

**LA FALLIDA OPERACIÓN MANDELA DE JUAN MANUEL SANTOS
LAS CLAVES DE LA ESTRATEGIA POLÍTICO - MEDIÁTICA DEL PRESIDENTE
QUE FRACASÓ**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA Y RELACIONES INTERNACIONALES
CARRERA DE CIENCIA POLÍTICA
BOGOTÁ D.C.
2016**

**LA FALLIDA OPERACIÓN MANDELA DE JUAN MANUEL SANTOS
LAS CLAVES DE LA ESTRATEGIA POLÍTICO - MEDIÁTICA DEL PRESIDENTE
QUE FRACASÓ**

DIEGO BAQUERO OSPINA

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA Y RELACIONES INTERNACIONALES
CARRERA DE CIENCIA POLÍTICA
BOGOTÁ D.C.
2016**

**LA FALLIDA OPERACIÓN MANDELA DE JUAN MANUEL SANTOS
LAS CLAVES DE LA ESTRATEGIA POLÍTICO - MEDIÁTICA DEL PRESIDENTE
QUE FRACASÓ**

DIEGO BAQUERO OSPINA

**Trabajo de grado para optar por el título de politólogo con énfasis en
comunicación y participación política**

DIRECTOR

LUIS FERNANDO MARÍN

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA Y RELACIONES INTERNACIONALES
CARRERA DE CIENCIA POLÍTICA
BOGOTÁ D.C.
2016**

TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE ANEXOS	12
INTRODUCCIÓN	13
MARCO TEÓRICO	16
I parte: ‘La Nueva Política’	16
¿Es solo la unión de dos palabras?	16
Política mediática	17
Gobernabilidad y sondeocracia	18
Los medios de comunicación	19
Climas y corrientes de opinión	21
Narrativas mediáticas y mensajes	22
Galaxias Estructurales.....	23
La estructura, la coyuntura y el acontecimiento.	24
El héroe, el manipulador y el light.	24
II Parte: El deporte tiene el poder para cambiar al mundo.....	25
La Gobernabilidad Deportiva	26
La Operación Mandela de Juan Manuel Santos	28
Los primeros pasos (2010 – 2012).....	28
La confesión (2013).....	33
Santos es Pekerman (2014).....	36
El día que lo decidió todo (14 de junio de 2014).....	40
La doble reelección (Julio de 2014).....	43
El segundo tiempo (2014 – 2015).....	46
La última gran jugada (2016).....	47
El nobel: su Copa Mundial (Octubre de 2016)	50
CONCLUSIONES	52
BIBLIOGRAFÍA	58
ANEXOS	66

LISTA DE ANEXOS

Los anexos del trabajo 'La fallida Operación Mandela de Juan Manuel Santos' están divididos en dos secciones: Impresos (I) y online (O). En esta edición están únicamente los anexos (I), mientras que los anexos (O) están disponibles en:

<https://laoperacionmandeladejms.wordpress.com/>

Anexos impresos (I)

- Anexo #1 – I: Entrevista a Ángel Becassinno
- Anexo #2 – I: Entrevista a Juanita León
- Anexo #3 – I: La gobernabilidad deportiva
- Anexo #4 – I: Los anuncios de La Habana

Anexos Online (O)

- Anexo #1 – O: Berlusconi y el A.C. Milán
- Anexo #2 – O: La 'Democracia Corinthiana'
- Anexo #3 – O: El Fútbol para Todos de Cristina
- Anexo #4 – O: El perdón del Bolillo Gómez
- Anexo #5 – O: Mandela y Piennar con la 'copa de la unificación'
- Anexo #6 – O: James es un cobarde ¿sí o no?

INTRODUCCIÓN

La política en los tiempos actuales de la comunicación y la cultura mediática puede, y debe, ser redefinida. Esa política añeja, esquemática y tradicional cada vez está más lejana y hoy en día, las formas de hacer política están marcadas por la nueva tendencia comunicacional y mediática que atraviesa la sociedad. Actualmente existe una 'nueva política', que llegó para remplazar aquella antigua manera que había para llegar y mantenerse en el poder. Ahora la política es igual a la comunicación política y la política mediática; y se compone de procesos mediante los cuales se busca tener mejores técnicas de gobernabilidad basadas en la sondeocracia y la gestión de visibilidad procurando generar opinión pública favorable al gobierno de turno.

Lo anterior a partir de la capitalización de climas y corrientes de opinión e introduciendo una narrativa mediática simplificada en el envío de infinidad de mensajes, algunos ocultos y otros no, hacia la población con el uso del marketing político, la propaganda, los medios de comunicación, etc.

En este nuevo escenario, además, existen diversas formas (o galaxias) para estructurar las nuevas rutas para no solo llegar, sino mantenerse en el poder. Diferenciando entre políticas mediáticas estructural, coyuntural y de acontecimientos y entre políticas mediáticas heroica, manipuladora o light se pueden categorizar a los gobiernos actuales y, de esta manera, identificar qué tipo de estrategias narrativas y mediáticas utilizan para enviar sus mensajes a la sociedad.

Ahora bien, bajo el contexto de esta nueva política y las herramientas que utiliza, el deporte aparece como un insumo para que los gobernantes saquen provecho de él para alcanzar sus fines y puedan 'cambiar el mundo' –que en términos reales significa simple y llanamente llegar y mantenerse en el poder. Y qué mejor que las glorias deportivas nacionales para estructurar una política de comunicación ¿o comunicación política? – y aprovecharse de ella para aplicar los principios de la

nueva política. Nace entonces la gobernabilidad deportiva, es decir, la construcción de opinión pública favorable en donde el gobernante toma la decisión de asociarse a la identidad nacional que surge de una selección y ser el abanderado de esa movida emocional que a la postre permitirá aprovechar climas y corrientes de opinión generadas por la propia selección y sus actuaciones y no por el Gobierno.

Nelson Mandela, ex – presidente sudafricano, ideó con esa lógica una estrategia que logró unificar la percepción que la población negra sudafricana tenía de la selección nacional de rugby, deporte que simbolizaba el poder blanco, para lograr algo nunca visto en Sudáfrica: "que todos, blancos y negros, pelearan por un objetivo común", explica John Carlín. Efectivamente, Sudáfrica ganó el Mundial de 1995 y esa fue la primera piedra de la 'Operación Mandela' que buscaba unificar Sudáfrica bajo una misma bandera.

Juan Manuel Santos, presidente de la Republica de Colombia entre 2010 y 2018, no es la excepción y la utilización que le ha dado a las glorias deportivas nacionales es digna de un gobernante capaz de entender las dinámicas políticas actuales, más estando al tanto que su manejo comunicacional deja mucho que desear y, además, su imagen no es capaz de sostenerse por sí misma, razón por la cual intentó crear su propia 'Operación Mandela'. ¿Funcionó?

El propósito de esta investigación, entonces, consiste en señalar la relación existente entre ciertas estrategias y características de la comunicación política mediática y como el gobierno de Juan Manuel Santos utilizó y utilizará los resultados deportivos de los deportistas nacionales con miras a la construcción de una opinión pública favorable hacia él y a su gestión.

A priori, se plantea que Juan Manuel Santos incurrió en la utilización conjunta de acontecimientos de gobernabilidad y deportivos para, dadas ciertas estrategias y características de la Comunicación Política Mediática, lograr construir una opinión pública favorable hacia él y hacia su gobierno mediante la capitalización de climas y corrientes de opinión que no fueron creadas y generadas por él pero si

aprovechadas en pro de sus objetivos de administrar correcta y efectivamente su visibilidad y de mantenerse en el poder a toda costa.

La investigación estará enfocada en tres aspectos: el primero, identificar el guion político de Juan Manuel Santos en términos de política mediática y comunicación política. En segundo lugar, determinar que acontecimientos de gobernabilidad deportivos utilizó Juan Manuel Santos para capitalizar los climas y corrientes de opinión generados por los deportistas colombianos en busca de construir una opinión pública favorable hacia él y su gestión. En tercer lugar y mediante un análisis de contenido y discurso de dichos acontecimientos identificados en los cuales Juan Manuel Santos participó, analizar no solo su contenido sino su mensaje y narrativa mediante la creación de una matriz conceptual que permita ejemplificar que tipo de acontecimiento es pero, además, cuál es su contenido y qué mensaje es el que se pretende enviar a la población para de esta manera entender no solo por qué y cómo se da la construcción mediática de cada acontecimiento sino también el discurso que se genera en su interior.

Posteriormente, desarrollados los tres aspectos, se buscará señalar la relación existente entre la participación de deportistas colombianos en diferentes eventos deportivos y el uso que le ha dado el gobierno de Juan Manuel Santos para que dadas ciertas estrategias de la comunicación política y la política mediática se creara y generara opinión publica favorable hacia él y su gestión, es decir, analizar esto enmarcado en las dinámicas de la política actual, de la 'nueva política'.

El diseño del marco teórico estará enfocado en hacer entender al lector las dinámicas de la 'nueva política' actual y como las características y estrategias mediáticas permiten que los gobernantes lleguen y se mantengan en el poder. A continuación, se introducirá la gobernabilidad deportiva como eje central investigativo y se construirá el compendio histórico de acontecimientos en los cuales Juan Manuel Santos participó. Finalmente se verá como el intento del presidente por crear su propia 'Operación Mandela' fracasó.

MARCO TEÓRICO

I parte: 'La Nueva Política'

Bajo parámetros absolutamente formales e idealistas, la política es entendida por el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española como “la ciencia o el arte de gobernar y dar leyes y reglamentos para mantener la tranquilidad y seguridad públicas y conservar el orden y las buenas costumbres” (Solozabal, 1984). Sin embargo, y además de esta definición, en el juego semántico encontramos que la palabra ‘política’ cuenta con diferentes sinónimos entre los cuales se resaltan, según la Academia, astucia, habilidad, marrullería, calculo, régimen, legalidad, dirección y gobierno. No obstante, hay uno de ellos que resume a cabalidad lo que hoy en día es la política y no se encuentra precisamente en algún diccionario.

La política es, ahora, igual a comunicación política; de allí nace ‘la nueva política’. Es acertada la apreciación de Michael Neudecker (2015) al afirmar que los políticos actuales solamente pueden ejercer su influencia y lograr su objetivo de llegar al poder o de conservarlo, si son capaces de que su mensaje llegue a sus votantes. Para conseguirlo, los medios de comunicación son primordiales y la comunicación política se convierte en la nueva manera de ejercer aquella astucia, marrullería, habilidad o gobierno.

¿Es solo la unión de dos palabras?

La unión de estos dos términos, comunicación y política, emerge como un concepto fundamental para entender como hoy en día interactúan gobiernos, gobernantes y gobernados. La comunicación política llegó para remplazar la política tradicional; razón por la cual, ni siquiera se puede entender a esta como un simple sinónimo sino, más bien, como una realidad tangible para el estudio de nuestra disciplina. Más allá de las teorías establecidas en el pasado por importantes teóricos como Platón, Aristóteles, Nicolás Maquiavelo, Thomas Hobbes, Norberto Bobbio, Adam Smith, entre otros, la ‘vieja política’ de la que ellos hablaban (cada uno a su modo) quedó inválida e impedida de ejercer sus funciones ya que hoy en día no puede ser

considerada como un instrumento para gobernar pues fue remplazada por la comunicación política, esa que llegó para quedarse y que está encargada de repartir el poder.

Rosalía Wincour (2000) remarca la importancia de entender que la comunicación política es tan antigua como la política. Sin embargo, en el espacio y contexto actual, debemos entenderlas como una misma, ya que es de suma importancia comprender la directa relación entre el papel de la comunicación en la formación de la opinión pública y ver como la vida política se transmite y comprende por medio de los sondeos. La comunicación política entonces es " (...) el espacio en el que se intercambia los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública, a través de los sondeos. " (Wolton, 1998).

La 'nueva política' será entendida como un espacio, es decir, atemporal y no presencial, que da a los gobernantes la gran ventaja de no necesitar estar en permanente contacto físico o presencial con sus gobernados y simplemente, con esta nueva forma de hacer política, recurren a ciertas estrategias y características propias de ella para acceder y mantenerse en el poder.

Política mediática

Ahora bien, esta 'nueva política' no viene sola. Infinidad de características y estrategias son las que emplea para que su uso sea aún más fructífero. Dentro de ellas, la política mediática se posiciona como el primer y más importante insumo que deben tener en cuenta los gobernantes a la hora de comunicarse políticamente con la sociedad.

Según Marín (2016) la política mediática es una caracterización de la política actual, de la 'nueva política'. Esta les lanzó un salvavidas a los políticos tradicionales y, ahora, bajo este nuevo contexto, ellos ya no necesitan tener una lista de qué decir o hacer. Empleando la mediatización de la política, los políticos sacan provecho de

la sociedad actual; y es mediante ella que los costos de transacción, antiguamente muy altos, se reducen. El resultado se reduce a que solamente, a través de la imagen, pueden alcanzar y conservar el poder. Sin embargo, a pesar de que estos costos bajaron, lo que cambió (y lo que perdieron los políticos) fue el antiguo modo de rendición de cuentas, ya que ahora hay un permanente sometimiento 'sondeocrático' casi diario por parte de la sociedad.

La práctica de la política mediática implica la realización de dos tareas claves: la primera es asegurar el acceso a los medios de comunicación de los actores sociales y políticos implicados en las estrategias de creación de poder. La segunda es la elaboración de los mensajes y la producción de las imágenes que mejor se acomoden a los intereses de cada gobernante; con un acceso a los medios y un mensaje convincente, la ruta hacia y del poder estará encaminada. (Castells, 2009).

Y es que como bien dice Castells (2009) la política mediática no se limita únicamente a las campañas electorales, es decir, a llegar al poder. También es vital para los gobernantes durante el tiempo en el cual están en él lo más alto del gobierno y esta se presenta como la herramienta con la cual buscan mantenerse allí. Además de ser considerada como una práctica no solo política sino social, mediante ella, no son solo los políticos tradicionales, sino también actores sociales no gubernamentales acceden al poder y también, por ejemplo, a la formulación, implementación y ejecución de políticas públicas, es decir, a una forma de participación política (Velasco, 2016). No obstante, quienes están posicionados en las grandes elites son quienes tienen mucha más facilidad de emplearla ya que la capacidad de acceso que tienen a los medios de comunicación es mucho mayor que la que tienen otros sectores de la sociedad.

Gobernabilidad y sondeocracia

El entramado de comunicación política y política mediática nos conduce ahora a un importante concepto que también mutó dadas las condiciones actuales y ese es el de la gobernabilidad. Hoy en día, según Marín (2016), ésta debe ser entendida como

la creación de opinión pública hacia el gobierno en general o simplemente, hacia acciones realizadas por el gobierno. La gobernabilidad, por tanto, es mediática e, indiscutiblemente, se conecta con la comunicación política y con la política mediática.

Ahora bien, la manera de medir que tan buena o mala resulta ser la gobernabilidad es mediante la sondeocracia, la nueva forma por la cual la sociedad aplica una constante rendición de cuentas a los políticos. Guillermo Casasbuenas Díaz, ex director de Ipsos Napoleón Franco, remarca que esta nueva tendencia sondeocrática es el resultado de una forma de ejercer el poder legítimamente, mediante la ejecución eficiente de los recursos económicos, buscando tener resultados esperados y eficaces; lo cual permitiría que se generaran espacios que reafirmen las distintas identidades de los sujetos gobernados, permitiendo con ello que estos tomen conciencia de la necesidad de participar y logren contribuir en los procesos de control social y rendición de cuentas de la gestión pública y, por lo tanto, formen opinión pública.

Esta tendencia de los sondeos está conformada por la información y el papel que esta juega en el proceso de estructuración de la opinión del ciudadano respecto a los actos de gobierno, es decir, cómo se entera, cómo conoce, cómo se informa y qué tipo de información es la que le permite estructurar su opinión respecto al acto de gobernar (Casasbuenas). Los resultados de la sondeocracia, y por tanto de la evaluación a los gobernantes, serán acordes a aquella información que los ciudadanos reciban.

Los medios de comunicación

Ahora bien, para lograr la implementación de estrategias basadas en la política mediática, sustentadas en procesos de gobernabilidad direccionados a crear opinión pública favorable, apuntando a una buena administración de visibilidad, los medios de comunicación se convierten en el instrumento más importante de los gobernantes. Entender qué son, cómo funcionan, qué objetivos tiene y cómo se

puede acceder a ellos, será la hoja de ruta que deban tomar los gobernantes que quieran alcanzar y sostener el poder.

Los medios de comunicación, “(...) no son el cuarto poder. Son mucho más importantes: son el espacio donde se crea el poder y constituye el espacio en el que se deciden las relaciones de poder entre los actores políticos y sociales rivales.” (Castells, 2009). Son precisamente esos actores políticos y sociales los encargados de crear mensajes, no sin antes, aceptar las reglas preestablecidas del nuevo universo mediático: primero, los medios, por más que intenten posar como neutrales, siempre tienen una posición, bien sea por sus intereses económicos o políticos. Segundo: los medios poseen un propio lenguaje a la hora de construir y difundir un mensaje y, tercero: los medios de comunicación en una sociedad democrática nunca serán instrumentos directos del Estado por más que los actores de estos medios creen plataformas de comunicación y produzcan mensajes en consonancia con sus intereses profesionales y empresariales, que en algunos casos coinciden con el Estado y en otros no. (Castells, 2009).

Además, Michael Neudecker (2015) comenta con relación al poder y a la importancia de los medios de comunicación que los políticos actuales deben ser capaces de entender que es mediante los medios que se puede ejercer su influencia sobre la sociedad y de esta manera buscan alcanzar su objetivo de no solo llegar al poder sino también conservarlo. Por eso, siguiendo a Castells, él también afirma que los medios son el espacio donde se crea el poder.

Lo importante a tener en cuenta es que ya no son solo la televisión, la radio y la prensa. La galaxia internet, de la que se ocupa Manuel Castells en su libro la Era de la Información, está posicionada como la generadora de la sociedad red en donde todo aquello que difunde la televisión, la radio y la prensa en general, es magnificado por la permanente interacción de los nuevos actores de la sociedad comunicativa y mediática en que vivimos.

Clima y corrientes de opinión que construyan a opinión pública

Ahora bien, la comunicación política, la política mediática y la gobernabilidad, necesitan de un insumo para ser válidas y aquí es donde salen a la superficie los climas y corrientes de opinión. Sin embargo, es importante resaltar que a pesar de que es posible (y muy común) capitalizarlos, es muy difícil crearlos. Lo que hace la política mediática y lo que hacen los políticos actuales, guiados por su afán de mantener una buena gestión de visibilidad, es aprovechar estos climas y corrientes para acaudalarlos en opinión pública favorable hacia ellos y sus gobiernos, ya que esta será el indicador de si la gestión de gobierno es aceptada y validada por la sociedad. (Marín, 2016).

Es importante diferenciar entre un clima y una corriente de opinión para entender de qué manera es que estos pueden ser capitalizados en opinión pública. El primero es considerado un conjunto de informaciones e ideas previas, (también llamados estados de opinión) de carácter indeterminado que, conjunto a la aparición o mezcla de algún elemento desencadenante, producen una nueva discusión pública y, de alguna forma, condicionan las nuevas opiniones elaboradas resultantes, es decir, las corrientes de opinión. Éstas, entonces, se derivan de ese primer momento de clima, pero presentan, en cambio, una fisonomía altamente reconocible como grupo organizado, expresión manifiesta a través de los principales medios de comunicación o información pública. Podemos entonces afirmar que una corriente es un clima de opinión (claramente configurado) más no que un clima sea una corriente (Velasquez, 2002).

En las dinámicas actuales, todas las corrientes tendrán un carácter sondeocrático, ya que estas serán las encargadas de regir la nueva forma de rendición de cuentas. No obstante, es importante remarcar que aquellas corrientes no electorales tienen la potencialidad de convertirse en el punto de arranque de organizaciones políticas, cívicas o sociales que se conforman para participar activamente en política. Cuando, al contrario lo son, derivan en 'corrientes de opinión electoral', que

empiezan a expresarse en las encuestas de intención de voto y, al final, se manifiestan formalmente en las elecciones mediante lo que hoy se conoce como 'voto de opinión' (Velasquez, 2002). Sin embargo, además de los votos, la opinión pública y los sondeos que la miden son el verdadero instrumento de rendición de cuentas que tiene la sociedad.

Esta entonces, centra su importancia en definir quién, qué, a través de qué medio, con qué mensaje y qué efectos produce una determinada acción de gobierno y si esta puede llegar ser considerada como un factor y/o forma de legitimación política.

No obstante, según Becassinno & León (Anexos #1-I y #2-I) antiguamente, la idea de opinión implicaba un subyacente concepto de racionalidad y estaba estrechamente ligada a la primera plana de los periódicos. En cambio, hoy por hoy, parece que este concepto es más irracional que racional ya que hay tantos generadores de mensajes y hay tal pluralidad de interpretación sobre todos los hechos, que se generan a su vez múltiples opiniones públicas.

No obstante, ante esa diversidad de opiniones, estas son más susceptibles de ser afectadas por movimientos y estrategias de seducción y, a pesar de que cada vez es más complicado, porque la dispersión pública es cada vez mayor, se logra tramando estrategias en las cuales se tiene que definir con qué recursos se cuentan. Eso dependerá de la habilidad o de la coherencia del gobernante y su equipo de comunicación para que, con la ejecución de esas estrategias, se alcancen o no sus propósitos.

Narrativas mediáticas y mensajes

El concepto de narrativa mediática se sustenta bajo la premisa de que una cosa es lo que se habla y otra lo que se dice. Lo que se dice es lo que esta manifiesto, lo que se habla no (Marín, 2016). La narrativa, entonces, no puede ser considerada como aspecto propio del lenguaje sino, más bien, como una forma –alternativa– de pensar, como una estrategia de buscar la forma. La narrativa es lo que se habla y,

para que ésta tenga éxito, se deben concretar las formas efectivas de conexión entre acontecimientos, bien sea por causalidad o contradicción, con construcción de la temporalidad con un determinado orden, frecuencia y duración, con un relato desde y hacia el espacio que se quiera llegar y finalmente, con la constitución del estilo mediante los procedimientos técnicos, lingüísticos y estéticos que se quiera utilizar (Rincon, 2006).

Por su parte, el mensaje es aquello que se dice. Puede ser definido como “el espacio de entrecruzamiento en donde se dinamiza el proceso de comunicación” (Restrepo de Guzman, 1988). El mensaje es un proceso de producción que no es lineal, donde se mezclan operaciones que permiten que algo se haga, algo se construya y algo se cree (Restrepo de Guzman, 1988). Marshall McLuhan dijo que informar es dar forma, es construir un mensaje. En los gobiernos actuales, mediante los medios de comunicación, se construye, gracias a la narrativa mediática, un mensaje y un lenguaje y eso, es construir realidad.

Galaxias Estructurales

Aprovechando lo propuesto por Manuel Castells, quien entiende que las galaxias son un entorno y/o ecosistema en el que está en relación de solidaridad las partes entre si y entre todo y, donde al interior del mismo, sus componentes cobran significado y se interdefinen, (Marín, 2016) se propone una definición propia de galaxia política. Esta será entendida como las articulaciones que se presentan entre la política, el poder y la comunicación en donde su punto álgido es la utilización de la política mediática, razón por la cual, se presentan tres tipos de galaxia pero, además, tres posiciones desde donde se pueden interpretar estas galaxias y los cuales se configuran como puntos de partida desde los que se pueden analizar y entender los actuales gobiernos que sustentan sus prácticas en la comunicación político-mediática.

En primer lugar, en cuanto a los tipos de galaxias políticas encontraremos una política mediática estructural, otra coyuntural y una última de acontecimientos. Lo importante y necesario a tener en cuenta es que cada una de ellas se complementa a sí misma, razón por la cual es necesario hacer un análisis transversal desde la estructura, pasando por la coyuntura para, finalmente, llegar al acontecimiento. Ahora bien, la postura desde la cual se edifican la estructura, la coyuntura y los acontecimientos de la 'nueva política', presenta tres posibles perspectivas: una heroica, una manipuladora y otra light o ligera. (Marín, 2016)

La estructura, la coyuntura y el acontecimiento.

Las galaxias políticas se edifican bajo tres momentos de la política mediática. En primer lugar la estructura, definida como el conjunto de relaciones que mantienen entre sí las partes de un todo, en este caso, la estrategia estructural de un gobierno. En segundo lugar la coyuntura, donde se presenta cierto tipo de factores y circunstancias, políticas en este caso, que caracterizan una situación en un momento determinado que los gobiernos mediáticos crean o utilizan. En tercer y último lugar, la política mediática de acontecimientos, se presenta cuando hay algún suceso de alguna importancia que los gobiernos utilizan para mediatizar sus funciones.

El héroe, el manipulador y el light.

Ahora bien, la estructura, la coyuntura y el acontecimiento se pueden construir y ejecutar desde tres perspectivas. En primer lugar, con la presentación de un héroe, una persona que se distingue por haber realizado una hazaña extraordinaria, especialmente si requiere mucho valor se crea la imagen de un gobernante que llega para tomar el papel de salvador, sobre todo en situaciones donde todo se vea perdido. Álvaro Uribe y las FARC son claro ejemplo de esto: la creación de un enemigo y la aparición de un salvador, único capaz de contrarrestar al contrario.

En segundo lugar, aparece una perspectiva manipuladora, encargada de controlar sutil o toscamente a la sociedad, impidiendo que sus opiniones y actuaciones se desarrollen natural y libremente. Siendo así, se crea y levanta la imagen de un gobernante que tiene el miedo como principal insumo para manipular y hacerle creer a la sociedad que solo hay un camino posible para solucionar los problemas y es el que él diga. Las dictaduras y su forma de ejercer el poder son claro ejemplo de ello.

Por último, encontramos una posición light o ligera, no muy preocupada por pretender instalar la imagen de un gobierno heroico o manipulador, sino más bien conciliador. Juan Manuel Santos y el Proceso de Paz que emprendió en 2012 encajan perfectamente en esta posición pues, entendiendo que su imagen no es lo suficientemente fuerte, pretende presentarse como alguien que antes de ser un héroe o un manipulador, es un pacificador que pretende unión entre los fragmentos políticos y sociales activos de una sociedad, en este caso, entre el Gobierno, las FARC y todos los colombianos.

II Parte: El deporte tiene el poder para cambiar al mundo

El deporte tiene el poder para cambiar al mundo. Tiene el poder para inspirar. Tiene el poder para unir a la gente de la manera en que pocas cosas lo hacen. El deporte puede crear esperanza donde antes solo había desesperación. Es más poderoso que el gobierno en cuanto a romper las barreras raciales (Cívico, 2014).

Esta fue la frase de cabecera de Nelson Mandela, uno de los grandes líderes del siglo XX que ideó la forma de reconciliar a los sudafricanos mediante el deporte. Expuestos algunos casos, que siguieron su ejemplo, no es un error decir que algo de razón tenía.

La Gobernabilidad Deportiva

¿Cómo es que el deporte entra en la lógica de la comunicación política y de la política mediática para convertirse en un insumo capaz de salvar al mundo? Pues bien, es gracias a la gobernabilidad deportiva. Esta, se convierte en una de las tantas formas mediante las cuales los gobernantes mediáticos pueden hacer política. La utilizan porque esta consiste en intentar construir opinión pública favorable en un proceso en el cual el gobernante toma la decisión de asociarse a la identidad nacional que surge de una selección o un deportista y busca ser el abanderado de esa movida emocional que, a la postre, permitirá aprovechar climas y corrientes de opinión generadas por la propia selección y sus actuaciones y no por el Gobierno. Con la masificación, gracias a los medios de comunicación, de los eventos y acontecimientos en los cuales el gobernante hace 'presencia y bandera', se busca construir opinión pública favorable, la esencia de la gobernabilidad actual.

A lo largo de la historia, la utilización de la comunicación política, la política mediática, los climas y corrientes de opinión y los medios de comunicación han hecho que el deporte y la política hayan estado entrelazados bajo estructuras, coyunturas y acontecimientos, creando héroes, manipuladores o políticos light. Casos como el de Silvio Berlusconi llegando a ser Primer Ministro en Italia en 1994 gracias a su excelente labor en uno de los clubes más populares de aquel país como lo es A.C. Milán (Anexo #1-O), la 'Democracia Corinthiana' de Brasil en 1982, mecanismo por el cual se buscó terminar la dictadura y que fue impulsado por los jugadores y directivos del Corinthians, uno de los equipos con más 'torcedores' de aquel país (Anexo #2-O), o bien, la alianza entre la Presidencia de Cristina Fernández de Kirchner y la Asociación Argentina de Fútbol (Anexo #3-O) son clara muestra de ello. Sin embargo, el caso más emblemático es el de Nelson Mandela, ex presidente de Sudáfrica y quien en 1995 utilizó al rugby para terminar de lograr el cometido de unificar a su país bajo una misma bandera.

Colombia y sus gobernantes no se quedan atrás. Como bien reseña Alejandro Pino Calad (2002) en su tesis de grado 'Un país alrededor de un balón', el uso del fútbol en la política se remonta incluso a Carlos E. Restrepo, quien organizó un torneo con su mismo nombre a comienzos del siglo pasado entre algunos equipos de los clubes a los cuales podían acceder las altas esferas bogotanas. Hacia mediados del siglo, Mariano Ospina respaldó totalmente, en 1948, la profesionalización de un campeonato nacional de fútbol impulsado por la DIMAYOR, mucho más después del 'Bogotazo', con el fin de entretener a la gente y que no se pensara más en aquella nefasta época conocida como La Violencia.

Posteriormente fueron Belisario Betancur y su Ministra de Comunicaciones, Noemí Sanín, quienes ante la toma del Palacio de Justicia por parte del M-19 ordenaron retransmitir partidos de fútbol en la televisión y radio nacional para que nadie pudiera ver lo que estaba sucediendo en vivo y en directo. Después, fueron Samper y Pastrana. El primero acudió al por entonces mejor jugador colombiano, Carlos Valderrama, para que lo apoyara en su campaña presidencial. Además, en el libro 'El 5-0' de Mauricio Silva (Silva, 2013), se narra que los jefes del Cartel de Cali le 'sugirieron' a los jugadores apoyar a Samper así como ellos lo hacían, algo que luego se demostraría en el Proceso 8.000. Por su parte Pastrana, fue el encargado de luchar contra viento y marea la organización de la Copa América 2001 (que a la postre sería ganada por Colombia y el mismo Pastrana haría parte de la comitiva que recibiría el trofeo como Presidente del país ganador, hecho inédito en la historia de la Copa América) que estuvo amenazada por las intensas situaciones de inseguridad y violencia que se vivían en Colombia por esos años.

Por último, el antecesor de Santos, Álvaro Uribe Vélez, experto en política mediática, utilizó el fútbol cuando, tras haber estallado el escándalo por la posible corrupción en torno a cómo logró alcanzar que se aprobara la reelección presidencial por parte del Congreso, anunció que Colombia pediría ser sede del

Mundial 2014, sin importar que ya la FIFA había designado a Brasil: puso al país a hablar de eso.

No obstante, en estos casos los ex presidentes mediatizaron el uso del fútbol como 'cortina de humo' más no como estrategia de gobierno. Quien, realmente, incluso antes de ser elegido como Presidente decidió apostarle al fútbol, a su poder mediático y al vínculo que este generaría con la sociedad, fue Juan Manuel Santos.

La Operación Mandela de Juan Manuel Santos

Incapaz de conectarse con el pueblo, apeló a climas y corrientes de opinión que construyeran una imagen capaz de sostenerse por sí misma alrededor de símbolos que emergen desde las entrañas de la nación. Desde su campaña presidencial hasta la consecución de su plan de gobierno - la paz - Santos navegó en una estrategia asociada a buscar convertirse en un abanderado de los triunfos deportivos de los diferentes colombianos a lo largo de su gobierno. Aprovechando que en el último lustro, Colombia se encumbró en la elite mundial del deporte (Publímetro , 2016) el presidente intentó gestar su propia 'Operación Mandela'.

Los primeros pasos (2010 – 2012)

Todo empezó el 6 de abril de 2010. En la ciudad de Medellín, durante los Juegos Nacionales de aquel año, el por entonces candidato presidencial Juan Manuel Santos anunció como una de las promesas de campaña que quería que la Selección Colombia volviera a jugar en la Copa Mundial de la FIFA. (El Tiempo, 2010) Por entonces, el equipo nacional llevaba sin asistir a tres citas mundialistas y, de no conseguir su cupo para Brasil 2014, completaría más de 20 años sin hacer parte del mayor evento deportivo del mundo.

Una vez elegido presidente en las elecciones en las que enfrentó a Antanas Mockus, con un amplio margen de diferencia, Santos tomó la batuta de lo que sería su gobernabilidad deportiva. En la ceremonia en la cual recibió la credencial que lo acreditaba como el nuevo mandatario, aprovechó para nombrar a Jairo Clopatofksy

como nuevo director de Coldeportes no sin antes dejar un claro mensaje: “Todos anhelamos que la Selección Colombia este en el Mundial de Brasil y mi gobierno por intermedio de Coldeportes brindará la ayuda que se requiera para buscar la clasificación, fue una de mis promesas de campaña” (El País, 2010) Prima la construcción de un mensaje: Colombia debe volver a un Mundial y eso se conseguirá gracias a Juan Manuel Santos.

Comenzando el año 2011, empezó a estructurar y construir acontecimientos que, siguiendo la lógica de la política mediática, fueron reproducidos por los medios de comunicación: su objetivo era unir a una nación detrás de una pelota de futbol.

El primero de ellos fue una visita a la selección sub-20, que estaba próxima a participar en el Campeonato Suramericano de esta categoría, a disputarse en Perú. Se ‘puso los cortos’ para entrenar y jugar con ellos y posteriormente les entregó la bandera del país con el mensaje: “El equipo significa la Unidad Nacional; detrás de ellos está toda Colombia”. (F.C.F, 2011)

Tan solo meses después llegaba el momento de la selección de mayores, la misma que iba a representar al país en tierras argentinas durante la Copa América 2011. Siguiendo el hilo conductor y, de la misma manera que lo hizo con los juveniles, Juan Manuel Santos entregó la ‘bandera de la alegría’; iniciativa que nació de una campaña publicitaria de Cerveza Águila, principal patrocinador de la selección y quien durante más de dos meses recolecto más de 250.000 firmas y 80.000 mensajes que fueron impresos sobre una bandera de aproximadamente 40x70 metros. Indica Lucas Ospina que gracias a la campaña

No solo la empresa cervecera obtuvo réditos para el posicionamiento de su marca; el presidente Santos también hizo lo propio para obtener créditos políticos y sumarlos a su franquicia de la Unidad Nacional. En su discurso de esa noche dejó claro cuál era el objetivo a cumplir: "Una bandera, un país, un equipo. Colombia campeona (Ospina, 2011).

Tan solo un mes después, Santos aprovechó que la selección sub-20 colombiana oficiaba de local en el Mundial de aquella categoría y en la entrega del Pabellón de la Republica, tramó otro acontecimiento. “Cada uno de ustedes es dueño de su destino, lo importante es que salgan a la cancha convencidos que pueden ganar. 46 millones de colombianos están detrás de ustedes” (Posada, 2011) fueron las palabras que dirigió el presidente al plantel tras haberlos invitado a ver la película ‘Invictus’, en la Casa de Nariño, que narra la epopeya de Mandela en Sudáfrica. El capitán de aquel equipo, Pedro Franco, contribuyó a la construcción de un mensaje: “Un grupo de deportistas puede unir a un país y pienso que eso es muy buen saberlo” (Posada, 2011). Como reseña Noticias Uno (2011), tanto los jugadores como el cuerpo técnico captaron el mensaje subliminal que les dio el presidente: lograr un título mundial también puede ser una cuestión de estado.

Días después continuaban las maniobras mediáticas ya que en el marco de la inauguración de la Copa Mundial de la FIFA sub-20, el presidente se pronunció y dejó entrever sus intenciones de capitalizar la corriente de opinión generada por el Mundial. “Ésta es una oportunidad dorada para demostrar que Colombia no es sinónimo de violencia, sino todo lo contrario, de unidad, de fraternidad, de emprendimiento y de alegría.” Terminados ambos torneos y ante las regulares participaciones, tanto de la selección juvenil como de la mayor en el Mundial y en la Copa América, en las que cayeron eliminadas prontamente, se desvaneció parte de la táctica de gobernabilidad deportiva inicialmente planteada, ligada por supuesto a triunfos.

A pesar de eso, el Presidente no dejó desaparecer del todo su estrategia y días después de su eliminación, la selección de mayores volvió al país y el entrenador Hernán Darío Gómez se vio inmiscuido en un escándalo mediático de violencia contra una mujer (razón por la cual presentó su renuncia, la cual fue aceptada por la Federación Colombiana de Fútbol) Santos volvió a entrar en escena.

Y después del lamentable y muy condenable episodio del 'Bolillo' Gómez, yo creo que la Federación debe considerar la posibilidad de contratar un entrenador del extranjero para introducirle nueva sangre, nuevas ideas a la selección, porque tenemos una buena selección y estoy seguro de que vamos a lograr clasificar al mundial en Brasil (S.I.G., 2011).

No fueron tomadas sus sugerencias, y nombraron a Leonel Álvarez como seleccionador encargado, quien en ese momento se desempeñaba como asistente de Gómez.

Empezaba entonces la carrera por una de las plazas para ir al Mundial de Brasil. "Ustedes son un símbolo nacional que une al país. Tuve la audacia que entre mis promesas estaba la clasificación al Mundial, de manera que no me pueden dejar, como dicen, colgado de la brocha" (S.I.G., 2011) fueron las palabras del Presidente, quien previo al primer juego de Eliminatorias, visitó a los jugadores en el estadio 'El Campin' de Bogotá. Momentos previos y bajo la atenta mirada de todos los medios, y al igual que con los juveniles, se vistió de cortos y jugo un 'picado' con los jugadores.

Y a pesar de haber ganado ese partido, la era de Leonel Álvarez terminaría solamente meses después. El 13 de diciembre de aquel año, el Comité Ejecutivo encabezado por Luis Bedoya decidió cesar su contrato. Tras este nuevo fracaso, no sin antes vivir un intento que no funcionó de limpiar la imagen de Hernán Darío 'El Bolillo' Gómez –siguiendo la misma lógica de la política mediática (Anexo #4-O)– por parte de algunos medios, sobretodo deportivos, que lo querían de vuelta en el cargo, fue el propio Presidente quien volvió a tomar la batuta y 'sugerir' a la Federación que debía ser contratado un técnico extranjero e incluso puso a disposición el apoyo del Gobierno en caso que se necesitara (Caracol Radio, 2011). Esta vez sí le tomaron su sugerencia y en el país renacía la ilusión de volver a un Mundial.

El 5 de enero de 2012, el argentino José Néstor Pekerman sería presentado como nuevo seleccionador del equipo colombiano. "Bienvenido José Pekerman y muchos éxitos a la Selección Colombia. Cuentan con nuestro apoyo" (El País, 2012). El presidente lograba su cometido y se convertía, por demás, en el abanderado de haber propuesto un técnico extranjero, cosa inusual en Colombia desde 1981, año en que Carlos Salvador Bilardo abandonó la escuadra cafetera siendo el último entrenador extranjero en dirigir a la selección hasta ese momento.

Los primeros dos partidos bajo el mando del argentino dejaron como saldo una victoria y una derrota, ambas en condición de visitante. Mientras tanto, se avecinaban los Juegos Olímpicos de Londres 2012 y Santos no dejaría pasar por alto, la que hasta ese momento, era la participación más importante de la historia colombiana con 104 representantes.

En la tradicional entrega del Pabellón de la República a la delegación que viajaría a representar al país dijo: "Son motivo de orgullo y amor por nuestro país, pues ustedes evocan esa disciplina, ese esfuerzo, esa constancia y esas ganas de salir adelante en un país que ha sufrido mucho, pero que está saliendo adelante" (S.I.G., 2012).

Tras unos excelentes resultados, con la obtención de 8 medallas (cifra record hasta ese momento) Juan Manuel Santos recibió a la delegación y ahondó en su discurso de unidad nacional. "¡Nos hacen recordar lo importante que es la unidad para un país! ¡Qué bueno que todos pensáramos igual y que sin envidias ni mezquindades buscáramos y compartiéramos los triunfos de Colombia! Porque a una nación unida no la detiene nadie" (S.I.G., 2012). Un par de semanas después, y con la conmoción nacional de haber anunciado que su Gobierno y las FARC habían acordado una agenda para sentar las bases de un Proceso de Paz, Santos aprovechó la séptima fecha de las Eliminatorias para hacerse presente.

A tan solo tres días de haberle anunciado al país el proceso, asistió al Metropolitano de Barranquilla, no sin antes entregar 200 casas a familias afectadas por el 'Fenómeno del niño' en el municipio de Galapa con la camiseta de la Selección. Al término del partido, que culminó con un 4-0 a favor frente a la selección de Uruguay, declaró que el triunfo era "muy importante y muy oportuno". (S.I.G., 2012)

La confesión (2013)

Ante los excelentes resultados de la Selección Colombia, bajo la nueva conducción de José Pekerman, Juan Manuel Santos en los primeros meses del 2013 reveló cual era una de sus estrategias de Gobierno. "Debo confesarle que en Colombia comenzamos a hablar de rugby con ocasión de la película Invictus. Invité a nuestra selección a ver esa película porque encierra muchas lecciones morales y muestra cómo un país puede unirse en torno a un equipo". (S.I.G., 2013). Estas fueron las palabras que pronunció en un acto con el Primer Ministro de Nueva Zelanda, John Philip Key bajo el marco de una reunión que intentaba allanar la ruta para convertir a los dos países en socios comerciales estratégicos.

Mientras tanto, en el ámbito deportivo, la Selección de 'Don José' seguía su camino de éxito y se encontraba entre los clasificados para ir a Brasil a falta de menos de seis meses para que terminaran las Eliminatorias. "El país tiene que cambiar su, su cultura y pensar en grande, pensar en que somos fuertes y que estamos en disposición a ser los mejores del mundo en muchos frentes" (S.I.G., 2013) le dijo Juan Manuel Santos a José Pekerman en un acto realizado en el Estadio 'El Campin' de Bogotá, donde la selección entrenaba durante los días previos a su viaje a Buenos Aires para enfrentar a la selección Argentina, partido que a la postre, terminaría en tablas, resultado que seguía manteniendo a la selección dentro de los clasificados.

Meses después y tras un agónico triunfo frente a la selección ecuatoriana en Barranquilla, la selección Colombia necesitaría de solo un punto más para inscribir su nombre dentro de las 32 selecciones que irían a Brasil. Estaba cerca el objetivo

de Santos y, a pesar de estar viviendo un complicado momento social debido al paro agrario nacional, que por entonces ya cumplía más de 15 días, el Presidente fue a visitar a la selección en Barranquilla, en el hotel donde se concentraban tras el partidos frente a Ecuador y donde se preparaban antes de su partida a la ciudad de Montevideo, en la cual, y gracias a un empate, se alcanzaría el objetivo. “Estuve diciéndoles que todos los colombianos estamos muy orgullosos. En medio de la tempestad, como la que yo estoy viviendo, se obtuvieron los tres puntos. Al final lo importante, en cualquier juego, es el resultado”. (S.I.G., 2013)

Ante la pregunta de qué pensaba sobre quienes lo criticaron cuando pidió un técnico extranjero, no dudó en responder que fue una fortuna la equivocación. “La gente a veces no entiende o no dimensiona la importancia de tener una selección como la que tenemos... ganando, triunfando y clasificando” (S.I.G., 2013). Sin embargo, esa no sería la ocasión en la que se confirmaría la presencia colombiana en Brasil 2014. Había que esperar un poco más. Tras el frustrado intento de clasificación en Montevideo, llegaba el anhelado momento. Oficiando de locales y por supuesto con Juan Manuel Santos en la tribuna del ‘Metropolitano’ de Barranquilla, la selección se jugaba el pase definitivo frente al combinado chileno y un solo punto lo separaba de su objetivo. Como si hubiera sido escrito o dictado por el destino, se dio una epopeya que puso al país a vibrar. Se remontó un 0-3, y con el punto obtenido, Colombia estalló de júbilo.

Tras tres Copas Mundiales por fuera, la selección Colombia volvía a inscribirse en la máxima cita futbolística del planeta. Por supuesto, Juan Manuel Santos no esperó para hacer presencia en el camerino de la selección y, tras felicitar al cuerpo técnico y a los jugadores inmediatamente terminó el partido, aprovechó el momento de emoción colectiva nacional para anunciar lo que sería su estrategia deportiva: “Pekerman me dijo algo muy bonito, me dijo: 'Estos muchachos están reflejando lo que está sucediendo en este país, esta nueva Colombia'. Así me lo dijo en esas palabras: Esto es la nueva Colombia” (S.I.G., 2013). Además, ofreció a José Pekerman la nacionalidad colombiana para cuando quisiera.

Y esta vez no fue solo Juan Manuel Santos. Las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, FARC, grupo con el cual se estaban sosteniendo negociaciones en el marco del proceso de Paz, también se sumó a las felicitaciones a la Selección. El "canciller" de las FARC, Ricardo Téllez, apareció junto a otros miembros de la guerrilla usando camisetas del equipo colombiano a su llegada al Palacio de Convenciones de La Habana. "Estamos acompañando todo ese jolgorio, esa alegría que hay en Colombia, el deporte une pueblos y naciones". (Revista Semana, 2013).

Días después y, tras no solo haber asegurado el cupo al Mundial sino también haber quedado ubicado como una de las cabezas de serie para el sorteo de los grupos tras el triunfo en Asunción contra la selección paraguaya, Juan Manuel Santos, mediante una llamada telefónica entre él y Pekerman, dio por cerrado su primer gran objetivo: clasificar al Mundial. "Seguimos avanzando y muchas felicitaciones. Gracias a usted profe, le agradecemos de todo corazón. Esto para el país es una inyección de optimismo y alegría y por eso los mando a felicitar a todos pero lo quiero felicitar especialmente a usted". (S.I.G., 2013)

Sin bastar la clasificación al Mundial y en la inauguración de la nueva sede de la Federación Colombiana de Fútbol en la ciudad de Bogotá, Santos finalizó el 2013, el año de su confesión, con un conmovedor discurso que encerraba y resumía su intención de ejercer la gobernabilidad deportiva.

El fútbol nos une como nación. Tuve la oportunidad de unirme con el autor del libro 'El Factor Humano' (que narra lo hecho por Nelson Mandela en Sudáfrica con la selección de rugby) y me decía como es de importante estimular el deporte y como es de importante darle a una selección todo el despliegue y todo el apoyo porque eso mueve una sociedad. Y eso está sucediendo aquí en Colombia. El futbol nos enseña a ponernos la misma camiseta y este país lo que necesita es eso. Unirnos, en lugar de dividirnos. Unirnos en la búsqueda de los mismos objetivos, tratando de meter goles en

la misma dirección. El fútbol también nos enseña a levantarnos de la adversidad. El 3-3 vs la selección de Chile lo utilizó muchísimo como ejemplo de que podemos salir adelante. Además he citado cientos de veces a Pekerman, cuando me hizo referencia a que esta era la 'nueva Colombia'. Gracias 'profe', usted le cambió el rumbo a esta selección y usted no se alcanza a imaginar todo lo que eso ha significado para todos los colombianos. Y así como somos cabeza de serie con la Selección, también debemos unirnos y ponernos la camiseta en otros aspectos de la vida nacional. Podemos ser cabeza de serie en muchos otros frentes (S.I.G., 2013).

Santos es Pekerman (2014)

Empezaba el 2014, año definitivo para la selección Colombia y para Juan Manuel Santos. La primera volvería a una Copa Mundial después de 16 años y el segundo, se jugaría el mantenerse en lo más alto del Gobierno durante cuatro años más durante las elecciones presidenciales. Sin embargo, el año no iniciaba con buenas noticias para la selección nacional: su estrella, Radamel Falcao García sufría, a tan solo cinco meses de la cita mundialista, una rotura de los ligamentos cruzados de su rodilla derecha; con lo cual su presencia en Brasil corría serio peligro y, por consiguiente, la ilusión de hacer un buen papel disminuía.

Pero como un buen líder, Santos convertido en José Pekerman, no dudó cuando tras su paso por el Foro Económico Mundial en Suiza y sin importarle que su vuelo de regreso a Colombia tuviera una escala en Madrid, decidió volar a Oporto - Portugal, lugar en donde era operado Radamel Falcao, para saludarlo y desearle una buena recuperación en nombre de todo el país (W Radio, 2014). Su periplo mediático continuaría solamente tres días, cuando bajo el marco de la gira mundial del trofeo de la Copa Mundo, programada por Coca-Cola, Juan Manuel hizo presencia y alzó el trofeo no sin antes recordar que en Colombia, "(...) nos sentimos orgullosos porque las circunstancias se han dado para que el fútbol nos una como nación." (S.I.G., 2014)

Llegaba entonces el momento de empezar la campaña para reelegirse como Presidente de la República. Como un buen Director Técnico, Juan Manuel Santos y, a pesar de haber intentado plantear un partido donde se buscará aplicar la gobernabilidad deportiva con la lógica de la política mediática coyuntural y de acontecimientos, el por entonces candidato, ante la 'sondeocracia' que por aquellos días rondaba en las encuestas con la intención de voto para las elecciones presidenciales que lo daban como perdedor, decide hacer un par de cambios que modificarán el rumbo del partido.

Ángel Becassinno y Antonio Sola, en remplazo de JJ. Rendón, son llamados a entrar en el nuevo equipo de campaña y serían los encargados de ganar el partido durante el segundo tiempo, es decir, durante la segunda vuelta donde ya tendrían absoluto poder de mando y decisión.

Yo entré a la campaña con eso. Fue el primer documento que generé para la campaña. Es bastante sencillo: hay un momento que es la elección y esta tiene que ver con un ambiente. Ocurre además que el equipo de la selección va a jugar en el Mundial y ocurre que la selección está jugando más o menos bien, entonces hay posibilidades, ¿me entiendes? Todo está mezclado. Yo no quiero pelear solito con "mira mi candidato piensa esto, la economía va a ser así, vamos a hacer esto o lo otro...", no. Entonces te pegas a algo popular y que penetre dentro del consumo de espectáculo que hay. Entonces yo agarre y me pegue al fútbol que es un concepto que funciona masivamente porque es la religión contemporánea y traduciendo ese lenguaje a un personaje construí esa estrategia. ¿Quién soy y en que contorno me estoy moviendo? ¿Qué pretendo? Con esos tres elementos armas la sopa que juntará todo (Becassinno, 2016).

Fueron las palabras de Ángel Becassinno para explicar por qué y cómo creó la nueva estrategia comunicativa con la metáfora del fútbol (Anexo #1-I), que fue dada

a conocer por el portal La Silla Vacía, tras recibir la filtración de aquel documento (La Silla Vacía, 2014).

Empezaron entonces, a aparecer acciones propias del mercadeo político, sin ser claro si eran promovidas desde el interior de la propia campaña o si eran realizadas por seguidores de la misma. Claro ejemplo de ello fue la mediatización de una página de internet llamada la Reelección de Pekerman (www.reelecciondepekerman.com). Como bien reseña el portal Expertos En Marca (2014), esta campaña viral proponía un mensaje claro: reelección, bien sea de Pekerman o de Santos. La dinámica de la página era muy sencilla. El mensaje inicial, acompañado de una imagen que simulaba un tarjetón electoral con seis diferentes directores técnicos reconocidos, era: “Si pudieras cambiar a Pekerman por otro DT, ¿a quién elegirías? Haz clic en la imagen para votar” (Pulzo, 2014). Cada vez que alguien cliqueaba una imagen diferente a la de Pekerman, aparecía una advertencia: “¿Estás seguro de que quieres cambiar al director técnico de la selección antes de que comience el mundial?” (Pulzo, 2014). Sin embargo, cuando la imagen de Pekerman (que además estaba en la misma posición que la de Santos en el tarjetón electoral real) era la escogida, aparecía el siguiente mensaje: “¡Eso es! No se cambia al director técnico de la selección antes del mundial y no se cambia al presidente antes de alcanzar la paz” (Pulzo, 2014) acompañado, por supuesto, de una imagen del tarjetón electoral con un voto para Santos y su fórmula vicepresidencial. En la sociedad red, sustentada en la galaxia internet, parecía ser una interesante alternativa.

La duda entonces, se sembraba en saber quién era el promotor de esa iniciativa: pero, de pronto, y sin quererlo, el propio Juan Manuel Santos hacía alusión a esta analogía. El 10 de abril en el Noticiero de la FM, cuando al terminar un debate cerró con la frase: “Le dejo esta pregunta Vicky: ¿Usted cambiaría en este momento al profesor Pekerman? Esa es la pregunta que le tiene que hacer al país” (La F.M., 2014) ... no más preguntas señor juez.

Continuaba el periplo mediático y tres días antes de la primera vuelta de las elecciones, la selección colombiana de fútbol partía a tierras brasileras. Juan Manuel, en uno de sus últimos ‘grandes’ discursos antes de las elecciones, entregó el Pabellón a la selección y, de esta manera, culminaría la primera etapa de la gobernabilidad deportiva, esa misma que se empezó a gestar en el mes de abril de 2010.

Y este equipo liderado por el profesor Pekerman es ahora por los próximos 50 días, el máximo símbolo de la unidad nacional (...) No importa a qué partido político pertenezcan, no importa a qué religión pertenezcan, no importa cuáles sean las diferencias. Inclusive aquellas personas con las cuales estamos hoy conversando para terminar el conflicto armado, ellos también los estarán apoyando. Toda Colombia los va a estar apoyando porque son ustedes unos campeones, como quiero que sea toda Colombia: una campeona unida, todos unidos, porque así es como progresan las naciones (S.I.G., 2014).

No obstante, durante la primera vuelta de las elecciones, el primer tiempo de la Operación Mandela había fracasado. Los resultados de la elección lo dejaron en el segundo lugar con un 25,72%, siendo superado por su principal contendor Oscar Iván Zuluaga quien alcanzaría el 29,28% de los votos. (MOE, 2014) “La noche en que se pierde la primera vuelta (resultado esperado) tomamos ciertas decisiones cuando ya la campaña estaba solamente a cargo de Antonio y mío” dice Ángel Becassinno. Esas decisiones consistieron en primer lugar, polarizar el tema de la paz y la guerra, segundo hacer juegos tácticos de contraste entre Santos y Zuluaga y, tercero, convertir a Juan Manuel Santos en un verdadero abanderado hinchado de la selección Colombia.

Con la selección ya instalada en tierras brasileras, empezaron a circular en las redes sociales algunos videos de los jugadores donde agradecían a Juan Manuel Santos. “Gracias señor Presidente por las deferencias que tuvieron con nuestras familias”

fue el mensaje que los jugadores publicaron con las prendas de la Selección (Pulzo, 2014). Al comienzo, estos mensajes de agradecimiento eran muy confusos y generaron polémica. Sin embargo después se conoció que en alianza con Pacific Rubiales, empresa petrolera con operación en Colombia, la Presidencia llevó a todas las familias de cada uno de los integrantes del seleccionado, con todos los gastos pagos, para que estuvieran allí durante el tiempo en el que los jugadores estuvieran en la competencia (Las 2 Orillas, 2016).

Además, el símbolo de la selección, Radamel Falco, que lastimosamente no había podido asistir al Mundial, reapareció con una foto en la cual se insinuó que debido a una paloma que portaba en la solapa de su saco, estaba haciendo parte de la campaña de Santos (Revista Semana, 2014). A pesar de que horas después de la publicación de la imagen, el futbolista aclaró que no hacía parte de ningún partido o campaña, en el aire quedaba aquella imagen con la paloma de la paz.

Mientras tanto, se acercaba tanto el debut de la selección en Brasil como la segunda vuelta de las elecciones presidenciales. La imagen de José Pekerman retumbaba la Casa de Nariño y Santos, como buen estratega y tomando ciertas decisiones, logró recomponer el camino para el segundo tiempo.

El día que lo decidió todo (14 de junio de 2014)

Un momento cumbre es el día antes de la elección de la segunda vuelta: juega Colombia vs Grecia por el primer partido del mundial. Nuestra decisión es seguir con el fútbol, ponernos la camiseta y ta, ta, ta. Pero hacemos otra movida: solamente dejamos al aire (en Tv y Radio) una boludez de paz y nos vamos con todo... con un comercial que compramos los derechos de “Si, si, si Colombia. Si, si, si Caribe” y mandamos “Con Santos sí, sí, sí. La paz si, si, si”, es decir, una propaganda futbolera total y nos la jugamos con eso. Fue la apuesta final y gracias al excelente partido de Colombia entramos ganadores al día siguiente (Becassinno, 2016).

Sin embargo, sumado a esta campaña publicitaria, ocurriría algo mucho más trascendental en el momento más esperado por los colombianos durante 16 años: volver a jugar un partido en un Mundial, cosa que no sucedía desde 1998. Todo para Juan Manuel Santos empezaba muy bien. Después del conmovedor momento en el cual se entonó el himno de Colombia, el comentarista Javier Hernández Bonnet del Gol Caracol decía: “Un país con 50 años de guerra hoy está unido y estrechado en un abrazo de 44 millones de habitantes gracias al poder que han tenido estos ‘pelados’ dirigidos por José Pekerman que nos han hecho volver a creer en el producto de la patria” (Gol Caracol, 2014).

Y como si no fuera suficiente, y en el momento en que la selección Colombia volvía a romper las redes en un Mundial cuando faltaban menos de 24 horas para que iniciaran las votación por la segunda vuelta de las elecciones presidenciales entre Juan Manuel Santos y Oscar Iván Zuluaga –o entre la paz y la guerra para hablar en términos de política mediática– ni el equipo de campaña ni el propio candidato sabían ¿o sí? que el gol conseguido por Pablo Armero, que rompía la sequía en el partido contra Grecia, iba a ‘ayudarlos’.

En la secuencia de imágenes posteriores al gol, donde se acostumbra a mostrar a los jugadores celebrar pero además a gente en la tribuna, ocurrió algo... ¿inesperado? Un ferviente hincha colombiano fue enfocado por las cámaras mientras ondeaba una bandera tricolor con el mensaje "Colombia. Te amo. Paz, Paz". Si, el mismo mensaje de Santos. (Es importante aclarar que la selección Colombia durante todo el mundial marcó 12 goles pero en ninguna otra celebración se enfocó a un hincha con una bandera pidiendo por la paz de Colombia).

Y sí. Ese gol, esa celebración y esa bandera pidiendo la paz, pudo ser vista por todos los colombianos en aquel momento de éxtasis y felicidad. Sin embargo, como comentó Becassinno, había una jugada (esta si planificada) en la previa, en el entretiempo y en el post del partido. En la retransmisión por parte de Caracol y RCN,

la campaña inundó los cortes comerciales con la ya nombrada propaganda de “Con Santos sí, sí, sí. La paz sí, sí, sí”. Un mes y 15 días antes, ese movimiento habría sido impensado, ya que a mediados del mes de mayo, los dos canales nacionales que tenían los derechos de transmisión del Mundial (RCN y Caracol) decidieron bloquear su señal HD a los cable operadores privados, razón por la cual la única manera de poder ver los partidos en alta definición era mediante DIRECTV y, si así fuese, toda la estrategia publicitaria del “Si, si, si Colombia” no habría sido vista por quienes decidieran ver el partido con esa calidad de imagen.

Causalmente, el 11 de junio, a un día de que empezara el Mundial, a cuatro de las elecciones de la segunda vuelta, a través de un comunicado, Caracol y RCN anunciaron que autorizaban a los cable operadores para que retransmitieran su señal HD sin costo alguno - ni para ellos ni para los usuarios - durante la Copa del Mundo. Sin embargo, hicieron la aclaración que por ser DIRECTV el titular de los derechos de transmisión de la señal HD todo quedaría en manos de ellos y, para que si así lo quisiesen, modificaran el contrato de licencia de derechos con el fin de renunciar a la exclusividad y permitir a RCN y a Caracol entregar este evento en HD a los demás cable operadores presentes en el país. (Portafolio, 2014).

Efectivamente esto sucedió y todos los colombianos pudieron ver el Mundial en HD por los canales nacionales, en los cuales, por supuesto, estaba la pauta publicitaria de Juan Manuel Santos. No obstante, es curioso hacer un repaso por dos casos similares que se presentaron posteriormente. El primero la Copa América del 2015 donde ni RCN ni Caracol habilitaron sus señales HD, razón por la cual el televidente que quisiera este tipo de definición debía acudir a DIRECTV. El segundo, e igual de llamativo, se dio en la Copa América Centenario 2016. En esta ocasión la ecuación es contraria ya que quienes adquirieron los derechos para transmitir la copa fueron RCN y Caracol y, teniendo esta potestad, bloquearon la señal de DIRECTV. Es decir, no había una tercera opción disponible para los televidentes a la hora de ver los partidos.

Llegaba, entonces, el 15 de junio y con él la segunda vuelta presidencial entre Juan Manuel Santos y Oscar Iván Zuluaga. El país dictaba sentencia: con el 50,99% de los votos (MOE, 2014) los colombianos reelegían a Santos y a la paz. Los cambios para el segundo tiempo funcionaron y su 'Operación Mandela' sobrevivía por un escaso 6% de diferencia frente a Zuluaga.

La doble reelección (Julio de 2014)

Solamente cuatro días después de ser el ganador de las elecciones, Santos viajaba a Brasil y asistía a las tribunas del estadio Mané Garrincha en la ciudad de Brasilia junto a su familia, su camiseta de la selección y la paloma de la paz al lado del escudo, a presenciar el partido entre Colombia y Costa de Marfil. "El triunfo de la Selección es inyección de ánimo para el país. Esto nos alegra el corazón, nos da una inyección de ánimo y echar para adelante en búsqueda de esas metas ambiciosas que todos tenemos" (El Tiempo, 2014). Finalizada la participación en la fase de grupos, con tres triunfos sobre tres posibles, Santos volvía a entrar en escena. "Ustedes saben que el deporte, el fútbol, rompe barreras, mueve montañas y esto está moviendo el optimismo de los colombianos." (S.I.G., 2014).

Llegaba entonces, el partido más importante de la selección desde 1990. En los octavos de final el rival era Uruguay y tras un hecho histórico, Colombia alcanzaba por primera vez en su historia los cuartos de final de esta competición. No obstante, en el grito del segundo gol, que encaminaba la clasificación, el narrador del Gol Caracol (por cierto, canal escogido según los muestreos de rating por los colombianos) Javier Fernández decía: "Gol de Colombia, Gol del goleador del Mundial (...) que equipo tenemos Colombia, que selección tenemos colombianos, nos abrazamos por la paz y por el futbol" (Gol Caracol, 2014). Otro guiño, planeado o no, que se daba en un momento de emoción al mensaje de paz de Juan Manuel Santos.

Terminado el partido, con la misma camiseta, la misma paloma al lado del escudo pero en esta ocasión en la Escuela Naval 'Almirante Padilla', el presidente Santos

brindó un nuevo discurso: “Toda Colombia está apoyando a nuestra Selección porque nuestra Selección nos está mostrando un camino: que cuando se piensa en grande y se actúa en grande, se logran los objetivos. Así es como tiene que actuar el país. Todos en equipo, todos unidos, metiendo goles en la misma dirección” (S.I.G., 2014).

Gracias a esa heroica clasificación, llegaba el turno de enfrentar a Brasil en, ahora sí, el partido más importante de la historia de la selección. Enfrentaba a los locales por los cuartos de final del Mundial y Santos decretaba que la tarde del 4 de julio fuera cívica. “Quiero anunciarle a todos los funcionarios del Gobierno que vamos a decretar esa tarde como cívica para que puedan ver el partido entre la Selección Colombia y su similar de Brasil” (El Espectador, 2014). Además, también avisaba que estaría presente en el estadio para presenciar el partido. El resultado no fue el esperado, Brasil superaba a Colombia y terminaba el sueño mundialista para los colombianos.

Sin embargo, tan solo 48 horas después de la eliminación, con una camiseta de la selección Colombia puesta y con la tradicional paloma de la paz al lado del escudo, Juan Manuel Santos se dirigía a todo el país en su primera alocución desde la reelección y agradecía a la selección el excelente papel que cumplieron durante el Mundial.

Todo, todo lo podemos lograr si trabajamos –como la Selección Colombia– ¡UNIDOS POR UN PAÍS! Por eso creo que interpreto a la inmensa mayoría de los colombianos cuando le pido a la Federación que ojalá ratifique al profesor Pekerman como técnico, para que continúe este proceso que ha sabido llevar con éxito, altura y profesionalismo. ¡Así es Colombia! Así vamos a ganar este otro gran partido que estamos jugando: el de la paz con prosperidad social (S.I.G., 2014).

Mensaje claro para el país pero en especial para la Federación Colombiana de Fútbol: José Pekerman debía seguir siendo el director técnico del combinado nacional a toda costa así como él iba a seguir en el poder durante cuatro años. Y por supuesto en la sociedad ese pedido cayó muy bien y estuvo respaldado unánimemente. Sin embargo, en el ente que tomaría la decisión de si continuaría o no con el argentino, esta sugerencia no fue tomada de la mejor manera. Luis Bedoya, el por entonces presidente de la Federación, concedió una entrevista a Edgar Artunduaga dejando ver su molestia.

“Ya tenemos una decisión al respecto pero aparece un comentario del Presidente que lo interpretamos como el sentir suyo y del país, pero es como si le estuviera dando una orden a una entidad privada y eso no está bien” (Kienyke, 2014). Respecto a cuándo lo indagaron acerca de aquel pedido de un técnico extranjero por parte del mismo Santos durante el 2011 y el 2012 Bedoya responde: “Fue exactamente lo mismo, cuando habíamos decidido contratar a un extranjero aparece dándonos una orden. Lógicamente la situación se vuelve incómoda, porque aparece como si el Presidente estuviera dándonos órdenes” (Kienyke, 2014). En esa misma nota, comentan que algunos miembros del comité ejecutivo ironizaban respecto a la posición de Santos: “Si el presidente está pidiendo que siga Pekerman al frente de la Selección Colombia ¿cuánto va a poner el gobierno?” (Kienyke, 2014). De todas maneras, y culminando la entrevista, Bedoya dice terminantemente que “por fortuna, no recibimos un peso del gobierno de Colombia” (Kienyke, 2014).

Para tranquilidad de no solo Juan Manuel Santos sino de todo el país, José Pekerman fue ratificado en el cargo por cuatro años más. Otro triunfo de la gobernabilidad deportiva; él y Pekerman, estarían juntos cuatro años más. Así se ratificaba la doble reelección; hecho que no pasaría desapercibido por el mayor opositor de Santos: Álvaro Uribe Vélez, haciendo énfasis en la lógica de gobernabilidad deportiva se pronunciaba. “Reelección de Pekerman es merecida, venturosa y no hizo trampa”. (Pulzo, 2014)

El segundo tiempo (2014 – 2015)

Sin haber pasado un mes de la participación de Colombia en el Mundial, el trabajo de Santos iba a continuar ya que, gracias a su excelente participación en el torneo, James Rodríguez fue contratado por el Real Madrid, uno de los equipos más grandes del mundo; ese hecho no iba a pasar desapercibido. En una escena sin antecedentes en una presentación de un jugador del Real Madrid, se hizo presente el embajador colombiano en España, Fernando Carrillo, quien durante el acontecimiento leyó un mensaje del presidente Juan Manuel Santos: “El mensaje que envía nuestro presidente es resaltando cómo James empieza a reescribir la historia del fútbol de Colombia, hablar de James es hablar de Colombia, una Colombia alegre, próspera, de paz y con fe en el futuro” (Marca, 2014).

Meses después, ya en el 2015, con la presencia de Santos en Madrid y aprovechando el excelente momento que Rodríguez vivía en el equipo blanco, se reunieron y acompañaron mutuamente en algunos eventos, que por supuesto, no pasaron desapercibidos. Según informo el portal Pulzo (2014), el Presidente informó que con la ayuda del deportista, haría en junio de ese año un seminario en Cartagena para hablar del poder del fútbol para construir la paz aprovechando lo que días antes había pronunciado Kofi Annan, ex secretario general de la ONU, en un encuentro con representantes de las víctimas del conflicto en la ciudad de Bogotá.

CM& (2015) mencionó que propuso que todas las naciones con conflictos internos adoptaran el deporte como instrumento para la paz y el posconflicto, ya que los deportes promueven el trabajo en equipo, el juego limpio y la búsqueda de la excelencia, los cuales son componentes de la paz. Además, cada vez que una selección nacional juega, dice Annan, juega la patria y esto puede ser una valiosa fuerza positiva para los pueblos devastados por las guerras.

A mediados de aquel año, la selección volvió a participar de un evento continental: la Copa América en tierras chilenas. Siguiendo la ya acostumbrada gobernabilidad,

Santos hizo la entrega del Pabellón. “Nadie en el país, nadie, desde la guerrilla hasta el más enemigo de ellos, se unen en torno a ustedes, en torno a la Selección Colombia” (S.I.G., 2015).

La selección pasaba sin pena ni gloria por aquel torneo, Santos se olvidaba de ella pero esperaba ¿o trabajaba? en algo muy especial en el que sería, según él, el año en el que se alcanzaría la firma del Acuerdo de Paz entre las FARC y el Gobierno.

La última gran jugada (2016)

No empezaba de la mejor manera el año para Juan Manuel Santos. El jueves 17 de marzo del 2016, centrales obreras, profesores, taxistas y campesinos convocaban a un Paro Nacional y salían a protestar contra medidas del gobierno de Santos (Portafolio, 2016). El impacto mediático del paro, por supuesto, llevaba el orden del día en todos los medios de comunicación. Sin embargo, a eso de las seis de la tarde, en un hecho inusual en él, José Pekerman por medio de la página oficial de la Federación anunció la lista de jugadores convocados para los partidos frente a Bolivia y Ecuador, validos por la quinta y sexta fecha de las Eliminatorias a Rusia 2018.

El hecho, por sí mismo, no dice nada. Sin embargo, haciendo un recuento histórico de las convocatorias del estratega argentino, se encuentra que de las últimas diez convocatorias, solo dos han sido publicadas un día jueves (17 de marzo y 28 de agosto del 2014). No fue precisamente este un acto de gobernabilidad deportiva pero, mediáticamente, calmó las aguas y en la Casa de Nariño se tomaron un respiro. ¿Estaban al tanto?, ¿Fue una cortina de humo? Lo cierto es que, históricamente, una lista de convocados no era publicada un día jueves desde el mes de agosto del 2014, y esto, según allegados al cuerpo técnico de José Pekerman, se explica como un mecanismo de ‘protección mediática’ que él utiliza ante la crítica voraz de parte del periodismo deportivo colombiano.

No obstante, la verdadera gobernabilidad deportiva continuaría meses después ya que se avecinaba una participación más de la selección colombiana de mayores. Esta vez, era la Copa América Centenario que se llevaría a cabo en Estados Unidos entre el 3 y 26 de junio y, a pesar de que no hubo ni despedida ni entrega de bandera como en los tres torneos anteriormente reseñados, se daría una gran jugada de Santos. Él y su equipo de comunicaciones aprovecharon la coyuntura de la Copa para lanzar al aire los primeros esbozos de la pauta oficial de la campaña del Plebiscito durante las previas, entretiempos y post de los partidos del torneo, que eran retransmitidos única y exclusivamente por los dos canales de televisión abierta en Colombia, RCN y Caracol (Las 2 Orillas, 2016), recordando que la señal alterna de DIRECTV fue bloqueada. ‘Todos por la paz’ y ‘La Paz es mejor que la Guerra’ fueron las propagandas que empezaron a circular.

Lo anterior se sumó a lo que se había conocido desde el mes de marzo cuando ADIDAS, marca encargada de hacer la indumentaria de la selección Colombia hizo una camiseta blanca luego de más de 60 años si hacerlo. Inicialmente, la marca justificó el nuevo diseño, como bien reseña el diario El Tiempo (2016), alegando que se hacía en homenaje a una camiseta utilizada en 1945, también de color blanco, durante la primera participación colombiana en una Copa América. Sin embargo, en el año en el que se firmaría la paz, la selección colombiana, símbolo nacional, luciría este uniforme.

Según contó el diario El País, a pesar de la explicación brindada por ADIDAS, “la gran motivación para realizar este cambio, al parecer, es el momento en el que se encuentra el país: está cerca de firmarse el Acuerdo de Paz entre el Gobierno y las Farc. El blanco, que representa la paz, sería el color adecuado para este instante histórico” (El País, 2016). Y así fue, durante la Copa América, el anuncio del acuerdo del fin del conflicto, fue dado a conocer el 23 de junio de 2016, solo un día después en el cual la selección jugó las semifinales del torneo.

Faltaba, anunciado el acuerdo en el punto del fin del conflicto, la recta final. El cierre de las negociaciones, la firma final del Acuerdo y la refrendación por parte de la ciudadanía. Y como se había ejecutado dos años atrás, la campaña marcaría la pauta de la comunicación política del gobierno Santos; que mejor manera de implementarla que, nuevamente, apelando a las glorias deportivas nacionales.

En la ya acostumbrada entrega del Pabellón de la Republica a la delegación que representaría al país en los Juegos Olímpicos de Rio 2016, la estrategia iba a cambiar ya que el pabellón esta vez, sería el Pabellón de la Paz. “Las olimpiadas son un proceso de paz, significan un proceso de paz; y por eso qué feliz coincidencia que podamos entregar este Pabellón Nacional acompañado de la paloma de la paz, el pabellón de la paz para que nos acompañe en toda esta competencia” (S.I.G., 2016) fueron las palabras de Santos durante la ceremonia.

Como si estuviera escrito, la participación colombiana durante los Juegos Olímpicos fue la más importante de la historia, superando ampliamente a Londres 2012, con 8 medallas, pero esta vez tres de oro, dos de plata y tres de bronce. Días antes, el anuncio del cierre de las negociaciones con las FARC marcaba la pauta mediática y Santos, en la ceremonia para homenajear a los deportistas, aprovechó para afirmar:

¡Nunca olvidaremos este mes de agosto del año 2016! ¡Es un mes para enmarcar! Porque este fue el mes en el que se alcanzó un acuerdo para terminar nuestro conflicto armado con las Farc. Porque tenemos a un compatriota, el gran Nairo Quintana, vistiendo la camiseta de líder en la Vuelta a España y con buenas opciones para estar en lo más alto del podio. Y porque ¡tuvimos el mejor desempeño en toda la historia de nuestra participación en los Juegos Olímpicos! (S.I.G., 2016).

El nobel: su Copa Mundial (octubre de 2016)

Llegaba la hora de la prueba de fuego para la 'Operación Mandela'. El plebiscito por la paz, que se realizaría el 2 de octubre, dictaría si se refrendarían o no los acuerdos alcanzados tras más de cuatro años de negociaciones. En las semanas previas a las votaciones, durante la fecha siete de las Eliminatorias al Mundial de 2018, que enfrentaba a la selección nacional frente al combinado de Venezuela y, tras haber sido entonado el himno nacional en el césped del Metropolitano de Barranquilla durante los actos protocolarios previos al partido, Juan Carlos Centeno lanzó una paloma blanca al aire al son del grito "Viva Colombia, Viva la Paz". Por su parte, los comentaristas del Gol Caracol respondieron al acto diciendo: "Qué bonito esa paz que todos queremos en nuestro país" (Gol Caracol, 2016).

Tres días después, en la rueda de prensa de José Pekerman previa a la fecha ocho de las Eliminatorias, Diego Rueda (periodista de Caracol Radio) preguntó al estratega una opinión sobre los acuerdos firmados en La Habana y el plebiscito planteado por el Gobierno y que estaba a pocos días de realizarse con la intención de generar una respuesta categórica pidiendo a los colombianos que votasen 'Si'. Sin embargo, el argentino respondió:

Este es un país que quiere salir adelante y quiere mostrar lo mejor que tiene. Nosotros por lo menos en la parte deportiva, siempre tratamos de reflejar eso y sería bueno que sea lo mejor, que se decida lo mejor y, también, pensar en el futuro para los que vienen, para los chicos, para los jóvenes, para los que nunca hubieran deseado que sucediera lo que sucedió (Caracol Radio, 2016).

No obstante, esta vez, la jornada electoral no favoreció los intereses de Santos. Con una abstención del 67% y el 50,23% de los votos a favor del 'NO' (El Tiempo, 2016), los colombianos decidieron no refrendar lo acordado durante el proceso de paz. El

intento por unificar a un país bajo una misma bandera había fracasado. Entre la indiferencia, el 'Sí' y el 'No', quedaba de manifiesto que el país estaba más dividido que nunca y que los esfuerzos por unir a Colombia, mediante su estrategia de comunicación, habían fracasado.

El no haber podido levantar junto a los colombianos la 'copa de la unificación', como lo logró hacer Nelson Mandela junto a Francois Pennair, capitán de la selección de Rugby, (Anexo #5-O), hizo creer que su gran anhelo, el premio Nobel de Paz, tampoco llegaría. Sin embargo, el 7 de octubre, el comité del premio anunciaba a Juan Manuel Santos como el ganador de tan prestigioso galardón. El reconocimiento mostraba el amplio respaldo que tenía frente a la comunidad internacional a pesar de ser constantemente discutido en su nación. Con ello aseguraba su lugar en la historia consiguiendo su propia copa mundial, pero contrario a lo que soñó, tendría que alzarla en soledad.

Semanas después, tras el triunfo del 'No', se alcanzó un nuevo acuerdo de paz con algunas de las propuestas del sector que se opuso al acuerdo inicial. El mecanismo de refrendación ya no sería mediante la sociedad sino entre un acuerdo entre todos los sectores políticos, a la vieja usanza y sin la necesidad de emplear la comunicación político-mediática para convencer al pueblo de que este nuevo acuerdo era el indicado para implementar y lograr, de una vez por todas, el fin de un conflicto y la construcción de una paz estable y duradera.

CONCLUSIONES

Con los mensajes en cada uno de los 55 acontecimientos analizados a lo largo de sus primeros seis años de gobierno (Anexo #3-1), se puede ver como Santos intentó tomar el papel de salvador dentro del agitado contexto político auto-designándose como el prócer que terminaría la guerra. Para ello, se planteó la necesidad de terminar con la sed de triunfos deportivos con el fin de aumentar el optimismo que llevara a la unidad nacional y finalmente se pudiese alcanzar y construir la paz. Fueron esos, entonces, los elementos repetitivos a los que acudió en sus discursos.

Santos Calderón, como indica León (Anexo #2-1), es uno de los mejores políticos del siglo XX, no del XXI. Siempre estuvo acostumbrado y más cómodo con la política de salón, de los acuerdos privados a puerta cerrada, es decir a la vieja política. A sabiendas de su incapacidad para conectarse con el pueblo por ser visto como un personaje de la elite, Santos diseñó parte de su comunicación política sustentada en la gobernabilidad deportiva con la intención de construir ese nuevo mensaje de la unidad nacional que sería la plataforma ideal para convencer al país de que un proceso de paz era lo necesario.

Ante la fragilidad de identidad que hay en Colombia, como señala Becassinno, Santos apeló a la utilización de climas y corrientes de opinión, que ni él ni su gobierno crearon, para intentar sostenerse en el poder; ante su incapacidad de conectarse con la realidad nacional, de llegar al pueblo y de ser considerado un verdadero líder, utilizó el deporte como una herramienta que le permitiera conectarse con la sociedad y de esa manera crear una galaxia estructural sustentada desde la coyuntura del deporte y de una serie de acontecimientos de gobernabilidad deportiva que buscaban catapultarlo como el abanderado de la unidad nacional y por supuesto, de la paz. Afortunadamente para el mandatario, el deporte colombiano vive hoy por hoy la época más gloriosa de su historia. No obstante, eso no fue suficiente.

Inicialmente, la llegada al poder de Juan Manuel Santos, en términos mediáticos, consistió en presentarse como la continuidad de Álvaro Uribe Vélez; hecho que le bastó para ser el candidato con la mayor votación de la historia de las elecciones presidenciales obteniendo casi 9'000.000 de votos. Sin embargo, el mismo día de su posesión, Santos buscó introducir un nuevo mensaje, totalmente diferente al que rondó en Colombia durante la primera década de este milenio. “La llave de la paz”, frase pronunciada el 7 de agosto del 2010 en su primer discurso con la banda presidencial, fue el puntapié inicial de una nueva construcción mediática que Uribe, convirtiéndose en su mayor opositor, logró convertir en un mensaje de traición. Con el propósito de contrarrestar el discurso de su antecesor, el nuevo presidente buscó en sus primeros años cambiar el discurso guerrerista por el de la paz y buscar generar la unidad nacional necesaria para poder llevar a cabo su plan de gobierno: terminar el conflicto después de más de medio siglo. En esos momentos, los diálogos exploratorios y secretos con las FARC ya se estaban llevando a cabo y las primeras intenciones de Santos, además de emerger como un salvador, eran las de preparar el terreno para el giro mediático que tendría la comunicación política colombiana, que durante 50 años, había estado construida gracias a la guerra.

Durante los dos primeros años de su gobierno, el mensaje de unidad nacional fue el que predominó. Para ello, Santos apostó por enviar el mensaje de que era necesario volver a triunfar y entrar a la elite mundial deportiva y con ello, el optimismo de la sociedad aumentaría. Ese primer tramo de su gobierno buscaba preparar a la opinión pública para que fuese anunciado el proceso de paz y así fue. En un momento donde los climas y las corrientes de opinión giraban en torno al orgullo nacional debido a la excelente participación de la delegación en los Juegos Olímpicos de Londres 2012 y al incremento del optimismo gracias a una selección Colombia, liderada por un técnico extranjero demandado por Santos, que cada vez jugaba mejor y se acercaba más y más a una Copa Mundial tras 15 años sin jugarla, llegó el anuncio.

A lo largo de todo el Proceso, como muestra el anexo #4-I, los grandes anuncios provenientes de La Habana iban a ser dados a conocer a la opinión pública, en momentos en los cuales los climas y corrientes de opinión giraban en torno a sucesos deportivos. Una vez instalado y desarrollado parte del proceso de paz, el mensaje giró a buscar generar confianza y optimismo en la sociedad: al nacimiento de una nueva Colombia. Aprovechando el excelente momento de la selección Colombia, clasificándose a un Mundial después de 16 años, Santos siguió apelando a ser el líder de esa movida emocional que tenía el pueblo colombiano que por fin había logrado saciar su sed de triunfo con aquella heroica clasificación.

No obstante, llegaba el momento de las elecciones presidenciales y la necesidad de un segundo tiempo se instaló porque se había hecho mucho pero faltaba mucho por hacer. Los mensajes de unidad y optimismo recobraron valor y el análisis del discurso durante la campaña siendo candidato-presidente muestran que se buscó despertar el sentimiento por una bandera y una nación que solo tenía un propósito: alcanzar la paz. Finalmente, el mandato popular, tras una intensa guerra mediática entre los mensajes de paz y guerra daba como ganador a Juan Manuel Santos. A su vez, la selección Colombia conseguía la mejor participación en un Mundial en la historia del fútbol colombiano y José Pekerman también lograba seguir al mando del equipo durante cuatro años más.

Sin embargo, tras la doble reelección de Santos y de Pekerman, el apoyo interno para ellos se vino abajo. Junto a la selección Colombia, que después de un mundial de ensueño en Brasil 2014 empezó a ser blanco de críticas por parte de la opinión pública, el Presidente también fue perdiendo el apoyo popular pero tuvo la audacia para darse cuenta de ello: el equipo nacional dividía más de lo que unía y seguir apostando por la unidad mediante la selección no iba a dar el resultado esperado.

Paralelamente, a Santos la comunidad internacional lo continuaba respetando y admirando. El apoyo absoluto no solo político sino también económico al proceso

de paz y el premio Nobel de la Paz son muestra de ello. Sin embargo, la sociedad colombiana cada vez creía menos en su gestión. Por su parte, José Pekerman y la selección Colombia, empezaron a ser cuestionados por gran parte de la prensa y de los aficionados, a pesar de ser admirada en el exterior y en la comunidad internacional futbolística, léase FIFA, ya que está en el top-10 del ranking desde octubre de 2012 y, desde la llegada del argentino, consiguió clasificar a un mundial después de 16 años, alcanzando en él un quinto lugar histórico, ser cuarto finalista en la Copa América 2015, obtener el tercer lugar en la Copa América Centenario 2016 y estar en carrera y con posibilidades por una de las plazas para la Copa Mundial de Rusia 2018. Tanto Santos como Pekerman, después de un primer tiempo de ensueño, se convirtieron en el blanco de las críticas de la sociedad sondeocrática colombiana.

En ese contexto, quedaba culminar el proceso que se estaba llevando a cabo en La Habana mediante la refrendación popular. Y la campaña para el plebiscito, como era de esperarse, estuvo sustentada en aquel mensaje de unidad en torno a la paz utilizado previamente durante la reelección pero alejada de la gobernabilidad deportiva. La decisión por parte del Gobierno fue apostar indirectamente a la selección Colombia y a la participación en los Juegos Olímpicos de Rio 2016 disminuyendo notablemente los acontecimientos de gobernabilidad deportiva, en comparación con los primeros cuatro años en los que se buscaba la reelección y se apostó únicamente a dos cosas. La primera: esperar acontecimientos externos que no fueron suficientes o que nunca llegaron; por ejemplo, algún gesto del capitán de la selección, James Rodríguez, que a pesar de haber sido catalogado como un cobarde por John Carlin, encargado de recrear la verdad 'Operación Mandela' (Anexo #6-O), nunca apareció. En segundo lugar a simplemente aprovechar los climas y corrientes de opinión generados por la participación de la delegación colombiana en los Juegos Olímpicos de 2016 y a los partidos de la selección Colombia por las Eliminatorias a Rusia 2018.

El resultado de aquella elección sepultó la intención de unir a Colombia bajo una misma bandera y con ello quedó demostrado que existe una Colombia dividida en dos. Sin embargo, tras el triunfo del 'No' en el plebiscito y unos 40 días de renegociación, se llegó a un nuevo acuerdo de paz con algunos cambios pero, esta vez, Santos no tendría que apelar ni a la construcción de mensajes ni a la maquinaria político-mediática: solo bastaría un *petit comité* entre las elites políticas para que su plan de gobierno fuese una realidad.

Finalmente, más allá del intento por desarrollar una nueva estrategia político-mediática, su problema radicó y radica en que su conexión con la gente nunca se materializó en términos de comunicación política y nunca consiguió conectarse con la realidad nacional y eso la sondeocracia lo penaliza: con el pasar de su gobierno alcanzó los niveles de popularidad más bajos para un presidente en la historia de Colombia. La gobernabilidad deportiva no fue suficiente.

En la 'nueva política' lo importante no es la calidad del mensaje sino el rating que el mismo alcance (que, en términos político-mediáticos, sería la penetración y apropiación del pueblo de un determinado mensaje). Santos, a pesar de tener un mensaje renovado, de esperanza y de paz, a pesar de haber intentado ser el símbolo de los logros deportivos y teniendo a los principales medios de comunicación a favor gracias a su pasado como periodista y sus amistades y relaciones con Roberto Pombo, director de El Tiempo, Julio Sánchez Cristo, director de W Radio y Alejandro Santos director de la Revista Semana, no logró alcanzar el rating que esperaba.

Frente a la encrucijada de haber sido el presidente con la mayor votación de la historia pero ser el mismo que llegó a niveles de popularidad tan bajos, Santos entendió que su comunicación político-mediática, por más que intentase aprovechar climas y corrientes de opinión, no iba a lograr conectar con el pueblo y con el pasar de su mandato decidió no gobernar para la sondeocracia: los bajos niveles de

favorabilidad, entre tanto, le daban mucho margen de maniobra ya que comprendió que hiciese lo que hiciese, difícilmente su imagen iba a mejorar. Su intención de ser un líder mediático fracasó, empero, sí emergió como un férreo líder de Estado, capaz de sobreponerse a todo tipo de críticas y acontecimientos, como por ejemplo el resultado en el plebiscito, con tal de alcanzar su propósito.

Como él mismo lo dijo durante el 2013 en una de sus visitas a la selección Colombia en medio de un paro nacional: “lo importante, en cualquier juego, es el resultado”. El ganó y el próximo 8 de agosto de 2018, Juan Manuel Santos tendrá en casa su copa mundial y en Colombia, a pesar de existir un acuerdo de paz que seguramente será pactado políticamente, la sociedad seguirá hondamente fraccionada y polarizada: todo lo contrario a lo que buscó hacer la ‘Operación Mandela’.

BIBLIOGRAFÍA

- Calad, A. P. (2002). *Un país alrededor de un balón*. Bogotá: Universidad Javeriana.
- Caracol Radio. (13 de Diciembre de 2011). *Santos pide que se considere un técnico extranjero para Selección de mayores*. Obtenido de Caracol Radio: http://caracol.com.co/radio/2011/12/13/deportes/1323790800_591974.html
- Caracol Radio. (6 de Septiembre de 2016). *Pékerman habla de paz y del orgullo de ser considerado un colombiano más*. Obtenido de Caracol Radio: http://caracol.com.co/radio/2016/09/06/nacional/1473122442_575177.html
- Casasbuenas, G. A. (s.f.). *Opinión Pública y gobernabilidad: el papel de la voz ciudadana en la toma de desiciones publicas*. Obtenido de Portal Opinion Publica: <http://www.opiniaopublica.ufmg.br/site/files/biblioteca/Casasbuenas-2102.pdf>
- Castells, M. (2009). *Comunicacion y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cívico, A. (1 de Julio de 2014). Lo mágico de la selección Colombia. *El Espectador*, págs. <http://www.elespectador.com/opinion/magico-de-seleccion-de-colombia-columna-501762>.
- CM&. (24 de Febrero de 2015). *Kofi Annan une el deporte al proceso de paz*. Obtenido de CM& La Noticia: <https://www.youtube.com/watch?v=Fnx4em3YANo>
- El Espectador. (2 de Julio de 2014). *Santos declara tarde cívica por partido de Colombia Vs. Brasil*. Obtenido de El Espectador: <http://www.elespectador.com/noticias/nacional/santos-declara-tarde-civica-partido-de-colombia-vs-bras-articulo-501914>
- El País. (2010 de Agosto de 2010). *Presidente electo recibe credencial*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=AkR4sDxNAAo>
- El País. (8 de Enero de 2012). *Presidente Juan Manuel Santos da bienvenida a José Pekerman*. Obtenido de El País: <http://m.elpais.com.co/elpais/deportes/noticias/presidente-juan-manuel-santos-da-bienvenida-jose-pekerman>
- El País. (4 de Enero de 2016). *Nueva camiseta de la Selección Colombia representaría la paz que busca el país*. Obtenido de El País: <http://www.elpais.com.co/elpais/deportes/noticias/nueva-camiseta-seleccion-colombia-representaria-paz-busca-pais>

- El Tiempo. (6 de Abril de 2010). *Juan Manuel Santos dice que si es Presidente buscará la sede del Mundial de Fútbol en el 2026*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7542869>
- El Tiempo. (19 de Junio de 2014). *'Triunfo de la Selección es inyección de ánimo para el país': Santos*. Obtenido de El Tiempo: <http://www.eltiempo.com/mundial-brasil-2014/noticias/seleccion-colombia/juan-manuel-santos-presidente-de-colombia-celebro-el-triunfo-de-la-seleccion-en-brasil/14144493>
- El Tiempo. (3 de Marzo de 2016). *Esta será la nueva camiseta de la Selección Colombia*. Obtenido de El Tiempo: <http://www.eltiempo.com/deportes/futbol/la-nueva-camiseta-de-la-seleccion-colombia/16525818>
- El Tiempo. (2 de Octubre de 2016). *Polarización del país, reflejada en resultados del escrutinio*. Obtenido de El Tiempo: <http://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/resultados-plebiscito-2016/16716558>
- Expertos en Marca. (Mayo de 2014). *MARKETING POLÍTICO: CAMPAÑA VIRAL DE JUAN MANUEL SANTOS DE CARA A LAS ELECCIONES Y AL MUNDIAL DE BRASIL*. Obtenido de Expertos en Marca: <http://www.expertosenmarca.com/marketing-politico-la-campana-viral-de-juan-manuel-santos-de-cara-las-elecciones-y-el-mundial-de-brasil-2014/>
- F.C.F. (12 de Enero de 2011). *F.C.F.com.co*. Obtenido de Presidente Santos entregó la bandera del país a la Selección Sub-20: <http://fcf.com.co/index.php/las-selecciones/selecciones-juveniles/608-presidente-santos-entrego-la-bandera-del-pais-a-la-seleccion-sub-20>
- Gol Caracol. (14 de Junio de 2014). *Partido Colombia vs Grecia*. Obtenido de YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=P9UAXRjCyFI>
- Gol Caracol. (24 de Junio de 2014). *Partido Colombia vs Uruguay*. Obtenido de YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=5EKsb7PfSVo>
- Gol Caracol. (1 de Septiembre de 2016). *Partido Colombia vs Venezuela*. Obtenido de YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=71EFqDilrjA>
- Gomez Fernandez, P. (1995). "El marketing político: más allá de la publicidad y las encuestas". En A. Muñoz-Alonso, & J. I. Rospir, *Comunicacion política* (pág. 402). Universitas.

- Kienyke. (9 de Julio de 2014). *La federación de fútbol se incomoda con el presidente Santos*. Obtenido de Kienyke:
<http://www.kienyke.com/deportes/federacion-de-futbol-seleccion-colombia/>
- La F.M. (10 de Abril de 2014). *Santos es Pekerman*. Obtenido de La F.M.:
<https://soundcloud.com/carloscortes/santos-es-pe-kerman>
- La Silla Vacía. (Abril de 2014). *El guión de Santos para meter gol*. Obtenido de La Silla Vacía: <http://lasillavacia.com/historia/el-guion-de-santos-para-meter-gol-47009>
- Las 2 Orillas. (9 de Junio de 2016). *La campaña por la paz de Santos en la TV y la resistencia civil de Uribe en la calle*. Obtenido de Las 2 Orillas:
<http://www.las2orillas.co/la-campana-por-la-paz-de-santos-en-la-tv-y-la-resistencia-civil-de-uribe-en-la-calle/>
- Marca. (14 de Julio de 2014). *El embajador colombiano arrojó a James en su presentación*. Obtenido de Diario Marca:
http://www.marca.com/2014/07/22/futbol/equipos/real_madrid/1406058862.html
- Marín, L. F. (2016). Catedra de Comunicación Política. *Universidad Javeriana*. Bogotá: Universidad Javeriana.
- MOE. (24 de Junio de 2014). *Resultados Elecciones Presidenciales*. Obtenido de Mision de Observación Electoral:
http://moe.org.co/home/doc/moe_mre/2014/resultadosseleccionesfinal.pdf
- Neudecker, M. (27 de Enero de 2015). *Los medios de comunicación: “el espacio donde se crea el poder”*. Obtenido de Ssociólogos | Blog de Actualidad y Sociología: <http://ssociologos.com/2015/01/27/los-medios-de-comunicacion-el-espacio-donde-se-crea-el-poder/>
- Noticias Uno. (23 de Julio de 2011). *Noticias Uno La Red Independiente*. Obtenido de
<http://noticiasunolaredindependiente.com/2011/07/23/noticias/deportes/presidente-santos-motivador-de-la-seleccin/>
- Ospina, L. (22 de Julio de 2011). *La Silla Vacía*. Obtenido de
<http://lasillavacia.com/elblogueo/lospina/26003/santos-goles-balas-culos-y-tetas>
- Pizarroso Quintero, A. (1993). *Historia de la propaganda*. Madrid: Eudema.
- Portafolio. (14 de Julio de 2014). *Caracol y RCN apagarán de nuevo señal HD a operadores*. Obtenido de Portafolio:

<http://www.portafolio.co/negocios/empresas/caracol-rcn-apagaran-nuevo-senal-hd-operadores-50902>

Portafolio. (17 de Marzo de 2016). *Así fue el Paro Nacional*. Obtenido de Portafolio: <http://www.portafolio.co/economia/gobierno/paro-nacional-17-marzo-2016-492765>

Posada, J. J. (25 de Julio de 2011). *YouTube*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=RPpHXMx0QP8>

Publimetro . (27 de Septiembre de 2016). ¡Cinco años de éxitos! Colombia se bañó de oro, sudor y gloria. *Publimetro Colombia*, págs. <https://www.publimetro.co/co/deportes/2016/09/27/cinco-anos-exitos-colombia-se-bano-oro-sudor-gloria.html?platform=hootsuite>.

Pulzo. (19 de Agosto de 2014). *"Reelección de Pékerman es merecida, venturosa y no hizo trampa", dice Álvaro Uribe*. Obtenido de Pulzo: <http://www.pulzo.com/politica/reeleccion-de-pekerman-es-merecida-venturosa-y-no-hizo-trampa-dice-alvaro-uribe/194596>

Pulzo. (10 de Junio de 2014). *¿Selección política? ¿Qué le agradecen algunos jugadores al presidente Santos?* Obtenido de Pulzo: <http://www.pulzo.com/deportes/seleccion-politica-que-le-agradecen-algunos-jugadores-al-presidente-santos/150201>

Pulzo. (4 de Marzo de 2014). *Así le sacan provecho político a la imagen de James Rodríguez*. Obtenido de Pulzo: <http://www.pulzo.com/politica/asi-le-sacan-provecho-politico-la-imagen-de-james-rodriguez/301601>

Pulzo. (29 de Abril de 2014). *José Pékerman anunció a su primer convocado: Juan Manuel Santos*. Obtenido de Pulzo: <http://www.pulzo.com/nacion/jose-pekerman-anuncio-su-primer-convocado-juan-manuel-santos/127231>

Restrepo de Guzman, M. (1988). El mensaje: categoria de comunicacion. *Signo y Pensamiento*, 179.

Revista Semana. (12 de Octubre de 2013). *Las FARC se vistieron con la camiseta de la selección*. Obtenido de Revista Semana: <http://www.semana.com/deportes/articulo/seleccion-colombia-farc/360766-3>

Revista Semana. (3 de Junio de 2014). *Falcao se puso la paloma de la paz*. Obtenido de Revista Semana: <http://www.semana.com/nacion/elecciones-2014/articulo/falcao-se-puso-la-paloma-de-la-paz/390469-3>

Rincon, O. (2006). *Narrativas Mediaticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.

- S.I.G. (28 de Julio de 2011). *Alocución del Presidente Juan Manuel Santos, por la Copa Mundial Sub-20 de Fifa*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno:
http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2011/Julio/Paginas/20110728_05.aspx
- S.I.G. (22 de Agosto de 2011). *Presidente Santos reitera objetivo de clasificar al Mundial de Brasil 2014 y pide analizar contratación de técnico en el extranjero*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno:
http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2011/Agosto/Paginas/20110822_01.aspx
- S.I.G. (22 de Agosto de 2011). *Presidente Santos reitera objetivo de clasificar al Mundial de Brasil 2014 y pide analizar contratación de técnico en el extranjero*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno:
http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2011/Agosto/Paginas/20110822_01.aspx
- S.I.G. (7 de Septiembre de 2012). *'La selección Colombia finalmente cuajó, se armó y de aquí no nos para nadie hasta llegar al Brasil': Presidente Santos*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno:
http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2012/Septiembre/Paginas/20120907_08.aspx
- S.I.G. (15 de Agosto de 2012). *Palabras del Presidente Juan Manuel Santos en el acto de bienvenida a los atletas medallistas en los Juegos Olímpicos 2012*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno:
http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2012/Agosto/Paginas/20120815_05.aspx
- S.I.G. (5 de Junio de 2012). *Palabras del Presidente Juan Manuel Santos en la entrega de la Bandera a la delegación de deportistas colombianos que competirá en los Juegos Olímpicos 2012*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno:
http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2012/Junio/Paginas/20120605_13.aspx
- S.I.G. (10 de Octubre de 2012). *Sistema Informativo del Gobierno*. Obtenido de Palabras del Presidente Juan Manuel Santos en la visita a la Selección Colombia de Fútbol:
http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2011/Octubre/Paginas/20111010_04.aspx

- S.I.G. (6 de Marzo de 2013). *Almuerzo ofrecido al Primer Ministro de Nueva Zelanda, John Philip Key*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno: <https://www.youtube.com/watch?v=IKbSV1xpW0c>
- S.I.G. (31 de Mayo de 2013). *Declaración del Presidente Juan Manuel Santos durante su visita a la Selección Colombia de Fútbol*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno: http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2013/Mayo/Paginas/20130531_07-Palabras-del-Presidente-Juan-Manuel-Santos-durante-su-visita-a-la-Selecci%C3%B3n-Colombia-de-F%C3%BAtbol.aspx
- S.I.G. (11 de Octubre de 2013). *Declaración del Presidente Santos al término del partido Colombia – Chile*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno: http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2013/Octubre/Paginas/20131011_06-Palabras-del-Presidente-Santos-al-termino-del-partido-Colombia%E2%80%93Chile.aspx
- S.I.G. (6 de Noviembre de 2013). *Palabras del Presidente Juan Manuel durante su visita a las instalaciones de la Casa de la Selección Colombia en Bogotá*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno: http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2013/Noviembre/Paginas/20131106_05-Palabras-Presidente-Juan-Manuel-visita-instalaciones-Casa-Seleccion-Colombia-Bogota.aspx
- S.I.G. (15 de Octubre de 2013). *Presidente felicita a la Selección por los 30 puntos históricos que clasificaron a Colombia a Brasil 2014*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno: http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2013/Octubre/Paginas/20131015_09-Presidente-felicita-Selecci%C3%B3n-30-puntos-historicos-clasificaron-Colombia-Brasil-2014.aspx
- S.I.G. (7 de Septiembre de 2013). *Presidente Santos saludó en el lugar de concentración a la Selección Colombiana de Fútbol*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno: http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2013/Septiembre/Paginas/20130907_01-Presidente-celebra-que-Seleccion-Colombiana-este-puertas-del-Mundial-de-Futbol-Brasil-2014.aspx
- S.I.G. (5 de Julio de 2014). *Alocución del Presidente Juan Manuel Santos de agradecimiento a la Selección Colombia de Fútbol*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno: http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2014/Julio/Paginas/20140705_04-Palabras-Alocucion-Presidente-Santos-agradecimiento-la-Seleccion-Colombia-Futbol.aspx

- S.I.G. (28 de Agosto de 2014). *Declaración del Presidente Juan Manuel Santos luego del triunfo de la Selección Colombiana de Fútbol ante la de Uruguay en el Mundial Brasil 2014*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno: http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2014/Junio/Paginas/20140628_02-Palabras-Declaracion-Presidente-Juan-Manuel-Santos-triunfo-Seleccion-Colombiana-Futbol-Uruguay-Mundial-Brasil.aspx
- S.I.G. (28 de Junio de 2014). *Declaración del Presidente Santos al término de la victoria de la Selección Colombia de fútbol*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno: https://www.youtube.com/watch?v=8YSE_zBS5aU
- S.I.G. (23 de Mayo de 2014). *La Selección de Fútbol tiene hoy el poder de unir a los 47 millones de colombianos: Presidente Santos*. Obtenido de Sistema Informativo de Gobierno: http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2014/Mayo/Paginas/20140523_01-Entrego-Bandera-Colombia-la-Seleccion-Futbol-para-nos-represente-Mundial-determinacion-coraje.aspx
- S.I.G. (28 de Enero de 2014). *Palabras del Presidente Juan Manuel Santos durante el recibimiento del Trofeo de la Copa Mundo Fifa*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno: http://wsp.presidencia.gov.co/Prensa/2014/Enero/Paginas/20140128_04-Palabras-del-Presidente-Juan-Manuel-Santos-durante-el-recibimiento-del-Trofeo-de-la-Copa-Mundo-Fifa.aspx
- S.I.G. (29 de Mayo de 2015). *Presidente Santos entregó la Bandera de Colombia a la Selección de Fútbol que participará en la Copa América*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno: http://wp.presidencia.gov.co/Noticias/2015/Mayo/Paginas/20150529_01-Presidente-Santos-entrego-Bandera-Colombia-Seleccion-Futbol-participara-Copa-America.aspx
- S.I.G. (31 de Agosto de 2016). *Palabras del Presidente Juan Manuel Santos en la bienvenida a los atletas colombianos que participaron en los Juegos Olímpicos Rio 2016*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno: <http://es.presidencia.gov.co/discursos/160831-Palabras-del-Presidente-Juan-Manuel-Santos-en-la-bienvenida-a-los-atletas-colombianos-que-participaron-en-los-Juegos-Olimpicos-Rio-2016>
- S.I.G. (7 de Julio de 2016). *Palabras del Presidente Juan Manuel Santos en la entrega del Pabellón Nacional a los deportistas de Colombia que competirán en los Juegos Olímpicos de Río 2016*. Obtenido de Sistema Informativo del Gobierno: <http://es.presidencia.gov.co/discursos/160707->

Palabras-del-Presidente-Juan-Manuel-Santos-en-la-entrega-del-Pabellon-Nacional-a-los-deportistas-de-Colombia-que-competiran-en-los-Juegos-Olimpicos-de-Rio-2016

- Santos, J. M. (2014). Santos es Pekerman [Grabado por C. Cortes]. Bogotá, <https://soundcloud.com/carloscortes/santos-es-pe-kerman>.
- Silva, M. (2013). *El 5-0*. Bogotá: Ediciones B.
- Solozabal, J. J. (1984). Una nota sobre el concepto de política. *Estudios Políticos (Nueva Epoca)*, 139.
- Velasquez, C. A. (2002). ¿Medios y periodistas, arrollados por una Corriente de Opinión? *Palabras Clave*.
- W Radio. (25 de Enero de 2014). *Juan Manuel Santos visita a Falcao en el hospital*. Obtenido de W Radio: <http://www.wradio.com.co/noticias/sociedad/juan-manuel-santos-visita-a-falcao-en-el-hospital/20140125/nota/2062982.aspx>
- Wincour, R. (2000). Comunicacion Politica. En L. Baca Olamendi, J. Bokser-Liwerant, F. Castañeda, I. H. Cisneros, & G. Perez Fernandez, *Léxico de la política*. Mexico: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales & Fondo de Cultura Economica.
- Wolton, D. (1998). *Las contradicciones de la comunicacion politica*. Barcelona: Gedisa.

ANEXOS

Los anexos del trabajo ‘La fallida Operación Mandela de Juan Manuel Santos’ están divididos en dos secciones. La impresa (I) y la online (O). En esta edición están únicamente los anexos (I), mientras que los anexos (O) están disponibles en: [https://laoperacionmandeladejms.wordpress.com/..](https://laoperacionmandeladejms.wordpress.com/)

Anexo #1 – I: Entrevista a Ángel Becassinno

Esta es la entrevista realizada por Diego Baquero, autor del trabajo, a Ángel Becassinno el día jueves 12 de mayo de 2016. Becassinno es asesor político e hizo parte del equipo de campaña de Juan Manuel Santos durante el proceso de reelección en 2014.

¿Quién es Ángel Becassinno?

En la actualidad trabajo como asesor estratégico y constructor de lenguaje. Vengo trabajando en comunicación y comunicación política hace más de 40 años. En los últimos 15 años más centrado en comunicación de gestión de gobierno y de política.

1. ¿Qué es la política?

Es el conciliar inteligentemente elementos en función de una idea de bien común. Conciliar elementos quiere decir primero, una economía de recursos, en segundo lugar dar unas prioridades en esa economía de recursos y en tercer lugar, conciliar posiciones contrarias para llegar a equilibrio, todo lo contrario de lo que es la guerra.

2. ¿Qué es la comunicación política?

Es un proceso de seducción, direccionado a un logro que se tiene. Es un propósito no de equilibrio sino de desequilibrio. Yo quiero que gane un candidato, que gane una posición en un referendo o lo que sea.

3. ¿Qué es la opinión pública?

Es un concepto bastante complicadito. La opinión publica era una opinión en común, una opinión que predominaba sobre opinión minoritarias, ¿cierto? Yo entiendo que hoy por hoy más que opinión publica hay estados de emoción pública y que estado de emoción como implica la palabra emoción, implica cierta irracionalidad. La idea

de opinión implicaba un subyacente concepto de racionalidad, en cambio hoy por hoy me parece que este concepto es más irracional que racional. Por consiguiente es más susceptible de ser afectado por movimientos de seducción. Ni por el putas es fácil de maniatar, cada vez es más complicado porque la dispersión de la dispersión pública es cada vez más enorme, pero se logra, eh. Para lograrlo es para lo cual uno trama estrategias, en las estrategias tienes que definir que recursos tienes para construir esa estrategia y en función de eso dependerá de tu habilidad o de la coherencia en la ejecución de esa estrategia que alcances tu propósito.

4. ¿Qué tipo de político cree que es Juan Manuel Santos?

Es un político clásico. Navega en las aguas del momento, al cual a veces la gente por un cuadro mental no actual le pide una coherencia que no la tiene ningún político. Ni Uribe ni nadie, ni acá ni en cualquier otro país.

5. ¿Crees que tiene un buen manejo de la comunicación?

No, creo que tiene un pésimo manejo de la comunicación. No solo ahora eh. En su primer gobierno también.

6. ¿Qué es gobernar bien?

En la sociedad de hoy, gobernar bien es tener una sintonía con lo que la gente está pensando sobre tu gobierno. Esa sintonía la logras a través de comunicación. Por eso yo te hablaba hace un rato de que una de mis áreas es comunicación de gestión de gobierno. Sin embargo, ésta es una de las cosas más abandonada y estúpidamente ejecutadas y por eso hay unos ruidos enormes entre lo que hace el ejecutivo y lo que piensa y opina la gente de esa gestión y la conformidad o disconformidad de esa gestión.

Fíjate que acá hay un problema es que acá se interpreta que “hice campaña electoral y corone y estoy en una posición de gobierno”. Acá empiezan una cantidad de juegos que no tienen nada que ver con la etapa electoral. Es un vicio y una torpeza bastante normal. Hay otra concepción que entiende que la ejecución, ósea, el estar en la posición a la cual aspiraste te permite seguir en campaña, que es esa idea de la campaña permanente, pero a la campaña permanente la plantean como un objetivo electoral siguiente y no la observan como algo que es en la medida en

que vos ejecutas con coherencia algo que prometiste, algo que planteaste o una visión que pusiste en el juego y en la cual coincidieron los que te eligieron, en la medida que logras eso tenes tu carrera política montada, pero ojo, solo en la medida en que la gente sepa que lo estas ejecutando. El problema de Santos en la primera presidencia es que hizo un montón de cosas y cuando llego un momento en la campaña de la reelección en la primera vuelta decidieron decir (como mensaje) “Hemos hecho mucho pero nos falta mucho por hacer”, y ese fue el concepto con el que jugaron. Y ese “Hemos hecho mucho” la gente no lo creía, porque así lo hubiera hecho, él no lo había comunicado, no quiere decir que no lo hubiera dicho sino que lo dijo pero lo dijo mal porque si lo hubiera comunicado bien la gente diría “mierda, Santos hizo esto”. Entonces creo que hay un montón de factores que juegan, entonces cuando no se comunicó bien y no hubo coherencia entre tu discurso y tu práctica, la gente se queda perdida y escucha cualquier otra voz que le hable mejor. Naturalmente, en la gente siempre hay una tendencia al inconformismo, entonces hay una tendencia más natural a sintonizar con las malas con las malas que supuestamente con las “buenas voces”.

7. ¿Qué opinión tiene acerca de los sondeos de opinión que arrojan una imagen desfavorable de Santos? ¿Qué debería hacer para mejorarla?

Los sondeos de opinión son para tomarlos con muchas pinzas, ¿no cierto? Primero, depende en qué momento se hagan son más ajustados o no. Por ejemplo, en estos momentos están saliendo sondeos que el primero en la intención de voto presidencial (faltan 2 años larguitos) es Sergio Fajardo y detrás viene Gustavo Petro. Pero falta un montón. En este momento la gente está diciendo cualquier cosa porque no es un escenario real. Es como si te preguntaran que vas a comer el 12 de octubre del próximo año. No tenes ni puta idea. Entonces, primera historia, el momento en que se hace y con qué intención. Segundo, los sondeos son un termómetro del estado emocional de la gente, de la bronca e inconformidad de la gente sobre muchos factores. La gente ve en el poder ejecutivo un pico de la realidad, la gente piensa que el ejecutivo es alguien en el timón del barco, el capitán. Pero la gente en realidad se enoja contra ese capitán a pesar de que está enojada

con alguien de la proa, por poner un ejemplo, pero la gente decide emputarse con el capitán. Entonces me parece que en eso se refleja la mala comunicación y el mal dialogo que tiene el Gobierno con la gente, en cabeza del ejecutivo y eso es lo que refleja las encuestas. Y entonces como en este momento el ejecutivo no comunica bien y no sabe dialogar con el país, (a pesar de haber, en mi consideración, tenido un lapsus romance durante la segunda vuelta en la cual yo tuve que ver con esa milonga, entonces lo veo de cerca y sé que a lo que aspire y lo que paso, entonces hubo un lapso de romance, caminar de la mano de hablar cara a cara y de hablar en un lenguaje en el cual nos entendíamos) pero de resto, antes y después, sigue el mismo ruido. Es decir, un ruido en el cual no hay contacto entonces la gente castiga eso diciendo que todo le parece una mierda.

8. ¿Esa podría ser la rendición de cuentas de la actualidad?

En realidad la rendición hoy en día es minuto a minuto. Cada día, semana a semana. Lo que está pasando es que si yo no dialogo sucede lo mismo que con una pareja... Al principio romance, te llevas de la mano, te decís te quiero cada cinco minutos, le dices mamita, esto lo otro... pasan los días y se olvida toda esta mierda y se acaba el dialogo, aparece el silencio y se extiende y crece el hambre de emociones, el hambre de cariño, bla bla bla.

9. ¿Por qué llegó a la campaña de Santos?

Me llamaron. Me llamaron. Había una crisis en la campaña. Llamaron a Antonio Sola y me llamaron a mí para entrar al equipo. Aparte de Antonio y yo hubo un montón de gente. La primera vuelta estuvo a cargo de JJ. Rendon y el renuncia sobre el final de la primera vuelta y nos hacemos cargo Antonio y yo. Se pierde en la primera vuelta (resultado esperado) y la noche en que se pierde tomamos ciertas decisiones cuando ya la campaña estaba a cargo de Antonio y mío.

10. ¿En esas reuniones eran fácil ponerse de acuerdo con lo que quería Santos?

En las campañas hay mucha gente. Esta el que los demás ven, en este caso Santos, y hay un montón de personas que nadie ve que rodean a Santos, que influyen sobre Santos... Santos es el que tiene interés en volver a reinar pero todos los demás

cada uno tiene sus intereses particulares e incluyen, joden, aportan, no aportan... entonces hay toda una corte a la cual hay que poner de acuerdo en una sintonía entonces realmente pasan muchas cosas y no somos solo Antonio y yo, sino que parte del chiste de Antonio y yo es que logramos poner de acuerdo con mucha fragilidades a un equipo y sintonizarlo en dos jugadas que son las centrales de las que hacemos.

11. ¿Cuáles fueron esas decisiones que tomaron aquella noche?

La primera era “Con paz haremos más”. Lo que hacemos en las decisiones estratégicas es polarizar el tema entre paz y guerra. Paz Santos, Guerra Zuluaga. Pasas por encima al hecho del candidato y lo instalas al tema de guerra o paz. Y la segunda es una decisión de contraste, que es un juego táctico. “¿Quién es Zuluaga y quien es Santos?” pero quienes son sobre temas muy particulares. Por ejemplo, un mensaje con el que jugamos nosotros era el de las horas extras. La posición de Zuluaga para el pago de horas extras vs la posición de Santos para el pago de horas extras.

12. Si entendemos la Narrativa Mediática de Uribe como la de un héroe – enemigo, ¿Cómo podríamos entender la de Juan Manuel Santos?

En el momento de la campaña evidentemente el lenguaje pasaba a ser Juan Manuel es el héroe de la paz, que es la aspiración mayor del país y había un enemigo que no quería paz sino que quería guerra. La gente sintonizaba mayoritariamente quiero paz, por eso gana Juan Manuel. Sin embargo, al habernos salido del candidato que tiene problemas, (porque cuando uno agarra un candidato que es divino, George Clooney y Obama vos agarras y te centras en él y en su magia, pero cuando tenes un tipo que no es Obama ni Clooney sino bastante lejos de serlo, o tiene unas cualidades especiales por las cuales vos te puedes cargar a esas cualidades que no estaban presentes en Santos) ... o te desplazas del personaje al mensaje o te jodes. Entonces obvias al personaje y ya no será un problema de personas sino de temas y mensajes.

Y hoy y a lo largo de los 6 años (sacando la época electoral) está jodida la Narrativa Mediática. Jodido por muchas cosas. Primero porque el escenario hoy no es blanco

o negro. Hoy está lleno de grises, de matices. El enemigo ya no es el enemigo. Resulta que casi que es tu amigo contra otros enemigos que no quieres que bla bla bla... pero la gente se acuerda que este hijo de puta era un asesino en serie, por decir algo. Entonces el escenario está muy complicado y para terminar de complicarlo... súmame los problemas de comunicación de este gobierno y si vos generas un montón de líneas con una conversación nacional y un montón de pavadas y no concentras una didáctica clarita, una intención clarita y un mensaje contundente y claro de que está pasando es cuando la gente está perdida y así la gente dice cualquier cosa y tiene 50 versiones de todas las cosas y se genera un ruido enorme.

13. Durante mi investigación encontré este documento publicado en La Silla Vacía respecto a una estrategia que tú creaste en torno a la metáfora del futbol. ¿Me puede contar más acerca de esto?

Yo entre a la campaña con eso. Fue el primer documento que genera para la campaña. Es bastante sencillo. Hay un momento que es la elección que tiene que ver con un ambiente. Es decir, vamos a ver varias cosas. Primero, realmente el espectáculo electoral es realmente esa palabra que acabo de decir: un espectáculo. La gente lo consume así como consume todas las noticias. Hoy un asesino mato a puñaladas a 50 tipos pero a los cinco minutos alguien aparece con un video de un gatico jugando con dos bebés entonces ya nadie se acuerda del asesino. Entonces se consume la actualidad como si se consumiera el espectáculo. En medio de eso, hay espectáculos compitiendo. Vos estas interesado en que haya una elección acá que es importante y ese sería el espectáculo más atractivo del cuento político de un país. Si no hay espectáculo electoral, la gente niega los políticos porque no quiere tener que ver nada con esa mierda, solo hasta que llega el momento electoral. Y resulta que en ese momento ocurre que Shakira está embarazada entonces todos dicen "mierda, está embarazada". Y ocurre que Sofía Vergara se quebró una patita... y ocurre además que el equipo de la Selección va a jugar en el mundial y ocurre que la Selección está jugando más o menos bien, entonces hay posibilidades, ¿me entiendes? Todo está mezclado... Hay un ruido ahí que está

mezclado. Entonces yo dije como puedo asociar, porque buscas fortificar mi posición. Yo no quiero pelear solito con “mira mi candidato piensa esto, la economía va a ser así, vamos a hacer esto o lo otro...” entonces te pegas a algo popular y que penetre dentro del consumo de espectáculo que hay. Entonces yo agarre y me pegue al futbol que es un concepto que funciona masivamente porque es la religión contemporánea y traduciendo ese lenguaje a un personaje que, ojo, no era el ideal para ese lenguaje pero que lo podía rescatar con ese lenguaje, construí esa estrategia. Analice que era lo que estaba pasando y tome esa decisión. ¿Quién soy y en que contorno me estoy moviendo? ¿Qué pretendo? Con esos tres elementos armas la sopa que juntara todo.

14. Cuándo la presentaste en el equipo de campaña, ¿Cuál fue la reacción?

Compro todo el mundo. Es que ese momento no había un discurso claro y con fuerza para penetrar en la gente y este discurso era claro y tenía fuerza emocional para penetrar. Además, haber perdido la primera vuelta influyó. Te la cuento como intimidad... la compraron todos de una, chao.

Sin embargo, ahí entras en una crisis importante. Porque ahí no tenes que “invente esto en función a esto” sino que ahí tenes resistencias que la tenes que resolver por todos lados de la campaña. Mi línea no es imponer cosas sino resolver problemas que nos convengan a todos, pero ahí tenes la gente que ya construí los discursos, que usaba otro tipo de recursos, el tipo que había decidido línea estratégica antes, los mensajes de la agencia de publicidad, bla bla bla. Entonces cuando vos planteas esto y todo el mundo se da cuenta y coincide con tu lectura de que es lo que toca hacer y el candidato la compra y cuando logras todo eso, igual sigue habiendo resistencia porque hay gente que no la va a ejecutar bien. Como un equipo de futbol... este se la pasa a este y este a este pero llega un guevon y te caga la jugada de gol... bueno, acá había siempre un guevon, hasta que al final acaban más o menos alineándose todos detrás de ti porque se dan cuenta que es lo que toca hacer. A veces el guevon es uno que no comprende una jugada, ojo, es natural.

15. ¿Fue usted quien asesoro a Juan Manuel Santos para que participara en los acontecimientos de “governabilidad deportiva” y discursos referentes al Mundial? ¿Por qué?

Históricamente, la Selección tuvo una época de gloria con Maturana en los 90, sobrevive con Bolillo pero después se va de culo para el estanco. El último pedazo de crisis fue Leonel Álvarez (2011). Evidentemente la gente de este país suele ser muy frágil de identidad. Francia tiene, que se yo, un montón de boludeces para sentirse que son franceses. Estados Unidos otras... acá no tenemos una mierda. Nos agarramos de la arepa o no sé de qué pelotudez más pero en realidad lo que tenemos es la Selección. Hasta uno siendo torpe se da cuenta que la Selección es importantísimo. Virgilio Barco, yo trabaje con él y el comprendió que en un momento dado tenía que ponerse una camiseta así quedara ridículo porque eso era una forma de comunicarse con la gente, entonces se ponía camisetas como las de Lucho Herrera. Entonces Santos, naturalmente, lo comprendió pero lo discontinuo. Porque el tema es la coherencia con la cual utilizas un discurso o un recurso en un discurso. En el caso del futbol yo arranco con eso, entro a la estrategia de esta campaña con esa estructura, pero en el medio hay decisiones estratégicas que tomamos con Antonio como el de la polarización de paz vs. guerra... un momento cumbre es el día antes de la elección de la segunda vuelta: juega Colombia vs Grecia por el primer partido del mundial. Nuestra decisión es seguir con el futbol. Se pone la camiseta y ta ta ta, pero hacemos otra movida. Solamente dejamos en el aire una boludez de paz y nos vamos con todo con un comercial que compramos los derechos de “Si, si, si Colombia” y mandamos “Con Santos si, la paz si, bla bla bla”, futbolero total y no la jugamos con eso. Era el futbol loco, nos convertimos en hinchada de futbol el día antes de la Selección. La otra campaña comete el error de que recién ahí se dan cuenta del agujero que le estábamos haciendo con los tácticos de las horas extras y de todo lo demás... entonces mientras la gente estaba con la cabeza en el futbol y les importaba una mierda las horas extras, nosotros jugamos a la emoción del futbol. Los otros pretendieron racionalidad y nadie les paro bolas porque eran unos guevones dando malas noticias cuando vos esperabas buenas

noticias. El riesgo nuestro era que Colombia perdiera contra Grecia... siempre tienes que jugártela y nosotros nos la jugamos con eso. Además había otra cosa, si el partido hubiera sido al final del día era un peligro porque la gente emocionada se iba de rumba bla bla y al día siguiente perdida... pero el partido era a la 1pm. Entonces lo que te quiero decir es que jugamos con coherencia con ese lenguaje hasta ese momento que ya era culminante y fue la apuesta final y entramos ganadores al día siguiente.

16. ¿Ustedes hacían los discursos? ¿Bajo qué parámetros y con que “ideas” se basan quiénes hacen los discursos que el presidente da en este tipo de acontecimientos?

Si porque eso era parte de esa estrategia de asociarte a la Selección. Asociarse a la identidad nacional... ser el abanderado de esa movida emocional que tenía el país.

17. ¿Es verdad que hubo un llamado por parte de esta Oficina a los cable-operadores y canales privados para habilitar la señal HD durante el Mundial 2014 y así no perder la pauta que se daba durante los partidos?

No tengo ni puta idea.

18. ¿Cree que Santos ha seguido o va a utilizar la metáfora del futbol en próximas campañas, como por ejemplo la venidera del Mecanismo de Refrendación del Proceso de Paz?

No se loco. No tengo ni idea. Fuera de haber estado en aquella campaña, yo no he tenido ninguna relación hasta este momento con Santos.

19. ¿Va a trabajar en la campaña del Plebiscito?

Siempre hay posibilidades pero en este momento o desde que asumió a hoy, no he tenido nada que ver con él.

20. ¿Pero si llegases a trabajar en esa campaña, te parecería coherente utilizar esa misma metáfora aprovechando la coyuntura de la Copa América y los Juegos Olímpicos?

No sé. No se te decir. Es una decisión que la tomaría en su momento. Es una posibilidad obviamente pero tiene un problema. Como el antecedente anterior es

tan cercano, sonaría a refrito de algo que la gente no siente en este momento que fue su decisión más afortunada y por eso la imagen de Santos esta tan mal. Hoy por hoy te diría que la gente está arrepentida de haber conectado con aquella estrategia. Entonces volver a esa estrategia la gente podría decir que la van a volver a agarrar de las bolas...

21. ¿Cuáles considera que serían las virtudes (si las hay) y el principal defecto de la comunicación política a propósito de que se ha dicho reiteradamente, que Santos tienes problemas y/o crisis de comunicación?

Yo lo que resalto es la consistencia con la cual se jugó a este tema de acabar el conflicto mediante una negociación. Ojo. No es la paz en realidad lo que está en juego, eso es un problema. Mi lectura como comunicador es que hay un problema y es que se hizo mucho foco en la paz porque en realidad se está desactivando un foco muy importante del conflicto pero no el conflicto en sí. No están armando el posconflicto porque acá hay 89 millones de conflictos. Pero en realidad la paz no llega, se acabó una forma de conflicto pero seguirán las bacrim, la gente que está en la puta olla, seguirá la distribución de la riqueza tan desigual, seguirá la falta de oportunidad, seguirá bla bla bla, entonces los conflictos siguen por todos lados.

En mi libro 'Laberinto de la Paz' analizo la falta de experiencia que la gente tiene respecto a la semántica de esa palabra. No hay semántica de la palabra paz. Hay una fantasía alrededor de esa palabra, pero bueno... me parece que el escenario casi que te diría es más complejo que el de la elección pasada pero obviamente eso no quiere decir que no sea un escenario en el cual uno no pueda construir una decisión como la que tendrá que intentar construir para un hipotético plebiscito.

Anexo #2 – I: Entrevista a Juanita León

Esta es la entrevista realizada por Diego Baquero, autor del trabajo, a Juanita León el día miércoles 11 de mayo de 2016. León es la fundadora y director del portal web La Silla Vacía.

1. ¿Qué es la política?

Es el ejercicio del poder público.

2. ¿Qué es la comunicación política?

Los mensajes que se dan para articular el ejercicio de ese poder público.

3. ¿Qué es la opinión pública?

Es un embeleque del siglo XX. En el siglo XXI es más difícil hablar de opinión pública porque me parece que internet ha ido destruyendo esa noción un poco sólida de la opinión pública, en la medida en que hay tantos generadores de mensajes y hay tal pluralidad de interpretación sobre todos los hechos y me parece que con la desaparición de la primera página de los periódicos también desaparece la opinión pública. Hay muchas opiniones públicas.

4. ¿Cuál es el papel de La Silla Vacía en torno a la creación de opinión pública? ¿Cuál es su principal objetivo?

A mí me gustaría pensar que la Silla lo que hace es proveer insumos para que la gente entienda mejor como se ejerce el poder en Colombia y pueda formarse una noción más informada y pueda crear su propia información y creo que en general La Silla lo que aporta es otros marcos interpretativos e información concreta más allá de la opinión para entender que pasa.

5. ¿Qué tipo de político cree que es Juan Manuel Santos?

Él es uno de los mejores políticos del siglo XX, no del XXI. Yo creo que se ha acostumbrado desde chiquito a la política de salón, como de los acuerdos, como a puerta cerrada entre un “petit comité” y yo creo que él entiende muy bien cómo funciona el poder en Colombia y cuáles son los factores de poder y su liderazgo consiste en ver como remueve los vetos del poder para lograr hacer lo que él quiere. Creo que finalmente no es un líder carismático ni una persona realmente moderna en términos del Siglo XXI.

6. ¿Cuál cree que es el fin de la “comunicación político – mediática” de Santos?

Yo creo que Santos entiende que dado que él no tenía ningún voto propio y termino llegando primero con los votos de Uribe y después con los votos de la mermelada, me parece que él tiene un objetivo que es sacar adelante el Proceso de Paz y creo que él entiende el poderosísimo factor de poder que es Álvaro Uribe porque él tiene la opinión publica detrás y en esa medida me parece que casi toda su comunicación se ha dirigido a debilitar y a competirle en el mensaje a Uribe, más que en tratar de ilusionar a los otros colombianos con la Paz porque yo creo que él entiende su debilidad como líder carismático entonces él lo que busca es tratar de abrirle agujeros al discurso del otro y a la figura y al poder del otro.

7. ¿Porque cree que utilizó esta metáfora del artículo

Yo creo que era lo obvio. Santos trato de montarse en esa ola de ilusión del futbol y pues que tuvo mucha suerte que a la Selección le fue tan bien y lo que yo mostraba en otras historias en La Silla era esos estudios que han demostrado que cuando hay un triunfo deportivo muy grande a nivel nacional, los mandatarios inevitablemente terminan beneficiándose en su popularidad del triunfo. Era un poquito obvio porque si yo tengo una incapacidad de comunicarme y que la gente no sienta que tenemos algo en común, lo del futbol es muy fácil de usar y así me puedo conectar con ellos. Me parece que era el chicle obvio para usar en ese momento. Además, las elecciones coincidían con el primer partido de la Selección. Si hubieran perdido, paila

8. En uno de los comentarios de la nota, un usuario decía que esperaba ver que otra campaña presidencial iba a caer en la trampa y rediseñar la estrategia contestándole a esta de Santos, tu decías que no sabías si era una trampa pero que si estaban siguiendo al pie de la letra la estrategia.

¿Por qué lo decías?

Pues porque me parece que nosotros tuvimos la filtración del guion y pues comparábamos con los discursos y todo eso y todo era igualito.

9. Tengo una lista de acontecimientos de gobernabilidad. ¿Será que la utilización del futbol no fue solamente durante la reelección?

Pues Santos siempre iba cambiando la metáfora deportiva dependiendo del triunfo. Entonces si era Catherine Ibarquen y el salto largo y el otro era el ciclismo y la cima porque iba ganando Nairo... Yo creo que el siempre apela a eso.

10. ¿Cómo ve la utilización de climas y corrientes de opinión, como por ejemplo, el de la Selección?

Todos los presidentes lo hacen pero el exagera un poquito.

11. ¿Cómo contrarrestar la crisis de comunicación e imagen que tiene Santos?

El problema de él no es de comunicación sino de liderazgo. Nada que el haga a estas alturas le va a servir porque es una crisis más de credibilidad que de comunicación. Puede cambiar el alto consejero de comunicación y podrán hacer mejor las cosas, y además hay logros en algunas áreas que son evidentes pero que ellos no cacarean de eso y yo creo que incluso si lo hicieran, nadie les creería. Su problema es de credibilidad porque yo siento que en Colombia que es una cultura mafiosa, me parece que la lealtad vale más que cualquier cosa. Tú puedes ser un hampón, bruto, bobo pero si eres leal eso vale mucho porque hay como esa noción de familia creada. Me parece que el hecho de que haya traicionado a Uribe y que Uribe haya logrado definirlo como traidor ya de entrada le resto mucha credibilidad y si a eso se le suma pues que Santos es un presidente totalmente elitista, que claramente no se le siente como ningún afecto por la gente pues eso se nota. No importa lo que digas o como lo digas o que tanto telepronter o no uses, yo creo que ya ese es un caso perdido en términos de comunicación política. Yo creo que él lo que tendría que hacer y supongo que está haciendo es que si saca adelante el Proceso de Paz a uno como ciudadano que le importa tener un mudo o un tartamudo de Presidente... si logra la paz pues va a pasar a la historia que es lo que a él le importa. A mi sinceramente si él hace esto por salir en la portada de revista TIME o ganarse el Nobel de Paz pues mientras lo logre, que maravilla. Más allá de que sus motivaciones sean patrióticas o egoístas, pues mientras lo logre que maravilla.

12. ¿Cuáles serían las virtudes de la comunicación política de Santos y cuales sus defectos?

Yo lo que siento que es que a pesar de sus problemas de comunicación y de liderazgo yo creo que él ha logrado cosas que me parece que eran muy difíciles de lograr como por ejemplo, nosotros pasamos de 8 años de un gobierno en que todos estábamos convencidos de que no había una guerra y que no había conflicto armado sino una amenaza terrorista. Y pues mal que bien, en solo 4 años, la gente ya acepta que si son terroristas pero son un poco más que eso y digamos la discusión es si el Proceso va a generar impunidad o no pero no es como “Uno con terroristas no negocia” de Uribe. Sobre todo a mí, yo alucino con que no haya habido un magnicidio o algo así porque dada la posición de los militares y dado el gran costo que yo creo que van a terminar pagando en la Comisión de la Verdad yo siento que Santos como con ese nadadito de perro y como con esa estrategia de comunicación de que todo el mundo pensó que no iba a funcionar pues ganó mucho tiempo para que el Proceso llegará a un punto en el que se volviera muy difícil el sabotaje. No es el estilo de presidente que a mí me gusta, a mí me encantaría Obama, que te inspire, que uno sienta que lo hace soñar con un país mejor... yo claramente siento que Santos no es eso. Cada historia que hacemos de Santos en la Silla tienen la mitad de visitas que cualquier otro personaje porque no emociona, no polariza, no nada. Pero al mismo tiempo como que a veces siento que el sí entiende como es el poder a tal punto que está sacando adelante un Proceso de Paz que podría ser algo muy poco beneficioso para el establecimiento entonces digamos ahorita creo que es mejor presidente de lo que pensaba hace unos años y si hace la paz voy a pensar que es un verraco.

13. Como crees que va a manejar el tema de la Comunicaron política durante la refrendación

Él va a tratar de que haya una campaña para el plebiscito porque además como las campañas se la hacen otros... Claudia López y Clara López y Gaviria... Yo creo que Santos sabe que nadie lo quiere a él ni él logra movilizar entonces tiene que colgarse de la paz para movilizar y unir la gente. Yo creo que si hace un plebiscito

él va a tratar de hacerse detrás y no adelante para que esa vaina salga adelante porque yo creo que en este punto ya... ósea siempre en el fondo lo único que le ha importado es su puesto en la historia más que lo que pase en este momento.

14. Y sabiendo que es muy probable que coincidan la Copa América y los Juegos Olímpicos con el Plebiscito, ¿crees que volverá a usar una estrategia similar?

¿Van a coincidir? Que suerte tiene. Que hartera ese patriotismo colombiano tan desagradable.

15. ¿Comunicar mal es gobernar mal?

En el caso de él, como te digo, me parece que su noción de liderazgo es eso, remover obstáculos y en eso lo ha hecho bastante bien.

16. ¿Cómo describiría el guion político-mediático de Santos post-relección?

Yo creo que Santos ha cambiado varias veces porque comenzó con los tres pilares ahora... yo creo que el hilo conductor de él ha sido que los colombianos no hemos vivido ni un día sin guerra, ni un día en paz en 50 años... se avecina el momento de hacerlo. Y si hay paz pues va a haber más plata para invertir en educación, en negocios y yo creo que es un discurso medio pendejo pero pues siento que ese ha sido su hilo conductor. Yo lo que creo es que no es convincente por tres razones. Primero porque siento que no sea verdad que la mayoría de los colombianos hayamos vivido sin paz. Yo creo que muchos llevamos 50 años viendo en TV como sufre otra gente pero la mayoría de los colombianos no hemos vivido la guerra salvo algunos casos como el Nogal o Miraflores en Neiva o el miedo que había por un secuestro de la gente más rica... en el fondo fondo la gente ha estado súper tranquila y ósea como que no es verdad que la gente no haya vivido un día en paz. Segundo porque no creo que cuando haya Paz supuestamente todo va a ir al PIB de educación, por ejemplo... eso es pura carreta porque todo eso se debe ir a invertir a desarrollo rural si el señor planea cumplir los acuerdos. Y tercero, es un discurso que no te ilusiona y además no te prepara para lo que viene y esas transiciones cuando ha habido una guerra interna son muy duras porque la verdad que surge es una verdad muy difícil de aceptar y derrumban demasiados mitos y

afectos y crean demasiada desconfianza y porque creo que si solamente con ver a Petro en la Alcaldía fue tan duro para la gente como aceptarlo cuando no sea Petro sino 25 tipos más radicales y que han hecho realmente terribles pues eso para la sociedad es muy difícil de tragarse y yo no siento que el Presidente esté preparando a la sociedad para lo que viene. Yo creo que esa debe ser la labor de un líder, ayudarle a la gente a transitar por momentos difíciles y no hacerles creer como si fueran niños que ahora viene la fiesta cuando en realidad esa fiesta durara dos semanas y después viene la construcción de otra cosa en la que yo creo que será mucho lo que toca hacer pero no va a ser fácil. Realmente no puede comunicar nada y así es muy difícil.

Anexo # 3 – I: La gobernabilidad deportiva

Estos son los acontecimientos de gobernabilidad deportiva durante el gobierno de Juan Manuel Santos, con los cuales intentó crear su propia 'Operación Mandela'. El mensaje sale del resultado del análisis del cubrimiento mediático de cada acontecimiento y la narrativa de Juan Manuel Santos como actor busco reflejar como con cada uno de sus discursos busca emerger como un salvador, líder, gestor o héroe frente a la sociedad colombiana. La descripción y el cubrimiento mediático de cada uno de ellos están disponible en el Anexo 3-I en:

<https://laoperacionmandeladejms.wordpress.com/2016/11/19/anexo-3-i-gobernabilidad-deportiva/>

ACONTECIMIENTOS DE GOBERNABILIDAD DEPORTIVA				
FECHA	ACONTECIMIENT O	TIPO DE ACONTECI MIENTO	MENSAJE	NARRATIVA DE SANTOS COMO ACTOR
6/04/2010	Promesa de clasificar al Mundial	Discurso	Hay que volver a un Mundial	SALVADOR
2/08/2010	Recibimiento Credencial Presidencial	Discurso	Mi gobierno por intermedio de Coldeportes brindará la ayuda que se requiera para buscar la clasificación	SALVADOR
12/01/2011	Visita a la selección sub - 20	Discurso	“Depositán la esperanza de los colombianos. El equipo significa la Unidad Nacional”	LÍDER
16/06/2011	Despedida Copa América 2011	Discurso	“Una bandera, un país, un equipo. Colombia campeona.”	LÍDER

25/07/2011	Entrega del Pabellón + Invictus	Discurso	Lograr un título mundial también puede ser una cuestión de estado	GESTOR
28/07/2011	Inauguración Mundial sub - 20	Discurso	Colombia no es sinónimo de violencia, sino todo lo contrario, de unidad, de fraternidad, de emprendimiento y de alegría.	SALVADOR
22/08/2011	Pedido de Director Técnico Extranjero	Discurso	Contratar un entrenador del extranjero para introducirle nueva sangre, nuevas ideas a la selección	GESTOR
10/10/2011	Santos despide a la Selección	Discurso	Ustedes son un símbolo nacional que une al país:	SALVADOR
13/12/2011	Pedido de Director Técnico Extranjero Vol. II	Discurso	No debe descartarse un extranjero. Si para ello requiere de nuestro apoyo, lo tiene	SALVADOR
7/01/2012	Bienvenida a José Pekerman	Discurso	Muchos éxitos a la Selección Colombia. Cuentan con nuestro apoyo	LÍDER
26/07/2012	Despedida a la delegación de los JJOO 2012	Discurso	Ustedes evocan esa constancia y esas ganas de salir adelante en un país que ha sufrido mucho, pero que está saliendo adelante	GESTOR

14/08/2012	Bienvenida a la delegación de los JJOO 2012	Discurso	Cómo nos hacen recordar lo importante que es la unidad para un país	LÍDER
7/09/2012	Entrega de Casas + Metropolitano	Discurso	Triunfo muy importante y muy oportuno	SALVADOR
11/10/2012	Mi aporte es creer	Hecho externo	Mi aporte es creer, yo creo en la paz	-----
6/03/2013	Invictus con la Selección Mayor	Discurso	La unidad de la nación en torno al fútbol	GESTOR
31/05/2013	Visita a entrenamiento previo a partido vs Argentina	Discurso	El país tiene que cambiar su cultura y pensar en grande, pensar en que somos fuertes y que estamos en disposición a ser los mejores del mundo en muchos frentes	LÍDER
7/09/2013	Visita a la concentración previo al juego vs Uruguay	Discurso	Al final de cualquier juego lo importante es el resultado	GESTOR
10/09/2013	Pese a derrota, felicitación	Discurso	Un aplauso y nuestro apoyo incondicional. Estamos y estaremos con ustedes siempre	LÍDER
11/10/2013	Clasificación al Mundial + FARC + Nacionalización	Discurso	Estos muchachos están reflejando lo que está sucediendo en este país, esta nueva Colombia	GESTOR

15/10/2013	Llamada a José Pekerman	Discurso	Esto para el país es una inyección de optimismo y alegría	LÍDER
6/11/2013	Visita a la sede de la F.C.F.	Discurso	El fútbol nos une como nación. Y así como somos cabeza de serie con la Selección, también debemos unirnos y ponernos la camiseta en otros aspectos de la vida nacional	LÍDER
25/01/2014	Juan Manuel Santos visita a Falcao	Discurso	Colombia puede sentirse más tranquila y optimista	GESTOR
28/01/2014	Juan Manuel Santos recibe el trofeo del Mundial	Discurso	Nos sentimos orgullosos porque las circunstancias se han dado para que el fútbol nos una como nación	LÍDER
2/04/2014	El guion de Santos para meter gol	Campaña	Juan Manuel Santos y la paz de Colombia necesitan un segundo tiempo	-----
10/04/2014	Santos es Pekerman	Discurso	¿Usted cambiaría en este momento al profesor Pekerman? Esa es la pregunta que le tiene que hacer al país	HÉROE

29/04/2014	ReeleccionDePerkerman.com	Campaña	No se cambia al director técnico de la selección antes del mundial y no se cambia al presidente antes de alcanzar la paz	-----
23/05/2014	Despedida de la Selección a Brasil	Discurso	Esa unidad nacional que ustedes representan es muy importante en estos momentos para el país. No importa a qué partido político pertenezcan, no importa a qué religión pertenezcan, no importa cuáles sean las diferencias. Inclusive aquellas personas con las cuales estamos hoy conversando para terminar el conflicto armado, ellos también los estarán apoyando	LÍDER
5/06/2014	Jugadores de la selección agradecen a Juan Manuel Santos	Hecho externo	Gracias señor Presidente por las deferencias que tuvieron con nuestras familias	-----
12/06/2014	El Mundial en HD	Hecho externo	Nos da una inyección de ánimo y echar para adelante en búsqueda de esas metas ambiciosas que todos tenemos	-----

14/06/2014	Santos viendo Colombia vs Grecia	Discurso	Hoy la selección, mañana la paz	GESTOR
14/06/2014	El gol de la paz	Hecho externo	Colombia. Te amo. Paz, Paz	
14/06/2014	El himno en el debut mundialista	Hecho externo	Un país con 50 años de guerra hoy está unido y estrechado en un abrazo de 44 millones de habitantes gracias al poder que han tenido estos 'pelados' dirigidos por José Pekerman que nos han hecho volver a creer en el producto de la patria	-----
14/06/2014	Sí, sí, sí la paz	Campaña	Si a la paz con Santos	GESTOR
19/06/2014	Santos presente en Brasil	Discurso	Esto nos alegra el corazón, nos da una inyección de ánimo y echar para adelante en búsqueda de esas metas ambiciosas que todos tenemos	LÍDER
24/06/2014	Colombia a octavos de final	Discurso	Ustedes saben que el deporte, el fútbol, rompe barreras, mueve montañas y esto está moviendo el optimismo de los colombianos	-----
28/06/2014	Colombia a cuartos de final	Discurso	Todos en equipo, todos unidos, metiendo goles en la misma dirección	LÍDER

28/06/2014	“Nos abrazamos por la paz y por el fútbol”	Hecho externo	Nos abrazamos por la paz y por el fútbol	-----
2/07/2014	Tarde cívica para el partido más importante de la historia	Discurso	Toda Colombia debe hacer fuerza para ganar	LÍDER
4/07/2014	Gracias selección + Reelección Pekerman	Discurso	Todo, todo lo podemos lograr si trabajamos –como la Selección Colombia– ¡UNIDOS POR UN PAÍS!	LÍDER
6/07/2014	Bienvenida a la selección Colombia	Discurso	El mensaje de unidad nacional que viene pidiendo y estimulando el presidente Juan Manuel Santos, en los últimos meses, tuvo un ganador: el fútbol colombiano.	GESTOR
10/07/2014	F.C.F. incomoda	Hecho externo	Parece como si el Presidente estuviera dándonos órdenes	ESTADISTA
22/07/2014	Presentación de James Rodríguez en Madrid	Discurso	Hablar de James es hablar de Colombia, una Colombia alegre, próspera, de paz y con fe en el futuro. Hala Madrid y Viva Colombia	LÍDER
24/02/2015	Kofi Annan y su apoyo a la ‘Operación Mandela’	Hecho externo	Cada vez que una selección nacional juega, juega la patria y esto puede ser una valiosa fuerza positiva para los pueblos devastados por las guerras	-----

4/03/2015	Juan Manuel Santos & James Rodríguez	Discurso	El provecho político a la imagen de James Rodríguez	ADMINISTRADOR
29/05/2015	Entrega del Pabellón a la selección para la Copa América 2015	Discurso	No ha habido en el pasado reciente más motivos de unidad. Nadie en el país, nadie, desde la guerrilla hasta el más enemigo de ellos, se unen en torno a ustedes	ESTADISTA
17/03/2016	¿Cortina de humo?	Hecho externo	La selección contrarresta el impacto mediático del Paro Nacional	-----
30/03/2016	La camiseta de la paz	Hecho externo	La camiseta de la paz	-----
3/06/2016	El debut en la Copa América	Discurso	El deporte es parte fundamental de la educación de cualquier país	GESTOR
3/06/2016	Todos por la Paz	Campaña	La paz es mejor que la guerra	-----
7/07/2016	Entrega del Pabellón a la delegación de los JJOO 2016	Discurso	Las olimpiadas son un proceso de paz, significan un proceso de paz y por eso qué feliz coincidencia que podamos entregar este Pabellón Nacional acompañado de la paloma de la paz	ESTADISTA
4/08/2016	'Colombia en los Juegos Olímpicos Río 2016'	Hecho externo	Paloma, olivo y tregua	-----
31/08/2016	Bienvenida a la delegación de los JJOO 2016	Discurso	Es un mes para enmarcar	GESTOR

1/09/2016	La paloma de la paz sobre el Metropolitano	Hecho externo	Qué bonito esa paz que todos queremos en nuestro país	-----
5/09/2016	Pekerman y la paz	Hecho externo	Sería bueno que sea lo mejor, que se decida lo mejor	-----

Anexo #4 – I: Anuncios en La Habana

Este cuadro refleja como los grandes anuncios referentes al Proceso de Paz entre el Gobierno y las Farc, estuvieron inmiscuidos en climas y corrientes de opinión en torno a la selección Colombia.

Fecha	Anuncios en La Habana	Fecha	Partido de la selección frente a:	Días de diferencia entre los eventos
4/09/2012	Santos Anuncia comienzo oficial de diálogos	7/09/2012	Uruguay	3
18/10/2012	Instalación oficial de la mesa en Oslo	17/10/2012	Camerún	1
18/11/2012	El equipo negociador emprende el viaje a La Habana	14/11/2012	Brasil	4
26/05/2013	Primer Acuerdo: Desarrollo agrario	7/06/2013	Argentina	11
6/11/2013	Segundo Acuerdo: Participación política	14/11/2013	Bélgica	8
16/05/2014	Tercer acuerdo: Narcotráfico	31/05/2014	Senegal	13
23/09/2015	Cuarto acuerdo: Justicia transicional	-----	-----	-----
15/12/2015	Quinto acuerdo: Víctimas	-----	-----	-----
23/06/2016	Fin del conflicto - Cese al fuego bilateral	22/06/2016	Chile	1
24/08/2016	Cierre negociaciones entre Gobierno y FARC	1/09/2016	Venezuela	7
2/10/2016	Votaciones del Plebiscito	6/10/2016	Paraguay	4

Anexos (O)

Anexo #1 – O: Berlusconi y el A.C. Milán

Disponible en:

<https://laoperacionmandeladejms.wordpress.com/2016/11/16/anexo-1-berlusconi/>

Anexo #2 – O: La ‘Democracia Corinthiana’

Disponible en:

<https://laoperacionmandeladejms.wordpress.com/2016/11/16/anexo-2-democracia-corinthiana/>

Anexo #3 – O: El Futbol para Todos de Cristina

Disponible en:

<https://laoperacionmandeladejms.wordpress.com/2016/11/16/anexo-3argentina/>

Anexo #4 – O: El perdón del Bolillo Gómez

Disponible en:

<https://laoperacionmandeladejms.wordpress.com/2016/11/16/anexo-4-bolillo-gomez/>

Anexo #5 – O: Mandela y Piennar con la ‘copa de la unificación’

Disponible en:

<https://laoperacionmandeladejms.wordpress.com/2016/11/19/anexo-9-mandela-y-piennar-con-la-copa-de-la-unificacion/>

Anexo #6 – O: James es un cobarde ¿sí o no?

Disponible en:

<https://laoperacionmandeladejms.wordpress.com/2016/11/19/anexo-8-james-es-un-cobarde-si-o-no/>