerzas que no tiene otro objeto ni sujeto que la fuerza. La relación de fuerzas a la que Foucault llama “poder”, excede la violencia. La violencia se dirige a cambiar o destruir objetos. Las fuerzas en cambio, tienen como objetivo otras fuerzas.

Las relaciones de poder comprenden acciones sobre acciones: incitar, inducir, desviar, facilitar, dificultar, ampliar o limitar, hacer más o menos probables. Las relaciones de poder se caracterizan por la capacidad de “unos” para “conducir” las acciones de otros. Es una relación entre acciones, entre sujetos de acción⁸.

La segunda categoría es la imagen, cuya etimología proviene del latín *imago*, definiéndola a modo de figura y representación. Platón⁹ llamó “imágenes” a las sombras, luego a los reflejos que vio en las aguas o en las superficies de cuerpos opacos, pulidos, brillantes y todas las representaciones de este tipo. Desde el filósofo, la imagen es espejo y aquello que se vale del mismo proceso de reflejo.

La imagen en la representación visual es un símbolo, una pintura, ilustración o fotografía. Siendo objetos materiales que existen en el mundo físico y contienen un alto grado de evocación de lo real. El término imagen, también se emplea para hablar de ciertas actividades psíquicas como las representaciones mentales. Una

⁷ Francisco Ávila F, "El concepto de Poder en Michel Foucault". Revista Telos. URBE. Volumen 8, Nº 2, pp, 215-234, 2006.

⁸ *Ibíd.*

⁹ Martine Joly, "Introducción al análisis de la imagen". Segunda edición. La Marca Editores. Buenos Aires, Argentina, pp, 17-26, 2009.

representación mental se elabora algunas veces de forma casi alucinatoria, y parece tomar prestadas sus características de la visión. En este dominio la imagen trasciende su carácter material conformando visiones, fantasías e imaginaciones motivadas por percepciones externas o subjetivas en los sujetos. La imagen de una persona es un conjunto que trasciende a la apariencia tanto física como moral de alguien, relacionado con lo proyectado a los demás. Las imágenes son asociadas con figuras de culto o deidad, como un santo, o una virgen¹⁰.

La metodología para desarrollar el proceso investigativo, se fundamenta en el enfoque cualitativo de corte descriptivo. Esto permite hacer la comprensión de un fenómeno social relacionado con las imágenes y el lugar que ocupan en el ejercicio de la gobernabilidad. En primera instancia, se realiza una búsqueda bibliográfica para fundamentar las bases teóricas y el análisis. También, rastrear estudios similares encontrándose los siguientes trabajos relacionados con el objeto de estudio:

El primero, elaborado por Valentina León Fajardo¹¹, centrado en la estrategia de comunicación de la campaña presidencial de Sergio Fajardo, entre mayo de 2009 y febrero de 2010. Este trabajo destaca el uso inteligente del marketing electoral, que en palabras de la autora lo destaca como *“estrategia novedosa e innovadora por su eficiente uso de los limitados recursos, representando además una forma distinta de hacer política, que se aleja del clientelismo, la compra de votos y las maquinarias”*. Lo anterior se contrapone a las viejas lógicas electorales de hacer campañas, en las que se cuenta con amplios recursos, casas políticas y maquinarias que respaldan la elección del futuro gobernante.

¹⁰ *Ibíd*

¹¹ León Fajardo, Valentina, *“Análisis de la estrategia de comunicación que articula la campaña electoral del candidato Sergio Fajardo a la presidencia en el periodo comprendido entre mayo de 2009 y febrero de 2010”*. 2011.

El segundo trabajo denominado “*Comunicación y Marketing Político En Campañas Presidenciales: Sergio Fajardo*”. Elaborado por Ana María Lopera¹², hace un análisis de los recursos comunicacionales y de Marketing que se desarrollan al interior de la campaña y el impacto que tuvieron en el proceso electoral.

Y un tercer trabajo denominado “*Análisis de la Estrategia de Comunicación de Sergio Fajardo en su precampaña presidencial para las elecciones del 2010*”, realizado por Viviana Álzate Salazar¹³. La autora ahonda sobre las estrategias comunicacionales, acercándose a un análisis de la imagen, el discurso y el elemento diferenciador llevado por el candidato para lograr obtener reconocimiento nacional.

Sumado al proceso bibliográfico, se optó por usar fotografías como fuentes primarias. John Collier¹⁴, da un lugar especial a las fotografías por ser fuentes de abstracción perceptiva, convirtiéndose en datos manejables. El autor se refiere a ellas como “*documentos*”. Igualmente Joan Costa considera la imagen fotográfica como un lenguaje. Siguiendo al autor, las imágenes fotográficas contienen simultáneamente signos analógicos y signos no analógicos de lo real visible y que ellos reproducen la realidad. Identificados por la semejanza perceptiva. Como todo lenguaje tiene un sistema especializado y en el caso de las fotografías, relacionado con el mensaje figurativo dotado de significado¹⁵.

¹² Ana María Lopera Mesa, “*Comunicación y Marketing Político En Campañas Presidenciales: Sergio Fajardo*”. Medellín, Universidad Eafit, 2009.

¹³ Viviana Álzate Salazar, “*Análisis de la Estrategia de Comunicación de Sergio Fajardo en su precampaña presidencial para las elecciones del 2010*”, Medellín, Universidad Eafit. 2008.

¹⁴ John Collier, “*Antropología visual. La fotografía como método de investigación*”, en: Juan Naranjo, Ed Fotografía, antropología y colonialismo (1845-2006). Barcelona: Gustavo Gili, pp: 177-181. 2006.

¹⁵ Joan Costa, “*El lenguaje fotográfico*”, Ibérico-Europea de Ediciones, Madrid 1977, pp. 8-30.

Con la ruta teórica y metodológica propuesta, se busca descubrir mensajes denotados, connotados y lingüísticos; en un grupo de treinta fotografías en las que aparece retratado Sergio Fajardo Valderrama.

2. SERGIO FAJARDO EL ACADÉMICO QUE SE VOLVIÓ POLÍTICO



Foto 1. Fajardo y Lucrecia.

Sergio Fajardo Valderrama y su esposa Lucrecia Ramírez, foto digital, Revista Jetset, galería álbum fotos Sergio Fajardo¹⁶.

Sergio Fajardo Valderrama, nació en la ciudad de Medellín el 19 de junio de 1956, es hijo de Raúl Fajardo, reconocido arquitecto de la ciudad, quien diseñara el edificio Coltejer y de María Elena Valderrama. Casado con Lucrecia Ramírez y padre de Alejandro y Juliana Fajardo Ramírez.

Sus estudios de bachillerato los culminó en el Colegio Benedictino de esta ciudad, con pregrado en Matemáticas y Magister en la Universidad de los Andes, de Bogotá. Graduado de Master of Science y Ph.D en Matemáticas, con área menor en economía, de la Universidad de Wisconsin-Madison, en los Estados Unidos.

¹⁶ Jet-Set, "Inicio quien es quien en el Jetset y la Farándula álbum de fotos: Sergio Fajardo", sitio web: Jet-Set [sin fecha], disponible en: <http://www.jetset.com.co/quien-es-quien-en-el-jetset-y-la-farandula/galeria/album-fotos-sergio-fajardo/73669>, consulta: 16 de abril de 2015.

Gran parte del hacer profesional lo ha orientado en el aspecto académico. Se ha desempeñado en diferentes universidades a nivel nacional e internacional. Es reconocido por su espíritu investigador. Hizo parte del Consejo Nacional de Ciencias Básicas, la Comisión Nacional de Maestrías y Doctorados, la Junta Directiva de la Fundación de Apoyo a la Universidad de Antioquia y Director del Centro de Ciencia y Tecnología de Antioquia¹⁷.

En la Revista Semana¹⁸, se hace referencia a Fajardo y su exitoso paso por el periodismo y su destacada labor en la emisora Viva FM de Caracol Radio y en los programas Operación Ciudad, de Telemedellín, y Zanahoria, de Teleantioquia. Ha sido columnista de los periódicos El Mundo y El Espectador, y de la revista Dinero. Igualmente el periódico El Colombiano lo nombro subdirector entre el 2001 y el 2003. Pero paralelamente a esto, se desempeñó en el sector público, siendo parte de los miembros fundadores de la Comisión Facilitadora de Paz de Antioquia, en el Gobierno del Expresidente Uribe y avalada por el Expresidente Samper. Este hecho le permitió acercarse más a las comunidades y tener otra visión del conflicto armado, desde esa posición interactuó con empresarios, políticos y guerrilleros¹⁹.

Con la idea de abandonar el discurso crítico académico y lanzarse a la acción política, recuerda Fajardo²⁰, *“cuando 50 líderes empezamos a recorrer las calles de Medellín con un sentimiento de animadversión por el mundo de la política, sinónimo de la corrupción que ha prevalecido por décadas en el país”*. Así son los primeros

¹⁷ La Silla Vacía, "Quién es quién, perfil Sergio Fajardo Gobernador de Antioquia", sitio web: *La Silla Vacía* [sin fecha], disponible en: <http://lasillavacia.com/quienesquien/perfilquien/sergio-fajardo>, consulta: 10 de mayo de 2015.

¹⁸ Semana, "Sergio Fajardo, el matemático, volvió a sumar y a ganar", sitio web: *Semana* [30 de octubre de 2011], disponible en: <http://www.semana.com/politica/articulo/sergio-fajardo-matematico-volvio-sumar-ganar/248659-3>, consulta: 8 de mayo de 2015.

¹⁹ *Ibíd.*

²⁰ Semana, "El 'Compromiso Ciudadano' del Partido Verde", sitio web: *Semana* [10 de octubre de 2010], disponible en: <http://www.semana.com/politica/articulo/el-compromiso-ciudadano-del-partido-verde/123147-3>, consulta: 13 de mayo de 2015.

pasos de un movimiento nacido en 1999. En el año 2000 se lanza a la alcaldía de Medellín con el apoyo de intelectuales, sectores políticos independientes y una plataforma cívica. Empieza a tener eco y hacerse un espacio en la complicada política Antioqueña dominada por fuertes grupos de tradición. En ese entonces se enfrentó al candidato liberal Luis Pérez Gutiérrez, y los conservadores Sergio Naranjo y Jaime Arrubla²¹. A pesar de que los números no le ayudaron para ganar las elecciones, obtuvo la no despreciable suma de 60 mil votos aproximadamente. Con este excelente resultado, Sergio Fajardo Valderrama decide abandonar las aulas y dedicarse de lleno a la política.

En su segunda campaña a la alcaldía de Medellín en 2003, aplica la misma fórmula, se acompaña de académicos e intelectuales, de artistas y empresarios. En un movimiento que proponía una nueva forma de hacer política, logró el apoyo del movimiento *Alianza Social Indígena* y de gran parte de la sociedad civil para lanzarse a través de firmas con su movimiento *Compromiso Ciudadano*. Su campaña recibió el apoyo de otros líderes del país, entre los que se destacan Enrique Peñalosa, Rafael Pardo, Oscar Iván Zuluaga, Antonio Navarro y Gina Parody, para la fecha se escuchaban voces diciendo la “*aspiración más sólida de los independientes*”²². El resultado fueron aproximadamente 210 mil votos, con los que alcanzó su primera victoria política, la Alcaldía de Medellín.

En 2008, retoma las banderas electorales, esta vez ponía a consideración del país su nombre como candidato a la Presidencia por su movimiento “Compromiso Ciudadano por Colombia”. Aunque Fajardo se declara sin ninguna ideología política, los medios y el pueblo lo reconoce como un candidato de centro, los analistas

²¹ La Silla Vacía, “*Quién es quién, perfil Sergio Fajardo Gobernador de Antioquia*”, sitio web: *La Silla Vacía* [sin fecha], disponible en: <http://lasillavacia.com/quienesquien/perfilquien/sergio-fajardo>, consulta: 13 de mayo de 2015.

²² *Ibíd.*

políticos lo destacan como “una opción descontaminada y descontaminante”²³ o “el independiente más independiente de todos”.²⁴

Este periodo es muy interesante para la historia política de Fajardo, quien empezó a recorrer el país y logró recolectar 170 mil firmas, permitiéndose avalar su candidatura y su lista de 20 candidatos al Senado, denominada “Selección Colombia”²⁵, destacándose figuras como Luis Eladio Pérez, Mapi Velasco y Juan Carlos Flórez, pero los esfuerzo no le alcanzaron, ni siquiera para una curul en el Congreso. Posteriormente en abril del 2010, Sergio Fajardo Valderrama, decide aliarse con Antanas Mockus²⁶, convirtiéndose en su fórmula vicepresidencial y aunque no ganaron las elecciones, con su campaña lograron despertar pasiones y pasar a la segunda vuelta donde fueron derrotados por Juan Manuel Santos.

De regreso a su tierra, Sergio Fajardo Valderrama, se lanza en 2011 a la Gobernación de Antioquia. Haciendo alianza con Aníbal Gaviria, candidato del Partido Liberal a la Alcaldía de Medellín, resultando Fajardo y Gaviria, electos²⁷. Aníbal Gaviria, le gana a Luis Pérez la alcaldía por un margen muy estrecho y este nunca reconoció su derrota. Fajardo le sacó casi 400 mil votos de ventaja a Álvaro

²³ Mario Fernando Prado, “Y Fajardo ahí”, sitio web: *El Espectador* [26 de febrero de 2009], disponible en: <http://www.elespectador.com/columna122017-y-fajardo-ahi>, consulta: 6 de abril de 2015.

²⁴ EL PAÍS, “Colombia sin Uribe, El veto del Constitucional a un tercer mandato del presidente mejora la salud política del país”, sitio web: *EL PAÍS* [28 de febrero de 2010], disponible en: http://elpais.com/diario/2010/02/28/opinion/1267311602_850215.html, consulta: 8 de mayo de 2015.

²⁵ Redacción El Tiempo, “Sergio Fajardo inscribió oficialmente su ‘Selección Colombia’ al Senado”, sitio web: *El Tiempo* [4 de febrero de 2010], disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7117468>, consulta: 22 de abril de 2015.

²⁶ Juanita León, “La unión hace la fuerza: Mockus y Fajardo”, sitio web: *La Silla Vacía* [Abril 4 de 2010], disponible en: <http://lasillavacia.com/historia/9103>, consulta: 10 de mayo de 2015.

²⁷ Colombia.com, “Gaviria venció a ‘Lupe’ en Medellín y Fajardo, nuevo gobernador de Antioquia”, sitio web: *Colombia.com* [30 de octubre de 2011], disponible en: <http://www.colombia.com/especiales/elecciones/2011/noticias/sdi159/23706/gaviria-vencio-a-lupe-en-medellin-y-fajardo-nuevo-gobernador-de-antioquia>, consulta: 17 de abril de 2015.

Vásquez del partido Conservador. Siendo el candidato más votado de todo el país para gobernación con casi 950 mil votos.

A lo largo de su carrera como docente y como personaje público, Sergio Fajardo ha sido reconocido *Personaje del año en Latinoamérica*, elegido por la revista FDI y el Financial Times Business, 2007. *Mejor Alcalde del país* 2004-2007, Fundación Colombia Líder. *Personaje del año* El Colombiano en 2004, 2005, 2006 y 2007.

Ha publicado varios libros de matemáticas, incluyendo el *libro Model Theory of Stochastic Processes* publicado por Association for Symbolic Logic, de Estados Unidos y Medellín, *Del Miedo a la Esperanza*, donde se explica el modelo de gestión pública su gobierno como alcalde de medellin, entre 2004 y 2007.²⁸

²⁸ Gonzalo Uribe Aristizábal, "Sergio Fajardo en Armenia este jueves", sitio web: *colombiaparatodos.net* [4 de marzo de 2009], disponible en: http://www.colombiaparatodos.net/noticias-colombia_para_todos-articulo-sergio_fajardo_en_armenia_este_jueves-seccion-politica.htm, consulta: 5 de mayo de 2015.

3. LAS IMÁGENES COMO HERRAMIENTA POLÍTICA

Los poderosos mantienen su condición y su dominio a través de diversas herramientas y prácticas. Por ejemplo en el imperio Romano ejercía dominación no solo en la capacidad mantener y movilizar grandes ejércitos. Sino a través del desarrollo de un sistema de iconografía constituido por sellos, esculturas, estandartes, escudos, cantos, uniformas, entre otros. En los que se representaba el emperador de diversas maneras y formas, permitiendo al emperador tener presencia permanente en todo el imperio.

Los romanos aprendieron de otras civilizaciones, descubriendo la importancia de la relación de las imágenes y el poder. En un repaso a los relatos de la historia, se observa de manera recurrente y como una práctica, de quienes ostentan el dominio, suelen representarse con aire de superioridad y de grandeza. Generalmente los poderosos están vistiéndose con atuendos suntuosos, accesorios y adornos corporales que los hacen ver como seres superiores.

En nuestro tiempo, la práctica sigue vigente y en el caso de los líderes políticos ha adquirido la condición de imagen pública o política, según el autor que a defina. Para Rosser Reeves, la imagen es *“un recurso, un instrumento, una herramienta, un proceso y un método para acceder al poder; para competir por él; para ejercerlo y para conservarlo”*²⁹. Alfredo Paredes amplía un poco más el concepto al indicar que *“la Imagen de un político está determinada por un conjunto de características, capacidades, habilidades, recursos, atributos, estímulos, mensajes susceptibles de ser comunicados y al ser percibidos de forma positiva, permiten al actor político*

²⁹ Rosser Reeves, *“La realidad en la publicidad, Un acercamiento a la teoría de la USP”*, Barcelona, Delvicobates, 1997.

definir y orientar la percepción de un público objetivo. Así como distinguirse y posicionarse con respecto a sus competidores".³⁰

En este tipo de imágenes se superan los aspectos estéticos, decorativos y asociados con la belleza. Sin embargo, lo estético es fundamental, por los condicionamientos de los seres humanos hacia la búsqueda de la belleza en la percepción visual de la naturaleza. Con el tiempo el concepto de belleza ha cambiado y para el caso de estudio, lo apremiante en estas imágenes es su condición técnica, con la cual el representado permanece como líder y establece conexión y relación con los públicos, niveles aspiracionales deseados, tipo de elección o cargos. En todo caso, como la plantea Victoria Contartese³¹, *"la imagen pública de un candidato, es una pieza fundamental a partir de la cual se diseña la estrategia de campaña"*.

Bronislaw Baczko, en su estudio sobre "los imaginarios sociales"³² plantea como las imágenes de los gobernantes, son presentadas desde diferentes puntos de vista o ángulos de forma consciente. Esto permite mostrar varias facetas o posturas, pudiendo transmitir la idea de líder, estadista, salvador, padre, general, caudillo. Con esto el autor, puede estar insinuando un proceso de armado de la representación de un personaje, para influenciar o para ganar adeptos. En la construcción de la imagen de un político, es necesario tener en cuenta una serie de atributos y características propias de cada sujeto, es decir particularidades que le son únicas y

³⁰ Alfredo Paredes, *"La Construcción de la Imagen Política"*, sitio web: *Infosol* [sin fecha], disponible en:

http://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_el_Aula/la_construccion_de_la_imagen_politica.html#_VWcoV09_Oko, consulta: 26 de abril de 2015.

³¹ Victoria Contartese, *"La imagen del candidato on y off line. Éxitos y fracasos en Latinoamérica"*, [Trabajo presentado en el Cuarto Congreso Uruguayo de Ciencia Política, *"La Ciencia Política desde el Sur"*, Asociación Uruguaya de Ciencia Política], Uruguay, copia de autor, 2012, pp. 2-4.

³² Bronislaw Baczko, *"Los imaginarios sociales"*, Buenos Aires, Ed. Nueva Visión, 1984.

con las cuales pueda transmitir confianza, certidumbre y credibilidad. [Imágenes siguientes].



En la reciente historia de Colombia, es fácil señalar a unos cuantos políticos que a partir de la construcción de su imagen llegaron a ser reconocidos: Jorge Eliecer Gaitán, Luis Carlos Galán, Alberto Lleras Camargo, Carlos Lleras Restrepo y Álvaro Uribe, teniendo todos los elementos comunes de “*hombres de estado*”. Sergio Fajardo Valderrama, prefiere distinguirse en el desarrollo de sus aspiraciones políticas. Influenciado por su condición de académico, no le fue difícil hacer el quiebre en la representación del político tradicional y desde un principio, fue alejándose de esos estilos añejos, para mostrarse con atributos más acordes a su personalidad y a su tiempo.

En una aproximación empírica a su figura, es posible identificar un proceso de construcción de su imagen. Él aprovecha sus cualidades de catedrático y hombre inteligente, para adoptar un criterio técnico en la perspectiva de cómo quería ser

percibido. Encontrando un recurso fotográfico para soportar su imagen, exponiendo sus cualidades físicas y de carácter. A través del lenguaje visual se enfatiza en la fortaleza, simpatía, buena salud y otras facultades que lo definen como individuo capaz de gobernar. Este nuevo modelo que encarna Sergio Fajardo Valderrama, es el de un hombre joven, inteligente, capaz, sabio y visionario. Pero él, hábilmente ha llevado este asunto más allá, haciendo de su imagen un concepto para gobernar y para ejercer el poder político, es decir estar presente de forma permanente.

Siguiendo el proceso de “estudio connotado” propuesto por Roland Barthes³³, se puede identificar en las fotografías que configuran la imagen de Sergio Fajardo Valderrama, elementos repetitivos en cada una de ellas. En primer lugar una lectura exploradora en las fotografías se puede identificar elementos que conforman el mensaje denotativo y connotativo. [Imagen siguiente].



Foto 5. Sergio Fajardo, perfil, plano medio corto.

Sergio Fajardo Valderrama. Foto digital. Atribuida a la Agencia DDB. 2011.

³³ Barthes, Roland, “*Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*”, Barcelona, Ediciones Paidós, segunda reimpresión, 1995.

En esta fotografía se observan los siguientes elementos denotativos: Se ve a Sergio Fajardo Valderrama informal en el vestuario, con ropa de trabajo y sin corbata, se presume que su camisa tiene los puños arremangados porque así le gusta llevar sus camisas. Su pelo largo, bien llevado. Se muestra sonriente, se destaca su frente amplia y la mirada con ojos entrecerrados.

En esta misma fotografía están los siguientes elementos connotativos: se identifica una persona con actitud de hombre de trabajo, representa un carácter informal y sencillo. Aparenta ser juvenil, jovial y alegre. Se sugiere capacidad de seducción, convencimiento, la evidente sonrisa cuidada y calculada que no rompe con la actitud de hombre serio. Sugiere capacidad, visión, avizor, detallista, profundo, cercano del interlocutor, la imagen en blanco y negro conecta con la transparencia, lo limpio, incorruptible y la sinceridad.

Con lo expresado anteriormente, Sergio Fajardo Valderrama ha sido cuidadoso de mantener los patrones creados en la construcción de su imagen, en el ejercicio del poder en los dos cargos públicos más importantes, la Alcaldía del Municipio de Medellín y la Gobernación del Departamento de Antioquia. Pero también irrigando toda su vida de dirigente, desde la relación con los funcionarios públicos, los dirigentes empresariales, las comunidades de todos los estratos, el sector educativo y el sector político.

Sergio Fajardo Valderrama, expone a través de fotografías, una gran capacidad para gobernar, ejerciendo dominación, no por la fuerza ni la coerción, sino con nuevas “estrategias”, fundamentadas en su imagen para para operar en el ámbito simbólico. Sus “armas” son “sin corbata”, “sin correa”, “en jeans” y su “carisma”.

Con Sergio Fajardo Valderrama el icono se ha volcado hacia una forma de gobernar. Tanto los medios de comunicación convencionales, como las redes sociales, se ven saturados con sus imágenes. Repitiendo “*muchos ojos*” o “*muchas cámaras*”. Hace presencia constante en la televisión y en la radio, enviando mensajes repetitivos en los que se representa como profesor, líder, transparente y carismático.

Fajardo también influye en las mentalidades colectivas al ser reconocido como buen ciudadano y modelo a seguir. Encarnando en sí mismo, una forma de hacer política. Primando criterios definidos a lo largo de su vida, en el actuar y en la forma de gobernar, fundamentado en la honestidad, el conocimiento, la pasión y la alta sensibilidad social. Bronislaw Baczko³⁴ reconoce en las ciencias humanísticas, la evidencia particular del poder político cargado de representaciones. Por tanto, usar algunos símbolos, puede marcar diferencias porque ellos mismos en sí, se van configurando en objetos de poder. El autor también hace una reflexión, poniendo de ejemplo el poder medieval. El cual manifestaba soberanía y lealtad a través de coronas, tronos, cetros, espadas y capas. Conectado con nuestro tiempo, en el estado moderno los símbolos aunque diferentes siguen siendo muy parecidos: himnos, banderas, colores, uniformes.

³⁴ Bronislaw Baczko, “*Los imaginarios sociales*”, Buenos Aires, Ed. Nueva Visión, 1984.

4. FAJARDO, EL PROFESOR GOBERNANTE

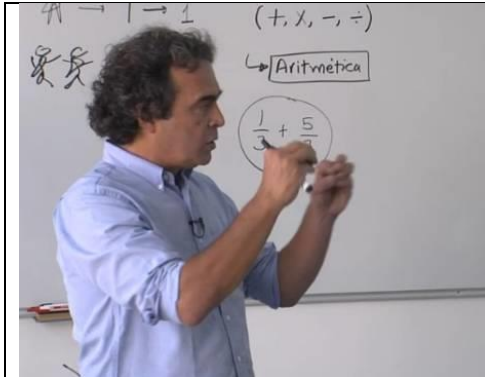


Foto 6. Sergio Fajardo, el profesor.

Sergio Fajardo Valderrama. Foto Digital, inaugura la nueva sede de la Universidad de Antioquia, en Apartadó, con una clase de matemáticas. Foto Cortesía.³⁵



Foto 7. Mapa conceptual.

Mapa conceptual mediante el cual Sergio Fajardo Valderrama, explica su proyecto político.³⁶

Sin perder su vocación de maestro, Sergio Fajardo Valderrama, ha impuesto un estilo propio en su forma de gobernar y de hacer política. En los diferentes escenarios usa recursos pedagógicos y símbolos asociados con la pedagogía. Con estas estrategias metodológicas intenta explicar o exponer sus ideas, resultándole de mucha utilidad a la hora de presentarse en auditorios de universidades, en los consejos de gobiernos, ante los cuerpos legisladores o ante las comunidades.

³⁵ El Colombiano, “‘Esta clase es en serio, yo no vine aquí a pasear’: Sergio Fajardo”, sitio web: *El Colombiano*, redacción [elcolombiano.com](http://www.elcolombiano.com), publicado El 02 de febrero De [2015], disponible en: <http://www.elcolombiano.com/esta-clase-es-en-serio-yo-no-vine-aqui-a-pasear--sergio-fajardo-XC1206099>, consulta: 22 de mayo de 2015.

³⁶ Alejandro Osorio Carmona, “El teletrabajo como estrategia de innovación y competitividad en el sector público”, sitio web: *Slideshare* [agosto 11 de 2014], disponible en: http://es.slideshare.net/Ministerio_TIC/dia-1-alejandro-osorio-gobantioquiateletrabajosector-pblico?from_action=save, consulta: 20 mayo de 2015.

Su rigurosidad a la hora de exponer sus conceptos se contrasta con el hecho de Escucha activa y de tomar atenta nota, en sus libretas, como lo escribe Francisco Escobar S, “*el gobernador escucha, anota, son famosas sus libretas llenas de frases y garabatos*”³⁷. [Imagen Siguiete].



Foto 8. Las libretas de Fajardo.

Sergio Fajardo Valderrama, foto digital. Realizada por Sergio González.

Analizar estas imágenes a la luz del “*estudio connotado*”,³⁸ se identifican aspecto que están fuertemente relacionados con posicionar en el imaginario colectivo a Sergio Fajardo Valderrama como un profesor, que hace y gobierna con conocimiento y pedagogía. Siendo congruente con el discurso y las promesas de campaña, con las que iniciara su proyecto en la vida pública. Partiendo del “profe” proveniente de las aulas que derrota por la vía del voto de opinión, la viejas maquinarias políticas imperantes en aquel entonces en la ciudad de Medellín.

³⁷ Francisco Escobar S., “*Lo que he aprendido de la vida, portada Sergio Fajardo, los jeans del gobernador*”, sitio web: *Esquire Colombia* [junio de 2013], disponible en: <http://esquire.com.co/detalleNoticia.php/300/SergioFajardoLosjeansdelgobernador>, consulta: noviembre de 2014.

³⁸Roland Barthes, “*Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*”, Barcelona, Ediciones Paidós, segunda reimpresión, 1995.

Posicionarse en el imaginario colectivo como matemático y académico, es el resultado de una inteligente campaña desarrollada alrededor de Sergio Fajardo Valderrama, ha sido tan poderoso el mensaje que los medios de comunicación así lo reconocen. El día que ganó las elecciones a la Gobernación de Antioquia la Revista semana título “*Sergio Fajardo, el matemático, volvió a sumar y a ganar*”³⁹, haciendo apología al dicho popular: “*en política no se resta ni se divide, solo se suma y multiplica*”. Para la generación de contenidos con mensajes orientados a la representación del profesor, del académico y del maestro, se encuentra representado en una fotografía, sentado en una silla universitaria. [Imagen siguiente].



Foto 9. Sergio Fajardo en su silla universitaria.

Sergio Fajardo Valderrama. Foto digital. Atribuida a la Agencia DDB. 2011.

³⁹ Semana “*Sergio Fajardo, el matemático, volvió a sumar y a ganar*”, sitio web: *Revista Semana*, política, [octubre 30 de 2011], disponible en: <http://www.semana.com/politica/articulo/sergio-fajardo-matematico-volvio-sumar-ganar/248659-3>, consulta: 6 de abril de 2015.

Esta fotografía es altamente evocativa, en ella existe una serie de elementos denotativos y connotativos, los cuales se describen en la siguiente tabla:

| EL MENSAJE DENOTADO | EL MENSAJE CONNOTADO |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Fajardo tiene una posición sedente en una silla universitaria. Tiene un cuaderno y un lapicero para tomar notas. | <ul style="list-style-type: none"> - Académico, estudioso, posee el saber. - Está haciendo la tarea. - Se presenta como profesor universitario. - Es persona con una mente muy estructurada. |
| <ul style="list-style-type: none"> - Informal en el vestuario, con ropa de trabajo. - Sin corbata, - Con camisa de manga larga de puños arremangados. | <ul style="list-style-type: none"> - Actitud de hombre de trabajo. - Representa un carácter informal y sencillo. |
| <ul style="list-style-type: none"> - Usa pelo largo | <ul style="list-style-type: none"> - Juvenil, jovial, alegre. - Sugiere capacidad de seducción, es decir de convencimiento. |
| <ul style="list-style-type: none"> - Sonriente. | <ul style="list-style-type: none"> - Evidente sonrisa cuidada y calculada que no rompe con la actitud de hombre serio. |
| <ul style="list-style-type: none"> - Punto de vista frontal con la cámara, a la altura de la cámara. - Angulo de toma lateral. - Luz difusa lateral que destaca el volumen de su figura. | <ul style="list-style-type: none"> - Se muestra como una persona poderosa, engrandecida. - Da sensación de importancia. - La imagen sugiere capacidad, visión y decisión. |
| <ul style="list-style-type: none"> - En la foto hay pocos elementos. | <ul style="list-style-type: none"> - El mensaje es de muy fácil lectura. |
| <ul style="list-style-type: none"> - Tiene una actitud bastante informal. | <ul style="list-style-type: none"> - Se percibe como un nuevo modelo de hombre público. |
| <ul style="list-style-type: none"> - Frente amplia, mirada en el horizonte, ojos entrecerrados. | <ul style="list-style-type: none"> - Visionario, avizor, detallista, serio, profundo. |

| | |
|--|--|
| - Posición sedente, sutilmente inclinado hacia adelante. | - Más cercano del interlocutor. |
| - Camisa de colores claros. | - Transparente, diáfano, incorruptible, sincero, que dice la verdad. - Denota credibilidad. |

“Análisis connotado”. *Elaboración propia del autor, Medellín, 2015.*

El contenido profundo de la imagen y su poder evocativo ha permitido que muchos fotógrafos quieran fotografiarlo de la misma manera, buscando transmitir ese mensaje, del matemático, el profesor o el académico que está haciendo la tarea. [Imágenes siguientes].

| | | |
|--|--|--|
|  |  |  |
| <p>Foto 10. Sergio Fajardo en la silla universitaria de frente, manos enlazadas.</p> <p>Sergio Fajardo Valderrama. Foto digital, Global Coffee Report, 2014.</p> | <p>Foto 11. Sergio Fajardo en la silla universitaria, apoyado en el brazo de la silla, con la mano en la barbilla.</p> <p>Sergio Fajardo Valderrama. Foto digital, por Ricardo Pinzón Hidalgo, 2013.</p> | <p>Foto 12. Sergio Fajardo en la silla universitaria, sonriente.</p> <p>Sergio Fajardo Valderrama, foto digital. Realizada por Sergio González. Sin fecha.</p> |

5. JUVENTUD, INFORMALIDAD Y GOBERNABILIDAD

Existen dos momentos claves en los procesos políticos. El primero es el electoral, en el cual se desarrollan estrategias para influir en la decisión de los electores. Entre ellas está el uso de imágenes en las que se representan, muchas veces intervenidas o “retocadas” para dar aspecto de lozanía, frescura, cercanía, informalidad. Incluso muchos políticos se tiñen el cabello o se realizan cirugías con el fin de mejorar su apariencia. El otro momento es una vez elegidos, sus imágenes de gobernantes se cambian por unas formales y en ocasiones lejanas.

En el caso de Sergio Fajardo Valderrama, su representación visual y personal tanto en campaña como en el ejercicio de gobierno no difiere. Sus imágenes son consistentes y conectadas en ambos momentos. [Imágenes siguientes].



Foto 13. Sergio Fajardo en una calle de Medellín.

Sergio Fajardo Valderrama. Foto impresa en Papel. La Hoja de Medellín, edición 298. Agosto de 2007.



Foto 14. Sergio Fajardo en sus inicios.

Sergio Fajardo Valderrama. En la campaña por la Alcaldía de Medellín, cuando era prácticamente un desconocido. Foto digital. Atribuida a su equipo de campaña. 2003.



Foto 15. Sergio Fajardo Cartel Gobernación.

Sergio Fajardo Valderrama. Foto digital. Atribuida a la Agencia DDB. 2011.



Foto 16. Sergio Fajardo repartiendo volantes en los buses.

Sergio Fajardo Valderrama. Foto digital. Equipo de campaña. 2011.



Foto 17. Sergio Fajardo con collar indígena.

Sergio Fajardo Valderrama. Foto digital. Tomada en uno de sus recorridos por Antioquia cuando aspiraba a la Gobernación. Equipo de campaña. 2011.



Foto 18. Sergio Fajardo y Antanas Mockus.

Sergio Fajardo Valderrama y Antanas Mockus. En el proceso de Registro de su candidatura a la presidencia de Colombia, Foto digital. REUTERS. 14 de abril de 2010.⁴⁰

⁴⁰ Pilar Lozano, "La 'revolución verde' de Mockus y Fajardo avanza en Colombia", sitio web: El País Internacional [14 abril de 2010], disponible en: http://internacional.elpais.com/internacional/2010/04/14/actualidad/1271196002_850215.html, consulta: mayo 10 de 2015.



Foto 19. Sergio Fajardo en su despacho de Alcalde.

Sergio Fajardo Valderrama. Foto digital. Oficiando como alcalde entre 2003 a 2007. Foto digital. Alcaldía de Medellín 2006 C.

Foto 20. Sergio Fajardo Perfil de Facebook.

Sergio Fajardo Valderrama. Foto digital. Tomada de su perfil de Facebook. Foto digital. Gobernación de Antioquia. 2014.

Este breve recorrido en la línea de tiempo del político, muestra la coherencia del candidato y el gobernante. Las imágenes están cargadas de informalidad que hace parte integral de su personalidad. Haciendo una ruptura, en ese momento de los imaginarios colectivos, en los que la representación de un gobernante debe estar mejor “presentado”, incluso fue muy criticado por otros candidatos. Por ello, Sergio Fajardo Valderrama comenta: *“Hubo algunos que afirmaban que yo me ponía jeans para parecer más cercano a la gente. Eso es lo más ridículo del mundo. Me los pongo porque sin ellos me siento artificial. Yo crecí con tiza y tablero, daba clases y me sacudía las manos en los pantalones, y los mejores para estos troles son los jeans”*⁴¹.

⁴¹ Francisco Escobar S., "Lo que he aprendido de la vida, portada Sergio Fajardo, los jeans del gobernador", sitio web: *Esquire Colombia* [junio de 2013], disponible en: <http://esquire.com.co/detalleNoticia.php/300/SergioFajardoLosjeansdelgobernador>, consulta: noviembre de 2014.

El concepto de cercanía está presente en el ejercicio de gobierno de Sergio Fajardo Valderrama. El propone nuevas lógicas en la administración pública, tendientes a eliminar las barreras de acceso a los servicios del gobierno. Estas nuevas reglas de juego, establecen lazos fuertes entre la sociedad y el gobernante en una relación más fluida, cercana y directa. Tejiéndose redes con los ciudadanos, sin intermediación, o “roscas”. Antonio Natera⁴², llama a esto “*governabilidad*”, refiriéndose a los procesos de interacción entre actores políticos y sociales, realizadas a través de políticas establecidas de intercambio, relacionamiento, coordinación, para el control y adopción de decisiones en los sistemas democráticos.

Conexo con el autor, Sergio Fajardo Valderrama desarrolla una forma de gobernar alejada de las lógicas estructurales, que habían estado instaladas en la Alcaldía de Medellín y la Gobernación de Antioquia. Se evidencia una política de gobierno orientada a conectar directamente con los ciudadanos. Mostrando relacionamientos e intermediaciones directas, sin necesidad de intermediarios. Siguiendo a Antonio Natera⁴³, lo que ha sucedido en Medellín y Antioquia, es la interacción y desarrollo de un sistema sociopolítico en el que el ciudadano ya no ve distante al gobernante.

Estas relaciones enlazan esfuerzos compartidos. Pero han requerido de un proceso largo de construcción. Soportado en una política operante en diferentes canales y dispositivos. Permitiendo que el gobernante haga presencia física o virtual. La esencia reside en que Sergio Fajardo Valderrama, está haciendo uso de pedagogías para implementar una manera de ejercer el poder político. Basándose en mecanismos fundamentados en la meritocracia y en la participación en iguales condiciones a todos los ciudadanos. Su política de gobierno rompe las jerarquías y

⁴² Antonio Natera, *“La noción de gobernanza como gestión pública y participativa y reticular”*. Edita Universidad Carlos III de Madrid. Madrid, 2004.

⁴³ *Ibíb.*

promueve la interacción entre actores, crea y refuerza redes de organizaciones o instituciones, hace uso efectivo de su poder, por medio de un ejercicio renovado y diferenciado en la forma de hacer el gobierno.

6. IMÁGENES Y PALABRAS, UNA NARRATIVA EN DOBLE REGISTRO, VÍA SIGNIFICANTE

Roland Barthes en su “estudio connotado”⁴⁴, identifica tres mensajes: el denotado, connotado y el lingüístico. Desde esta perspectiva, se puede identificar fácilmente en las imágenes la presencia de contenidos en el campo simbólico y fáctico. Es recurrente encontrar en las imágenes públicas o políticas de forma constante, ya sea alrededor o sobre ellas, el uso de mensajes de tipo lingüístico. Los textos acompañantes permiten guiar la interpretación. También aportan nuevos elementos que en su conjunto dotan de contenido, orientan la percepción y guían al lector hacia el verdadero significado de los mensajes emitidos.

Contrario a la idea generalizada de estar en la era de la imagen, este autor replantea el concepto, reafirmando la importancia del mensaje lingüístico. Su posición destacada en la cultura de masa, intuyendo que también somos la civilización de la escritura⁴⁵. Para hacer una comprensión de las imágenes usadas en los procesos electorales y de gobierno de Sergio Fajardo Valderrama, es necesario poner atención a los títulos, frases y pensamientos que se encuentren en ellas. Esto es notable en relación con los procesos de lectura de las imágenes. Los observadores no solo identifican elementos visuales, sino que captan fácilmente elementos y patrones tipográficos con los que se están fuertemente relacionados. Esta es la capacidad evocativa y significativa que tienen los símbolos o letras y por ello son de las primeras cosas con las que se encuentra el observador.

⁴⁴ Roland Barthes, “*Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*”, Barcelona, Ediciones Paidós, segunda reimpresión, 1995.

⁴⁵ *Ibíd.*

politiquería”, que fueron parte del discurso de campaña. Los avisos mantienen la misma unidad gráfica, un mensaje encabezando, en letras mayúsculas sostenidas, un cuerpo de texto, la foto del político a la izquierda y a la derecha un mensaje contundente “*con Fajardo lo vamos hacer*”, la ubicación de ese mensaje en la esquina inferior derecha, último lugar de llegada en el proceso de lectura de la imagen, las letras en amarillo rompen y se convierten en punto donde finaliza la lectura, quedando ahí el mensaje impregnado en la memoria. En la imagen de Sergio Fajardo Valderrama, en la que aparece sentado en su silla universitaria, recientemente, sus comunicadores de la Gobernación le adicionaron un texto para reforzar la figura del político y su discurso. [Imagen siguiente].



Foto 24. Sergio Fajardo sentado en la silla universitaria y texto.

Sergio Fajardo Valderrama. Foto digital. Atribuida a la Agencia DDB. 2011.

En esta imagen se identifican varios aspectos, primero: Ocupando aproximadamente el 30% del espacio, se encuentra una cita textual del pensamiento de Fajardo sobre la importancia de la educación, que es uno de sus postulados de gobierno. Segundo: En la parte inferior derecha en un lugar que es fuertemente visible desde el punto de vista de las técnicas de construcción de imagen, aparece el eslogan de su gobierno en la función de gobernador del Departamento de Antioquia. Tercero: Sobre una franja que se inicia en la margen izquierda y se va definiendo hacia la derecha con mayor densidad, aparece su firma, que es elemento más fuerte de reconocimiento verbal que Sergio Fajardo usa en sus campañas.

El componente lingüístico presentes en las imágenes de Sergio Fajardo Valderrama, en el pasado y en el presente, se constituyen un recurso importante para transmitir sus pensamientos e ideas. Apalancándose en ellas para reafirmar su forma de hacer política y de gobernar. [Imágenes Siguietes].



Foto 25. Sergio Fajardo “la Corrupción”.



Foto 26. Sergio Fajardo “con E de educación”.



Foto 27. Sergio Fajardo reconoce a alcaldes y alcaldesas.

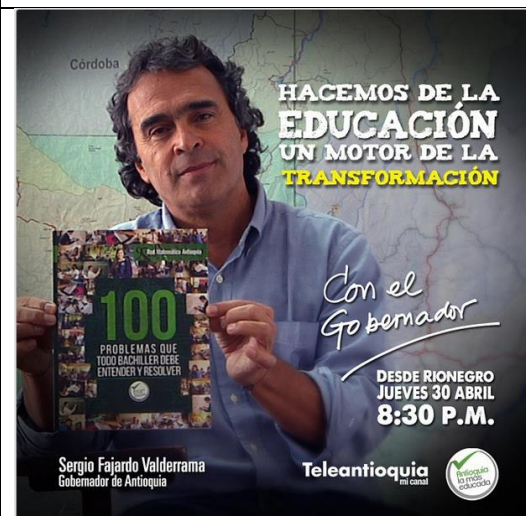


Foto 28. Sergio Fajardo presenta libro de matemáticas.



Foto 29. Sergio Fajardo “mujeres digitales”.

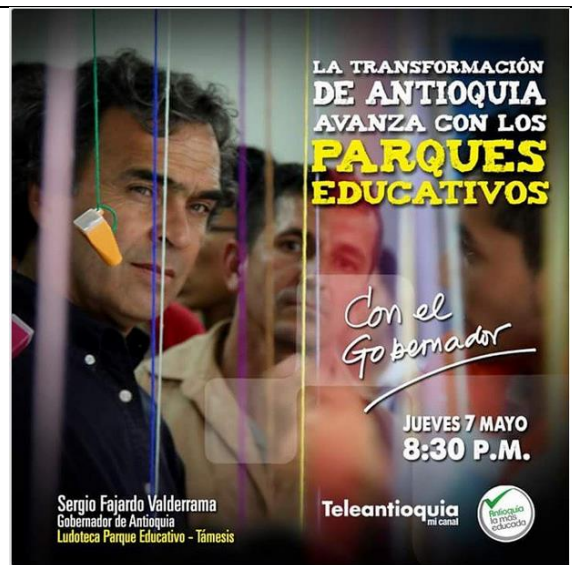


Foto 30. Sergio Fajardo, “con el gobernador”.

Sergio Fajardo Valderrama. Fotos digitales. Gobernación de Antioquia entre 2012 y 2015.

7. CONCLUSIONES

Con el estudio de caso se alcanza el objetivo de recopilar y analizar imágenes de Sergio Fajardo Valderrama en el entorno político, aclarando que el cumulo de ella es inmenso, pero las expuestas permiten comprender y explicar el lugar que ocupan en la toma de decisiones de gobierno y en su legitimación. Lo cual se logra al juntar un grupo de fotografías mediante las cuales se construyó su imagen, pudiendo observar la influencia que han tenido en los dos cargos en los que se ha destacado de forma notable como gobernante.

Sergio Fajardo Valderrama, posee una imagen creada cuidadosamente y hace parte de en un proceso a lo largo de su carrera política. Él hace uso de ella premeditadamente para ejercer su poder y su dominio, a través de la representación del profesor, matemático, joven, informal, renovador, transparente.

Al indagar por la pregunta ¿Cuál ha sido el lugar de las imágenes de Sergio Fajardo Valderrama en el ejercicio de sus gobiernos, en relación con la aprobación, legitimación y ascenso al poder entre 2003 y 2015 en la ciudad de Medellín y Antioquia? Se responde al identificar, el reconocimiento que tienen sus imágenes en el ejercicio de gobernar, cuyo valor está en la existencia de una iconografía, como lo expresa Erwin Panofsky⁴⁶ al referirse a la formación de las imágenes y sus vínculos con lo alegórico y lo simbólico, así como sus respectivas identificaciones por medio de los atributos que casi siempre las acompañan. Aspectos que están presentes en las imágenes estudiadas, siendo operantes en los imaginarios como dispositivo en beneficios de los intereses del representado. Su

⁴⁶ Erwin Panofsky, *“El significado en las artes visuales”*, cuarta reimpresión, Alianza Editores, Madrid, 1987.

icono está volcado en favor de la gobernabilidad. Fajardo en relación con su imagen constituyen un todo. Se observa la existencia de una política de gobierno que determina una forma particular en la que las imágenes son parte integral en el ejercicio del poder político.

El estudio también permitió la comprobación de las hipótesis siguientes:

- La construcción del poder político en las sociedades contemporáneas es un ejercicio que vincula imaginarios sociales y representaciones visuales.
- Los grupos definen parte de sus sentimientos de identidad con base en la imagen de sus líderes.
- Las imágenes de Sergio Fajardo Valderrama han sido parte racionalmente calculada en su política de gobierno.

Sin embargo el estudio no alcanzo a comprobar la hipótesis en favor de que *“las imágenes de Sergio Fajardo que han circulado por diversos medios, han producido legitimidad a sus programas de gobierno”*. Porque para comprobar esta hipótesis se requiere indagar con los ciudadanos, si efectivamente el uso de su iconografía⁴⁷ producía legitimidad o aprobación de sus políticas de gobierno. Es decir si sus imágenes impactan positivamente en estos aspectos. Pero esas respuestas no se encuentran en las imágenes estudiadas. Esa información está en los imaginarios y las percepciones de los ciudadanos.

Se deja abierta la posibilidad de seguir estudiando estos asuntos complejos en los que se vinculan las imágenes y el poder. Partiendo de este estudio de caso, para la continuidad de otros ejercicios de investigación, en los que se recurra a las masas

⁴⁷ *Ibíd.*

directamente para indagar por percepciones, imaginarios y representación, ocurridas al alrededor de un proceso de gobernabilidad, donde el uso de las imágenes resulta un activo para ejercer dominación, poder y alcanzar legitimidad. Reconociendo el poder que representan las imágenes en el contexto actual, en donde los medios de comunicación no pueden dejarse de lado y más cuando se sabe que algunos colectivos sociales están volcada en ellos, infiriendo un proceso de mediatización exagerado de gobernantes y aspirantes al poder político.

8. BIBLIOGRAFÍA

Álzate Salazar, Viviana, *"Análisis de la Estrategia de Comunicación de Sergio Fajardo en su precampaña presidencial para las elecciones del 2010"*, Medellín, Universidad Eafit. 2008.

Ávila F, Francisco, *"El concepto de Poder en Michel Foucault"*. Revista Telos. URBE. Volumen 8, Nº 2, pp, 215-234, 2006.

Barthes, Roland, *"Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces"*, Barcelona, Ediciones Paidós, segunda reimpresión, 1995.

Bronislaw, Baczko, *"Imaginación social. Imaginarios sociales"*, Buenos Aires, Ed. Nueva Visión, 1984.

Chartier, Roger *"Poderes y límites"*, Editorial Gedisa, Barcelona, 1992.

Chartier, Roger, *"Poderes y límites de la representación. Marín el discurso y la imagen"*, en: Roger Chartier, compilador, *Escribir las prácticas*. Buenos Aires, Ed. Manantial, 1996.

Collier, John, *"Antropología visual. La fotografía como método de investigación"*, en: Juan Naranjo, Ed *Fotografía, antropología y colonialismo (1845-2006)*. Barcelona: Gustavo Gili, 2006.

Contartese, Victoria, *"La imagen del candidato on y off line. Éxitos y fracasos en Latinoamérica"*, [Trabajo presentado en el Cuarto Congreso Uruguayo de Ciencia Política, *"La Ciencia Política desde el Sur"*, Asociación Uruguaya de Ciencia Política], Uruguay, copia de autor, 2012.

Costa, Joan, *"El lenguaje fotográfico"*, Ibérico-Europea de Ediciones, Madrid, 1977.

Joly, Martine, *"Introducción al análisis de la imagen"*. Segunda edición. La Marca Editores. Buenos Aires, Argentina, 2009.

León Fajardo, Valentina, *“Análisis de la estrategia de comunicación que articula la campaña electoral del candidato Sergio Fajardo a la presidencia en el periodo comprendido entre mayo de 2009 y febrero de 2010”*. 2011.

Lopera Mesa, Ana María, *“Comunicación y Marketing Político En Campañas Presidenciales: Sergio Fajardo”*. Medellín, Universidad Eafit, 2009.

Mayz-Vallenilla, Ernesto, *“El dominio de poder”*, Seix y Barral Hnos S.A. Barcelona, España. 1982.

Natera, Antonio, *“La noción de gobernanza como gestión pública y participativa y reticular”*. Edita Universidad Carlos III de Madrid. Madrid, 2004.

Panofsky, Erwin, *“El significado en las artes visuales”*, cuarta reimpresión, Alianza Editores, Madrid, 1987.

Reeves, Rosser, *“La realidad en la publicidad, Un acercamiento a la teoría de la USP”*, Barcelona, Delvicobates, 1997.

8.1. Periódicos y Revistas

El Espectador, Medellín, 2015.

El Tiempo, Medellín, 2015.

Revista Semana, Medellín, 2015.

Revista el Esquire Colombia, Medellín, 2015.

El Colombiano, Medellín, 2015

De la Urbe, Medellín, 2015.

La Hoja de Medellín, Medellín, 2015.

El País, Internacional, Medellín, 2015.

8.2. Publicaciones Electrónicas

Pilar Lozano, "*La 'revolución verde' de Mockus y Fajardo avanza en Colombia*", sitio web: *El País Internacional* [14 abril de 2010], disponible en: http://internacional.elpais.com/internacional/2010/04/14/actualidad/1271196002_850215.html.

Alejandro Osorio Carmona, "*El teletrabajo como estrategia de innovación y competitividad en el sector público*", sitio web: *Slideshare* [agosto 11 de 2014], disponible en: http://es.slideshare.net/Ministerio_TIC/dia-1-alejandro-osorio-gobantioquiateletrabajosector-pblico?from_action=save.

Alfredo Paredes, "*La Construcción de la Imagen Política*", sitio web: *Infosol* [sin fecha], disponible en: http://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_el_Aula/la_construccion_de_la_imagen_politica.html#.VWcoV09_Oko.

Colombia.com, "*Gaviria venció a 'Lupe' en Medellín y Fajardo, nuevo gobernador de Antioquia*", sitio web: *colombia.com* [30 de octubre de 2011], disponible en: <http://www.colombia.com/especiales/elecciones/2011/noticias/sdi159/23706/gaviria-vencio-a-lupe-en-medellin-y-fajardo-nuevo-gobernador-de-antioquia>.

El Colombiano, "*“Esta clase es en serio, yo no vine aquí a pasear”*: Sergio Fajardo", sitio web: *El Colombiano*, redacción *elcolombiano.com*, publicado El 02 de febrero De [2015], disponible en: <http://www.elcolombiano.com/esta-clase-es-en-serio-yo-no-vine-aqui-a-pasear--sergio-fajardo-XC1206099>.

EL PAÍS, "*Colombia sin Uribe, El veto del Constitucional a un tercer mandato del presidente mejora la salud política del país*", sitio web: *EL PAÍS* [28 de febrero de 2010], disponible en: http://elpais.com/diario/2010/02/28/opinion/1267311602_850215.html.

Francisco Escobar S., "Lo que he aprendido de la vida, portada Sergio Fajardo, los jeans del gobernador", sitio web: *Esquire Colombia* [junio de 2013], disponible en: <http://esquire.com.co/detalleNoticia.php/300/SergioFajardoLosjeansdelgobernador>.

Gonzalo Uribe Aristizábal, "Sergio Fajardo en Armenia este jueves", sitio web: *colombiaparatodos.net* [4 de marzo de 2009], disponible en: http://www.colombiaparatodos.net/noticias-colombia_para_todos-articulo-sergio_fajardo_en_armenia_este_jueves-seccion-politica.htm.

Juanita León, "La unión hace la fuerza: Mockus y Fajardo", sitio web: *La Silla Vacía* [Abril 4 de 2010], disponible en: <http://lasillavacia.com/historia/9103>.

La Silla Vacía, "Quién es quién, perfil Sergio Fajardo Gobernador de Antioquia", sitio web: *La Silla Vacía* [sin fecha], disponible en: <http://lasillavacia.com/quienesquien/perfilquien/sergio-fajardo>.

Mario Fernando Prado, "Y Fajardo ahí", sitio web: *El Espectador* [26 de febrero de 2009], disponible en: <http://www.elespectador.com/columna122017-y-fajardo-ahi>.

Redacción El Tiempo, "Sergio Fajardo inscribió oficialmente su 'Selección Colombia' al Senado", sitio web: *El Tiempo* [4 de febrero de 2010], disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7117468>.

Semana "Sergio Fajardo, el matemático, volvió a sumar y a ganar", sitio web: *Revista Semana*, política, [octubre 30 de 2011], disponible en: <http://www.semana.com/politica/articulo/sergio-fajardo-matematico-volvio-sumar-ganar/248659-3>.

Semana, "El 'Compromiso Ciudadano' del Partido Verde", sitio web: *Semana* [10 de octubre de 2010], disponible en: <http://www.semana.com/politica/articulo/el-compromiso-ciudadano-del-partido-verde/123147-3>.

Semana, "*Sergio Fajardo, el matemático, volvió a sumar y a ganar*", sitio web: *Semana* [30 de octubre de 2011], disponible en: <http://www.semana.com/politica/articulo/sergio-fajardo-matematico-olvio-sumar-ganar/248659-3>.