Imprimir

El contexto electoral colombiano ha cambiado, ahora la pregunta no es si se le puede ganar a la dirigencia tradicional, sino si ésta puede aspirar a un triunfo contando incluso con el uso perverso de los entes públicos relevantes para el caso.
Las decisiones del Consejo Nacional Electoral y del Consejo de Estado orientadas a excluir a Iván Cepeda de la consulta interpartidista, desautorizar las listas aprobadas en la consulta interna del Pacto Histórico, y anular el registro del partido que avalaba a Camilo Romero -además de ser una sica clavada en el corazón de las instituciones- tales medidas están diseñadas para asestar un fuerte revés al Pacto Histórico.

Surge entonces entre tirios y troyanos la inquietud sobre el nivel efectivo de daño que estas medidas le pueden causar al Pacto Histórico en su aspiración a darle continuidad a su proyecto eligiendo nuevamente como presidente a uno de sus líderes. La respuesta no es sencilla, pero hay pistas que pueden trazar una posible ruta de los futuros eventos. Veamos.

En septiembre de 2021, en un evento musical, el cantante vallenato Poncho Zuleta le manifestó al hijo del hoy presidente de Colombia, "*Nicolás*, se *voltió* la arepa". Con esa expresión el cantante reconoció que las condiciones políticas habían cambiado y que Colombia se aprestaba para un cambio de tercio tanto en la procedencia social e ideológica del gobernante como en las políticas públicas a desplegar.

Esa certeza no surgió de repente. Petro había sido un parlamentario destacado por sus denuncias contra la desigualdad, corrupción y el paramilitarismo. También porque en su gestión como alcalde de Bogotá mostró que su lucha por superar la inequidad era cierta y persistente.

Pero quizá lo más notable es que se hizo evidente la persistencia de la intención de la dirigencia tradicional de evitar que Petro llegara a cargos de elección popular, que si llegaba no pudiera permanecer en su cargo, concretar sus promesas, o -en el último caso- que sus logros fueran reconocidos ampliamente. El motivo de esa actitud fue la idea de que obstruyendo el cumplimiento de su programa de gobierno lograrían impedir que avanzara

hacia la presidencia. Como afirma Alfredo Jalife, los dirigentes colombianos "*cometen el error de confundir ideología con estrategia*".

Eso no dio resultado. La obstrucción no pudo impedir el avance del progresismo liderado por Petro en la campaña presidencial de 2018. De eso se dieron cuenta muy pronto algunos de los periodistas que lo intentaron. Diana Calderón convocó a "*todos los llamados influenciadores y de quienes se han dedicado por años a creer que por negarle los micrófonos evitaban su ascenso*"[1]. La periodista concluyó que Petro había logrado desafiar "*con su retórica y respuesta pura y dura a los medios de comunicación*". Tampoco sirvió cederle el micrófono, como lo recordó Alejandro Santos refiriéndose a que Petro ganó todos los debates en la campaña presidencial de 2010, en la que compartió escenarios con Juan Manuel Santos y con el Mockus de la Ola Verde.

Juan Roberto Vargas anotaba con asombro que las encuestas mostraban que había conservadores, liberales y miembros del partido de la U que manifestaban su intención de votar por Petro[2].

Además, a Petro la campaña le salía barata. Luego de la primera presentación de Petro en la plaza pública de Barranquilla, quedó claro que lograba llenarla, algo que nunca había podido la élite tradicional, aunque a los asistentes les compensaran su presencia con un pago en efectivo, y los costos del almuerzo y el transporte.

El contexto que aclara la senda de los resultados

Acompañar a Petro no se trataba sólo de verlo, sino de escucharlo. En el 2018 escribí[3] que los ciudadanos parecían sustentar su presencia en la plaza y su intención de voto, primero, en que Petro era el único que se había ocupado de sus desgracias; segundo, que tenía el propósito y el coraje necesario para cumplir con sus promesas, y, tercero, en la idea de que todo lo que decían y hacían los adversarios de Petro era para defender sus privilegios y sus fechorías.

Para la campaña de 2022 -luego de los sucesos del 2021- ese reconocimiento y la esperanza

de un cambio no podía dejar de sentirse con intensidad por la población de un país que tiene la indignidad de ser uno de los más desiguales del mundo. La crisis inducida con motivo del COVID19 se ensañó con un pueblo en el que -según el DANE- el 58% de los trabajadores -unos 14 millones- eran informales, y la pobreza monetaria extrema asolaba al 12% de la población. Por contraste -según la CEPAL- en el 2021 el 10% de la población colombiana mejor remunerada tenía ingresos equivalentes a 40 veces el que obtenían los del 10% más pobre.

Y fue en el 2021 que la informalidad, la pobreza, el desamparo y la represión -como los cuatro jinetes del apocalipsis-con ocasión del COVID19 se juntaron para dar lugar a la más grave crisis social vivida en Colombia. Dado que la economía informal es en general un asunto de pobres y requiere gran movilidad, la restricción a la movilidad resultó en una catastrófica caída del ingreso, agravada por la inflación del sector de alimentos.

Se requería del apoyo gubernamental, pero el Ministerio de Hacienda estaba a cargo de Alberto Carrasquilla, quien era recordado por haber afirmado en el 2008 que "*el salario mínimo en Colombia es ridículamente alto*"[4]. Este ministro, luego de favorecer a sectores de altos ingresos reduciendo sus impuestos en $20 billones, se le ocurrió que los recursos para enfrentar la crisis debían obtenerse mediante una reforma tributaria que -según el informe de las Naciones Unidas[5]– afectaría a personas de medianos y bajos ingresos, y no a los de mayor capacidad adquisitiva.

La población -oponiéndose a tales decisiones- salió a marchar de forma pacífica, pero recibió una respuesta gubernamental agresiva y la protesta se degradó en violencia, en su mayor parte generada o apoyada por agentes del Estado: 75 asesinatos, 83 afectaciones oculares, 28 víctimas de violencia sexual,1.832 detenciones arbitrarias y 1.468 casos de agresión física[6].

De los casos verificados, 44 víctimas eran civiles y dos eran policías. De la información recopilada y analizada por la Oficina de la UNU, existen motivos razonables para afirmar que, de los 46 casos verificados, en al menos 28 casos los presuntos perpetradores habrían sido

miembros de la Fuerza Pública, y 10 habrían sido actores no estatales.

En ese escenario -no queda duda- se fortalecieron las condiciones para elegir presidente a un candidato que portara una sólida esperanza de cambio. Ese era Petro y lo logró porque -como lo observaron los connotados periodistas en el 2018- nada funcionó en contra y porque -además- apareció un grupo de comunicadores que mediante el uso creativo de las redes sociales lograron romper el monopolio informativo.

El Gobierno y la Oposición

La dirigencia tradicional llevó a nivel nacional la estrategia del bloqueo a las iniciativas de cambio, la búsqueda de oportunidades para removerlo del cargo, o -en su defecto- lograr la invisibilidad de sus ejecutorias. Así -como dicen que dijo Albert Einstein- resultó estúpido "*esperar resultados diferentes repitiendo modelos fracasados"[7].*

Y es que la clase dirigente no puede esperar avances en la retoma del poder, primero, sin una revisión de los hechos de nuestra historia, en particular la de la mitad de nuestra población, la cual está inadecuadamente incorporada a los beneficios de vivir en una sociedad moderna, y, segundo, sin tener en cuenta la necesaria reacción de esa población ante la posibilidad de perder los avances logrados y que con el eventual triunfo de los gobernantes tradicionales se retorne la senda de la marginalidad y al desamparo.

A pesar de todo el bombardeo para impedir y desacreditar las propuestas y las ejecutorias, para esa población debe ser notable que los hechos del cambio están ahí y habitan en el territorio donde esa población empobrecida y desamparada- puede verlos y sentirlos: crece el PIB, el empleo, el salario mínimo, los derechos laborales, y las compensaciones a soldados, policías y médicos internos y residentes. También baja el dólar y la inflación, y se entregan miles de hectáreas de tierra a los campesinos, a comunidades étnicas y víctimas del conflicto; despega el agro y el turismo, se multiplican las obras de infraestructura educativa y los cupos universitarios gratuitos con énfasis en zonas tradicionalmente excluidas. En la política antidrogas, dejan de perseguir a los campesinos por sobrevivir sembrando coca y el

combate del mercado ilícito -con resultados nunca vistos- se orienta hacia la infraestructura de transformación y hacia la interdicción de los cargamentos.

Como se nota en las encuestas que revisaremos, lo único que ha logrado tal dirigencia -de su lado- es el descrédito, la desarticulación y la intrascendencia de sus medios de comunicación, y -del otro- la conformación de un grupo de población fuertemente vinculada con la esperanza y la decisión cambio, así como la de informarse a través de medios alternativos.

Lo que cuentan las encuestas

Hoy, en esta nueva campaña electoral, los resultados de la consulta interna del Pacto Histórico, así como lo que dicen las encuestas y el futuro que proyectan a grandes trazos, se pueden explicar en esencia con el mismo contexto que condujo a que un líder de un movimiento de izquierda llegara a la presidencia en Colombia. Ese contexto permite, entonces, vislumbrar el resultado de la actual campaña electoral y estimar el efecto real de ese ataque aleve.

El primer resultado surgido en ese contexto fue el de la consulta interna del Pacto histórico. En este evento se obtuvo un gran resultado a pesar de que i) el Consejo Nacional Electoral retardó la decisión sobre la reglamentación de la consulta y a última hora introdujo cambios muy relevantes; y ii) el Pacto histórico no logró con sus militantes y simpatizantes articularse para realizar la gran operación requerida para motivar y organizar a la población.

No obstante, el resultado fue inesperado: se obtuvo una votación de 2,75 millones de votos, correspondiente al 12,2% de los ciudadanos que hacen uso del derecho al voto. Esta cifra no tiene precedentes y no aparecía en el mejor de los sueños de los propios, ni en la peor de las pesadillas de los extraños.

El segundo hecho notable es el resultado de las encuestas[1].

1. Tomando el promedio de lo reportado por las encuestas con listados largos, Iván Cepeda logra una intención de voto del 30,9%, superando al segundo (Abelardo de la Espriella) por

12,5%, al tercero (Sergio Fajardo) por 25,1%, al cuarto (Claudia López) por 27,6%, y al quinto (Paloma Valencia) por 28,3%, respectivamente.

2. En el caso de listas cortas, el promedio de la intención de voto por Cepeda es del 34%, superando a los cuatro citados -en el mismo orden- por 15,8%, 25,0%, 28,0% y 27,8%, respectivamente.
3. Para el caso de las consultas, con los promedios de los resultados obtenidos en cada una de las parejas conformadas en las encuestas, el promedio de la intención de voto por Cepeda es del 43%, superando a los cuatro citados -en el mismo orden- por 9,3%, 14,8%, 24% y 27,8%, respectivamente.

Candidato	1ra. Vuelta		2da Vuelta
	Lista Larga	Lista Corta	
Iván Cepeda	30,9	34,0	43,1
Abelardo de la Espriella	18,5	18,2	33,9
Sergio Fajardo	5,8	8,9	28,4
Claudia López	3,3	6,0	18,7
Paloma Valencia	2,7	6,1	15,4

Fuente: Cálculos propios con datos reportados en las encuestas

Los datos prevén resultados independientes de los acuerdos previsibles entre los diversos grupos de candidatos que le apuestan a impedir los avances de una política progresista. Es notable que la intención de voto sea alta cuando Iván Cepeda participa, y decae muy fuerte cuando se excluye. Como Petro, Iván Cepeda llena plazas, mientras que los adversos al cambio tienen que conformarse con una escuálida presencia de seguidores.

De los datos se deduce que el efecto Petro en el contexto particular de la historia de Colombia es la conformación de una comunidad que ha ganado autonomía y automotivación, lo que les permite quedar inmunes ante la saturación de información en contra del cambio. Así, no resulta útil la gran concentración de medios informativos ni la larga experiencia en fabricar consensos.

Eso dicen los datos, pero también hay que reconocer que dentro del contexto se encuentra un calificado grupo de activistas que con su liderazgo le dan forma a los hechos, y que sin

duda seguirán persistiendo hasta lograr que la noche quede atrás.

_____

[1] Se tomaron para este caso las encuestas realizadas en enero de 2026 que cumplieron con lo establecido con los requisitos establecidos en el artículo 4 de la ley 2494 de 2025. Las encuestas fueron realizadas por GAD3, Guarumo-Ecoanalítica, y el Centro Nacional de Consultoría.

[1] Calderón, Diana. (2018) Petro: ¿Cripto candidato? El País, Cali, 2 de febrero de 2018.

[2] Noticias Caracol (2018) Gran encuesta Invamer sobre intención de voto de los colombianos. Febrero de 2018. https://www.youtube.com/watch?v=HwCroUyBXwY, minuto 27:10

[3] Márquez, Yanod. El fenómeno Petro: Nada ha funcionado en su contra. Revista Sur, marzo 6 de 2018. https://www.sur.org.co/fenomeno-petro-nada-ha-funcionado/

[4] Revista Semana. “El salario mínimo en Colombia es ridículamente alto”: la frase que le recuerdan en redes al nuevo ministro de Hacienda. Julio 11 de 2018.
https://www.semana.com/economia/articulo/alberto-carrasquilla-dijo-que-habia-que-reducir-el-salario-minimo/574949/

[5] Organización de Naciones Unidas. Lecciones aprendidas para el ejercicio del derecho de reunión pacífica en Colombia, diciembre de 2021.
https://www.hchr.org.co/wp/wp-content/uploads/2022/05/211214-Colombia_Documento-lecciones-aprendidas-y-observaciones-Paro-Nacional-2021.pdf

[6] INDEPAZ y TEMBLORES ONG. Cifras de la violencia en el marco del paro nacional 2021.
https://www.indepaz.org.co/wp-content/uploads/2021/06/3.-INFORME-VIOLENCIAS-EN-EL-MARCO-DEL-PARO-NACIONAL-2021.pdf.

[7] https://enlacelatinonc.org/no-albert-einstein-no-dijo-locura-es-hacer-lo-mismo-una-y-otra-vez-y-esperar-resultados-diferentes/.

Yanod Márquez Aldana, Graduado en Ciencia Políticas y Administrativas, Magister y Doctor en Ciencias Económicas. Docente e investigador en diversas universidades, se desempeñó como Subgerente Económico y Subgerente General de TMSA, y como Superservicios en los gobiernos de Gustavo Petro como alcalde de Bogotá y como Presidente de Colombia.

Foto tomada de: albertobemo en Instagram