

Imprimir

Este domingo 31 de mayo de 2026 se realizó la primera vuelta presidencial con la victoria de Abelardo de la Espriella con su neofascista movimiento Defensores de la Patria que según el escrutinio final publicado hoy cuatro de junio obtuvo una votación de 10'366.143 (43.7%) votos seguido de Iván Cepeda del Pacto Histórico que obtuvo 9'703.921 (40.9%). En tercer lugar, se ubicó muy distante Paloma Valencia del Centro Democrático que obtuvo 1'640.989 votos, Sergio Fajardo se ubicó en el cuarto lugar con una votación de 1'009.346 votos, Claudia López se ubico de quinta con una votación de 224.137 votos.

En primer lugar, hay que destacar una importante tasa de participación que hizo retroceder un poco a la abismal tasa de abstención que siempre se ubica alrededor de la mitad de los electores excepto en las elecciones regionales que siempre ha mostrado una más alta tasa de participación electoral. En estas elecciones de primera vuelta presidencial votó el 57.8% sobre una población electoral calculada en 41.42 millones de votantes habilitados para hacerlo. De la Espriella ganó ampliamente en Antioquia donde obtuvo una votación de 1.7 millones de votos, ganó en el eje cafetero es decir en Caldas, Risaralda y Quindío, en el Tolima, en Cundinamarca, Boyacá y Meta, así como en Santander y Norte de Santander. También ganó en Guaviare, Caquetá, Casanare y Arauca.

Iván Cepeda ganó en Bogotá con una ventaja amplia sobre de la Espriella, pero con una cifra menor en 600 mil votos a la que obtuvo Petro en 2022. Ganó en los siete departamentos de la Costa Caribe: Guajira, Magdalena, Cesar, Atlántico, Bolivar, Sucre y Córdoba. Ganó en todo el corredor pacífico: Chocó, Valle del Cauca, Cauca, Nariño y Putumayo. Además, ganó en toda la región de la amazonia: Amazonas, Vaupés, Guainía y Vichada. Lo que quedó claro es que la ventaja de Abelardo de la Espriella la sacó en Antioquia que sigue siendo el departamento más de derecha del país. De la Espriella obtuvo 1'723.406 votos equivalente al 54.36% de la votación mientras que Cepeda obtuvo 805. 652 votos, el 25.41%. La ventaja que le saco de la Espriella a Cepeda fue de 917.754 votos. En cambio, la diferencia entre la votación nacional final fue de 662.222 a favor de Abelardo de la Espriella. Se puede decir que la derrota de Cepeda se dio en Antioquia en las cifras finales.

Enderezar el camino y la estrategia para remontar el resultado para la segunda vuelta

Es indudable que el resultado no solo dejó nuevamente mal a todas las firmas encuestadoras que daban como ganador a Iván Cepeda. Pero un examen más de fondo tiene que ver con errores y falencias en la campaña de Cepeda que tendrán que ser drásticamente corregidos si se aspira a remontar en la jornada del domingo 21 de junio en que se realizará la segunda vuelta presidencial.

Uno de los problemas centrales fue el carácter cerrado de la campaña de Cepeda y el triunfalismo que se apoderó de sus cuadros directivos. Pensaron que ir adelante en las encuestas ya daba el resultado de las votaciones. La campaña careció de una estrategia política y de una estrategia de comunicaciones. En materia de estrategia política no bastaba con buscar las adhesiones a la campaña como se logró con cierta lentitud con el Partido Alianza Verde, Partido Libres, y con sectores importantes del Partido Liberal, del Partido Conservador, del Partido de la U y agrupaciones menores como En Marcha de Juan Fernando Cristo, sectores de Unitarios como Clara López, pero una cosa son las adhesiones y otra cosa es la campaña. Estos sectores no fueron integrados al trabajo con las bases en los sectores y en el territorio, ni se conformó una verdadera estructura de campaña. La improvisación y la autoreferencia en política nunca son buenas consejeras.

La campaña apenas ahora se esta dotando de una estrategia de comunicación que defina la consigna o el eslogan que por fortuna ahora si se tiene (Me la juego por la vida) alrededor de la cual debe estructurarse todo el trabajo político. No se contó en la primera fase de la campaña con un manager de la comunicación, ahora se cuenta con un publicista experimentado, las piezas comunicativas salieron y llegaron tardíamente, a las regiones. Al carecer de un eslogan y de un manager de la comunicación las piezas de radio y televisión fueron planas y sin mayor impacto. La presencia del candidato Cepeda en las redes sociales fue muy baja y en general las cuentas en estas redes no tienen un gran impacto. Esperamos que con la llegada de un experto que se integró se pueda dar batalla en las redes donde nos ganó ampliamente de la Espriella.

La otra gran debilidad de la campaña tiene que ver con el trabajo sectorial y con el trabajo territorial. No se organizó como el eje central de este trabajo a la red de voluntarios que

deben ser organizados y retroalimentados con material impreso, con la integración real al trabajo casa casa, al volanteo, a la presencia en los escenarios públicos como las universidades, los centros comerciales, los buses urbanos e intermunicipales, las ollas comunitarias, las pequeñas reuniones en los barrios, en el sector sindical con los sindicatos de maestros, de la salud, de las fabricas para conversar sobre el programa de gobierno. A esa red y como parte integrante de la misma deben estar vinculados orgánicamente los parlamentarios, los diputados, concejales y ediles. Esta tarea es urgente y prioritaria y hoy se esta poniendo en marcha en la ciudad de Bogotá y este fin de semana en todo el país. A esas estructuras departamentales, distritales y municipales deben estar vinculados todos los partidos que conforman la Alianza por la Vida.

Pero además cada comité deberá hacer una lectura de los resultados electorales y fijarse unas metas muy concretas en el incremento de la votación. Si aspiramos ganar con cierta holgura en todo el territorio nacional deberá disminuirse la ventaja de Abelardo de la Espriella en aquellos departamentos en que perdimos principalmente en Antioquia, el Eje Cafetero, Cundinamarca, Meta y los Santanderes. Pero al mismo tiempo deberá aumentarse la votación en Bogotá en por lo menos 700 mil votos, en los siete departamentos de la Costa Caribe aumentar la votación en por lo menos un millón de votos y en el corredor pacífico en por lo menos quinientos mil votos.

Hay que trabajar por la defensa de la vida y por la defensa de las reformas conquistadas en este gobierno

El contenido de las piezas comunicativas tiene que estar muy ligado a la defensa de las conquistas sociales que están en riesgo con el programa neofascista de Abelardo de la Espriella. Hay que llamar a la población beneficiaria de las reformas agraria, laboral, pensional, de la matricula cero en la educación superior a votar en defensa de las mismas. Allí debe estar un núcleo fuerte del trabajo, así como en las 134 entidades de la rama ejecutiva que propone eliminar y con ello el despido según ha afirmado de 700 mil trabajadores. Esta labor deberían asumirla los sindicatos en un gran trabajo sectorial con los trabajadores de esas entidades en riesgo para reducir el tamaño del Estado.

Habría que recordarle al ignorante Abelardo asesorado por Daniel Raisbeck que como dijo Norberto Bobbio cada derecho en el Estado Democrático cuesta dinero y requiere de trabajadores que lo garanticen. Habría que proyectar una gran campaña desde ya dirigida a los campesinos sobre la necesidad de defender el Banco Agrario que es el único que llega a todo el país o de la Aerolínea Satena que es la única que llega a territorios distantes donde no llegan las aerolíneas comerciales. Abelardo ha hecho del programa neoliberal extremo su bandera electoral. Es todo esto lo que la campaña del progresismo debe explicarle a la población para no elegirlo. Mostrar el desastre de Milei en Argentina y del injerencista Trump en los Estados Unidos.

Podemos ganar si se corrigen los yerros de la primera fase de la campaña. Hay que trabajar fuertemente en las redes sociales, pero también y con material impreso en los territorios. Estamos corrigiendo, pero debemos hacerlo muy rápidamente y nuestro candidato debe caminar las ciudades, dialogar con la gente, hablarle concretamente de su programa de gobierno. Estar más cerca de la gente. Las concentraciones y manifestaciones ya dieron lo que tenían que dar, ahora es el trabajo con la gente, la comunicación y la pedagogía. Allí están los votos que se requieren para ganar. La gente en las regiones pide compromisos concretos y en el material que tiene Cepeda en sus manos están las propuestas. Nosotros mismos hemos entregado desde el pasado mes de abril una propuesta muy concreta de gobierno que no la vemos reflejada en las intervenciones que el candidato hace. Hay que hablar de los problemas concretos de la gente y de nuestras propuestas y lo que nos comprometemos a hacer en el nuevo gobierno progresista.

Los condicionamientos del centro para un eventual apoyo también son importantes, pero a mi juicio no son los definitivos. Ya se ha cedido en bajar la propuesta de la Asamblea Nacional Constituyente que ha generado miedos y ruidos y también sin renunciar a la búsqueda de la paz mediante la negociación y el diálogo un replanteamiento a fondo de la llamada paz total. Estos son puntos sobre los cuales se puede dialogar y buscar acuerdos con Fajardo, Oviedo y Claudia López, pero sin poner en riesgo el programa de reformas democráticas que reclama la mayoría de la población colombiana.

La victoria en primera vuelta del neofascismo de Abelardo de la Espriella

Pedro Santana Rodríguez, Director Revista Sur

Foto tomada de: Valora Analitik