Imprimir

Se aproximan las elecciones a Congreso de la República que se realizarán el 11 de marzo y la primera vuelta presidencial el 27 de mayo. En la medida en que se aproximan las justas electorales el panorama se va decantando. La última encuesta publicada este jueves 1 de marzo por la firma Cifras y Conceptos, que es la que ha estado más próxima a la realidad de los procesos electorales en los últimos comicios electorales, da como resultado la consolidación de Gustavo Petro, candidato de la izquierda, que se presentó por firmas, que en esta encuesta empataría con Iván Duque el candidato del Centro democrático de Uribe, extrema derecha, en un primer lugar con un 22% en intención de voto; en tercer lugar aparece con 11% Sergio Fajardo, en cuarto lugar Germán Vargas Lleras con un 8%, seguidos por Martha Lucía Ramírez con un 6% de intención de Voto, Humberto de la Calle con un 4%, Alejandro Ordoñez con un 3%, los demás candidatos Piedad Córdoba, Juan Carlos Pinzón, Carlos Caicedo y Rodrigo Londoño, Timochenko aparecen con un 1%.
Comparando con los resultados de la anterior encuesta realizada en el mes de enero quien más crece es Iván Duque que pasó de un 8% en intención de voto a un 22% con un crecimiento de 14 puntos mientras Gustavo Petro tuvo un crecimiento de 6 puntos al pasar del 16% que registraba en enero a un 22% en esta medición realizada en la última semana de febrero. Según esta encuesta Iván Duque ganaría la consulta de la extrema derecha en que se enfrentan este 11 de marzo Duque, Martha Lucía Ramírez y Alejandro Ordoñez. En esta consulta Duque tendría un 63% de los votos contra un 25% de Martha Lucia Ramírez y un 8% de Alejandro Ordoñez. En la Consulta entre Gustavo Petro y Carlos Caicedo, Petro sacaría el 89% de los votos y Caicedo el 3%.

Preguntados los encuestados en cuál de las dos consultas votaría el 32% lo haría en la consulta de la extrema derecha y el 24% en la consulta de la izquierda. En cuanto a imagen negativa es más alta la de Gustavo Petro que registra una imagen negativa del 55% y una imagen favorable del 37% mientras Iván Duque tiene una imagen desfavorable del 37% y favorable del 35%. Es más alto el desconocimiento de Iván Duque entre los electores pues no lo conoce el 28% mientras que a Gustavo Petro no lo conoce el 8%.

El candidato de la Coalición Colombia, Sergio Fajardo es quien más pierde pues paso de la

medición de enero en que registraba 19% a un 11% con una pérdida de 8%. También baja Germán Vargas Lleras que registraba 10% en enero y ahora registra una intención de voto del 8%. Los demás candidatos presentan muy leves variaciones. El 35% de los encuestados aún no ha decidido su voto.

Los fenómenos electorales: Gustavo Petro e Iván Duque

Por lo menos en esta encuesta los dos fenómenos electorales están representados por las candidaturas de Iván Duque y de Gustavo Petro. Resuelto el mecanismo de la consulta para definir el candidato de la extrema derecha que insiste en reformar los acuerdos del Gobierno con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, FARC, Duque se posiciona como el candidato de este espectro político. De lejos ganaría la consulta del 11 de marzo. Es indudable que a favor de Duque operan varios factores: tiene un aparato nacional de respaldo representado en el Partido Centro Democrático que es la segunda fuerza parlamentaria que ha cerrado filas para apoyarlo en la consulta, los otros dos candidatos de esta consulta carecen de aparato electoral, y a pesar de las investigaciones judiciales que por primera vez vinculan a Uribe, Duque se beneficia de su respaldo. Pese a todo Uribe sigue representando a ese viejo país y a esa clase política tradicional y parece funcionarle de nuevo el endoso de su respaldo que se acrecienta al ser Uribe la cabeza de lista al Congreso de dicho partido. También lo favorece en el electorado su imagen como un parlamentario que se ha sabido mover y la imagen de ser alguien que no aparece como la extrema derecha de ese espectro político.

El fenómeno en medio de la dispersión política del centro izquierda y de su fragmentación es Gustavo Petro. A mi juicio Petro interpreta de una mejor manera la coyuntura por la que atraviesa el país. Petro ha sabido interpretar la ola de indignación con el régimen que se debate en una profunda crisis por los escándalos de corrupción, el desvergonzado clientelismo por el uso y abuso del poder del Estado, la indignación y la impotencia frente a políticas neoliberales que han empobrecido a los sectores populares y a la clase media. Frente a esa situación de descrédito Petro se refiere a los problemas que aquejan a las mayorías populares, propone cambios y transformaciones que pueden ser debatidas por sus

posibilidades reales o por su pertinencia, pero, Petro no las ignora, por el contrario a partir de su reconocimiento propone alternativas en materia de salud una profunda reforma que elimine la intermediación financiera, elimine la privatización de la gestión, que el Estado reasuma la dirección del sistema, una redistribución de la tierra y un ataque al latifundio improductivo; en materia ambiental combatir el extractivismo como principal motor de la economía y que se privilegie las energías limpias; mejorar los ingresos de los sectores más empobrecidos; enfrentar la crisis de la justicia y la reforma del régimen clientelista que debería hacerse según su propuesta en una Asamblea Constituyente.

Pero además en medio del cerco mediático al que está sometido, Petro ha recurrido con éxito a las redes sociales en las cuáles de lejos es el candidato con la mayor red de Internet y de las redes sociales. Pero además ha sabido conectar con la Colombia profunda, con esa Colombia indignada, a la cual ha convocado a la calle, a la plaza pública, a la movilización. Y esa Colombia profunda la ha respondido llenando plazas en Sincelejo, en Pasto, en Cali, en Valledupar, en Popayán y aún en la cuna y centro del uribismo en Medellín donde apenas registra una intención de voto del 4%. Los grandes medios a regañadientes han tenido que registrar esas movilizaciones y la conversión de la calle, del espacio público, en el eje de su actividad política. Hasta ahora solo el candidato Germán Vargas Lleras ha asumido el reto de la movilización callejera, de la manifestación en la plaza pública como lo hizo en Cúcuta.

Justamente la caída de Fajardo en las encuestas se debe a la falta de posturas claras frente a la coyuntura, a la falta de caracterizarse alrededor de los grandes problemas que enfrenta el país. Los candidatos del centro en el espectro político no han logrado conectar con la realidad de indignación y esa respuesta tímida y tibia no las comparte al parecer por ahora el electorado. Petro es además el contradictor de la derecha en sus dos expresiones políticas en esta coyuntura. Tanto Vargas Lleras como Duque-Uribe han lanzado una feroz campaña contra Petro a quien acusan de castrochavista, categoría que ha calado en parte del electorado ante el desprestigio del régimen venezolano y a la presencia de cerca de 600 mil venezolanos refugiados en Colombia.

Ahora bien Petro tendrá que superar problemas si quiere llegar a la segunda vuelta. Las

encuestas no registran el voto de la maquinaria, del clientelismo. Como ya lo hemos registrado en éstas mismas páginas en 603 municipios en que vive el 38.5% del total de la población del país, votan 5’811.700. En esos municipios el Vargasllerismo gobierna en 195 municipios y es la segunda fuerza política en otros 181 municipios para un total de 376 municipios que le suman cerca de 1’780.000 votos casi la mitad de los necesarios para pasar a la segunda vuelta y en esos mismos municipios el uribismo cuenta con una fuerza electoral de 1´750.000 votos. Todos los demás partidos y candidatos obtuvieron en las últimas elecciones 2´280.000 votos en esos mismos municipios. (Pedraza Hernán. 2108. Nuevo Arco Iris).

Además Petro es muy débil en Antioquia y en el centro del país, también es débil en los departamentos del oriente del país. Sus fortalezas están en la Costa Caribe, en Bogotá y en la región del Sur y del Pacífico. Para ello deberá emplearse a fondo en esas regiones y en esos municipios de la periferia y entusiasmar y movilizar un sector de las masas abstencionistas que tendrían que inscribirse para poder participar de la jornada electoral. La imagen negativa de Petro como ya señalamos es muy alta y en todas las encuestas supera el 50%.

En la medida en que se desarrolla la campaña electoral es obvio que arreciarán los ataques contra Petro a quien el régimen teme. Buen parte de la imagen negativa de Petro ha sido construida por los grandes medios de comunicación y en esta campaña estos ataques no disminuirán, por el contrario han arreciado y se incrementarán más en la medida en que avance la campaña.

Para pasar a la segunda vuelta Petro tiene que sacar más del 27% del total de los votos válidos en primera vuelta y aún en las encuestas no ha llegado a esa cifra. Tampoco lo ha hecho ningún otro candidato. La campaña tiende a polarizarse pero ya no alrededor de los acuerdos de paz con las FARC, sino alrededor de las propuestas para enfrentar los grandes problemas del país. Es una ganancia de los acuerdos logrados. Todavía el juego está muy abierto en el medida en que el 35% del electorado aún no ha decidido su voto.

En relación con las elecciones al Congreso la cuestión es a otro precio. Allí el clientelismo tiene mayores posibilidades de perpetuarse. La ciudadanía no ve la importancia crucial de renovar mediante una verdadera revolución ciudadana este organismo que es vital para la democracia toda vez que es allí en donde se aprueban las políticas públicas y se ejerce el control político al gobierno además que es el organismo que aprueba el presupuesto general de la Nación. Habría una renovación parcial importante si los Verdes, el Polo, el Mira y la lista de la Decencia lograran superar el umbral y elegir una bancada digna y representativa. También hay buenos candidatos en otros partidos, pero, esta transformación será más lenta.

PEDRO SANTANA RODRÍGUEZ: Director Revista Sur

Bogotá marzo 1 de 2018.