



Este artículo es una publicación de la Corporación Viva la Ciudadanía
Opiniones sobre este artículo escribanos a:

semanariovirtual@viva.org.co

www.viva.org.co

El Espíritu Público

Mauricio Castaño H.

Historiador – colombiakritica.blogspot.com

En los mensajes vale la sentencia: [lo bueno, si breve, dos veces bueno](#). El dueño de Facebook Mark Zuckerberg, afirma que la contundencia de los mensajes se encuentra en su autenticidad, en lo original que son. Su efecto inmediato es hacer sentir cercana a la persona sin importar las lejanías en los que se encuentran sus destinatarios. Su resultado es la conmoción, la afectiva recepción, el hecho de la sinceridad lleva la magia de hacer próximo a quien se encuentra lejos, convierte en cercanía lo virtual lejano. Tanto la forma como el contenido si son auténticos gustan a la gente, como cuando leemos a un buen novelista, por ejemplo, Saramago, todo parece que nos hablaran al oído.

Recordemos a la abuela Mercedes, señora humilde que en medio de su sencillez logró un [mensaje](#) efectivo al asociar al entonces candidato presidencial Juan Manuel Santos con la gente pobre. Su mensaje se centró en dar las razones por las cuales era su preferencia política, pues éste estaba a favor de los pobres en tanto les iba a dar vivienda, contrario a su [contendor](#) que era más bien una amenaza: no va a votar por 'Zurriaga', refiriéndose a Óscar Iván Zuluaga. Porque él dice que a los viejitos y a los pobres arruinados como yo, si no tienen plata no tienen casa. Y el otro man dice que sí, que nos dan a los pobres arruinados casita baratica. Y por eso voy a votar por 'JuanPa', ¿por 'JuanPa' es? Bueno, ¡por ese otro!"... Voy a votar por 'JuanPa' aún cuando mi sobrina está retratada con 'Zurriaga'. Y mi hija puso una vaina en...en...¡la maricada esa que le hacen con el dedo pa' allá y pa' acá! (se refiere al celular). Y mi sobrina se puso muy brava porque ella va a votar por 'Zurriaga'. Pero 'Zurriaga' tiene unas cosas que no nos van a ayudar a los viejitos como yo, que tengo 85 años. Lo genuino de este mensaje hizo grandes favores a la campaña de santos pues no se había podido conectar con los sectores populares.

Pero existe el peligro de que prevalezca la forma sobre el contenido, muy frecuente en el mundo de la política, basta una cara simpática y dos o tres ideas que la gente quiera escuchar para que se dispare el rating de algún personaje. Es lo propio del demagogo, con mentiras encanta, su figura es tan solo un producto de la farándula. En la lógica de la política sucede cada vez más que tan sólo importa la imagen que se proyecta.

En una ciudad como Medellín, por ejemplo, al igual que en otras, las lógicas políticas además de responder al dinero y a la cantidad de votos, comprende la imagen que se construye alrededor de un personaje de capilla. Se estila que cada partido baraja sus posibilidades, luego postula y entonces viene la

competencia por atraer votantes. Algunas leves impresiones del mundillo político.

Sobresalen candidatos polémicos gracias a su agresividad en el lenguaje capaz de pulverizar a sus rivales, esta actitud es leída por la ciudadanía como un hombre con carácter, es Bernardo Alejandro Guerra afiliado a las toldas del liberalismo, su figura reposa en el común como el espadachín contra la corrupción. En su sombra está ex senador Eugenio Prieto que tiró su curul por competir en estas elecciones, asociado a políticos tradicionales, su figura no es refrescante para los ciudadanos. Igual sucede con figuras ambiguas como la de Federico Gutiérrez o un tal Juan Carlos Vélez, opacos y como dirían los humoristas de Tola y Maruja, duermen una ninfómana.

Un hombre que la ciudadanía ve como pulcro en sus acciones es Gabriel Jaime Rico, su carácter amable hace que muchos quieran acercarse a él. Se le abona que ha estudiado y conocer la ciudad. Es un candidato de contenido, lanza propuestas como sucede con el otro candidato Guerra. Aunque no todo está dicho, como lo hemos anotado, falta por verse cómo se alinean los astros con respecto al dinero y a las fuerzas de electores que crean o potencian una imagen a la medida del marketing político, sin contar si la reelección de los actuales mandatarios locales se aprueba, la cual es probable que suceda a decir de ciertos expertos, esto echaría picante al mundillo político. Para la simbólica la política es una acción fallida en tanto prevalece más lo emocional que lo operativo, que lo programático, pues la pasión inútil obnubila el espíritu público.

Edición N° 00431 – Semana del 23 al 29 de Enero – 2015