

**MERCADEO POLÍTICO EN LA ELECCIÓN POPULAR DEL ALCALDE DE LA
CIUDAD DE CALI DESDE 1.986 A 2008**

Una aproximación a la historia de la “nueva política” en la ciudad

Autor: Jaime León Ortiz A

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE HUMANIDADES
MAESTRIA DE HISTORIA
SANTIAGO DE CALI**

2014

**MERCADEO POLÍTICO EN LA ELECCIÓN POPULAR DEL ALCALDE DE LA
CIUDAD DE CALI DESDE 1.986 A 2008**

Una aproximación a la historia de la “nueva política” en la ciudad

Autor: Jaime León Ortiz A

**Trabajo para optar al título de
Magister en Historia**

**Director:
PhD. John Jairo Garzón E.**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE HUMANIDADES
MAESTRIA DE HISTORIA
SANTIAGO DE CALI
2014**

Resumen

Esta investigación histórica explora las primeras ocho elecciones de alcalde popular de Cali, realizadas entre 1988 y 2007, reconociendo las permanencias y los cambios en las dinámicas electorales, tanto desde la perspectiva de los partidos y movimientos políticos, como de las estrategias de mercadeo político que se utilizan en la comunicación electoral, entre los candidatos a alcalde y sus electores. En el trasfondo de esta historia se pueden leer los acontecimientos políticos, sociales y fiscales que afectan a la ciudad de Cali, y a sus habitantes, durante el período de análisis.

En la metodología del trabajo se utiliza como referente historiográfico, la historia del tiempo presente.

Palabras claves

Mercadeo político – elección de alcalde – imagen del candidato – partidos políticos

Abstracts

This historic paper explores election of the first eight popular mayor of Cali, made between 1988 and 2007, recognizing the permanence and changes in electoral dynamics, both from the perspective of political parties and movements, as political marketing strategies that used in the electoral communication between candidates and their voters. In the background of this story you can be read political, social and fiscal events affecting the city of Cali, and its inhabitants during the analysis period.

The methodology of the work is used as historiographical reference, the history of the present time.

Keywords

Political Marketing - mayoral election - image of the candidate - political parties

CONTENIDO

Introducción	1
I. El sistema político electoral colombiano	10
II. Campañas electorales para alcalde popular de cali	27
Vamos a elegir el alcalde - Marzo 13 de 1988.....	32
La dinastía de los Trujillo - Marzo 11 de 1990	38
De la política al civismo - Marzo 8 de 1992	45
La clave es el multipartidismo - Octubre 30 de 1994	54
Las campañas acuden a la creatividad - Octubre 26 de 1997	62
Otro candidato periodista - Octubre 29 de 2000	73
No hay peor ciego- Octubre 26 de 2003	85
La tercera va la vencida - Octubre 28 de 2007.....	95
III. Estrategias de mercadeo político.....	100
El partido unido jamás será vencido – primera elección 1988.....	101
Villegas, el Mejor – segunda elección 1990	117
Un candidato cívico? Tercera campaña 1992	123
La clave es la unión? Cuarta campaña 1994	131
El hombre fuerte - quinta campaña electoral – 1997	143
La gente decente – sexta campaña electoral año 2000.....	154
Un ciego que ve más allá – séptima elección – 2003.....	167
La ciudad enferma – la octava campaña electoral – 2007	180
IV. Las encuestas en la campaña electoral de alcalde de Cali	186
Las encuestas en la campaña de 1988	187
Las encuestas en la campaña de 1990	190

Las encuestas en la campaña de 1992	192
Las encuestas en la campaña de 1994	194
Las encuestas en la campaña de 1997	201
Las encuestas en la campaña de 2000	206
Las encuestas en la campaña de 2003	209
Las encuestas en la campaña de 2007	212
Conclusiones	215
Bibliografía	224

TABLA DE ILUSTRACIONES

Figura 1 - Cali subdividida en 22 comunas	16
Figura 2 Territorios en Colombia y participación.....	18
Figura 3 Habitantes por comuna	32
Figura 4 “Cumpliendo el Compromiso con Cali”	41
Figura 5 Anuncios de la campaña del senador Balcazar	42
Figura 6 Los candidatos Renán Trujillo y Federico Renjifo	43
Figura 7 Los candidatos Germán Villegas y Pava Camelo	44
Figura 8 Precandidatos liberales a la alcaldía de Cali.....	49
Figura 9 Rodrigo Guerrero, candidato civico con el AD-M19.....	52
Figura 10 Candidatos Caicedo Lourido y Gustavo Zafra.....	53
Figura 11 alcaldes populares electos por partido	55
Figura 12 Candidatos Mauricio Guzman y Alvaro Quintero	61
Figura 13 Candidatos Francisco Lloreda y Ricardo Cobo	70
Figura 14 Candidatos Luis GÓmez y Margarita Londoño	71
Figura 15 Inscripcion de candidatos a la alcaldia de Cali	80
Figura 16 Candidatos Gustavo De Roux y Margarita Londoño	83
Figura 18 Candidatos Jose Luis Arcila y Jhon Maro Rodriguez	84
Figura 19 Anuncio en prensa del referendo uribista	87
Figura 20 Anuncios promoviendo la abstencion.....	88
Figura 21 Candidatos a la alcaldia con poco potencial	93
Figura 22 Candidatos Kiko Lloreda y Apolinar Salcedo	94
Figura 23 Harold Zangen es parecido al alcalde Eder	102

Figura 24	Vallas de Harold Zangen.....	103
figura 25	Encabezado de campaña de Nelson Garcés	104
Figura 26	Signos y lemas de campaña.....	105
Figura 27	Propuesta concretas para los caleños.....	106
Figura 28	Propuesta concretas para los caleños.....	107
Figura 29	Vallas de Garces Vernaza	108
Figura 30	Valla de Carlos Holmes Trujillo	109
Figura 31	Primera plana unión liberal	110
Figura 32	Anuncio de Trujillo Garcia	111
Figura 33	Vallas de Carlos Holmes Trujillo García.....	112
Figura 34	escenas marcha liberal en calles de Cali.....	113
Figura 35	Vallas rusticas de Henry Holguín.....	115
Figura 36	Estampas religiosas en las vallas de Holguin	116
Figura 37	Anuncio de metafora la ciudad como Empresa.....	117
Figura 38	anuncios de prensa de Jose Renan Trujillo	118
Figura 39	Anuncios de prensa de Jose Renan Trujillo	119
Figura 40	Anuncios de prensa de Villegas	120
Figura 41	Convenios sociales por Cali – el Constructor.....	120
Figura 42	Compromisos de Villegas basados en convenios.....	121
Figura 43	Anuncios de campaña de Federico Renjifo	122
Figura 44	Anuncio electoral de Federico Renjifo	122
Figura 45	Agencias de la Fundacion Carvajal en Cali	124
Figura 46	Anuncios de prensa de Rodrigo Guerrero.....	125

Figura 47 Rodrigo Guerrero y amigos pluripolíticos	126
Figura 48 Anuncios de Gustavo Zafra	127
Figura 49 Anuncio de prensa de Gustavo Zafra	129
Figura 50 Nuevos anuncios de Gustavo Zafra	130
Figura 51 Anuncio de la Clave	132
Figura 52 La Clave union electoral	133
Figura 53 Anuncio de Quintero y Claudio Borrero	134
Figura 54 Nuevos anuncios de Quintero	135
Figura 55 Anuncio sobre los territorios ejidos de la ciudad	136
Figura 56 Nuevos anuncios de la Clave	137
Figura 57 Campaña vamos a mejorar a Cali	138
Figura 58 Primera plana con noticias falsas	140
Figura 59 Anuncio de doble página	143
Figura 60 Anuncio de página completa de Lloreda	144
Figura 61 Anuncio de página completa	146
Figura 62 Pie de anuncio de Ricardo Cobo	147
Figura 63 Cobo en actividades proselitistas	148
Figura 64 Cobo el galán en manifestaciones populares	149
Figura 65 Apoyo del holmismo a Cobo	149
Figura 66 El predial el golpe definitivo de Cobo	150
Figura 67 Anuncio de prensa con promesa electoral	151
Figura 68 Margarita llamando la atención	152
Figura 69 Símbolos fallidos de Margarita	153

Figura 70 Jhon Maro inscribiendo su candidatura	155
Figura 71 Apoyo de El Caleño al candidato Arcila	158
Figura 72 Anuncio de Jose Luis Arcila	159
Figura 73 Anuncio de la campaña de Arcila.....	159
Figura 74 Anuncio de Margarita Londoño	160
Figura 75 Aviso de candidato independiente.....	162
Figura 76 anuncio de amigos de Piñacue y Gardeazabal	163
Figura 77 Campaña de Rosemberg Pabon	164
Figura 78 Anuncio de Rosemberg Pabon	165
Figura 79 Anuncio de la Camara de Comercio de Cali	166
Figura 80 Concejales con Apolinar Salcedo	167
Figura 81 Campaña caleñas y caleños de Kiko.....	169
Figura 82 Anuncio de Kiko Lloreda.....	170
Figura 83 Anuncio de pagina completa de Kiko.....	172
Figura 84 Anuncio previniendo a los votantes	173
Figura 85 anuncio de Apolinar Salcedo.....	174
Figura 86 Anuncio de Apolinar Salcedo.....	175
Figura 87 Alianza Apolinar Salcedo con Angelino Garzon	176
Figura 88 Quién ganará?	177
Figura 89 Millones de ojos para Salcedo.....	178
Figura 90 Entrevista de Kiko con el bastón.....	179
Figura 91 Regresa Guerrero a apoyar a Kiko Lloreda	180
Figura 92 La UAV demanda de los electores mas cuidado	181

Figura 93 Un médico para la ciudad.....	181
Figura 94 El cambio es ahora.....	182
Figura 95 Campaña sucia contra Ospina	183
Figura 96 Debate entre candidatos a la alcaldia	184
Figura 97 Instituciones invitan a votar bien	185
Figura 98 Tabla de la encuesta con cuál partido simpatiza?	188
Figura 100 Encuesta muestra otra version.....	196
Figura 101 Encuestas cuestionadas 1994.....	197
Figura 102 Resultado de las elecciones 1994	200
Figura 103 Intencion de voto Occidente 1997	203
Figura 104 Solo en la encuesta del Pais gana Lloreda 1997	204
Figura 105 Encuesta final dia de elecciones 1997	204
Figura 106 Alcaldia de Cali 1997.....	205
Figura 107 Resultado de las elecciones de 2000.....	209
Figura 108 Encuesta Gallup de intención de voto 2003.....	211
Figura 109 Polo Gana las elecciones de 2003	212
Figura 110 Resultado de las elecciones de 2007.....	214

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Apoyo de los concejales activos a los candidatos a alcalde	67
Tabla nº 2 Preferencia electoral 3ra y 4ta encuesta de CNC.....	187
Tabla 3 Intención de voto con Borrero 1994	195
Tabla 4 Intención de voto sin Borrero 1994	195
Tabla 5 Encuesta de CNC 1994	195
Tabla 6 Sondeo sobre el debate televisivo 1997	201
Tabla 7 Sondeo telefónico sobre intención de voto 1997	201
Tabla 8 sondeo publicado por columnista 1997.....	202
Tabla 9 Sondeo por llamadas a periodista radial 1997	202
Tabla 10 Intención de voto de CNC 1997.....	203
Tabla 11 Intención de voto de instituto de Opinión pública	203
Tabla 12 Encuesta de intención de voto Universidad del Valle 2000.....	206
Tabla 13 Encuesta Intención de voto publica Occidente 2000	206
Tabla 14 encuesta de Intención de voto CNC 2000.....	207
Tabla 15 Encuesta de intención de voto en Internet 2000	207
Tabla 16 Encuesta ‘apocrifa’ de intención de voto 2000.....	207
Tabla 17 Encuesta previa a elecciones CNC 2000.....	208
Tabla 18 Preferencia en candidatos Analizar 2003.....	210
Tabla 19 Preferencia en candidato Gallup 2003	210
Tabla 20 Preferencia en candidato El Tiempo 2003	210

DEDICATORIA

A mi hermano José Eduardo, en su memoria

AGRADECIMIENTOS

Es el momento para agradecer a personas de gran valor que han contribuido con el logro de la Maestría que culmina con este trabajo:

A Doña Yolanda Domínguez, Directora de la sede regional de Buga de la Universidad del Valle, que nos apoyó con su aprobación para cursar los estudios en la Maestría de Historia como docente, en representación de la sede.

Al profesor John Jairo Garzón, PhD, por su generosa dedicación como asesor del trabajo de grado. Al profesor Mauro Vega, PhD, que hizo la lectura del primer borrador y recomendó el esquema que finalmente adoptamos para el informe final. A los profesores de la Maestría de Historia, tanto del Departamento de Historia, como a los profesores visitantes, a quienes debemos nuevas luces.

A Hernán Adolfo, a Jaime y a María Lucy, quienes siempre me han ofrecido su apoyo incondicional.

Quiero reconocer además el excelente servicio que ofrece la Biblioteca Departamental Jorge Garcés Borrero de Cali, que espero perdure por siempre en beneficio de todos los vallunos.

INTRODUCCIÓN

Desde que surgieron en el mundo de la postguerra^{*}, las estrategias del mercadeo político, como recursos adecuados para que un candidato pudiera ganar las elecciones y alcanzar la presidencia de una nación democrática, la importancia de los asesores de campaña, que manejan la imagen del candidato y su comunicación con los electores, ha ido creciendo. Algunos politólogos cuestionan el papel de aquellos especialistas de mercadeo en los procesos electorales, porque muchas veces se ‘diseña’ el candidato como si fuera un nuevo producto que ingresará a las estanterías de las tiendas.

Pero la perspectiva puede ser diferente, el mercadeo político ayuda a los ciudadanos a escoger el ‘mejor candidato’ para conducir temporalmente su comunidad, aunque puede ocurrir que el candidato ganador, no sea un buen mandatario. Esta versión del mercadeo genera espacios de comunicación que permiten al elector aproximarse a la personalidad de sus líderes, conocer sus propuestas de solución y sus argumentos para sustentarlas, para poder compararlos con otros aspirantes al cargo de mandatario popular. Desde el punto de vista de la persuasión, de la retórica aplicada al discurso, el mercadeo político es un instrumento democrático de comunicación mutua entre quien propone, el candidato, y quien toma la decisión, el sufragante. Pero la comunicación entre la campaña y los electores puede afectarse negativamente por el ‘ruido’^{**} que generan los sucesos cotidianos que inciden en la vida del ciudadano.

En Colombia, la democracia local es un fenómeno reciente, pues la elección popular de alcaldes fue aprobada por el Congreso en 1986. Esta reforma constitucional se hizo para ampliar el alcance de la democracia representativa, otorgándole por primera vez al

^{*} La primera campaña electoral que se reconoce que utilizó estrategias y técnicas de comunicación de mercadeo político fue la de 1948, cuando un aparentemente derrotado Harry Truman, venció a su oponente republicano contra los pronósticos de las encuestas, gracias a su estrategia ‘Whistlestop’, en la cual recorrió más de 35.000 kilómetros en tren, haciendo paradas en los pueblos, para dar discursos breves.

^{**} En el proceso de comunicación se denomina ruido a la distorsión generada por fenómenos ajenos al contenido, que pueden estar afectando el canal de comunicación o al entorno del receptor, que pueden dificultarle el descifrar el mensaje.

ciudadano, la potestad para elegir a sus mandatarios locales^{***}. Pero esta alternativa democrática coincide con momentos turbulentos del acontecer nacional, que impactan la vida cotidiana de los ciudadanos. Los hechos, que entonces generan incertidumbre y expectativas negativas sobre el futuro del país, son: la continuidad del conflicto político armado, la violencia del narcoterrorismo, el robo de tierras y las masacres que perpetraron los paramilitares, la corrupción de los funcionarios, de las fuerzas de seguridad y de los jueces, entre otros fenómenos de orden nacional. En el ámbito local, los ciudadanos se ven afectados por el desempleo, la delincuencia común, la baja calidad de la educación y de la salud, y las deficiencias de los servicios públicos domiciliarios y de transporte.

Otro cambio significativo que se está produciendo en el país en los finales de la década de los años ochenta, es la adopción del modelo económico neoliberal, que modifica el rol del Estado en la sociedad, reduciéndolo al papel de árbitro, privatizando las empresas públicas, y que además, abre las fronteras a las mercancías producidas en otros países, afectando la producción de las industrias manufactureras nacionales. El país vuelca su economía a las exportaciones, teniendo como eje, la actividad extractiva minera.

En la calidad de hombre de mercadeo y de ciudadano, que había experimentado de diversas maneras los cambios institucionales y los violentos acontecimientos descritos, me preguntaba: cómo habrían transformado estos sucesos las costumbres políticas en Cali, y de qué manera, el mercadeo político tanto electoral, como de gestión pública, había incidido en el devenir político y cívico de la ciudad. Cuando encarábamos la disyuntiva de elegir el tema alrededor de la cual giraría el trabajo de grado para la Maestría de Historia, encontramos entonces una combinación de tres temáticas de interés personal, el mercadeo como oficio, la política como ciudadano y Cali, como natural de la ciudad.

Esta monografía, que es una aproximación histórica a los fenómenos políticos involucrados en la mecánica para elegir alcalde de Cali, se basa en una investigación cualitativa de las elecciones populares del mandatario municipal de Cali, desde la primera convocatoria en

^{***} El término local en este contexto tiene el alcance de municipal.

marzo de 1988 hasta los comicios realizados en octubre de 2007, haciendo énfasis en la comunicación que cada campaña política empleó para ganar las preferencias del electorado. El problema alrededor del cual gira la investigación, es que se aprecia un retroceso de los partidos políticos tradicionales en su capacidad de convocatoria de la ciudadanía, el surgimiento de movimientos significativos de ciudadanos, que presentan candidatos independientes a cargos de elección popular, y la adopción de prácticas de comunicación basadas en mercadeo político en las campañas electorales. Estas tendencias son complementadas por la aparición de una opinión pública independiente, pero principalmente por una indiferencia ciudadana hecha manifiesta en una alta abstención electoral. El mercadeo político como oficio de comunicación y de promoción de propuestas electorales y de gobierno, pretende reactivar la conexión entre los políticos profesionales y la ciudadanía.

El período de tiempo seleccionado para la investigación, 1986-2007, es el máximo intervalo que se habría podido definir para el alcance de la indagación histórica, en el momento en que se planteó el proyecto. Este período, que comprende ocho elecciones de alcalde popular, permite identificar los cambios y las permanencias que se presentan en el quehacer político electoral alrededor de la escogencia del mandatario de la ciudad. La pregunta de la investigación se podría expresar en los siguientes términos: En qué medida el mercadeo político ha venido adquiriendo importancia en la elección del alcalde popular de Cali, en detrimento de la mecánica electoral representada por los partidos políticos?

Por qué es interesante esta temática como eje de la investigación? Los analistas que tratan la ciudad de Cali desde diferentes perspectivas, hasta 2007, coinciden que la urbe ha sufrido un deterioro grave en los últimos veinte años, periodo que coincide con la implementación de la elección popular de alcaldes? Pero qué ha sucedido? por qué en el mismo intervalo de tiempo, ciudades como Medellín, Bucaramanga o Barranquilla, para no mencionar a Bogotá, han tenido mejor suerte? Sin entrar en detalles en la comparación de balances, en el estudio se puede apreciar lo que ocurre con la ciudad de Cali y el municipio, y en qué medida ha tenido relación este deterioro con cada mandato popular de alcalde.

Retomado el tema de marketing político y las campañas electorales para escoger alcalde popular, cuáles son las estrategias de comunicación y de imagen que los candidatos han construido, y como se ha manejado la conexión con los votantes, que le ha permitido ganar a los políticos que han ejercido el cargo desde 1988 hasta 2008 puede aportar información para la formación de profesionales en el oficio del mercadeo político especialistas en procesos electorales. El texto puede ser de interés para cualquier caleño que quiera aproximarse a la historia del mercadeo político en la ciudad.

En Cali, la ciudadanía ha elegido candidatos que han construido su imagen como ‘constructores’, como ‘líderes carismáticos’, como comunicadores, como médicos o inclusive, hombres honestos con ‘poderes extrasensoriales, que en gran medida han defraudado las expectativas de sus electores. Mientras en ciudades como Medellín, los electores han preferido políticos que se muestran como ‘gerentes’, o como ‘académicos’, y han tenido mejor suerte. No pretendemos achacar los males de la ciudad a la imagen que elaboran sus candidatos a alcalde, pero si pueden ayudar a mejorar la interpretación acerca de las razones por las cuales los ciudadanos les eligieron.

Los veinte años que comprende el estudio, tienen como punto de partida, una imagen de Cali como una ciudad bien gestionada, un lugar de oportunidades, con algunos problemas en gestación, como la influencia de la economía de las drogas ilícitas y como la inmigración que incrementa los asentamientos urbanos ilegales, pero con una ciudadanía cívica y optimista. Cali, con el transcurrir de los años, se transformó en una ciudad oscura, abandonada y deprimente, un municipio en crisis fiscal, con bajos niveles de desempeño, con una corrupción rampante, donde es manifiesta la carencia de liderazgo y una baja gobernabilidad.

El poder elegir a un nuevo alcalde popular, cada cierto período, hace renacer la esperanza de encontrar soluciones, los ciudadanos pueden tener expectativas positivas acerca de sus nuevos dirigentes para que ‘tomen el timón y lleven a buen puerto la nave’, sin embargo, algunos de los representantes elegidos defraudaron la confianza de los habitantes de la

ciudad, entonces vuelve el escepticismo, el cual, sigue nutriendo la abstención electoral. El mercadeo político en la campaña para elegir alcalde, tiene el rol de convocar a los votantes para derrotar la abstención, de informarlos acerca de las soluciones que prometen los aspirantes a ser mandatarios locales, y de generar un ambiente positivo con respecto al futuro de la ciudad.

El mercadeo político sigue vigente cuando el candidato se transforma en mandatario, algunas veces la imagen y el contenido sutilmente se cambian para servir a los intereses del gobierno a cargo, y mejorar su relación con la ciudadanía, en general. Pero cabe aclarar que esta fase no hace parte del alcance de trabajo de investigación, pues como se ha mencionado, se estudia el mercadeo político en el contexto de la elección popular, principalmente.

Esta monografía es una historia del tiempo presente^{*}, la cual tiene como hipótesis, el que: En la medida en que se han venido sucediendo los mandatos de los alcaldes populares, ha sido cada vez más importante el mercadeo político en la campaña electoral de alcalde de Cali, en tanto la pérdida de convocatoria de los partidos políticos, el abandono de las plazas públicas como espacio de contacto entre el candidato y los votantes, y en particular, por el crecimiento de la ciudad.

La metodología de la historia del tiempo presente es coherente con la caracterización del elector contemporáneo, puesto que al manejar diacrónicamente el espacio, desde el entorno local, regional, nacional, hasta el ámbito de alcance global, tiene en consideración de manera integral los factores influyen en la vida de los ciudadanos.

La investigación se centra en las estrategias del mercadeo electoral en cada campaña, sin embargo, como se realizará un levantamiento sincrónico relacionado con los partidos

^{*} Hacer historia del período que acomete este autor (1986-2008), demanda buscar referentes que avalen el proceso histórico que comprenderá el proyecto. Hemos hallado afortunadamente en Colombia un grupo de investigación que trabaja el concepto de Historia del tiempo presente en la Universidad de los Andes, es dirigido por el profesor Hugo Fazio, quien es pionero en el país en este tipo de historiografía.

políticos a nivel local y con el ambiente político nacional, alrededor de cada evento electoral de alcalde, se hará un análisis de carácter diacrónico que brinde una interpretación acerca de los cambios en los agentes políticos que participan en la vida de la ciudad, como lo son: los habitantes, los electores, los partidos y movimientos políticos, los estamentos cívicos y gremiales, los líderes y los medios de comunicaciones, y qué influencia han tenido en las estrategias de campaña.

La metodología hace el levantamiento documental y de interpretación se hizo siguiendo el procedimiento que se describe:

- Se compila material para construir el marco teórico y el marco contextual, en temas que soporten el desarrollo del trabajo, tal como se puede observar en la bibliografía, que incluye tanto textos de referencia como informes de investigación.
- El trabajo de campo que duró dos años se hizo haciendo una exploración documental detallada relacionada con las elecciones populares de alcalde de la ciudad. Incluye textos, informes de investigación y al menos seis meses de prensa escrita. De cada elección se cuenta con al menos quinientas fotografías y decenas de artículos de prensa y columnas de comentaristas locales.
- El levantamiento basado en la prensa incluyó los seis meses previos a la fecha de las elecciones de publicaciones como: El País, Occidente, El Caleño, El Tiempo, El Espectador y la Revista Semana. Los informes publicados por la Registraduría de los resultados de cada jornada electoral.
- Documentos relacionados con el ámbito político electoral producidos en medios académicos como la Universidad Icesi, la Universidad Javeriana y en menor medida, la Universidad del Valle.
- Documentos publicados por el municipio de Cali, o por los gremios.

La construcción temática que surge de la indagación atendiendo la metodología de la historia del tiempo presente, se hizo de la siguiente forma:

- Contexto global, que sucesos relevantes ocurren en el mundo, que tengan incidencia política, social, económica o cultural con el ciudadano de Cali

- Contexto nacional, que sucesos relevantes ocurren en Colombia que tengan incidencia política, social, económica o cultural con el ciudadano de Cali
- Contexto local, que ocurre en la ciudad? Se toma una panorámica sincrónica que incluye: el municipio, la comunidad, los ciudadanos, los grupos de interés.
- Los partidos políticos y los movimientos significativos de ciudadanos
- Desempeño del anterior alcalde
- Campaña electoral y candidatos
- Manejo de la campaña de mercadeo electoral de cada candidato
- Evolución de las encuestas hasta el día de elecciones

El hilo conductor que va permitiendo la profundización de la investigación en las conexiones entre los contextos generales y los más detallados, es el método indiciario explicado por Ginzburg¹.

Esta exploración pretende la identificación de las permanencias y las transformaciones que afectaron la política local en la ciudad de Cali durante el período de estudio, leídas a través de la comunicación de las campañas electorales. La indagación, que es de carácter local, se contextualizará con los acontecimientos políticos que se dan en el país, de tal forma que se harán explícitas las influencias reciprocas entre la ciudad y el país. Cali es, por su población² (2'050.000 habitantes), la tercera ciudad de Colombia.

El texto se ha subdividido en cuatro capítulos que preparan al lector hacia una interpretación más sólida acerca de la política local en estos años y del manejo de las campañas electorales.

¹ Ginzburg, Carlo, Mitos, emblemas e indicios. Morfología e Historia, BEG Gedisa, Barcelona, 2008

² Dane, Libro Censo 2005 Nacional, Dane, Bogotá, p. 54, disponible en www.dane.gov.co/censo/

1. El sistema político electoral colombiano

En este capítulo, se explica el marco institucional que soporta el sistema político electoral colombiano en sus diferentes órdenes, el nacional, el departamental, el municipal, que es el centro de interés de este estudio, el comunal y el residencial.

En el período de análisis se producen importantes cambios en el sistema político electoral, se pueden elegir mandatarios regionales y locales, la democracia representativa pasa nominalmente a ser una democracia participativa, los ciudadanos pueden actuar promoviendo leyes, participar en referendos o en revocatorias de mandato. En las elecciones, se deja de utilizar el voto en papeleta, que se reemplaza por el voto en un tarjetón electoral. En las elecciones de corporaciones públicas se pasa del voto de lista cerrada al voto preferente. El sistema de partidos políticos³ facilita la creación de nuevos partidos y de movimientos ciudadanos, y se da un margen de participación a las minorías étnicas. Surge la necesidad del aval de los partidos para la participación como candidato en cualquier elección popular.

El capítulo concluye con una introducción a las definiciones y a las prácticas del mercadeo político, las cuales se tomarán como referencia en los capítulos siguientes.

2. Las campañas electorales de alcalde de Cali

En este capítulo se hará un recorrido diacrónico, campaña electoral a campaña electoral, centrando la atención en los partidos políticos y en los movimientos ciudadanos que participan en las mismas. Se relacionan los candidatos que se presentan como aspirantes a ser alcalde de Cali. En el trasfondo de esta aproximación histórica se detallan los problemas de la ciudad y del municipio, así como la gestión del mandatario de turno.

³ Diario Oficial No. 41280, del 23 de marzo de 1994, Ley 130 de 1994, Congreso de la República, Bogotá

3. Estrategias de mercadeo político en las campañas electorales

Cuando un aspirante quiere lanzar su candidatura para ser elegido Alcalde de la ciudad, una de sus primeras decisiones es conformar un equipo de campaña. Su objetivo es definir las estrategias de comunicación ganadoras. En este capítulo, la atención se centra en los contenidos, las formas y los medios, que utiliza el equipo de la campaña electoral como parte de su estrategia de mercadeo político.

Durante la campaña electoral se analiza la imagen que cada candidato pretende proyectar de sí mismo para atraer a sus votantes. Se describe, además, su relación con la comunidad y con los medios de comunicación.

4. Las encuestas en la campaña electoral de alcalde de Cali

El incluir en el informe un anexo que detalla las encuestas electores como recurso de medición de las campañas, permite recocer las fluctuaciones en la popularidad de los candidatos midiendo la intención de voto de los electores. Cuando hay encuestas contradictorias cuya diferencia significativa es mayor que el error muestral, se intentará mostrar la manipulación de la encuesta por parte de los medios de comunicación favorables a un candidato u a otro.

Existe aún mucha documentación compilada, que se excluye del informe por limitaciones de espacio, pero que contribuiría a enriquecer esta perspectiva histórica reciente de la política de la ciudad. Ese material extraído de las mismas fuentes, puede generar nuevas hipótesis, particularmente acerca de los actores políticos y de los medios de comunicación social de la ciudad. Se producirán nuevas preguntas, que trataremos de exponer en futuros artículos.

Cali, Octubre de 2014

I. EL SISTEMA POLÍTICO ELECTORAL COLOMBIANO

En este capítulo, se explica el marco institucional que soporta el sistema político electoral colombiano, centrando su atención en los cambios que se han dado en el orden municipal.

La democracia es la posibilidad que tiene la mayor parte de la población de participar en las decisiones de la ciudad o del país, tales como aprobar proyectos o elegir a sus gobernantes, elegir a los diputados de los cuerpos colegiados, elegir a los magistrados de la justicia, todos ellos como representantes del poder soberano del pueblo a un término fijo de tiempo, después del cual, se vuelven a hacer elecciones. La democracia en la acepción moderna, posterior a la revolución americana y a la revolución francesa, hace referencia a la versión de democracia representativa.

Desde los primeros tiempos de la independencia de la Monarquía Católica Española, los habitantes del actual territorio de la República de Colombia, han convivido con la democracia como sistema de gobierno. Durante gran parte del siglo XIX, el sistema político fue una democracia restringida, para la cual solo eran ciudadanos (aptos para votar) aquellos vecinos que fueran:

- Casados, mayores de 21 años y poseyeran propiedades (1832), o
- Nacionales, mayores de 21 años, dueños de bienes, 300 pesos o más y una renta mínima anual de al menos 150 pesos (1843), o
- Ciudadanos, hombres casados, mayores de edad con propiedades (1853), y
- Hombres que demostraran ser ilustrados (1863)

Solo en 1936, hubo sufragio universal para todos los hombres, y en 1957, para las mujeres.

En principio, el derecho de elegir y ser elegido se limitó a las corporaciones públicas, como el congreso o la asamblea nacional. Estos organismos colegiados elegían de manera indirecta a los funcionarios que estarían a cargo del poder ejecutivo. Gracias a la reforma constitucional de 1910, por primera vez, en 1914, los colombianos ‘aptos para votar’ eligieron en forma directa a José Vicente Concha como Presidente de la República.

El sistema político poco a poco fue extendiendo al resto de la población, los derechos democráticos de elegir y ser elegido. Así mismo, se amplió el número y la calidad de las posiciones y curules que estaban disponibles. Hasta finales del siglo xx, los colombianos solo podían elegir al Presidente de la República en el poder ejecutivo, y a los senadores y a los representantes a la cámara en el poder legislativo en el orden nacional, cada cuatro años, y a los diputados y a los concejales, para las corporaciones públicas regionales y locales, cada dos años. El sistema de gobierno era una democracia representativa, con una concentración del poder en el ejecutivo, lo que significa un régimen presidencialista y centralista, como se deriva de la centenaria constitución política de 1886.

Uno de los principios de la democracia es el respeto por la minoría, este garantiza qué, quien una vez votó con la mayoría, pueda luego cambiar de opinión, llegando un momento, si es dado el caso, que la antigua minoría tenga la posibilidad de convertirse en una nueva mayoría, y viceversa⁴. Este es el principio de la pluralidad en la democracia liberal. La pluralidad se manifiesta en la existencia de partidos políticos.

Los partidos políticos son organizaciones de individuos que comparten un objetivo común, bajo una doctrina política, llegar al poder, tomar las riendas del gobierno⁵. En principio, los partidos construyen mecanismos de acción electoral, también conocidos como maquinarias, los cuales organizados en cuadros, comandos o células, que bajo la guía de líderes zonales movilizan el electorado.

Los partidos políticos que organizó en 1830 la élite colombiana de vocación civilista que desplazaron en el poder político a los militares venezolanos que nos dieron la independencia⁶, respondían en principio a dos corrientes, una de vocación agrícola, apegada a la tradición católica, de donde nace el Partido Conservador, y otra con vocación comercial y artesanal, simpatizante del Estado laico, gestó el Partido Liberal. Ambos partidos políticos, consolidados en el siglo xx, se alternaron en el poder, siempre rodeando a un

⁴ Sartori, Giovanni, *Que es la Democracia*, Altamira, Bogotá, 1994, pág. 17

⁵ Sartori, Giovanni, *Partidos y Sistemas de Partidos*. Alianza, Madrid, 2005

⁶ Guillén Martínez, *El poder político en Colombia*, Planeta, 2008, Bogotá, pág. 245-302

presidente poderoso. Tanto los conservadores como los liberales acudían a las urnas convocando el favor de las bases populares, en algunos casos campesinos, en otras artesanos y obreros, quienes votaban por candidatos que poco favorecían sus intereses, para ocupar curules en corporaciones públicas como el Congreso Nacional, las asambleas departamentales y los concejos municipales. Los partidos políticos desarrollan, desde entonces, sus campañas electorales formando clientelas locales alrededor de un gamonal, en el campo, o de líderes de barrio o de gremio, en la ciudad.

La campaña electoral para la Presidencia de la República se convirtió en un evento clave para la supervivencia de los partidos. Quien perdía las elecciones era despojado de las mieles del poder, y muchos de sus partidarios eran perseguidos por sus convicciones políticas. Desde los años treinta del siglo pasado la pugnacidad entre simpatizantes de un partido y de otro, fue creciendo hasta convertirse en violencia política generalizada en 1950.

El Partido Conservador y el Partido Liberal se enfrentaron en dos guerras civiles en el siglo XX. Hasta que, en 1957, sus dirigentes pactaron el Frente Nacional, un periodo de veinte años (1958-1978) en el que ambos partidos se alternaron en la Presidencia, manteniendo la paridad en los beneficios del poder, excluyendo a otros pequeños partidos, como el Partido Comunista, y la Alianza Nacional Popular (ANAPO). En este periodo se apaciguó la violencia partidista, pero estalló el conflicto social y político, con la aparición de cuatro movimientos guerrilleros.

Hasta el año 1986, el poder ejecutivo del orden nacional, el Presidente de la República, nombraba a los gobernadores de Departamento y por su intermedio a los alcaldes, de al menos las primeras cuatro capitales del país. Con el propósito de ampliar el sistema electoral hasta el territorio local, se hizo una reforma constitucional sobre la centenaria carta magna. En las reformas constitucionales de 1910, 1946, 1945, y 1957 se hicieron cambios al sistema democrático, ampliando la base electoral, pero estas modificaciones no afectaron la designación del mandatario municipal.

En los años 1959, 1962, 1970, 1974, 1975, 1976, 1980, y finalmente en 1984⁷, se presentan en el congreso proyectos de ley de iniciativa parlamentaria para designar a los alcaldes y a los gobernadores por el sistema de elección popular, los cuales tienen el propósito explícito de ampliar el alcance del régimen democrático y romper el cerco centralista, otorgando a los ciudadanos el poder para elegir por votaciones a sus mandatarios locales, pero los proyectos no alcanzan a despertar el interés y desaparecen después de lánguidos debates en las Cámaras Legislativas.

En el gobierno del presidente Belisario Betancourt (1982-1986) se realizaron los primeros diálogos de paz con los movimientos insurgentes autodenominados, Ejército de Liberación Nacional (ELN) y Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), en un esfuerzo por terminar el conflicto armado que ha desangrado al país⁸. De estas negociaciones, surgen⁹ dos circunstancias políticas:

- El movimiento Unión Patriótica, que sería el primer intento de las FARC de tomar el camino de la lucha política por alcanzar el poder. Este partido sufriría entre 1985 y 1989, la más perversa campaña de exterminio liderada por agentes del Estado, las fuerzas militares, aliados con las nacientes autodefensas patrocinadas por los narcotraficantes más poderosos del país.
- La elección popular de alcaldes como una forma de ampliar la democracia al ofrecer a los ciudadanos la opción de elegir directamente a sus mandatarios locales. El alcalde municipal dejaría de ser una ficha del gamonal de la región para convertirse en un gobernante con mandato democrático. En teoría, los partidos que nacieran de la guerrilla tendrían entonces la oportunidad de alcanzar el poder local en las zonas donde ejercían tradicionalmente control, los llamados entonces territorios nacionales.

⁷ Vázquez V., Orlando, Elección popular de alcaldes, itinerario de una reforma constitucional, Editorial Jurídica Universitaria, Medellín, 1985

⁸ Waldmann, Peter, Guerra civil, terrorismo y anomía social, El caso colombiano en un contexto globalizado, KAS, Ed. Norma, 2007, pag. 242

⁹ Arias Trujillo, Ricardo, Historia de Colombia Contemporánea (1920-2010), Universidad de los Andes, Bogotá, 2011, p.149

Ambas decisiones se encaminaban a ampliar el espectro político partidista, limitado entonces a los partidos tradicionales, y a descentralizar el poder político, dándole oportunidad a los municipios a los cuales no llegaba la acción del Estado, para tener cierta autonomía política y fiscal¹⁰.

En el año 1986 una reforma constitucional a la carta de magna de 1886 habilitó la elección popular de alcaldes para periodos de dos años. Se conoce como el Acto legislativo N°1 de 1986.

En los siguientes cinco años se introducirían cambios más profundos en el sistema político colombiano gracias a la promulgación de una nueva Constitución Política.

La Asamblea Nacional Constituyente surge en 1990 como el fruto de varios acontecimientos:

- el movimiento liderado por jóvenes universitarios que propuso la séptima papeleta, que fue acogida por la ciudadanía en las urnas como un plebiscito para reformar la constitución centenaria de 1886;
- la paz recién pactada por el gobierno de Virgilio Barco Vargas con tres movimientos insurgentes, el M19, el EPL y la Corriente de Renovación Socialista del ELN¹¹;
- la arremetida que soporta el país de parte de los narcotraficantes, que han asesinado en dos años a 4 candidatos presidenciales, y a los líderes más destacados del nuevo partido, la UP. Han caído por las balas asesinas Jaime Pardo Leal (oct-1988), candidato de la UP a las elecciones presidenciales de 1986¹², Luis Carlos Galán (Ago-1989), candidato del Partido Liberal, Carlos Pizarro Leóngomez, candidato de la Alianza Democrática M19, Bernardo Jaramillo Ossa, candidato de la UP, los tres últimos participaban de la contienda electoral de 1990.

¹⁰ Ochoa, Doris, Restrepo, Dario, Diez años de descentralización, diez años de resultados y perspectivas, Fescol, 1996, Bogotá

¹¹ Waldmann, Peter, Guerra civil, terrorismo y anomía social, El caso colombianos en un contexto globalizado, KAS, Ed. Norma, 2007, pag. 249

¹² Arrieta – Otros, Narcotráfico en Colombia, Dimensiones políticas, económicas, jurídicas e internacionales, Uniandes, 1991, pag- 262-265

En los finales del año 1990, con el apoyo del gobierno de Gaviria y de la Corte Suprema de Justicia se realizan elecciones para componer la Asamblea Constituyente. Los constituyentes revocan el congreso nacional y deliberan durante seis meses.

La constitución política es promulgada en Julio de 1991 con el beneplácito del gobierno del presidente Cesar Gaviria. Uno de los cambios significativos es la transformación del sistema político a una democracia participativa. Es decir, un sistema que propicia la intervención directa del ciudadano, como promotor de iniciativas legislativas, como veedor de la gestión de sus mandatarios, y eventualmente, como gestor de la revocatoria de los mandatarios elegidos.

La Constitución Política de Colombia reza:

Artículo 1. Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.¹³

La Constitución Política de Colombia de 1991 amplió el periodo para los alcaldes elegidos hasta los tres años, y habilitó además, la elección popular de gobernadores de departamento.

En el contexto del territorio local se introducen otras reformas democráticas, que pretenden descentralizar aún más la toma decisiones políticas, se crean las comunas.

La Ley 11 de 1986 faculta a los concejos de los municipios a subdividir su territorio en jurisdicciones político administrativas denominadas Comunas en las zonas urbanas, y Corregimientos en las zonas rurales. A la cabeza de estas jurisdicciones está un cuerpo colegiado llamado Juntas Administradoras Locales (JAL), que estarán integradas entre tres

¹³ Constitución Política de Colombia, 1991

y siete miembros, de los cuales al menos la tercera parte serán elegidos de forma directa por los vecinos de la comuna¹⁴.

En la ciudad de Cali, una de las primeras decisiones del Concejo Municipal el año de 1988, es definir territorialmente las Comunas de la Ciudad (entonces 20, hoy son 22).

FIGURA 1 - CALI SUBDIVIDIDA EN 22 COMUNAS



Fuente: sitio web de municipio de Cali

El Concejo Municipal de Cali por medio del acuerdo 11 de julio de 1988, crea el cargo de Secretaria de Desarrollo Comunitario, teniendo como sus principales funciones, entre otras:

¹⁴ Ochoa, Doris, Restrepo, Dario, Diez años de descentralización, diez años de resultados y perspectivas, Fescol, 1996, Bogotá

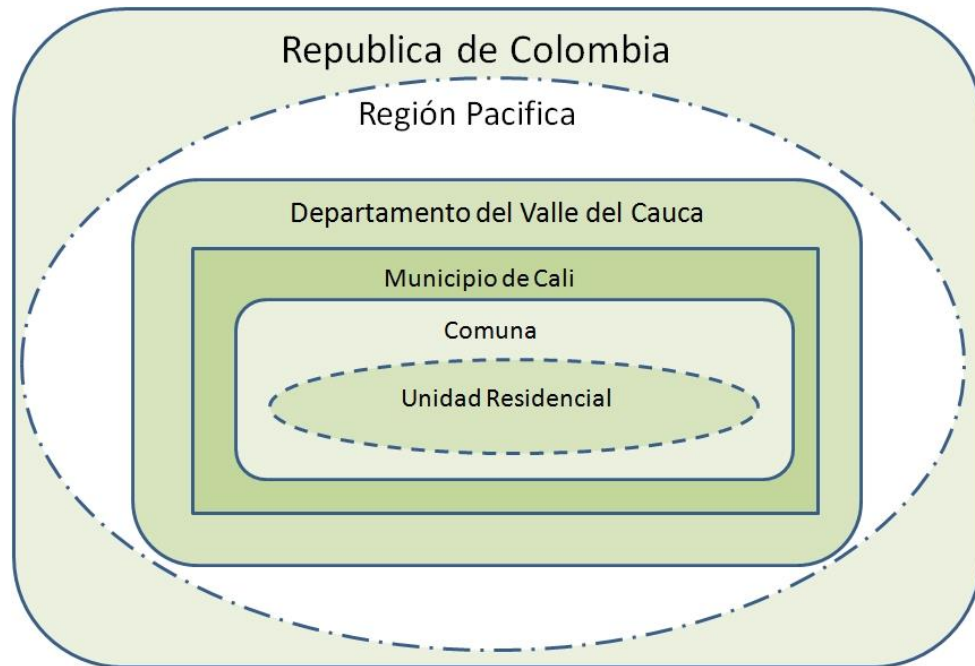
- el organizar e incentivar la participación ciudadana en la promoción y funcionamiento de las organizaciones de carácter comunitario
- fomentar, organizar y asesorar a la juntas de Acción comunal, a las Juntas Administradoras Locales de la Comunas y Corregimientos, a las cooperativas y asociaciones comunitarias.

El conjunto de las atribuciones de las JAL es de carácter consultivo.

El artículo 318 de la nueva Constitución Política de Colombia (1991) definió con mayor detalle las funciones de las JAL. No es una casualidad, que en lapso de solo seis años, de 1986 a 1991, la organización administrativa y política de los municipios cambiara tan radicalmente. Como lo explica Norberto Bobbio al definir las diferencias entre la democracia representativa y la democracia directa, de casi imposible implementación esta última en los tiempos modernos, cuando los países son muy extensos, y las ciudades están masivamente pobladas, el aumentar los espacios electorales acotando los territorios a la localización del ciudadano y aproximando la pertinencia de la decisiones a tomar, aumentan la relevancia y el interés de la votación¹⁵.

Los legisladores (1985-1986) y el constituyente (1991), tenían la intención de ampliar los espacios democráticos con el propósito de dar solución política al conflicto armado, que ha caracterizado este país desde 1930. Así mismo se intentaba aumentar la legitimidad del régimen democrático de Colombia buscando aumentar la participación electoral de los ciudadanos para derrotar la tradicional alta abstención en las votaciones.

¹⁵ Bobbio, Norberto, El Futuro de la Democracia, FCE, Bogotá, 1997, pag 65

FIGURA 2 TERRITORIOS EN COLOMBIA Y PARTICIPACIÓN

Fuente: Elaboración del autor

Una reforma constitucional en el año 2002, volvió a ampliar la duración del mandato de los alcaldes municipales hasta completar cuatro años.

Entre el año 2007 y el 2010, el gobierno del Presidente Álvaro Uribe, intentó infructuosamente dos reformas políticas que incluían la reelección de alcaldes y de gobernadores. En 2004, Uribe hizo aprobar del congreso una reforma constitucional que permitía su reelección como Presidente en 2006. En 2010 quiso volver a cambiar la Constitución con el mismo propósito, pero la Corte Constitucional se lo impidió.

La Ley 136 de 1994 reglamentó el cargo de alcalde municipal, en ella se detallan las funciones y las obligaciones del alcalde popular.

A pesar de que el sistema democrático iba dejando de ser excluyente con sectores de la población como los campesinos, los obreros y las mujeres, la abstención ha sido el gran estigma del sistema electoral hasta los tiempos más recientes. Desde porcentajes tan bajos

como el 66% en las elecciones de 1978, hasta el 56% en las elecciones legislativas de 2014¹⁶, llegando Bogotá a representar una abstención del 65% en esos mismos comicios¹⁷. Si se suma que, en esta ocasión se encuentran más 1,5 millones de votos nulos por cada cámara, y cerca del 6,5% de electores que prefirieron el ‘voto en blanco’¹⁸, hay una seria crisis de la participación electoral. La abstención ha sido durante casi sesenta años, el dolor de cabeza de los gobiernos y los políticos, que se benefician de ella, pero a su vez al ser elegidos por minorías, particularmente por clientelas políticas, ven minada su legitimidad y su gobernabilidad.

El profesor italiano Norberto Bobbio hace una disertación relativa a la democracia desde los orígenes del liberalismo, los derechos del hombre, la democracia directa vs la democracia representativa, la democracia social, derivando en los diferentes roles simultáneos que juega el individuo del presente como actor político, y los distintos intereses que participan en las decisiones de la democracia, poniéndola finalmente en duda. Es así, como Bobbio hace un despliegue de las contradicciones de la democracia, de las promesas no cumplidas, pero también afirma que por ahora, no se conoce otro sistema de gobierno mejor¹⁹. El autor francés Rosanvallon dice que, desde los tiempos de las primeras democracias liberales nacidas de las revoluciones americana (1776) y francesa (1789), se han introducido los pesos y contrapesos de control político, que hacen de la democracia representativa sino la solución perfecta y equilibrada, al menos la menos mala de las formas de gobierno, hasta ahora²⁰.

Los pueblos y los dirigentes políticos habían suscrito un pacto por el bienestar. Los partidos políticos, que han estado a cargo de este compromiso, han faltado a él, se han convertido con los años, en agencias de empleo estatal (clientelismo) o en el mecanismo de algunos,

¹⁶ El País (Madrid), ‘La alta abstención en las legislativas colombianas preocupa a la OEA’, 11-marzo-2014, www.elpais.com

¹⁷ El Tiempo, ‘La abstención fue la ‘reina’ de la jornada en Bogotá’, 10-marzo-2014, www.eltiempo.com

¹⁸ Notimerica, ‘Los colombianos se decantan por la abstención en las elecciones parlamentarias’, 10-marzo-2014, www.notimerica.com

¹⁹ Bobbio, Norberto, *El Futuro de la Democracia*, FCE, Bogotá, 1997

²⁰ Rosanvallon, Pierre, *La democracia inconclusa*, Taurus, Universidad Externado de Colombia, 2006

para conseguir jugosos contratos con el Estado²¹, o sencillamente en una fuente de enriquecimiento personal. En el mundo, la gente está desencantada de la política. Hay apatía hacia la acción política, hacia el compromiso partidario, hay tendencias que promueven el ser apolítico²², o que desvían el interés, en particular de los jóvenes y de los ciudadanos, hacia otras causas, como la religión, el ecoactivismo o el gamberrismo, inclinaciones apolíticas promovidas por los grupos dominantes, que cumplen el papel de mantener es estado de cosas relacionadas con el poder, mientras el modelo económico imperante incrementa la inequidad social.

Aunque en Colombia, estudios académicos recientes han adjudicado las razones de la alta abstención, principalmente al obsoleto aparato de registro electoral que maneja la Registraduría que desestimula la participación de los ciudadanos al dificultarles la acción de votar, desde la perspectiva del mercadeo político, surge la necesidad no solo de persuadir a los votantes en medio del debate electoral para decantar sus preferencias en favor de uno u otro candidato, sino que además, la institucionalidad deberá hacer campañas promocionales en los medios de comunicación para motivar a votar a los ciudadanos renuentes.

En ámbitos geográficamente restringidos, en la democracia griega, cuando se tomaban decisiones relativas al gobierno y a la justicia de la ciudad estado, participaban los ciudadanos convocados al ágora, había democracia directa. Los candidatos exponían sus propuestas y planteaban sus argumentaciones para ganarse la preferencia de la audiencia, los ciudadanos con derecho a votar. El partir de la razonabilidad intuitiva de los valores compartidos entre el orador y la audiencia, el utilizar la argumentación como forma de persuasión y el adornar el discurso con figuras para lograr mayor impacto, se conoce como retórica clásica. Los políticos griegos utilizaban la retórica para ganar el voto de los ciudadanos para su partido²³.

²¹ Beccassino, Angel, La Nueva Política, El entorno y la comunicación electoral, 2008, pag 13

²² Bourdieu define el movimiento apolítico como una calamidad que afecta la democracia, pues inmoviliza la acción política divergente que da fuerza y sentido al sistema político democrático.

²³ Perelman, , Chaim, El Imperio Retórico, retórica y argumentación, Vitral, Norma, Bogotá, 1997

Cuando se evoca el concepto de marketing político en los procesos electorales en las postrimerías del siglo XX, se hace relación de la segmentación del electorado, de los estudios de mercados, del diseño del programa de gobierno y de la estrategia de comunicación con el elector. Haciendo una analogía, se puede afirmar que el mercadeo político ejerció el papel de la retórica clásica en cuanto a la definición de los valores comunes fundamentales, de la argumentación de las propuestas y de la representación del discurso con figuras y formas que impactan y atraen al elector²⁴.

Los analistas que le achacan al mercadeo político el papel de artificio de la forma, como recurso de encantamiento del elector, se equivocan pues la argumentación y la persuasión son recursos legítimos. En un entorno donde el público son multitudes, donde los ciudadanos no conocen personalmente al candidato, ni conocen sus ideas, donde las plazas públicas desaparecen como escenarios del debate, donde los partidos políticos ya no tienen poder de convocatoria, el candidato debe acudir a las piezas publicitarias como forma de promover su “imagen” y sus ideas entre los electores, así como utilizar intensiva y extensivamente los medios de comunicación. Esto ocurre en escenarios donde aplica la democracia representativa.

Vale la pena aclarar, que un candidato que gana el favor del electorado utilizando las técnicas del mercadeo político, puede ser después un mandatario incompetente, o lo que es peor, un alcalde corrupto. El marketing político, como muchos oficios, tiene un propósito benéfico para la comunidad, pero si es utilizado por fuera de las buenas prácticas de mercadeo, o con poco sentido ético, se puede hacer un terrible daño a la sociedad. Es decir, distorsionando la realidad, se puede inducir al electorado a cometer importantes errores al elegir candidatos incompetentes o indeseables, que gracias a la maquinaria propagandística, disfrazan su escaso valor, o la poca transparencia de sus intenciones. En este caso, la contraparte, es decir, los candidatos de otros movimientos y sus estrategias electorales de comunicación deben develar la ‘máscara’ del candidato falaz. Los debates públicos suelen

²⁴ Martín Salgado, Lourdes, Marketing Político, Arte y ciencia de la persuasión en la democracia, Paidós, 2002, Barcelona

ser los espacios idóneos para confrontar las debilidades y las deficiencias conocidas de los candidatos. La prensa independiente también cumple en la una democracia un papel crucial en la transparencia y la ética de la campaña.

El mercadeo político suele iniciar mucho antes de comenzar oficialmente la campaña política. El primer paso es una encuesta que sondea la favorabilidad de personajes conocidos en la comunidad. Las personas públicas suelen tener una valoración positiva entre unos ciudadanos, y otra negativa entre otros ciudadanos. También puede suceder que ambos valores sean muy bajos, porque el supuesto candidato es completamente desconocido.

Una vez un candidato decide lanzarse a la palestra, debe buscar el apoyo de otros miembros de su partido o de personas reconocidas en la comunidad. A continuación debe hacer un estudio de mercados que determine las necesidades y anhelos de los diferentes grupos sociales que conforman el electorado, así como sus valores, su identidad y su lenguaje.

A continuación el equipo de campaña diseña las estrategias de comunicación y de interacción con otros políticos, con los grupos de interés y con los distintos sectores sociales.

En la tradición política colombiana las campañas electorales de los presidentes además de contar con la maquinaria partidista, muchas veces engrasada con recursos del Estado, no poseían estrategias concretas de mercadeo político. La promoción del candidato presidencial consistía en reuniones públicas en parques y plazas, donde se sucedían los discursos del candidato y sus líderes regionales. El contenido de los mismos era más de orden ideológico, que de carácter específico, con propuestas y soluciones concretas.

En las calles se colgaban pancartas y pendones donde se podía reconocer el candidato en actitud victoriosa, como un prócer de la independencia. Los colores de fondo eran solo dos, azul para los conservadores y rojo para los liberales. Las paredes de la ciudad aparecían al

amanecer cubiertas por carteles y afiches promoviendo un candidato, para rápidamente ser cubiertos al siguiente amanecer por la propaganda de otro candidato.

Los medios de comunicación, principalmente los impresos, claramente se alinean con el candidato de su partido, por el cual expresan abiertamente su simpatía. Hay diarios liberales como El Tiempo, El Espectador y El Heraldó, así como conservadores como El Siglo, La Republica y el País de Cali. La promoción política en los diarios se expresa en los editoriales, en las columnas de los periodistas, y en algunos avisos de prensa.

Un actor relevante en las elecciones presidenciales fue la Iglesia Católica hasta 1950. Muchos de sus pastores y de sus obispos, de tendencia conservadora, sermoneaban con arengas políticas, marcaban el voto de sus fieles y azuzaban la persecución de los liberales y de los comunistas, como agentes del mal.

La primera campaña que se recuerda por utilizar las estrategias de mercadeo político fue la de Belisario Betancourt en 1982, cuando ante una negativa esbozada por el candidato liberal López Michelsen frente al programa de ‘vivienda sin cuota inicial’ de Belisario, este adopta el lema ‘SI SE PUEDE’ con el cual derrotó a la maquinaria liberal dividida. Betancourt un hombre conservador, identificado en sus inicios con las facciones recalcitrantes del Laureanismo, ahora se presenta como el candidato del Movimiento Nacional.

Paulatinamente las estrategias de mercadeo político se han incorporado a las campañas electorales, no solo de candidatos a la Presidencia de la República, sino también de candidatos a las alcaldías de las principales ciudades.

Los partidos políticos y los candidatos que quieren conquistar el poder por medio de la victoria en las urnas, deben adaptar sus estrategias de acuerdo con las nuevas demandas sociales.

... el marketing político ha realizado esfuerzos para mejorar la capacidad de los partidos en cuanto a la selección de candidatos, y lo que es más importante, la adaptación de su mensaje a las demandas sociales, su posicionamiento temático y personal (Amor; 1995: 78).

Al hablar de marketing del candidato político, éste se centra en las ideas, filosofías, personalidad y apariencia de una persona que aspira un cargo electivo. El candidato trata de obtener el apoyo de un público seleccionado como meta y confía obtener resultados óptimos de su iniciativa (Pride y Ferrel; 1986).

.... se tiende a pensar en el marketing político como una técnica que sólo puede ser aplicada por los partidos y organizaciones durante las campañas electorales, lo cual representa una visión reduccionista de la disciplina (Petracca; 1989) (Sabato; 1989) (Ginsberg; 1989).

..... se ha acusado al marketing político de crear en las sociedades democráticas la sensación de campaña permanente por la cual, inmediatamente después de unas elecciones, el mensaje, tanto del partido/candidato vencedor, como del derrotado es siempre coincidente: “desde hoy, ya empezamos a preparar las próximas elecciones” (Blumental; 1982).

el marketing político tiene por objetivo el conocimiento de las necesidades, preocupaciones, actitudes y opiniones de una población en una zona geográfica determinada, a fin de que la oferta política sea interpretada sobre la base de las preocupaciones de los electores... en los programas de los partidos políticos y de los candidatos y por otra parte, las opiniones y deseos de los electores; con lo que limita el marketing al estudio e investigación de las demandas públicas (Benoun; 1991).²⁵

El Marketing Político es el empleo de métodos precisos de estudio de la opinión y de medios modernos de comunicación, al servicio de una estrategia política.²⁶

..... El Marketing Político es un mecanismo de creación, de nuevas ideas, de nuevas imágenes y, sobre todo, de seducción, y, probablemente, haya pocos factores al alcance de las sociedades que puedan darle mejores perspectivas a la democracia, que una oferta política seductora y creativa.²⁷

²⁵ Ferrer, Juliana – otros, Niveles estratégicos de marketing político en campañas electorales de gremios universitarios, Universidad del Zulia, Trujillo, 2003

²⁶ Costa Bonino, Luis, Manual de Marketing Político, LCB, 2010, p 72

²⁷ Costa Bonino, Luis, Obra citada

La Ley 130 de 1994, reglamentó la organización de los partidos y movimientos políticos, y definió los límites a la publicidad política, a la financiación de las campañas y a la calidad de los aportantes, y por primera vez, la financiación del Estado a través del reembolso de un valor en dinero por cada voto obtenido en las urnas. Esta norma impone algunas restricciones de tiempo y de costo para las campañas, para controlar su excesivo costo.

En particular, interesa el Título VI. De la publicidad, la propaganda y las encuestas políticas:

- Una de las normas restringe la publicidad electoral a sólo los tres meses previos a la fecha de elecciones.
- Otras reglamenta las encuestas y su publicación
- Se dan facultades a Concejo Nacional Electoral para que limite el número y la frecuencia de los anuncios en radio y televisión
- asigna espacios en la televisión a los candidatos presidenciales (no a los candidatos a alcaldías)

En el país no es frecuente que las campañas electorales para la alcaldía utilicen la propaganda en televisión, se usa el medio en la forma de entrevistas individuales o en foros con múltiples candidatos.

La publicidad política en las elecciones para la alcaldía se limita a las siguientes piezas promocionales: anuncios en prensa, vallas, pancartas, pendones, volantes, tarjetas de presentación, afiches, calcomanías, graffitis, cuñas de radio y camisetas.

Como los electores del siglo xxi dedican cada día una porción mayor de su tiempo libre a navegar en la Web, muy popular desde 1996 en todo el planeta, los políticos han desplazado la inversión publicitaria a las opciones que ofrece la Internet: sitios Web, banners, ventanas emergentes, palabras claves en motores de búsqueda, videos, twitts y ‘fan page’ en redes sociales.

La velocidad de la propagación de las noticias y comentarios gracias a las redes sociales, ha facilitado la incursión de otro tipo de mercadeo, la publicidad negra. Un género de rumor que se esparce rápidamente, sin confirmar ni veracidad, ni fuentes, que afectan a un candidato en su honra o en su credibilidad. Esta publicidad ha desplazado la versión de ‘guerra sucia’ que encontramos en esta investigación, que suele ser un ataque más directo contra el candidato, pero que suele tener consecuencias contrarias a la que propician el ataque, pues el público tiende a solidarizarse con la víctima de la agresión.

II. CAMPAÑAS ELECTORALES PARA ALCALDE POPULAR DE CALI

El capítulo iniciará haciendo una descripción general de la institucionalidad relacionada con el municipio de Cali, y a continuación se hace un recorrido secuencial por las ocho campañas electorales que comprende esta investigación. En esta ocasión se hará énfasis en los partidos políticos y como se preparan y articulan para cada campaña. En el trasfondo se puede observar como los factores que inciden en la vida del ciudadano elector van evolucionando en el contexto nacional, regional y local.

En la revisión bibliografía se encontraron dos artículos, que tratan acerca de los partidos políticos y las elecciones de alcalde del mismo periodo, 1988-2007, uno sobre Barranquilla²⁸, y otro, sobre Cali²⁹, que hacen una proyección sincrónica de la mecánica electoral, y se centran en la institucionalidad de los partidos tradicionales. Se halló un trabajo sobre Medellín del periodo 1988-1999³⁰, que además de la dinámica partidista o multipartidista, trata del fenómeno en que coinciden varios movimientos, cual es, presentar al candidato a la alcaldía, como un ‘gerente’ como una alternativa al descontento de la gente con los políticos tradicionales. Pinto Ocampo también publica un artículo sobre la elección de 2007 que hemos acogido, y se comparte ampliamente en cuanto a sus conclusiones relativas al porque gana Ospina³¹. Jiménez de la AUV³² en un artículo de mucho interés pone en tela de juicio algunos mitos que se han creado en Cali alrededor de las elecciones de alcalde, los cuales aseguran entre otras cosas, que los habitantes del Distrito de Aguablanca han sido quienes eligen el alcalde, o que solo hay franja de opinión en los estratos socioeconómicos de altos ingresos, y otras afirmaciones que el autor

²⁸ GARCIA OÑORO, Jairo – Otro. Partidos, movimientos y facciones en las elecciones populares de Alcalde en Barranquilla, 1988 – 2007, Investigación y Desarrollo vol 17, n° 1 (2009), Universidad del Norte, Barranquilla, págs. 62-83

²⁹ PINTO OCAMPO, María Teresa. (2011). Mecanismos en la transformación política en Cali: fragmentación partidista, electorado cambiante y responsabilidad política (1988-2007). Estudios Políticos, 39, *Instituto de Estudios Políticos*, Universidad de Antioquia, (pp. 15-38).

³⁰ ARENAS GOMEZ, Juan Carlos – Otro. Discursos políticos y resultados electorales durante los años noventa en Medellín (1988-1999). Instituto de Estudios Políticos de la Universidad de Antioquia

³¹ PINTO OCAMPO, María Teresa, La disputa política entorno a la alcaldía de Santiago de Cali en 2007, revista Sociedad y Economía, numero 14

³² JIMENEZ, Harold, Mitos electorales en Cali, DIRCOM AUV

desvirtúa. Los conceptos de estos autores han contribuido a mejorar la interpretación en este informe.

Sin embargo el alcance de la presente investigación tiene un enfoque centrado en la comunicación electoral, describe las facciones, el origen de los movimientos, particularmente se centra en el papel de los candidatos y la imagen que representan, y hace el seguimiento de los gobiernos de turno.

En el orden institucional se puede afirmar que, Santiago de Cali es un municipio, que tiene la categoría de especial³³, en razón de tener una población superior a los quinientos mil habitantes y unos ingresos fiscales superiores a cuatrocientos mil salarios mínimos legales mensuales*.

El concepto ‘alcalde’ tiene origen árabe hispánico de la palabra “alqádi”, y esta del árabe clásico “qādi”, juez.³⁴ Las instituciones políticas que rigen los destinos de la municipalidad en Colombia son herencia de la Conquista y de la Colonia de la Monarquía Católica Española. En el presente, el alcalde es la autoridad en el municipio. Es el funcionario público que hace las veces del ejecutivo local, está a cargo de la administración de los recursos de la ciudad. Maneja la policía para proveer seguridad urbana.

La administración municipal está liderada por un alcalde municipal, que es elegido popularmente cada cuatro años.³⁵ La alcaldía gestiona el presente y el futuro de la ciudad, desde 10 secretarías de despacho y 3 departamentos administrativos.

Secretarías municipales son: Bienestar, Cultura, Deportes, Educación, General, Gobierno, Salud, Transito, Valorización y Vivienda.

³³ Ley 136 de 1994, artículo 6 “Categorización “, “por la cual se dictan normas tendientes a modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios” en Colombia

* Los salarios mínimos legales mensuales es una unidad virtual utilizada por los economistas y los políticos para indexar los valores en pesos con el crecimiento de los precios al consumidor, la inflación.

³⁴ RAE, Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua

³⁵ Constitución Política de Colombia, Artículo 314, Capítulo III Régimen Municipal, 1991

Por la transformación de las necesidades de la ciudad, la normatividad constitucional o la orientación del alcalde de turno, aparecen una u otra secretaria de despacho, se le asigna una denominación u otra, y de acuerdo con el plan de desarrollo y el presupuesto de inversión, una secretaría puede tener mayor importancia que otras.

Los departamentos administrativos vigentes a la fecha son: Dagma, Hacienda y Planeación

Durante el periodo de estudio (1988-2007) el municipio fue propietario o participó en empresas prestadoras de servicios, como son:

Emcali – Empresa de servicios públicos con tres componentes

- Teléfonos
- Energía
- Agua y alcantarillado

Emcali entró en crisis desde el mandato de Guzmán, fue intervenida desde el año 2000 por el gobierno nacional.

Emsirva – Empresa de servicios varios de aseo, higiene y ornato.

La privatización de los servicios llevo a asfixiar Emsirva, el abandono sanitario y estético de la ciudad culminó, en el mandato de Apolinar Salcedo, con la intervención por el gobierno nacional en 2004, finalmente fué liquidada en 2011.

Bancali – Fondo especializado financiero de Cali.

Liquidado producto de una estafa durante la gestión de Mauricio Guzmán. En los negociados con esta entidad, en el mandato de Ricardo Cobo, se involucró miembros de la familia Lloreda, propietaria de El País.

Calisalud – Entidad promotora de salud.

Nació para atender el régimen subsidiado del sistema de seguridad social en el componente de salud que se originó en la ley 100 de 1993. En liquidación desde 2010

Invicali - Instituto Municipal de reforma y Vivienda
 Empresa liquidada en 1998

Corfecali - La Corporación de Eventos, Ferias y Espectáculos de Cali
 Es una de las pocas instituciones que sobreviven, particularmente porque la Feria de Cali, sigue siendo un evento popular y turístico que atrae mucho público.

Metrocali – Empresa a cargo del sistema de transporte público masivo. Diseñadora y propietaria del SITM MIO. Este proyecto era un viejo anhelo de la clase dirigente caleña, que en los comienzos del proyecto, propuso el sistema de transporte masivo de la ciudad en una de tres alternativas, como un metro subterráneo, como un metro aéreo (Medellín) o como un tren ligero. Finalmente en 2003, liderado por el gobierno nacional se adoptó el modelo de bus articulado, que exitosamente había implementado Bogotá en Transmilenio.

Visecali – Fondo de la vigilancia y la seguridad ciudadana, que se acabó en 1996, cuando los fondos se destinaron a poner escoltas a los concejales.

Otras instituciones del orden local, son el concejo municipal y las juntas administradoras locales (JAL) de las comunas de la ciudad.

El origen del concejo municipal se remonta a la figura de los cabildos municipales de la época de la colonia de la Monarquía Católica Española sobre las tierras de América.

Este organismo colegiado elegido por votación directa de los ciudadanos, cumple el papel de control político de la gestión del alcalde municipal, de representante de la ciudadanía para aprobar o improbar las decisiones que afectan el presupuesto, o el futuro de los recursos de la ciudad. El concejo de la ciudad de Cali tiene 21 integrantes.

El cabildo se encuentra dividido en tres comisiones:

- Comisión de Plan y Tierras.

- Comisión de Institutos Descentralizados y Entidades de Capital.
- Comisión de Presupuesto.

Las funciones del Concejo Municipal están descritas en el numeral 313 de la Constitución Política de Colombia, en el capítulo III que trata del Régimen Municipal.

En cuanto a la administración política de la ciudad, la zona urbana está subdividida en 22 comunas, siguiendo la reglamentación de la Ley 12 de 1986, el Concejo Municipal en ese mismo año acordó definir cada comuna por su ubicación geográfica, por el número de sus habitantes, por su composición migratoria, por sus necesidades sociales, por la formalidad de su origen y urbanización, y entre otros criterios, por el acceso a los servicios públicos. Cada comuna es diferente de las otras, y a su vez es homogénea al interior de su territorialidad.

Los vecinos de la comuna eligen periódicamente ediles que los representan ad-honorem en la junta de administración local de la comuna. Como veremos más adelante, tu función solo es consultiva, pero las JAL son un mecanismo de participación ciudadana eficaz. Con el tiempo las JAL se han ‘politizado’, es decir, han sido capturadas por los políticos tradicionales, generalmente concejales, que las han ido convirtiendo en feudos electorales.

FIGURA 3 HABITANTES POR COMUNA

Comunas de Santiago de Cali ³							
Comuna N°	Población	área ha	Densidad hab./ha	Comuna N°	Población	área ha	Densidad hab./ha
1	65.333	384,22	170,04	12	67.638	232,94	290,37
2	103.022	1.131,30	91,06	13	169.659	473,73	358,14
3	44.088	370,45	119,01	14	151.544	454,33	333,55
4	56.933	452,50	125,82	15	126.496	406,04	311,53
5	100.358	419,76	239,08	16	94.383	220,74	239,44
6	166.906	501,17	333,04	17	103.975	1.255,59	82,81
7	78.097	498,76	156,58	18	100.276	542,86	184,72
8	96.991	526,67	184,16	19	98.257	1.136,69	86,44
9	47.830	289,94	164,96	20	65.440	243,95	268,25
10	103.087	429,77	239,86	21	92.170	482,89	190,87
11	98.172	369,96	265,36	22	8.971	1.058,91	8,47
Corregimientos de Santiago de Cali ³							
Corregimiento	Población Proyectada	área ha	Densidad hab./ha	Corregimiento	Población Proyectada	área ha	Densidad hab./ha
Pance	2.035	10.509,27	0,194	La Elvira	2.147	1.607,08	1,336
Navarro	1.532	1.911,91	0,801	El Saladito	1.928	1.301,06	1,482
La Castilla	1.543	2.062,99	0,748	La Paz	487	470,99	1,034
Felidia	1.644	2.520,73	0,652	Montebello	8.821	412,62	21,378
Golondrinas	2.349	1.046,78	2,250	La Leonera	1.008	1.746,45	0,577
Pichindé	946	1.495,70	0,632	Los Andes	3.361	6.610,51	0,508
Villacarmelo	1.272	3.307,75	0,385	La Buitrera	11.992	3.053,82	3,927
El Hormiguero	7.303	5.660,09	1,290				

(fuente Cali en Cifras 2005 – DAP)

Vamos a elegir el alcalde - Marzo 13 de 1988

Es la primera campaña electoral que se realiza en Colombia para elegir por el voto popular al mandatario de cada municipio para un periodo de dos años. Tradicionalmente, en las elecciones de marzo de los años pares, en el país se habían elegido los representantes colegiados de las asambleas departamentales y de los concejos municipales. Esta vez al menos, con la elección popular de alcaldes, los candidatos al concejo amarrarían su propuesta electoral a una llave política, la alianza con uno de los candidatos a la alcaldía, ya sea, con el sujeto inscrito con el aval de su mismo partido político, o con un candidato extraído de otras toldas partidistas, o incluso con un candidato de origen cívico.³⁶

³⁶ Gaitán, Pilar - Primera elección popular de alcaldes: Expectativas y frustraciones, IEPRI, Bogotá, 1988

En las capitales departamentales se vivía con entusiasmo y expectativa esta primera cesión del poder centralista de Bogotá, con la esperanza de dar solución a los problemas locales con base en la gestión de los alcaldes elegidos directamente por el pueblo, gracias a la reforma constitucional de 1986³⁷, es decir de dos años atrás.

El año 1988 había iniciado con un sinnúmero de noticias graves para el orden institucional del país, las cuales llaman la atención de la opinión pública nacional. Los narcotraficantes habían iniciado su guerra contra el Estado. El 18 de enero es secuestrado por el Cartel de Medellín el candidato a alcalde popular de Bogotá, el periodista Andrés Pastrana. El mismo día que es liberado, asesinan al Procurador General de la Nación, Carlos Mauro Hoyos. El país se sumerge en un marasmo de desconcierto. Los políticos de los partidos tradicionales claman por el liderazgo del presidente.

En una entrevista publicada el mismo día de elecciones en el tiempo, el ministro de gobierno Cesar Gaviria Trujillo dice: “El gobierno nacional no considera que siendo estas unas elecciones de naturaleza puramente local, los ciudadanos se estén pronunciando a favor o en contra de él”. Los resultados a favor de otros partidos o coaliciones, “hacen relación más bien con asuntos de naturaleza local o tienen sus raíces en resultados históricamente favorables a esas vertientes políticas”³⁸.

En una columna titulada ‘el tinglado político’, El Tiempo encuentra muy reñida la victoria en las elecciones de las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga. Considera que algunos senadores, se juegan la posibilidad de ser candidatos presidenciales en las elecciones de 1990, entre varios, menciona a Gustavo Balcázar Monzón, por el liberalismo, y a Rodrigo Lloreda Caicedo, por el conservatismo.³⁹

³⁷ Acto legislativo n° 1 de 1986

³⁸ El Tiempo, marzo 13 de 1988

³⁹ El Tiempo, El tinglado político, marzo 13 de 1988

Desde los años cincuenta, el Partido Liberal ha sido la fuerza mayoritaria en el Valle del Cauca en las elecciones de diputados para la asamblea departamental y en las de concejales para el concejo municipal de Cali⁴⁰, exceptuando el periodo 1978-1980. Sin embargo, se observa que el partido tiene fracciones y facciones.⁴¹

El Partido Liberal está dividido en dos facciones, aparentemente irreconciliables, cada una liderada por un senador, uno por Gustavo Balcázar Monzón, exdesignado a la Presidencia de la República, y otro por Carlos Holmes Trujillo Miranda. Se le puede sumar al Partido Liberal, el grupo disidente del Nuevo Liberalismo, dirigido por Mauricio Guzmán, seguidor del excandidato presidencial Luis Carlos Galán, este último ahora con la intención de retornar a las huestes del liberalismo oficialista, con grandes posibilidades de convertirse en su candidato oficial del Partido Liberal para las siguientes presidenciales (1990).

El Partido Conservador está dividido también, desde hace más de veinte años, en tres facciones, la del senador Humberto González Narváez, con mando en el norte del departamento, la del senador Carlos Holguín Sardi, heredero político de los Caicedo, y la del senador Rodrigo Lloreda, propietario del Diario El País, en tránsito para convertirse en candidato del Partido Conservador para la siguiente elección presidencial (1990).⁴²

El nuevo partido Unión Patriótica está integrado inicialmente con los leales seguidores del viejo Partido Comunista. Existen otros movimientos de origen cívico que anteriormente habían desafiado a los partidos tradicionales con éxito temporal. En 1978, el Movimiento Cívico de Pardo Llada, un periodista cubano exilado de la Revolución Cubana en 1964, previamente nacionalizado, se toma el Concejo de la ciudad de Cali, al elegir siete ediles, entre los veinte posibles, convirtiéndose en la fuerza política mayoritaria de la ciudad.

⁴⁰ Sáenz, José, Configuración de una elite política en Cali: 1958- 1998, pag. 147-195, Icesi

⁴¹ Pizarro Leongomez, Eduardo, La atomización partidista en Colombia: el fenómeno de la microempresas electorales, siguiendo el modelo de Giovanni Sartori, el autor identifica para esta etapa del siglo XX, en el Partido Liberal Fracciones y facciones. En este caso la fracción es el Nuevo Liberalismo, con jefes autónomos, con recursos e ideario propio, y facciones, las que representan los barones electorales, que como se muestra son los senadores Balcázar y Trujillo, en el Partido Liberal.

⁴² Occidente, candidatos a la Alcaldía de Cali, Domingo 6 de marzo de 1988.

Después de dos años en el recinto del Concejo Municipal, su preferencia entre la ciudadanía se fue diluyendo, en parte por las disputas internas.

Otro periodista, de la crónica roja del Diario El Caleño, que había conquistado su nicho en el electorado, era Henry Holguín, en esta temporada contaba con el apoyo de uno de los dueños de Radio Súper, Humberto Pava Camelo, para constituir su movimiento político independiente.

El gobernador del Valle del Cauca (ago/1986 – jul/1988) era Manuel Francisco Becerra Barney*, político palmirano de la facción liberal ‘Holmista’. Entonces, su nombramiento provenía directamente del Presidente de la República.

El último Alcalde de Cali, nominado por el Presidente era Henry Eder, un líder del sector empresarial azucarero. El alcalde Eder se encontraba entre 1987 y comienzos de 1988, implementando una reforma administrativa que tenía como propósito mejorar la productividad de los recursos de la ciudad. De igual manera, entonces, el alcalde Eder lideraba la definición territorial de las comunas en las cuales se dividiría la zona urbana de la ciudad de acuerdo con la ley. En general la ciudadanía valoraba positivamente su gestión como mandatario municipal, se habían celebrado los 450 años de fundación de la ciudad (1986), con algunas obras y con la reforma administrativa y política que se gestaba.

Algunos informes de la policía que indicaban resultados positivos en la lucha contra el crimen.

El primer editorial del año 1988 del diario El País reclama más obras civiles para el desarrollo de la ciudad, en particular exige una solución al problema del transporte público masivo. Denuncia una preocupante disminución del 23% en las solicitudes de construcción de vivienda aprobadas en la ciudad entre 1987 y 1986, lo que puede significar problemas

* Becerra Barney fue titular de la Contraloría General de la República entre 1990-1994. Fue condenado posteriormente como aliado del Cartel de Cali, durante el conocido proceso 8.000

económicos y sociales, pues la industria de la construcción viene siendo uno de los motores que dinamizan el crecimiento económico del país. Se inquiere acerca de la no ejecución de la urbanización del lote de los talleres del ferrocarril en Chipichape, entonces a cargo del BCH (Banco Central Hipotecario).

Un tema de interés para la campaña política que inicia es el hecho que el 25% de los barrios son asentamientos de origen irregular o subnormal, según un informe de Planeación Municipal y de Empresas Municipales. El Distrito de Aguablanca, entonces tiene solo seis años de haberse ocupado.

“El común denominador de sus necesidades tiene que ver con la dotación de servicios públicos en primer término, con sus requerimientos de salud, educación, transporte, mercadeo de alimentos y seguridad”⁴³

Empieza la campaña

Sólo al comenzar el año 1988, los candidatos a ser alcaldes prenden motores para la campaña que concluiría el 13 de marzo. Parece que la nueva elección toma desprevenidos a los partidos tradicionales, pues aún no se han destapado los candidatos a convertirse en el primer Alcalde Popular de Cali.

La inscripción de cédulas en los puestos de votación es muy poca al comenzar el Enero de 1988. Este es un requerimiento para facilitar al elector acudir a un puesto de votación cerca de su lugar de residencia. Los candidatos que perfilan son:

Harold Zangen, empresario, que era reconocido por gestionar la Corporación para la Recreación Popular, que administra exitosamente los parques recreativos de la ciudad, entre otros el principal, el Parque de la Caña. Zangen es propietario también de una financiera

⁴³ El País, Editorial de Enero de 1988

Moneda y Crédito S.A. Zangen tiene el apoyo del Nuevo Liberalismo, un sector aún disidente del Partido Liberal.

Nelson Garcés Vernaza, un político y empresario, director ejecutivo por muchos años de la principal Caja de Compensación Familiar, Comfandi. Garcés Vernaza logra desde el comienzo la nominación del Partido Conservador. El candidato es un abogado egresado de la Universidad Santiago de Cali, que dice poseer un título de magister en Administración del Incolda* (1966).

Carlos Holmes Trujillo García, abogado, hijo del senador del mismo nombre. Precandidato del Partido Liberal. Es un delfín de la casta política local.

José Pardo Llada, periodista y abogado, a pesar de ser de origen cubano, había sido embajador de Colombia en Noruega. Radicado en Cali desde su exilio, creó su propio movimiento cívico, que tuvo gran acogida electoral en 1978 y 1980 en la elección de concejales de Cali.

Henry Holguín, periodista de la crónica roja, un personaje muy controvertido, al que le habían hecho varios atentados, como a otros periodistas de corte independiente, por sus reportajes de crónica judicial en El Caleño y en Radio Súper. Una de sus frases de combate era, “el que tenga miedo que se compre un perro”. Configura una corriente política independiente de los partidos tradicionales, el Movimiento de Acción Social, de corte populista.

Claudio Borrero Quijano, ingeniero, de origen liberal, dedicado por varios años a denunciar la apropiación dolosa de los ejidos de la ciudad por parte de terratenientes urbanos como los Garcés.

* Incolda es el promotor de la Universidad Icesi, fundada alrededor de 1976

Germán Cobo Lozada, un arquitecto, un desconocido es el candidato de la Unión Patriótica en la ciudad.

El primer alcalde popular de Cali será Carlos Holmes Trujillo García.

La dinastía de los Trujillo - Marzo 11 de 1990

Esta es la segunda campaña electoral para elegir por el voto popular al mandatario de cada municipio para un periodo de dos años.

El año anterior, 1989, ha sido un año de convulsión política por la devastadora guerra que la sociedad colombiana vive, por causa de los intereses de los narcotraficantes, empeñados en doblegar la voluntad del gobierno nacional, utilizando el terror como fórmula de intimidación, el Cartel de Medellín y su grupo “los extraditables” han asesinado a tres candidatos a la presidencia, han derribado un avión, han colocado 19 coches bombas, uno de ellos en el Edificio del Das en Bogotá, y en otras bombas en ciudades, como Cali y Cartagena. El poder político y de convocatoria social está en manos del círculo cercano al Presidente Barco. En diciembre de 1989 había caído abatido el jefe militar del cartel, Rodríguez Gacha. En un cambio de estrategia, el 19 de enero de 1990 los extraditables ofrecen una tregua, reconocerían el triunfo del gobierno y se someterían a la justicia, a cambio de garantías constitucionales, en otras palabras, ‘no a la extradición’. El gobierno nacional no acepta, sin embargo durante este periodo de tres meses, hasta abril, en que cesaron los atentados y los asesinatos, se llevaron cabo las elecciones del 11 de marzo.

En Colombia, se asienta el modelo económico neoliberal que propugna por la apertura de las fronteras de los países en desarrollo, se aceleran las reformas arancelarias para facilitar el tránsito de las mercaderías de las empresas transnacionales. Se propone el modelo de un Estado reducido a su mínima expresión, orientado casi en forma exclusiva a la defensa

nacional. Empieza una larga secuencia de privatizaciones de las empresas del Estado, que durará casi dos décadas.

Una encuesta realizada en febrero de 1990 entre los empresarios del Valle del Cauca revela qué contrario a lo que se pensaba, los dirigentes aceptan de buena gana la apertura económica y la globalización del país, sus esperanzas están puestas en la competitividad global del país gracias además a la flexibilización laboral y a estímulos sectoriales que ofrecería el Estado.

El Cicse un centro de estudios de la Universidad del Valle hizo un estudio de seguimiento de la imagen de la ciudad entre los mismos caleños al concluir 1989, los resultados dicen que: los problemas que más preocupan a los caleños son “el pánico ocasionado por la delincuencia común y el narcotráfico” llegó al 50,4% (seis meses antes 46%), en las mujeres esa percepción de inseguridad llega al 64,3%. La segunda prioridad es el desempleo con un lejano 8%. El tercero ocupa ‘ningún problema’, el cuarto ‘la pobreza y el alto costo de la vida’ (inflación del 25% para el año 1989). “los problemas de vías, transporte, los servicios públicos, la contaminación, basuras e inundación, son contemplados en menor importancia”⁴⁴

Cuando se les pregunta de la imagen que tiene de su ciudad, su representación coincide con la publicitada de la ciudad: ‘*Cali es una ciudad chévere*’ tuvo 35%, ciudad salsera 20,8%, capital deportiva 16% y ciudad de mujeres 11%. Esta consulta deja expuesta una contradicción entre una ciudad ‘peligrosa’ y una ciudad ‘placentera’.⁴⁵

En el Valle del Cauca, las facciones de los partidos han tomado diferentes rumbos, las vertientes del Partido Conservador, Lloredistas, Holguinistas y Humbertistas, se hayan unidas en un proyecto común. El Senador Rodrigo Lloreda es el candidato oficial del Partido Conservador a la Presidencia de la República para las elecciones que se llevarán a

⁴⁴ Centro de Investigación y Consulta Socioeconómica (Cidse), “vida local y opinión ciudadana”, informe consulta diciembre 1989, Universidad del Valle, 1990

⁴⁵ idem

cabo en Mayo de 1990. El senador Carlos Holguín será el jefe del partido en el departamento, y uno de sus alfiles, Germán Villegas Villegas, es nominado por el Partido Conservador para ser elegido alcalde popular de Cali, en las elecciones de marzo, por el Partido Conservador unido. Las vertientes liberales, en cambio, están divididas, el empeño del senador Carlos Holmes Trujillo Miranda de que su hijo José Renán, suceda en la Alcaldía de Cali a su otro hijo Carlos Holmes, a quien recordamos como el primer alcalde electo de la ciudad, ha roto los pactos políticos de hace dos años.

Los jefes liberales están muy interesados en su propia elección al Senado, y en la elección del candidato liberal a la presidencia para 1990, que se decidirá en una consulta interna popular en la misma fecha de las elecciones de alcalde.

El gobernador del departamento (julio/1988 – agosto/1990) era el médico Ernesto González Caicedo, quien había sido precandidato liberal de la facción de Balcázar Monzón en las anteriores elecciones de alcalde popular de Cali. Al parecer, González Caicedo facilitó el pacto entre los senadores Gustavo Balcázar Monzón y Carlos Holmes Trujillo de 1988, deponiendo su aspiración en favor del hijo del senador Trujillo, con la promesa de su nombramiento en la Gobernación del Valle del Cauca, donde el presidente Barco lo nominó en reemplazo de Becerra Barney, del sector liberal Holmista.

En la ciudad de Cali, va terminado su mandato de dos años, el primer alcalde elegido popularmente, Carlos Holmes Trujillo García, con una aceptación mayoritaria entre la opinión pública ciudadana.

En la figura 4 se muestra un aviso de prensa de la Alcaldía que preside Carlos Holmes Trujillo, en el cual se observa el lema ‘Cumpliendo el compromiso con Cali’ que le da continuidad al lema de su campaña ‘Mi compromiso es con Cali’, lo que evidencia de la consistencia de la comunicación de marketing político, que migra de mercadeo electoral a mercadeo para la gestión pública. Cabe anotar que una vez que Trujillo García se posesionó

el lema original de campaña paso a ser ‘Su compromiso es con Cali’, un mensaje a la ciudadanía invitándola a integrarse con los programas del mandatario local.

FIGURA 4 “CUMPLIENDO EL COMPROMISO CON CALI”



Fuente: El País, Febrero de 1990

Empieza la campaña

El inicio de la campaña tiene una sorpresa, uno de los candidatos a ser elegido alcalde de Cali para ocupar el cargo a continuación del primer alcalde popular, Carlos Holmes Trujillo García, es su hermano José Renán Trujillo García, hijo del Senador Carlos Holmes Trujillo Miranda. El senador en un error de cálculo, convirtiéndose súbitamente en ‘Galanista’ ofrece apoyo electoral al precandidato liberal favorito, Gaviria Trujillo, con ello cree captar los votos ‘Galanistas’ locales para la aspiración de su otro hijo a la alcaldía de Cali. Por esta razón rompe los pactos de la anterior elección, según los cuales se alternaría la candidatura liberal a la alcaldía con el movimiento ‘Balcarcista’⁴⁶ El senador Balcázar Monzón en cambio, apoya al precandidato Durán Dussán en la consulta interna del liberalismo, y en el debate local por la alcaldía acompaña al candidato ‘Galanista’ Federico Renjifo. Su apoyo en la campaña como lo sugieren los avisos de prensa es muy tibio (ver figura 5). Al senador le interesa primero su curul.

Los exmilitantes del Nuevo Liberalismo de Galán en el Valle, liderados por Mauricio Guzmán, aliado con Luis Fernando Londoño Capurro, apoyan a Gaviria en la consulta

⁴⁶ El País, Marzo de 1990, declaraciones del ex dirigente Holmista Pedro Rey al denunciar la intención del senador Holmes en ver convertidos en alcaldes a sus hijos, sacrificando sus propias huestes.

liberal, pero en el ámbito local respaldan a Federico Renjifo. El grupo de Kiko Becerra, integrante de la facción ‘Holmista’ en anteriores elecciones, ahora parece independiente, no se compromete aún con ningún candidato a la alcaldía, en los avisos de “los amigos de Kiko”, publicados siendo Becerra, Contralor General de la Nación.

En Cali, se han inscrito 307.000 electores en puestos de votación cerca de su casa, por lo que el censo electoral de la ciudad llega a 507.655 votantes⁴⁷.

FIGURA 5 ANUNCIOS DE LA CAMPAÑA DEL SENADOR BALCAZAR



En la parte inferior se observa en letra pequeña su apoyo al precandidato presidencial Durán y al candidato a alcalde Renjifo. (Fuente El Pais – feb 1990)

Los candidatos que se presentan en esta oportunidad son:

José Renán Trujillo García, delfín político de Carlos Holmes Trujillo Miranda, nacido en 1957, es abogado de la universidad San Buenaventura de Cali. Entre los cargos que ha ocupado están:

- Secretario Contraloría de Cali

⁴⁷ El Pais, Febrero 13 de 1990,

- Secretario de Educación de Cali
- Secretario de gobierno del Valle del Cauca

Su nominación como candidato del ‘Holmismo’ para la alcaldía de Cali, fue un desafío para la otra facción del liberalismo, el ‘Balcarcismo’, y generó de inmediato la desconfianza sobre la imparcialidad de su hermano, el Alcalde Trujillo García. El anuncio produjo desconcierto en las filas del propio ‘Holmismo’.

FIGURA 6 LOS CANDIDATOS RENÁN TRUJILLO Y FEDERICO RENJIFO



Fuente: El País, febrero de 1990

Federico Renjifo Vélez, abogado de la Universidad Javeriana, es un político que ha ocupado varios cargos en juntas directivas del sector financiero y estatal, aunque posa de tecnócrata. Es hijo del antiguo senador por el Valle del Cauca, Marino Renjifo Salcedo, ex alcalde de Cali (Septiembre 1968 – Agosto 1970) y ex gobernador del Departamento (Agosto 1970 – Agosto 1974), un hombre de origen ‘Llerista’*, la misma vertiente liberal de la cual provenía el jefe del Nuevo Liberalismo, Luis Carlos Galán. Así, para alcalde popular de Cali, Federico Renjifo es el candidato del sector del antiguo Nuevo Liberalismo del Valle del Cauca, ya reinstalado en el Partido Liberal, sus jefes son Mauricio Guzmán y Yolima Espinoza. Según las reglas del juego, Renjifo Vélez sería el candidato oficial del

* Seguidor de la facción del Partido Liberal que dirigía Carlos Lleras Restrepo, expresidente (1966-1970)

Partido Liberal en Cali, pero el pre-candidato liberal a la presidencia Cesar Gaviria, en una jugada política lo desconoce y decide apoyar a José Renán Trujillo, en un intento de ganar para su propia candidatura los electores del viejo ‘Holmismo’. El reconocimiento de Gaviria al candidato disidente, le da ‘legitimidad’ a José Renán y sella la división del partido a la alcaldía, así Cali es la única capital grande donde se pronostica la derrota del Liberalismo. Los ‘Galanistas’ caleños protestan la decisión de Gaviria en favor de José Renán. El liberalismo tiene dos candidatos, Renjifo, candidato “oficial” según el reconocimiento del Tribunal nacional de garantías del Partido Liberal, y Trujillo García, candidato ‘legítimo’ según la comunicación de Cesar Gaviria. El precandidato presidencial Samper Pizano también adhiere a las aspiraciones de José Renán.

Germán Villegas Villegas, un abogado, político de trayectoria, de origen conservador de la facción ‘Holguinista’, por varios periodos concejal de la ciudad.

Humberto Pava Camelo, empresario de los medios de comunicación, propietario de Radio Super, uno de los hijos del senador tolimense Jaime Pava Navarro. Humberto de origen conservador como sus otros hermanos, quienes participan en la política de otras capitales, en Cali ha creado un movimiento denominado de Acción Social, el cual en el periodo inmediatamente anterior apoyó a Henry Holguín, en el intento por alcanzar la Alcaldía.

FIGURA 7 LOS CANDIDATOS GERMÁN VILLEGAS Y PAVA CAMELO



Fuente: Diario El Caleño

Henry Holguín, ‘el enano’, un periodista de las páginas judiciales, vuelve a intentar conseguir el voto popular para ser alcalde de Cali. La diferencia con la campaña anterior es que su patrón y patrocinador, Pava Camelo, ahora es su competidor para el mismo cargo.

Como era previsto, fue elegido segundo alcalde popular, Germán Villegas Villegas.

De la política al civismo - Marzo 8 de 1992

Esta es la tercera campaña electoral para elegir por el voto popular al mandatario de cada municipio para un periodo de tres años.

El talante de ‘participativa’ que se le da a la democracia a partir de la Constitución del 91, implica la aparición de nuevas instituciones que velan por la calidad del gobierno y de la justicia, tales como la acción de tutela, la acción popular, el derecho de petición, la revocatoria del mandato de funcionarios elegidos por voto popular, las veedurías ciudadanas, los referendos populares como fuente de acción legislativa, y las consultas populares electorales.

En el país ha rebajado la intensidad del conflicto con los narcotraficantes, pues se ha negociado la entrega de Pablo Escobar, quien por el momento se encuentra recluido en la cárcel de “La catedral” en Envigado. Se han continuado los diálogos de paz con las otras guerrillas, después de la ‘operación Casa Verde’ ordenada por Cesar Gaviria, las Farc y Eln, integradas en una Coordinadora Simón Bolívar (CSM), volvieron al dialogo en Caracas, y luego en Tlaxcala (México), pero no se avanzaría mucho en la solución del conflicto.

El comienzo del año empieza un verano intenso, originado en ‘el fenómeno del niño’, que deja sin agua las cuencas de los ríos, y un desabastecimiento sin precedentes de los embalses que generan la energía hidroeléctrica de la cual depende el país. La población se

ve sometida al racionamiento eléctrico, al cambio temporal de la hora, anticipando el amanecer 60 minutos, y a la reducción del consumo de agua.

En 1992, en la ciudad de Cali, está concluyendo el mandato del ‘hombre del palustre’ con un sabor agridulce pues al alcalde Villegas Villegas le ha ido bien con su programa del Convenio Social, construyendo obras puntuales para las comunas, pero hay un atraso notable en la infraestructura vial de la ciudad, que se empieza a observar en ‘trancones’ por los cuellos de botella en el tráfico vehicular. La única obra que se proyectó es el par vial de la calle 25-26, que permitirá conectar el sur con el norte de la ciudad siguiendo el trazado de la carrilera del ferrocarril. Esta es una obra de adecuación que apenas se está ejecutando.

La tasa de desempleo está en 8,7% de la población económicamente activa. Que se podría considerar una cifra moderada, lo cual hace atractiva la ciudad a aquellos contingentes de colombianos del suroccidente, que ven en Santiago de Cali, la esperanza en mejorar su calidad de vida. Esta migración fortalece los cinturones de miseria, deteriora aún más el medio ambiente, en particular el de las cuencas de los ríos de la ciudad. Hay más asentamientos en zonas no aptas para ser urbanizadas. Hay presión por ampliar el límite urbanizable de la ciudad, particularmente hacia el sur, donde se ubican los antiguos ejidos de la ciudad y el depósito de basuras de Navarro.

La opinión pública empieza a quejarse de la inseguridad en la ciudad, pero ya no refiriéndose a la violencia del narcoterrorismo, o a la violencia política de la guerrilla, sino más bien a la violencia que genera la delincuencia común⁴⁸. Un fenómeno que algunos políticos de la administración municipal lo hacen propio de todas las ciudades modernas del mundo.

En el departamento del Valle, las facciones del Partido Conservador se hayan unidas en un proyecto común. Carlos Holguín uno de sus jefes ha sido elegido primer gobernador

⁴⁸ El País, Febrero de 1992, “La autoridades reportan un incremento en los asesinatos en 1991 en comparación con 1990”

popular del departamento en 1991. Holguín ha querido imprimirle a la región una vocación exportadora hacia las economías de Asia, que comparten la vertiente del Océano Pacífico, y que lideran el crecimiento económico globalizado. El Partido Liberal se hallaba en una fase de transición, había perdido a sus ‘jefes naturales’, Carlos Holmes Trujillo Miranda, fallecido tras la derrota de su hijo José Renán en 1990, Gustavo Balcázar Monzón retirado de la política activa. Ahora aparecían en la puja por lograr el liderazgo del partido, varios alfiles de antaño.

De los constituyentes de 1991, eran vallecaucanos los que se relacionan a continuación:⁴⁹ Cabe anotar que estos notables del departamento fueron elegidos como integrantes de la Asamblea Nacional Constituyente en 1990, en listas cerradas de su partido. En estas elecciones no participaron los congresistas activos elegidos seis meses antes, quienes realmente fueron revocados por la Asamblea.

ARMANDO HOLGUÍN. Liberal. Abogado, experto en criminología, y ciencias penales. Ex magistrado del Tribunal Superior de Cali; ex concejal de Cali y Senador.

CARLOS HOLMES TRUJILLO. Liberal. Abogado, primer alcalde elegido por voto popular en Cali.

GUSTAVO ZAFRA. Liberal. Abogado; fue viceministro de Gobierno, Alcalde encargado de Cali y Conjuez de la Corte Suprema de Justicia.

ANTONIO NAVARRO WOLF. AD-M-19. Ingeniero Ambiental de la Universidad del Valle, Post-grado en Investigación de Operaciones, Catedrático por 6 años.

ROSEMBERG PABÓN. AD M-19: Fue el “Comandante Uno” en la toma de la Embajada de República Dominicana en 1979. Miembro fundador del M-19, dedicó 12 años de su vida a la docencia en el Valle del Cauca. Licenciado en Ciencias Sociales.

MARÍA TERESA GARCÉS LLOREDA. AD M-19. Abogada, especialista en Derecho Público. Magistrada del Tribunal Contencioso Administrativo del Valle del Cauca.

ANGELINO GARZÓN. AD M-19. Técnico en electricidad y mecánica, dirigente sindical. Fue secretario general de Fenaltrase y de la CUT.

⁴⁹ Semana, Abril de 2011, “Los Constituyentes de Colombia en 1991”

OTTY PATIÑO. AD M-19. Estudios arquitectura. Fue uno de los principales asesores de Pizarro durante las conversaciones de paz con el gobierno de Barco.

TULIO CUEVAS. M.S.N. Representante de los trabajadores en los ámbitos sindicales, durante varias décadas. Participó en la Organización Internacional del Trabajo y en otras entidades similares de carácter regional latinoamericano. Fue concejal y representante a la Cámara. Y vicepresidente del Directorio Nacional

CORNELIO REYES. M.S.N. Abogado. Profesor universitario. Ex ministro de Agricultura, de Comunicaciones y Gobierno, en diferentes administraciones. Parlamentario y diplomático. Columnista de diversos periódicos.

RODRIGO LLORENTE. Conservador. Abogado. Fue ministro de Hacienda en el gobierno de Alberto Lleras. Reemplazó a Misael Pastrana quien se retiró de la Asamblea.

RODRIGO LLOREDA CAICEDO. Político conservador. Ex gobernador Valle del Cauca, ex ministro, ex canciller y candidato presidencial Partido Social Conservador.

Algunos de estos personajes siguieron su vida política en el ámbito nacional, otros siguieron participando en representación del departamento como senadores en el nuevo congreso, o como ministros en los gobiernos siguientes. Del anterior grupo, se pueden mencionar los nuevos dirigentes del Partido Liberal en el Valle del Cauca:

Armando Holguín Sarria, senador de origen liberal.

Carlos Holmes Trujillo García, ministro de educación (1991-1993), en su lugar interviene su hermano José Renán.

Manuel Francisco Becerra Barney, Contralor General de la República en el periodo 1990-1994.

Esta vez la elección popular de alcaldes no coincide con otras elecciones de carácter nacional, por lo cual los agentes políticos de la región pondrán toda su atención en los comicios del 8 de marzo.

El Partido Liberal siendo la fuerza tradicionalmente mayoritaria en el Valle y en Cali, ha perdido las dos últimas elecciones, la de alcalde popular de Cali en 1990, y la de

gobernador del Valle en 1991. Por lo tanto la dirigencia nacional del Partido Liberal pone su empeño en esta jornada electoral.

FIGURA 8 PRECANDIDATOS LIBERALES A LA ALCALDÍA DE CALI



Fuente: El País, Febrero de 1992

En los primeros días de enero,⁵⁰ hay diez precandidatos liberales, algunos de ellos acogen hacer una consulta liberal para escoger el candidato. En febrero ya eran doce precandidatos, ver Figura 7, no se había hecho la consulta, y un grupo de dirigentes decidió que se hiciera una encuesta en la ciudad, y aquel precandidato con mayor reconocimiento sería ungido como candidato con el aval del Partido Liberal.

Entre otros políticos, hay precandidatos con un perfil más cívico o técnico, Leonilde Arredondo, economista miembro de la junta directiva de Emcali, Oscar Mazuera ex gerente de la CVC y gerente del América de Cali, Cecilia Balcázar profesora y decana de Univalle, Harold Rizo ex rector de Univalle y Fabio Rodríguez, ex presidente de la Cámara de Comercio de Cali, entre otros.

⁵⁰ El País, Enero 2 de 1992, “Lista la Consulta liberal en Cali”

El resultado de la encuesta realizada por una empresa reputada, Napoleón Franco & Cia, con base en 3,175 entrevistas efectivas con un tarjetón circular, se publicó el 5 de febrero, un mes antes de las elecciones:

Gustavo Zafra	20,0%
Raúl Caicedo	16,0%
Cecilia Balcázar	9,3%
Germán Romero	9,5%
Guillermo Vega	8,9%
Oscar Mazuera	8,0%
Claudio Borrero	7,1%

Y otros candidatos el resto.

El triunfo del constituyente del 91, Gustavo Zafra sorprendió a los otros precandidatos, líderes políticos muy avezados, que reaccionaron en forma negativa desconociendo la metodología y su resultado. Uno de ellos, el concejal Raúl Caicedo decidió continuar la campaña como disidente del partido. Otro, Romero Terreros decidió adherir al candidato de la otra orilla. Algunas facciones del liberalismo local afirman que Zafra es un candidato impuesto por el ‘Holmismo’, gracias a la influencia nacional de los dos hermanos Trujillo García, que ven en Gustavo Zafra un alfil para retomar el poder en la alcaldía. Al parecer, es la segunda ocasión en que la ambición de la facción ‘Holmista’ frustra la unión de los liberales y puede ser la receta segura para una nueva derrota en la próxima campaña.

Al finalizar el año 1991 se había elegido por primera vez el gobernador del Valle del Cauca (enero/1992 – Junio/1994), ganó las elecciones Carlos Holguín Sardi, uno de los jefes del Partido Conservador en la región. En la ciudad, es alcalde popular y está terminado su periodo de dos años Germán Villegas, uno de los alfiles políticos más sólidos del propio Holguín Sardi.

La relación entre la Gobernación y el Municipio, es de colaboración, de negociación de algunas partidas de recursos públicos y de apoyo reciproco en el manejo del orden público.

Sin embargo, cabe aclarar que a estas alturas de independencia funcional entre ambos cargos, la alcaldía de Cali es un puesto de mayor jerarquía, pues es mucho mayor el presupuesto que se maneja, y la visibilidad que da la gestión, a nivel nacional por el manejo de los medios de comunicación.

En la ciudad se gesta una crisis administrativa, se empieza a presentar información en los medios de comunicación relacionada con un frondosa nómina burocrática, y unas costosas prebendas prestacionales de los funcionarios, ya sea por el régimen legal o por pactos colectivos de trabajo. Esta situación incluye a las Empresas Municipales de Cali, que hasta la fecha habían sido el modelo a imitar entre las empresas de servicios públicos de las capitales en Colombia. Vale recordar que el modelo ideológico predominante entonces era el neoliberal, una de cuyas consignas era la reducción del Estado a su mínima expresión.

En el tramo final de su mandato Villegas se encuentra en una carrera por entregar cientos de obras que hacen parte de los Convenios Sociales que firmó con las comunas de Cali en tiempos de su campaña electoral. Muchas obras quedarán inconclusas y otras pendientes de ejecutar.

Empieza la campaña

El día 4 de enero el médico Rodrigo Guerrero Velasco, presidente de la Fundación Carvajal y ex rector de la Universidad del Valle, anuncia su candidatura a la alcaldía popular de Cali, pero manifiesta presentarse como “una Candidatura Cívica que con base en un programa que recoja las necesidades más apremiantes de la ciudad, por encima de cualquier color político”.⁵¹

El 5 de febrero, un mes después, se publica el resultado de la encuesta que definiría entre doce aspirantes quien sería el candidato oficial del Partido Liberal. Como se sabe fue

⁵¹ El País, Enero 4 de 1992, “Rodrigo Guerrero lanzó su candidatura a Alcaldía”, primera página

elegido por un amplio margen el constituyente Gustavo Zafra. Ese mismo día se define como disidente Raúl Caicedo, un liberal que ha sido concejal los últimos cuatro periodos.

Las elecciones de alcalde popular se realizaran el 8 de marzo de 1992. Cali tiene un potencial de 687.628 votantes⁵² (1990-507.655 votantes)⁵³. Los candidatos que se presentan en esta oportunidad son:

Rodrigo Guerrero Velasco, médico de 52 años, miembro por matrimonio de la familia Carvajal, una de las familias empresariales con mayor presencia en el ámbito industrial, social y político de la ciudad de Cali. Entre los cargos ocupados encontramos:

Director del Hospital Universitario
 Secretario de Salud Pública Municipal
 Decano de la Facultad de Salud de la Universidad del Valle
 Rector de la Universidad del Valle.
 Director de la Fundación Carvajal por ocho años,
 Un hombre con perfil académico, social y gerencial.

FIGURA 9 RODRIGO GUERRERO, CANDIDATO CIVICO CON EL AD-M19



Fuente: El País, febrero de 1992

⁵² El País, Febrero de 1992, “El Valle preparado para las elecciones”

⁵³ El País, Febrero 13 de 1990,

FIGURA 10 CANDIDATOS CAICEDO LOURIDO Y GUSTAVO ZAFRA

Fuente: El País, febrero de 1992

Raúl Caicedo Lourido, un ingeniero electricista de 37 años. Estudio Administración Pública. Secretario de gobierno del departamento en el mandato de Ernesto González. Consejero para la Seguridad Ciudadana, superintendente de salud para el suroccidente, por cuatro periodos concejal de la ciudad. Caicedo es un profesional de la Política.⁵⁴

Gustavo Zafra Roldán, un abogado de 43 años. Con Maestría en Políticas Públicas en Harvard. Fue viceministro de gobierno del presidente Belisario Betancourt. Conjuez de la Corte Suprema de Justicia. Profesor Universitario. Elegido Constituyente en la lista del Partido Liberal para la Asamblea Constitucional de 1991. Asesor de la Naciones Unidas y del Banco Mundial en un programa de gerencia pública en pequeñas ciudades. Zafra es un político con fundamentación académica.

En estas elecciones de 1992, es elegido como tercer alcalde popular el médico Rodrigo Guerrero. Gana el candidato cívico sobre el candidato académico.

⁵⁴ El País, Febrero de 1992, “Quiénes son los doce de la encuesta liberal”

La clave es el multipartidismo - Octubre 30 de 1994

Esta es la cuarta campaña electoral para elegir por el voto popular al mandatario de cada municipio para un periodo de tres años.

En Agosto se acaba de posesionar como presidente de la República, el político liberal Ernesto Samper Pizano, quien ganó las elecciones en segunda vuelta presidencial por estrecho margen al candidato del Partido Conservador Andrés Pastrana Arango. Este último a los pocos días de los comicios ha hecho pública la existencia de medios magnéticos con grabaciones telefónicas del jefe del Cartel de Cali, Miguel Rodríguez, en los que se evidencia que el Cartel de Cali había apoyado a Samper Pizano con cuatro millones de dólares. Comienza entonces, el trámite de un expediente penal contra un gran grupo de políticos, que se conocerá como el ‘proceso 8.000’. Por razones evidentes, si el Cartel se ufanaba en privado que en cada departamento de Colombia incluía en su nómina de políticos pagados, un congresista liberal y uno conservador, qué podría pasar en el Valle del Cauca, donde el peso de los narcotraficantes en la política local era evidente? En los siguientes cuatro años, el proceso 8.000 le restará gobernabilidad a Samper Pizano, y se convertirá en una debacle para los políticos de la región, que hemos visto surgir en las anteriores elecciones.

Por su guerra frontal contra el gobierno nacional y contra el Cartel de Cali, finalmente en diciembre de 1993 es abatido Pablo Escobar, el jefe del Cartel de Medellín. El nuevo objetivo de las autoridades norteamericanas que están a cargo de la lucha contra el contrabando de narcóticos y el lavado de dinero, es el propio Cartel de Cali, y sus aliados.

Ahora el Partido Liberal quiere ganar también las elecciones de octubre a las gobernaciones y a las alcaldías, para recuperar el espacio político perdido en las últimas elecciones de mandatarios locales, ver Figura 10, particularmente en las principales capitales de departamento.

FIGURA 11 ALCALDES POPULARES ELECTOS POR PARTIDO

Alcaldes por partido			
	1988	1990	1992
Liberal	445	527	400
PSC	413	364	269
Otros	102	72	286
Coaliciones	25	24	24
UP	16	11	12
M-19	0	0	1
Salv. Nacional	0	0	14
Nal. Cons.	0	7	6
Mov. Cons. Indep.			5
Unidos por Colombia			2
Frente Popular			1
Renov. Col.			1
Líder			1
AD M-19			1

Fuente: El Tiempo

En desarrollo del artículo 259 de la Constitución Nacional el Congreso aprueba la Ley 134 de 1994 que reglamenta el voto programático⁵⁵:

“Artículo 1o.se entiende por Voto Programático el mecanismo de participación mediante el cual los ciudadanos que votan para elegir gobernadores y alcaldes, imponen como mandato al elegido el cumplimiento del programa de gobierno que haya presentado como parte integral en la inscripción de su candidatura.

La misma ley reglamenta el procedimiento para revocar el mandato a alcaldes y/o gobernadores por incumplimiento del programa de gobierno elegido.

En el Valle del Cauca está terminando el mandato del primer gobernador elegido popularmente, Carlos Holguín Sardi, jefe de la facción más importante del conservatismo en el Departamento. El próximo 30 de octubre se elegirá su sucesor en forma simultánea con la elección del alcalde popular de la capital, Cali y de las otras ciudades del departamento.

⁵⁵ Diario Oficial, Ley 131 del 09 de mayo de 1994 por la cual se reglamenta el voto programático

En los últimos meses de 1994, en la ciudad de Cali, está concluyendo el mandato del médico Rodrigo Guerrero como alcalde. Como se relacionaba anteriormente, Guerrero dio énfasis a un gobierno de corte social, sin embargo la percepción de seguridad ha bajado en la ciudadanía. En Siloé crece la inseguridad gracias a las pandillas y a los milicianos. Se incrementa la violencia en las comunas 13, 14⁵⁶ y 15⁵⁷.

“... en los primeros ocho meses del año se presentaron 1.674 asesinatos, 236 más que el año pasado. En ese mismo período se reportaron 70 atracos a entidades bancarias.”⁵⁸

De otra parte, la ciudad es vista como un lugar de oportunidades por los desplazados de la violencia y de la falta de empleo, por lo cual la inmigración continúa. Asentamientos subnormales que se trasladan, pronto vuelven y aparecen.

No se han podido terminar algunos compromisos de obras con la comunas 20. Persiste el atraso en la infraestructura vial de la ciudad, con el agravante que dado la crisis financiera del municipio no habrá recursos para la inversión. Se hacen recortes presupuestales en dependencias como Visicali, el Fondo de Pavimentos y la Función Administrativa⁵⁹.

El municipio afronta una crisis financiera que le obliga a minimizar el presupuesto de inversión para 1994, dejando solo financiación del funcionamiento. En 1994 se aprobó la sobretasa a la gasolina como una fuente de recursos para los municipios, que lo planearan, para mejorar su infraestructura vial y sus sistemas de transporte público de pasajero. Estos nuevos recursos y los que provienen de las transferencias de la nación como el Iva, y el cubrimiento de la salud y la educación, permitirán mejorar la situación fiscal, pero urge una reforma administrativa.

⁵⁶ El País, octubre de 1994, “En la 14 matan desde la 8”

⁵⁷ El País, octubre 28 de 1994, “las comunas 13 y 15 con saldo en rojos”

⁵⁸ El Tiempo, Octubre 18 de 1994

⁵⁹ El País, octubre de 1994, “Queda listo plan de inversión para 1995”

Empiezan los amagos de crisis en Emsirva, la empresa de servicios varios a cargo de la recolección de basuras, de ornato y de las plazas de mercado. Hay crisis en Invicali⁶⁰, el alcalde no ha podido cumplir con su meta de 28.000 nuevas viviendas del programa Decepaz. El primer gerente de Invicali desde junio de 1992 fue Raúl Caicedo Lourido, antiguo candidato a la alcaldía de Cali (1992), quien en colaboración con el concejal ingeniero Claudio Borrero inician con escaso éxito una lucha para recuperar para la ciudad más de 33 millones de metros cuadrados de tierras ejidales⁶¹, que particulares se han apropiado de ellas.

La asociación de la ciudad con el bautizado por la DEA, Cartel de Cali, empieza a empañar la imagen de la ciudad a nivel internacional.

En un Foro realizado en Cali, sobre medios de comunicación y democracia, el experto Rafael Roncagliolo expresa que, en América Latina “hay desencanto político” en particular con respecto a los partidos políticos, cree en el papel que deben cumplir los medios de comunicación en la generación de una opinión pública con una actitud crítica, y alaba el proceso democratizador colombiano que ha ampliado a las comunas el proceso de participación.

Los partidos políticos en el Valle del Cauca* están en crisis. El Partido Conservador que tradicionalmente ha sido minoría en la región, es dueño de la gobernación del Valle del Cauca y de la alcaldía de la capital, Cali, pues Guerrero a pesar de haber triunfado con banderas cívicas, es un hombre de estirpe conservadora. En el Valle, las tres facciones del Partido Conservador aún existen pero ya se empiezan a desdibujar, pronto no tendrán

⁶⁰ Invicali - Instituto Municipal de Reforma y Vivienda .. en proceso de liquidación desde mayo de 2002

⁶¹ El Tiempo, 20 de junio de 1992, “Invicali tras ejidos del municipio”

* Los políticos Holguín Sardi, Villegas Villegas, Holguín Sarria (condenado), Guzmán Cuevas (Condenado), Becerra Barney (Condenado), Carlos Herney Abadía (Condenado) estuvieron involucrados en investigaciones o juicios por su relación con el Cartel de Cali, ya sea por el proceso 8.000 o por el delito de enriquecimiento ilícito, casi en todos los casos, por hechos sucedidos en 1994. Muchos años después (2007) incluso José Renán Trujillo estará involucrado en casos de corrupción por sobornos cuando es Superintendente de Salud.

tampoco un proyecto común. El sector Holguinista lo lidera el ex alcalde Villegas Villegas, mientras Carlos Holguín termina su mandato como gobernador.

En el Partido Liberal aparecen como jefes:

- El senador José Renán Trujillo sobre las antiguas huestes ‘Holmistas’, su hermano es consejero de paz del gobierno Samper.
- El senador Holguín Sarria, constituyente del 1991, abanderado de las antes tropas ‘Balcarcistas’. Hombre académico proveniente de la Universidad Santiago de Cali (Usaca)
- El abogado Mauricio Guzmán Cuevas jefe de la facción Nuevo Liderazgo que en marzo ha fracasado en su intento de hacerse elegir senador.
- El abogado Manuel Francisco Becerra Barney que recién acaba su periodo como Contralor General de la Nación (1990-1994), y quien había sido gobernador del departamento(1986-1988) y ministro de educación (1988-1990)
- El ingeniero Carlos Herney Abadía jefe liberal del centro del Valle, senador 1990-1994
- Luis Fernando Londoño Capurro senador liberal (1994-1998), ex ministro de agricultura, ex concejal de Cali

Esta vez en la fecha de la elección popular de alcaldes y de gobernadores, octubre 30 de 1994, no coincide con las elecciones de carácter nacional (marzo/junio de 1994). El Partido Liberal que ha sido la fuerza mayoritaria en el Valle y en Cali, ha perdido las tres últimas elecciones, las de alcalde popular de Cali en 1990 y en 1992, y la de gobernador en 1991.

En un foro realizado en agosto, en el que participa Mauricio Guzmán, propone estrategias para evitar que Cali viva una narcoguerra como la que ha sucedido antes en Medellín, de esta manera con una propuesta de perdón a los narcos y como un liberal independiente, Guzmán lanza su candidatura a la Alcaldía de Cali.

Antes de que los liberales definan su candidato, Mauricio Guzmán hace un pacto con Germán Villegas Villegas, para constituir una alianza electoral, por medio de la cual se reparten las candidaturas, la Alcaldía de Cali para el primero, y la gobernación del Valle del

Cauca para el segundo. Popularmente se diría que van “en llave”, es decir, aliados. La sorpresa es que Guzmán es de origen liberal y Villegas, como hemos visto, es de ascendente conservador.

Estas elecciones estarán signadas por la alianza política pluripartidista llamada '**La Clave es la Unión**'.

En el Partido Liberal despuntan los primeros candidatos, Raúl Caicedo Lourido, candidato disidente en la campaña anterior, el ingeniero Claudio Borrero, varias veces precandidato, conocido por su denuncia acerca de la tenencia ilegal de los ejidos de la ciudad en cabeza de particulares, y Álvaro Fernando Quintero, ex secretario municipal de Hacienda del gobierno en curso. En el discurrir del mes de Septiembre declina su aspiración Caicedo Lourido en favor de Quintero, y posteriormente, cuando ya están impresos los tarjetones electorales, lo misma hace Claudio Borrero, “claudica Claudio”, como subtitula el diario El País, también en apoyo a Quintero, obteniendo de este último la promesa del nombramiento como gerente general de las empresas municipales de Cali, si gana las elecciones⁶².

Como siempre, la prensa local toma partido, El País apoya sin reticencias a La Clave, lo mismo hace El Caleño, pero con Quintero, el candidato liberal. El Diario de Occidente permanece más bien en una línea de 'no intervención'. Este detalle es importante porque la campaña se ve empañada por la guerra sucia que se desata entre los simpatizantes de ambos candidatos a la alcaldía, utilizando como tribuna los medios masivos de comunicación.

Los integrantes de “La Clave” determinan que no aceptan apoyos parciales, es decir, que un grupo político que ofrezca respaldo al candidato a la gobernación, Germán Villegas, también habrá de hacerlo con el candidato a la Alcaldía, Mauricio Guzmán. De esta manera se organiza una fuerza electoral pluripartidista compuesta por los movimientos que manejan entre otros: Rodrigo Lloreda (conservador), Carlos Holguín (gobernador conservador), Claudia Blum (Nueva Fuerza democrática), Manuel Francisco Becerra

⁶² El Caleño, octubre de 1994

(liberal), el médico Vega Londoño de la Brigada de Acción Social (liberal), Carlos Herney Abadía (liberal), miembros de la Acción Democrática-M19, Humberto Pava Camelo* de Acción Social

Los liberales urgen la unión, ya que en las dos campañas anteriores han participado divididos con resultados fatídicos. En la carrera a la candidatura a la alcaldía de Cali, parece que no hay problema, Manuel Fernando Quintero es el candidato único, en cambio a la gobernación todavía hay varios candidatos, proponen una consulta, pero no hay tiempo, por consenso lo jefe del partido deciden apoyar a uno de sus alfiles, Germán Romero Terreros, un viejo zorro político liberal, quien tampoco pudo reelegirse senador en marzo.

Empieza la campaña

Esta vez, la campaña comienza tres meses antes del día de los comicios. Las elecciones de alcalde popular se realizarán el 30 de octubre de 1994. El mandato del nuevo alcalde de Cali comienza el primero de enero de 1995 y terminará el 31 de diciembre de 1997. La Registraduría Nacional del Estado Civil lanza la campaña '**Vive la Democracia**' invitando a los mayores de 18 años a la participación en la jornada electoral para elegir alcaldes, gobernadores, concejos, asambleas y juntas administradoras locales. En Colombia el censo electoral alcanza 17'919.000 votantes⁶³. Los candidatos al cargo de alcalde popular de Cali que se presentan en esta oportunidad son:

Mauricio Guzmán⁶⁴, abogado de 38 años, casado con Luz Helena Azcarate, Diputada a la Asamblea, fue gobernador nombrado por el presidente Gaviria (1990-1991), representante a la cámara, concejal de Cali, jefe de la facción local del nuevo liberalismo que después de la muerte de Luis Carlos Galán, se convierte en 'Nuevo Liderazgo'...

* Humberto Pava Camelo fue investigado por enriquecimiento ilícito por recibir cheques por 30 millones de los hermanos Rodríguez (El Tiempo, Junio 2 de 1998)

⁶³ El País, Septiembre de 1994, "Listo el nuevo censo electoral"

⁶⁴ El Tiempo, 18 de octubre de 1994, "Valle"

FIGURA 12 CANDIDATOS MAURICIO GUZMAN Y ALVARO QUINTERO



Fuente El Caleño

Manuel Fernando Quintero, un economista de 49 años. Ha sido secretario departamental y municipal de hacienda, director de Valorización, concejal y director de la FES (Fundación para la Educación Superior).

La primera acción de la campaña del candidato oficial del Partido Liberal es presentar “La Unión Liberal”, como contrapeso a la “La Clave”, Quintero se asocia con Germán Romero, candidato liberal a la gobernación.

Es una campaña simplificada por el número de candidatos a la Alcaldía, solo se presentan dos en esta ocasión. Ambos presentan una alianza con un candidato a la gobernación, en un experimento que por primera vez es factible. El nuevo fenómeno político, es que se ha pasado de campañas cívicas en 1992, a una campaña pluripartidista versus una campaña partidaria de los liberales, aunque finalmente se les suma el grupo conservador ‘Humbertista’, y recibe el apoyo de la Alianza Nacional Popular (Anapo) , en cabeza del senador Samuel Moreno Díaz. Se enfrentan dos alianzas pluripartidistas.

Como lo vaticinan las encuestas, Mauricio Guzmán es electo como el cuarto alcalde popular de Cali.

Las campañas acuden a la creatividad* - Octubre 26 de 1997

Esta es la quinta campaña electoral para elegir por el voto popular al mandatario de cada municipio para un periodo de tres años. El alcalde anterior está encarcelado por recibir financiación del Cartel de Cali.

En la fecha, el presidente aún es Ernesto Samper Pizano, con ‘el sol a sus espaldas’, pues es el último año de su difícil mandato, su margen de gobernabilidad es nulo. Samper reconoce la penetración de los carteles de la droga, pero afirma que fue “a sus espaldas”. Samper consigue en el Congreso una absolución de culpa en un simulacro de acusación penal, que el gobierno recoge como absolución política también. El Partido Liberal pierde credibilidad y espacio político.

El ambiente político se ha enrarecido aún más, después del asesinato del líder conservador Álvaro Gómez, un ‘servicio’ que presta la mafia narcotraficante al gobierno, suprimiendo un férreo opositor.

En el ámbito del conflicto armado, las FARC han cambiado su estrategia de guerra, realizan asaltos masivos con 100 y hasta 500 militantes, atacando bases militares y puestos de policía, empiezan a asestar golpes severos a ‘las fuerzas del orden’. En diciembre de 1997 sucede el asalto a la base militar del cerro de Patascoy en el Putumayo y en noviembre de 1998 el asalto a Mitú, dos ejemplos de la escalada del conflicto. Empieza a aparecer la sensación en la opinión pública, que en medio de la confusión política que genera el proceso 8.000, hay desgobierno y que, por primera vez en veinticinco años, las Farc ‘están ganando la guerra’.

Varios de grupos de jóvenes ciudadanos empiezan a clamar por la paz, y recordando ‘la séptima papeleta’ de 1990, trabajan por la expresión de voluntad de paz de la sociedad

* Titular de una columna de Occidente de la periodista María del Carmen Londoño donde destaca que la falta de recursos económicos de las campañas ha llevado a acudir a la creatividad en las piezas promocionales.

civil, un término nuevo en el conflicto armado colombiano, que sustrae a la mayoría del pueblo colombiano de la guerra, como una tercera parte, ajena a los intereses del Estado, y a los intereses de los subversivos.

La guerrilla, que una década antes había exigido como condición para iniciar diálogos de paz el establecimiento de la elección popular de alcaldes, en esta ocasión ha amenazado con boicotear el proceso electoral⁶⁵ y desde marzo comenzó con un plan de secuestros y asesinatos de alcaldes, y a declarar como ‘objetivo militar’ a los candidatos locales en las elecciones de octubre. El ambiente en todo el país se torna pesado⁶⁶.

De otra parte, los grupos paramilitares que surgen con las autodefensas creadas por los ganaderos del Magdalena Medio, por los empresarios del Urabá antioqueño y por los narcotraficantes, como ejércitos privados que persiguen a los simpatizantes de la guerrilla, empiezan a extender sus operaciones de masacre y despojo de tierras al resto del territorio nacional, en 1997 se produce la masacre de Mapiripan en el Meta, como el inicio de un plan de expansión nacional.

Los jefes de los carteles de la droga de Cali y del ‘norte del Valle’, están en la cárcel, protegidos por la prohibición constitucional de la extradición, hasta que se reforma nuevamente la Constitución del 91, y se aprueba la extradición de narcotraficantes sin retroactividad en diciembre de 1997⁶⁷.

El proceso 8000 llevó a la cárcel a figuras políticas nacionales, pero golpeó principalmente al Valle del Cauca, descabezando la política local. Ambas circunstancias harán de esta campaña electoral, un proceso más barato porque ya no se cuenta con ‘los patrocinios’ de los barones de la droga.

⁶⁵ El Tiempo, “La Ola”, septiembre 2 de 1997

⁶⁶ Revista Semana, Violencia Política, Abril de 1997

⁶⁷ Revista Semana, Memorando Confidencial del Senado de EEUU, Septiembre 15/1997. El documento describe el acomodamiento de los carteles de la droga y su influencia en política y en justicia en Colombia

De otro lado, la economía nacional empieza a dar señales de desaceleración, combinada con un problema hipotecario del sistema financiero, que ha incrementado de tal manera la UPAC (unidad de poder adquisitivo constante), que ha convertido en impagable los créditos de vivienda. El año 1998 se anuncia con ‘nubarrones’ en el horizonte económico. Estos problemas muestran al año 1997 como un punto de inflexión en la economía nacional. La tasa de la inflación para 1997 fue del 17,68% anual, la inflación de 1998 fue de 17,6% (espejo de 1997) y la de 1999 de 9,23%, fruto de una severa recesión, un incremento grande en el desempleo y una reducción dramática en el consumo de los hogares.

Se recuerda que, en el año 1994 se había elegido una combinación pluripartidista de gobernador para el Valle del Cauca y de alcalde de Cali, a través de una alianza conocida entonces como ‘la clave’. Esta experiencia pluripartidista no superó la posesión de los mandatarios electos, pues se fracturó con la conformación de los gabinetes de gobierno.

En el Valle del Cauca está terminando el mandato del segundo gobernador elegido popularmente, Germán Villegas Villegas, jefe del conservatismo. El próximo 26 de octubre se elegirá su sucesor en forma simultánea con la elección del alcalde popular de la capital, Cali y de las otras ciudades del departamento.

En la ciudad de Cali, desde agosto de 1997 hay un alcalde nombrado, Julio César Martínez Payán, quien sustituye al político liberal Mauricio Guzmán, acusado por la justicia de haber recibido dinero de los narcotraficantes, para sus campañas políticas. Guzmán aceptaría los cargos por enriquecimiento ilícito que le formularía la fiscalía.

En tanto, la ciudad se encuentra sumida en una crisis económica, en un proceso de destorcida de la economía, artificialmente inflada por el dinero lavado por los carteles de la droga. Otro fenómeno que ha afectado la economía de Cali, es el retiro de la ciudad de las empresas multinacionales, que cierran sus fábricas en el país aprovechando la apertura

económica que les permite concentrar sus operaciones regionales en otros países, como Brasil o México, y utilizar a Colombia solo como centro de distribución y consumo.

Otras empresas abren nuevas instalaciones en el norte del Cauca, aprovechando las exenciones tributarias ofrecidas por la Ley Páez desde 1994⁶⁸. En la ciudad se elevan las cifras de desempleo, pasa del 10% en 1996 al 18.4% en solo dos años⁶⁹.

La truncada alcaldía de Mauricio Guzmán, hizo una reforma estatutaria sobre las Empresas Municipales de Cali, Emcali, que incluyó la exigencia del giro de recursos financieros para respaldar obras del municipio, cuya ejecución era perentoria dado el deterioro de la malla vial, y el atraso de la infraestructura vial que entorpece la movilidad. Se hizo el reparcheo de las principales vías, y se construyeron varios anillos viales que mejoraron el flujo vehicular (calle 25 con carrera 15). Sin embargo el problema del transporte público urbano de pasajeros persistía.

Las finanzas de Emcali además se habían afectado, como mencionábamos antes, por el contrato de compra de energía con Termoemcali, sumado ahora a la inversión en la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) de Cañaveralejo, pero particularmente al desangre que genera la corrupción, que empezó con el despeje de escombros del lote. Este desangre financiero ha puesto en tela de juicio la supervivencia de la empresa de servicios públicos que fue antes modelo de organización en Colombia.

La crisis financiera del municipio se agrava, el hurto de los dineros depositados por la administración municipal en el fondo Bancali, delito que se gestó a través del depósito de los recursos financieros del municipio en el sistema de cooperativas multiactivas, que se quebraron gracias a la figura de préstamos a terceros sin garantías reales, lo que empeoró la

⁶⁸ Ley Páez de 1994. Es una ley promulgada de fomento a la inversión privada a raíz de la avalancha del Río Páez, que afectó a las comunidades aledañas del Cauca y del Huila. Su principal componente era la exención tributaria de impuesto de renta y de IVA sobre bienes importados a las empresas que se instalaran en la zona hasta el año 2004.

⁶⁹ El País, ‘Comportamiento de la tasa de desempleo en Cali entre 1995 y 1997’, Septiembre de 1997

situación fiscal de la ciudad. En los finales de 1998 en otra movida financiera, Bancali le compró a integrantes de la familia Lloreda⁷⁰ (socios de El País, de Fidupacífico, y otras empresas) títulos judiciales con mandatos de pago fraudulentos a trabajadores de Foncolpuertos por el monto de trece mil millones de pesos. Bancali para cuando se propuso su liquidación (2003) tenía pérdidas acumuladas de 65 mil millones de pesos⁷¹.

En este periodo en el Valle del Cauca, los partidos políticos tradicionales retroceden en parte desgastados en su uso del poder, sin haber resuelto los grandes problemas del electorado, como el trabajo, la educación, la salud, la seguridad y la vivienda.

El Partido Liberal tiene a sus jefes más recientes en la cárcel, solo quedan afuera algunos ‘coroneles’ y otras figuras respetables, pero sin votos. La defensa a toda costa del gobierno del presidente Samper ha deteriorado la imagen del partido entre la opinión. En el Partido Liberal aparecen como jefes:

- El senador José Renán Trujillo sobre las antiguas huestes ‘Holmistas’, su hermano es ministro del interior del gobierno Samper.
- El senador Camilo Montenegro jefe del centro del Valle
- La senadora Socorro Bustamante de Lengua cuyo fortín electoral está en Palmira

En cambio, el Partido Conservador ha salido mejor librado, por ahora tiene la gobernación del departamento en cabeza de Germán Villegas. Sin embargo, cada vez es más común que los candidatos a los cargos de elección popular se declaren ‘apolíticos’ o independientes, y acudan a la figura de inscribir por el método de recolección de firmas. En cambio, los candidatos a las corporaciones públicas si buscan el aval de los partidos políticos inscritos y reconocidos por el Concejo Nacional Electoral. En este caso, las listas son confeccionadas por múltiples candidatos y el elector puede seleccionar su representante entre todos los de la lista con el mecanismo de voto preferente.

⁷⁰ Revista Semana n° 1296 de marzo 3 de 2007, artículo “Caso Lloreda” acerca de la sentencia por estafa que dictó un juez contra Alvaro Jose Lloreda y su Hijo.

⁷¹ Caracol Radio, Julio 29 de 2003, la nota “Se debe acabar Bancali” desde www.caracol.com.co consultado el 21 de noviembre de 2012

Esta vez la fecha de la elección popular de alcaldes y de gobernadores, octubre 26 de 1997, tampoco coincide con las elecciones de carácter nacional (marzo/junio de 1998). El Partido Liberal que había sido tradicionalmente la fuerza mayoritaria en el Valle y en Cali, ha perdido las últimas tres elecciones a la alcaldía y las dos a la gobernación.

Para esta campaña el Partido Conservador se considera tan fortalecido que lanza dos candidatos a la alcaldía de Cali, uno de la facción ‘Lloredista’, la cual habiendo participado de las anteriores administraciones locales, ha decidido que es hora de encabezarla con uno de los suyos, Francisco José Lloreda Mera, hijo del excandidato presidencial Rodrigo Lloreda, con el apoyo implícito del diario El País, el periódico de mayor circulación en el suroccidente de Colombia. El otro candidato conservador es uno de los alfiles del ‘holguinismo’, Ricardo Cobo Lloreda, quien recibe apoyo del otro diario de opinión conservadora, el Occidente. Esta vez El Caleño, que había sido un aguerrido defensor de algunos candidatos de origen liberal, ha decidido no tomar partido.

Los concejales de la ciudad, que poseen la maquinaria electoral más aceitada, se alinean en su mayoría con uno de estos dos candidatos conservadores, inclusive los concejales de origen liberal.

Tabla 1 - Apoyo de los concejales activos a los candidatos a alcalde

	concejales	votos 1994	apoyo %
Cobo	8	50.391	37%
Lloreda	12	72.970	54%
Gómez	2	11.063	8%
Margarita	0	-	0%
		134.424	

Fuente: Elaboración propia sobre datos de Diario de Occidente – Septiembre de 1997

Empieza la campaña

La campaña comienza en agosto de 1997, tres meses antes del día de los comicios. Las elecciones de alcalde popular se realizarán el 26 de octubre de 1997. El mandato del nuevo alcalde de Cali comienza el primero de enero de 1998 y terminará el 31 de diciembre de 2000. Esta jornada electoral se realiza para elegir alcaldes, gobernadores, concejos, asambleas y juntas administradoras locales.

En Cali, 984.520 ciudadanos podrán sufragar⁷² en 2.481 mesas⁷³. En estas elecciones hay denuncias anticipadas de que se puede cometer un fraude⁷⁴, especialmente en la escogencia del gobernador, pues las encuestas favorecen a Álvarez Gardeazábal muy por encima de su oponente, el candidato de los ‘empresarios’ y de los barones electorales, Carlos Holguín.

El autor fue auditor de sistemas oficial para el procesamiento de datos de la jornada electoral en nombre de uno de las facciones liberales que apoyaba a Margarita Londoño. Como especialista en control de procesos, el autor puede afirmar que la Registraduría entonces no ofrecía ninguna garantía, pues limitaba el papel de los auditores a observar los boletines de prensa y a recibir un hoja electrónica con los resultados por mesa electoral una semana después de los comicios⁷⁵. Desde entonces se ha sospechado que había manipulación de los resultados, lo que tristemente se confirmaría algunos años después. En Colombia se ha popularizado la expresión “el que escruta elige”.*

En esta jornada electoral de 1997, lo turbio parece sucedería en los escrutinios del Concejo Municipal, cuando se pretendió desplazar al concejal elegido numero veintiuno, el ultimo

⁷² Occidente, Octubre de 1997, “984.520 caleños podrán votar”

⁷³ El País, octubre de 1997, “Cali, Panorama electoral”. En este gráfico la Registraduría anuncia un potencial electoral de 1'005.555, que difiere en 21.000 electores con el anuncio de otro informativo.

⁷⁴ Occidente, “Manejo de resultados electorales no es fiable: Álvarez Gardeazábal”, Octubre de 1997

⁷⁵ Occidente, Octubre de 1997, declaraciones del Senador Álvaro Mejía López, “Qué pasa en la Registraduría?”

* Uno de los referentes mas notables fue la jornada electoral del 19 de abril de 1970, en la cual el gobierno de turno definió en la noche, durante el conteo de votos, quien sería electo como Presidente de la República para el periodo 1970-1974.

que ingresaba, para remplazarlo por uno de los candidatos perdedores. El problema fue, que el elegido en esta ocasión era Ricardo DeLima, hijo de uno de los empresarios más poderosos del Valle del Cauca. Ante la indignación y los reclamos de la dirigencia local, la Registraduría se vio obligada a reversar el cambio.

Cabe anotar, que el cociente electoral que se estimaba en solo 6.000 votos para estos comicios, ascendió finalmente a más de 7.200 votos, debido al incremento de la participación de los ciudadanos en la jornada. Esta diferencia en el cociente electoral para el Concejo Municipal le costó las elecciones a aquellos candidatos que presupuestaron un objetivo que rodaba los 6.000 votos. El número de votantes creció en un 12,9% con relación a la jornada de 1994.

Una semana después de las elecciones fue asesinado por sicarios, el gerente propietario de la firma Datacentrum, que procesó los datos de los votos de esta jornada, Mario Salas Jiménez⁷⁶.

A nivel nacional, el fenómeno de la mayor participación del electorado también fue observado. Operativamente el sistema electoral colapsó, pues muchos ciudadanos se vieron impedidos para sufragar, dada la congestión en los puestos electorales⁷⁷.

Los candidatos a ser elegidos como alcalde popular de la ciudad de Cali, que se presentan en esta oportunidad son:

Francisco José Lloreda Mera⁷⁸, abogado y periodista de 32 años, con una maestría en Administración y Políticas Públicas en la Universidad de Columbia (EUA). Ha ocupado cargos públicos, como secretario privado de la alcaldía de Bogotá y de la alcaldía de Cali, y como director del DA de Planeación Municipal de Cali. Siendo adolescente padeció de

⁷⁶ El Tiempo, Noviembre 1 de 1997, “Matan a Ingeniero que sistematizó comicios”

⁷⁷ El Espectador, Noviembre 7 de 1997, “Camino de la Reingeniería Electoral”, dos expertos analizan lo ocurrido en la jornada electoral del 26 de octubre.

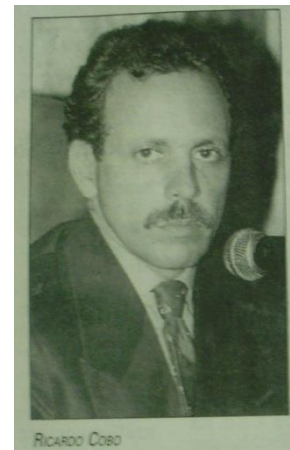
⁷⁸ Occidente, “Candidatos a la Alcaldía”, octubre de 1997

cáncer, le fue amputada una pierna, y permaneció en convalecencia cerca de un año en EUA. Se inscribió como candidato a la alcaldía con firmas por el movimiento ‘Firmes con Cali’.

Su programa se concentra en:

- ofrecer mayor seguridad dotando de tecnología a las autoridades
- construir vivienda social habilitando tierras con servicios públicos
- crear un fondo para apoyar la creación de pequeñas empresas

FIGURA 13 CANDIDATOS FRANCISCO LLOREDA Y RICARDO COBO



Fuente: El Occidente

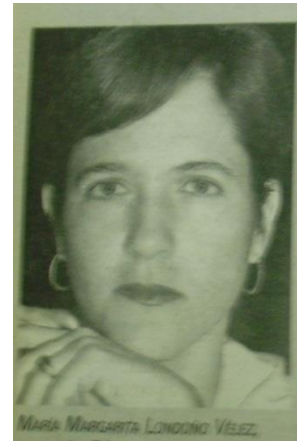
Ricardo Cobo Lloreda, un abogado de 42 años. Capitán retirado del ejército, miembro activo de la Defensa Civil. Fue gerente de empresas privadas como el Ingenio Papayal y de Calizas y Derivados, propiedad de su familia en Vijes, donde fue concejal por dos periodos. Es un político profesional, pues ha sido concejal de la ciudad por tres periodos. Presidente del Concejo Municipal en el último periodo.

En su programa de gobierno propone:

- Crear incentivos para atraer inversionistas extranjeros a la ciudad
- Reorientar el currículo de la educación secundaria hacia el trabajo productivo
- Convertir a la alcaldía en un motor de la construcción de la vivienda de interés social

Como concejal de la ciudad cabe reconocer que Ricardo Cobo fue autor de la iniciativa de prohibir el parrillero hombre en las motocicletas, una fórmula que ha contribuido en el control del sicariato.

FIGURA 14 CANDIDATOS LUIS GÓMEZ Y MARGARITA LONDOÑO



Fuente: El Occidente

Luis Alberto Gómez López, un economista industrial de 56 años, ‘es el candidato con mayor experiencia político administrativa’ entre los cuatro que forman la baraja. Tiene una especialización en administración financiera y una maestría en Administración de Empresas de la Universidad del Valle. Fue director de programa de posgrado de la Esap, y recientemente ocupó el cargo de secretario de hacienda del municipio. Gómez López fue inscrito como candidato oficial del Partido Liberal, aunque como vimos antes solo cuenta con el apoyo político de dos concejales activos.

La prioridad en su programa es dar a la ciudad un Metro. Planea desarrollar un programa de vivienda social sin cuota inicial. Entre sus objetivos está fortalecer la pequeña y mediana empresa. Quiere conquistar para la ciudad los Juegos Olímpicos de 2016.

Margarita Londoño Vélez, comunicadora social de 46 años, profesora universitaria, exdirectora y columnista del diario Occidente. Ha sido directora del Dagma. Se inscribe

con firmas como candidata alternativa del Movimiento ‘Huella Ciudadana’ de ascendencia liberal.

Su programa se centra en fortalecer la educación en niveles de básica primaria y secundaria, mejorando las instalaciones y los recursos para la educación en los estratos 1 y 2. También ofrece un plan de vivienda social. Propone consolidar las finanzas del municipio, y reestructurar la Empresas Municipales de Cali. Cuenta con el apoyo del senador liberal Camilo Montenegro.

El fenómeno político, que surge de las alianzas suprapartidistas y de otra parte, de la inscripción de los candidatos usando el recurso de las firmas de los ciudadanos, reitera la pérdida de espacio de los partidos políticos como eje de las campañas electorales a la alcaldía de Cali. Los candidatos en su mayoría de origen político, intentan no parecerlo, pero su mecánica electoral si está sustentada en los líderes políticos de barrio, de comuna, o de una facción del partido⁷⁹, quienes son conquistados a trabajar en una campaña por el pago de honorarios, o por la promesa de beneficios, una vez se logre el objetivo de ganar el cargo. Se reparten anticipadamente el botín burocrático y de contratación. Este reparto de beneficios del poder que ha sido tradicional al interior de los partidos políticos⁸⁰, ahora responde a intereses particulares, pues los líderes de base son dueños de los votos, tienen su propia clientela política, a la cual hacen promesas concretas y suelen ser fieles a su palabra.

En estas elecciones, que buscan convocar a la franja de opinión pública, los candidatos a la gobernación y a la alcaldía reciben apoyo de una mezcla de movimientos políticos muy confusa, que en ningún caso responde a acuerdos programáticos, al menos en las dos candidaturas a la alcaldía de Cali con mayor opción, Lloreda y Cobo.

⁷⁹ Dávila, A. & Corredor, A. (1998). Las elecciones del 26 de octubre: ¿Cómo se reprodujo el poder local y regional? En A. Bejarano y A. Dávila (Eds.), *Elecciones y Democracia en Colombia 1997-1998* (pp. 77-116). Bogotá: Ediciones Uniandes

⁸⁰ Duverger, Maurice, Los partidos políticos, FCE, México, 1974

Al revisar la lista de concejales que apoyan a los candidatos a la Alcaldía, se encuentran liberales de diferentes facciones apoyando a ‘kiko’, Clementina, Vega Londoño y el grupo de Abadía, lo mismo que conservadores de las vertientes ‘lloredistas’, ‘humbertistas’, y aún más, una representante del ‘Holguinismo’ (Rivera). En cambio, a Cobo lo apoya el ‘Holguinismo, la facción liberal ‘Holmista’, la ‘Kikista’*, y el concejal independiente Apolinar Salcedo.

El ‘Holgunismo’ está jugando dos partidas, una a la gobernación con el jefe, Holguín, como candidato, que a pesar del apoyo de la dirigencia política tradicional liberal y conservadora, está perdido desde el comienzo, por el empuje de la candidatura de Álvarez Gardeazábal, apoyada tras bambalinas por el jefe conservador en retiro, Humberto González Narváez. La otra partida se juega con la candidatura de Ricardo Cobo a la alcaldía de Cali. Es un hecho político que, considerándose derrotado previamente en la campaña a la gobernación, Carlos Holguín traslada todos sus recursos y esfuerzos a la campaña de Cobo a la alcaldía, que resulta un ‘premio mayor’ en el caso de ganar las elecciones.

Ricardo Cobo gana las elecciones y se convierte en el quinto alcalde popular de Cali.

Otro candidato periodista - Octubre 29 de 2000**

Esta es la sexta campaña electoral para elegir por el voto popular al mandatario de cada municipio para un periodo de tres años.

Desde 1998, el Presidente es Andrés Pastrana Arango, un periodista de televisión, hijo de un expresidente. Su campaña giro alrededor de su propio movimiento político Nueva Fuerza Democrática, de tendencia suprapartidista. Sin embargo su origen es conservador.

* La denominación ‘kikista’ corresponde a la extinta facción del Excontralor General de la Republica, Federico Becerra Barney, entonces acusado penalmente por el delito de enriquecimiento ilícito.

** En las elecciones municipales de Cali, en ocasiones anteriores han participado periodistas en la búsqueda de una curul del concejo, o para ocupar el cargo de Alcalde.

Los hechos dominantes en el mandato de Pastrana son:

- La apuesta por un proceso de paz con las Farc basado en el mandato popular del ‘voto por la paz’ de 1997, y en su acercamiento con el jefe de ese grupo guerrillero, alias Manuel Marulanda Vélez. El país ha visto en los últimos años como el conflicto ha escalado su violencia, y como se acerca a las grandes ciudades. Pastrana ha despejado cinco municipios para hacer las negociaciones.
- El fortalecimiento de las fuerzas armadas y la financiación extranjera para encarar el conflicto armado, estableciendo una alianza contra el narcotráfico, se inicia el Plan Colombia apoyado por los Estados Unidos.
- Colombia está pasando una crisis económica sin precedentes en la historia del siglo xx. El producto interno bruto del país se contrajo en términos reales el 5.2%⁸¹. Disparando las cifras de desempleo hasta alcanzar los 20 puntos.

En el momento que inicia el proceso electoral local de 2000 para elegir alcaldes, el proceso de paz ‘del Caguán’ se encuentra estancado, la guerrilla sigue secuestrando políticos, no muestra interés en avanzar hacia la desmovilización, pues sus líderes están convencidos que pueden ganar la guerra.

La guerra contra los carteles del narcotráfico, conocidos como Medellín y Cali, que el Estado ganó a sus líderes, parece una victoria pírrica lejana en el tiempo, pues otros carteles de la droga han surgido, el ‘norte del Valle’ y el de Bogotá, pero lo más grave, es que se involucran en el negocio del narcotráfico otros actores. Los narcotraficantes del Valle se han aliado con los paramilitares de Urabá, estos últimos antiguos aliados de Pablo Escobar, que terminaron convertidos en sus enemigos (1992), cuando conforman el grupo ‘los pepes’, que ayudo a las autoridades a terminar con el capo de Medellín*.

Los paramilitares liderados por los hermanos Castaño Gil, bajo el patrocinio de poderosos ganaderos, un grupo importante de políticos de la Costa Atlántica y de Antioquia, expanden

⁸¹ Banco de la Republica, Junta Directiva, Resumen ejecutivo marzo 2000, Bogotá

* El 1 de diciembre de 1993 finalmente es ultimado Pablo Escobar por la alianza entre los Pepes y el Bloque de Búsqueda de las autoridades.

sus operaciones con la asistencia de las fuerzas militares y de la Policía Nacional, a otros territorios del país. Los paramilitares sustentan ideológicamente su accionar en ‘la autodefensa campesina’, utilizan la figura de las cooperativas Convivir creadas en el gobierno del presidente Samper como medida desesperada, para contener los avances de la guerrilla de izquierda en el campo⁸².

El accionar de los paramilitares, más que enfrentar a la guerrilla, se dedica a la expropiación a la fuerza de las tierras que ocupan los campesinos, acusándolos de ser auxiliadores de la guerrilla, los masacra, o los expulsa, en beneficio de los terratenientes que extienden sus propiedades. En las nuevas tierras usurpadas aparecen empresarios de la palma africana y otros cultivos industrializados.

Este panorama político nacional muestra un nivel de violencia explosivo, en lugar de amainar con las negociaciones del Caguan. El gobierno nacional ha trazado una alianza militar con los Estados Unidos para combatir el narcotráfico, a la que llama Plan Colombia. Por primera vez, se asocia el conflicto armado con el problema de las drogas ilegales⁸³.

Los últimos cinco años ha habido un éxodo de colombianos al extranjero en búsqueda de mejores oportunidades para mejorar su calidad de vida.⁸⁴

A finales de 1997 había sido elegido gobernador del Departamento con una votación extraordinaria de más de setecientos mil sufragios, el escritor tulueño Gustavo Álvarez Gardeazábal. Sin embargo, no pudo concluir su periodo pues fue acusado de recibir

⁸² Giraldo, Manuel, Crónica oculta del conflicto, pag 137-140, masacre de Mapiripan (1997), F.E. El Perro y la Rana, Caracas, 2010

⁸³ Occidente, Agosto 2000, disertación de Andrés Pastrana en Foro de las Américas, “El Plan Colombia mucho más que Helicópteros”

⁸⁴ El Colombiano, Resumen del año 2000, ‘siguió el éxodo. Más de 230.000 colombianos emigraron este año’, diciembre de 2000, Medellín

patrocinio en la campaña electoral de parte de los hermanos Rodríguez Orejuela; como evidencia la Fiscalía tenía un cheque por seis millones de pesos⁸⁵.

En su remplazo fue nombrado por el presidente de la república, el ingeniero Juan Fernando Bonilla, un hombre del sector privado, con poco bagaje político. Su gobernación se concentra en hacer la reforma administrativa de la Gobernación, que implicó una reducción drástica del personal del Palacio de San Francisco.

En la ciudad de Cali, concluye lánguidamente el periodo de tres años de Ricardo Cobo Lloreda. Su mandato tiene poco impacto en la evolución positiva de la ciudad porque entonces confluyen tres fenómenos: hay una crisis económica que golpea a la ciudad con un índice de desempleo sin precedentes, los despojos que ha dejado la corrupción tienen al borde de la quiebra a las Empresas Municipales de Cali, Emcali, antes ‘la joya de la corona’, y al municipio, y por último, hay un vacío de liderazgo político, cívico y empresarial.

Ricardo Cobo Lloreda es un hombre que pertenece a la clase dirigente de la ciudad, es un capitán retirado del ejército, hace parte de la Defensa Civil en la calidad de voluntario, es una persona activa que tiene una apariencia de fuerza, pero realmente no se conecta con sus conciudadanos. Empieza a ser referido como ‘musculito’, un término algo despectivo. En sus comunicaciones como alcalde, utiliza el lema: ***Cali, nuestra fuerza se está sintiendo***

En tanto, ocurren dos hechos que dejan una impronta grave en la ciudad. El 30 de mayo de 1999 en el sector de Pance, en la Iglesia de la Maria, la guerrilla del Ejército de Liberación Nacional, ELN, secuestra a los feligreses que están en la misa del domingo. Es un secuestro extorsivo, las víctimas son personas de altos ingresos, vecinas del sitio.

⁸⁵ El Tiempo, “A juicio, Gustavo Álvarez Gardeazábal”, Noviembre 13 de 1997. El escritor se encontraba detenido desde mayo 4 por el delito de enriquecimiento ilícito y lavado de activos.

El domingo 17 de septiembre de 2000, en plena campaña electoral para la alcaldía, el mismo grupo guerrillero ejecuta otro secuestro masivo, llevándose a los propietarios y sus visitantes de varias fincas del sector de recreación conocido como el kilómetro diez y ocho (Km 18) de la salida al mar⁸⁶.

Estos dos sucesos tienen un impacto terrible en la psiquis de los caleños, la paranoia se apodera de los ciudadanos. Nadie se atreve a salir de la ciudad, por el temor que genera ser víctima del secuestro, un delito con larga trayectoria en la historia del país, y que con frecuencia se ha resuelto fatalmente.

Entre los hechos de la gestión del alcalde Cobo Lloreda, se destacan, la realización de Plan de Ordenamiento Territorial (POT)* de la ciudad, que sistematizó mucha información de la ciudad que antes estaba dispersa. Otro objetivo que se cumplió, fue el despejar el espacio público de la calle quince y de la calle trece del centro de la ciudad, el cual estaba invadido por vendedores estacionarios informales. En principio se hizo un censo, se les ofreció un local en un centro comercial especialmente construido en el sector de la antigua ‘Galería del Calvario’, y finalmente fueron desalojados por las autoridades venciendo su tenaz resistencia.

En el periodo de Cobo Lloreda se inicia la publicación anual de ‘Cali en cifras’, un documento anual de la secretaria de planeación municipal que informa los distintos temas de interés, económicos y sociales, relacionados con la evolución de la ciudad.

Con respecto a la crisis de Emcali, “a partir del 3 de abril de 2000 la Empresa fue intervenida por la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios-SSPD, para administrarla, a pedido del alcalde Ricardo Cobo Lloreda”⁸⁷. La ciudad pierde el manejo

⁸⁶ Occidente, septiembre 18 de 2000, “Secuestro Masivo...acción del ELN en la Vía al Mar”

* Preparar y aprobar el Plan de Ordenamiento Territorial es una obligación para los mandatarios locales que impone la Ley 388 de 1997 que desarrolla el capítulo correspondiente de la Constitución Política de 1991.

⁸⁷ Arroyabe y Giraldo, Reseña histórica y cronológica de la crisis de Emcali y el comportamiento de los actores, Polo Democrático Alternativo, Agosto de 2009, Cali

de su recurso más importante. La empresa queda en manos del gobierno nacional, que tiene otros intereses y ‘otros amigos’. A partir de ahora hay que defender la empresa para que no la liquiden.

Al finalizar el periodo de su mandato, el alcalde tuvo problemas financieros inclusive para cancelar el valor de la nómina del municipio, Cobo tenía que viajar a Bogotá para pedir el desembolso de recursos que le permitieran, al menos, pagar la operación.

Los partidos políticos tradicionales en el Valle del Cauca, y en Cali, habían sido severamente golpeados, cuando la mayoría de sus líderes fueron detenidos por estar involucrados en ‘el proceso 8.000’ u otros compromisos con el antiguo cartel de Cali. De los liberales, solo sobrevivieron los hermanos Trujillo García, y entre los conservadores, Holguín Sardi y Villegas Villegas, con investigaciones en curso, pero fueron sobreseídos.

En Cali, los políticos han perdido su espacio, pues no cuentan con la credibilidad de la ciudadanía. En los últimos años, los caleños han visto deteriorar no sólo su situación personal, sino el entorno, el aspecto de la ciudad. Antes considerada una de las más bellas ciudades tropicales del país. En una encuesta del CNC patrocinada por Caracol en septiembre de 2000, los caleños castigan al alcalde Cobo Lloreda con una imagen negativa del 53%.

Esta vez la fecha de la elección popular de alcaldes y de gobernadores, octubre 29 de 2000. En total los ciudadanos podrán votar con cuatro tarjetones, incluyendo las elecciones de los integrantes de las corporaciones públicas regionales y locales.

Empieza la campaña

La campaña comienza en agosto de 2000, tres meses antes del día de los comicios. Las elecciones de alcalde popular se realizarán el 29 de octubre de 2000. El mandato del nuevo alcalde de Cali comienza el primero de enero de 2001 y terminará el 31 de diciembre de

2003. Esta jornada electoral se realiza para elegir alcaldes, gobernadores, concejos, asambleas y juntas administradoras locales.

Considerando la reglamentación electoral las campañas electorales tienen unos términos de inicio y cierre, en particular para la pauta publicitaria y para las reuniones públicas. Sin embargo, los candidatos muchas veces llevan meses y años exponiéndose a la opinión, construyendo una imagen personal, que en algún momento aprovechan para sustentar sus aspiraciones políticas. Estos personajes, pueden ser políticos de carrera, que ascienden desde el barrio o la vereda, o desde los cuadros de un partido, en otros casos son ciudadanos de otros oficios, cuyas actividades les dan exposición mediática.

La sorpresa en esta campaña la anuncia la primera encuesta previa a las elecciones, la consulta que se hace en el mes de agosto de 2000, un locutor de la radio, el director del noticiero de Radio Calidad, una emisora con una audiencia concentrada en las clases populares, o en estratos de ingresos medio bajos y bajos, tiene la preferencia. El periodista y comunicador de cuarenta años, Jhon Maro Rodríguez alcanza una intención de voto de más del 30%, que lo deja muy por encima de otros aspirantes. Rodríguez que no es tan conocido en otros estratos de la ciudad, en agosto 25 tiene una ventaja de 15 puntos sobre el segundo, llega a marcar 30 puntos de diferencia sobre la exsenadora Londoño, un día antes de los comicios.

Uno de los comentaristas de prensa⁸⁸, titula ‘no te lo puedo creer’ dándole el calificativo de fiesta de disfraces a la campaña electoral, puesto que ante el descrédito de los partidos tradicionales, todos los candidatos posan de apolíticos, se inscriben por movimientos ciudadanos, mientras denostaban a la casta política, de donde suelen provenir la mayoría de ellos mismos. Aunque no es el caso de Rodríguez, si lo es el de otros aspirantes a alcalde, y más aún, de los candidatos al Concejo municipal, quienes son los mismos de siempre.

⁸⁸ Ossa, Manuel Alfonso, ‘Ni un paso atrás’, El Caleño, Agosto 2000. Ossa ha sido también integrante de Colmundo Radio desde 1992.

FIGURA 15 INSCRIPCION DE CANDIDATOS A LA ALCADIA DE CALI

fuelle: El Caleño, Agosto 21 de 2000

En esta ocasión se inscriben para ser candidatos a la Alcaldía de Santiago de Cali, once personas, entre ellas dos mujeres. No deja de sorprender el gran número de aspirantes considerando el difícil momento que pasa la ciudad, como se ha expuesto antes, hay una crisis financiera en el municipio.

Algunos candidatos son serios, otros sólo están apostando a negociar su candidatura con alguno de estos aspirantes en el momento oportuno. Los candidatos que realmente no cuentan, por no poseer mayor respaldo político son:

Juan Alberto Pérez Valencia, un profesional de la salud, que un mes antes de las elecciones no marca en las encuestas, y en la proximidad del 29 de octubre, solo marca uno por ciento.

Juan Manuel Pulido M., un ingeniero que ya se midió electoralmente en comicios anteriores para la alcaldía. No marca en ninguna de las consultas.

Alejandro Baena Giraldo, un médico que ha sido funcionario de los gobiernos nacionales de Gaviria y de Samper. Tiene 45 años. Es avalado por el Partido Liberal. En las encuestas no marca más del uno por ciento, reconocido por su labor en la red de solidaridad social y en la consejería para la juventud, la mujer y la familia.

Claudio Borrero Quijano, un viejo conocido de las candidaturas a la alcaldía. Ingeniero, reconocido por sus denuncias sobre el robo los ejidos de la ciudad. Próximo al final de la campaña intenta renunciar, pero no logra endosar su adhesión. En la primera consulta⁸⁹ logra dos por ciento, en la segunda consigue sólo el uno por ciento⁹⁰.

Hernán Darío Escobar Restrepo, abogado penalista, sus clientes son reconocidos narcotraficantes, ha sido concejal de la ciudad en varios periodos. En medio de la campaña es secuestrado por un grupo desconocido, después de algunos días es devuelto. Cuando reconoce sus escasas oportunidades intenta negociar su retirada con Arcila, pero se retracta y va hasta el final. En la consulta de septiembre tenía cuatro por ciento, en un mes retrocedió a solo uno por ciento.

⁸⁹ Caracol Radio, 'Periodista JM Rodríguez adelante en Cali', septiembre 30 de 2000, encuesta del Centro Nacional de Consultoría, www.caracolradio.com.co/noticias/actualidad/

⁹⁰ Caracol Radio, 'John Maro Rodríguez consolidado en la encuesta de Cali', octubre 28 de 2000, , encuesta del Centro Nacional de Consultoría, www.caracolradio.com.co/noticias/actualidad/

Angela Cuevas de Dolmetsch, Es una abogada caleña, con estudios en economía y política en Inglaterra y Francia. Es integrante de la familia Cuevas, propietaria de una casa de cambio de dólares, que estuvo cuestionada por las autoridades⁹¹. Es pariente cercana de Guzmán Cuevas, el defenestrado alcalde. En un momento de la campaña reconoce tu parentesco, pero aclara que Mauricio Guzmán no apoya su aspiración a la alcaldía. Su labor académica es interesante, pero no tiene mayor acogida en el electorado. Utiliza un sitio web www.angelacuevas.com para exponer su hoja de vida. En la consulta de septiembre, Ángela Cuevas pasa de dos por ciento en la intención de voto a la de octubre con un tres por ciento.

Entre los aspirantes con campañas serias podríamos mencionar:

Rosemberg Pabón Pabón, un docente, guerrillero del Movimiento 19 de Abril (M19), fue el ‘comandante uno’ de la toma a la embajada de Republica Dominicana en 1979. Se integró a la vida civil con el proceso de paz de 1990. Antes de ser aspirante a la alcaldía de Cali, fue alcalde electo del vecino municipio de Yumbo.

El movimiento político de izquierda conocido como **AD-M19** (Alianza Democrática M-19) que respalda a Pabón Pabón ha perdido espacio en la opinión pública. El síndrome de paranoia que vive la ciudad no da cabida como opción para elegir un exguerrillero. Además, Rosemberg no ‘trasmite’, no se conecta con el electorado caleño. En un mes paso de tener el ocho por ciento de la preferencia de los votantes a solo el 5% la semana antes de las elecciones. Pabón convoca a unir las fuerzas vivas de la ciudad, cita a Pedro Cieza de León* para decir que su compromiso es hacer de Cali, de nuevo ‘el mejor vivero del mundo’. En otra entrevista, utiliza la metáfora de quiere que vuelva a ser la ‘sucursal del cielo’ con base en autoridad moral y liderazgo.

En la inscripción Pabón está acompañado por Antonio Navarro, reconocido líder de la Alianza Democrática M19, y por Mauricio Guzmán, exalcalde de Cali. Pabón tiene que

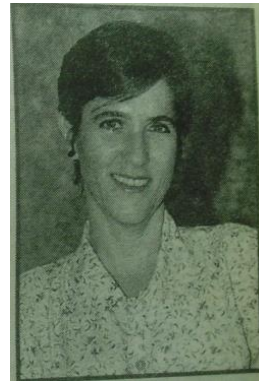
⁹¹ Semana, El enigma de los Cuevas, Septiembre 17 de 2001, www.semana.com

* Pedro Cieza de León es uno de los cronistas que viajó al Perú con Pizarro y luego acompañó a Belalcazar, participando de su expedición y pasando por la recién fundada Cali.

desmentir como malintencionadas las voces que lo relacionan con Guzmán. El exalcalde lo acompaña en calidad de ‘ciudadano simpatizante’ de su programa de gobierno. Algunos medios, como El Caleño, hacen una campaña directa en su contra, citando ciudadanos yumbeños, que salen a denunciar el engaño que según ellos, Pabón hizo a la ciudadanía de Yumbo.

Gustavo Ignacio de Roux Rengifo, es un ingeniero agrónomo, que en representación de la Alianza Democrática M19 fue nombrado ministro de salud en 1992, en el gobierno de Gaviria. De Roux Rengifo es PhD en estudios de desarrollo, con especializaciones en sociología del desarrollo y desarrollo rural. Fue decano de educación de la Universidad del Valle, y ha sido consultor del BID y del Banco Mundial en prevención de la violencia⁹². De Roux proviene de una familia de tradición caleña.

FIGURA 16 CANDIDATOS GUSTAVO DE ROUX Y MARGARITA LONDOÑO



Fuente: El Caleño

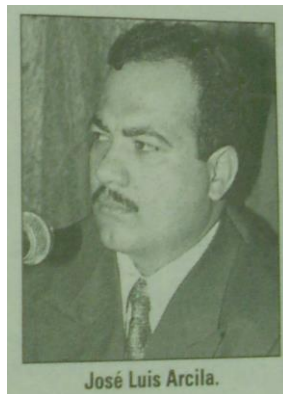
Margarita Londoño Vélez, comunicadora social de 50 años, profesora universitaria, exdirectora y columnista del diario Occidente. Ha sido directora del Dagma. Fue candidata en las elecciones de alcalde de 1997, logrando la tercera votación, lo que fue un logro considerando el escaso apoyo político que recibía. Fue elegida senadora en el año 1998 en alianza con el movimiento político partido Verde - Oxígeno de Ingrid Betancourt. Pero

⁹² Al tablero, n°2, marzo de 2001, Ministerio de educación nacional, MEN, **Programa de Educación para la Convivencia y Desplazados**, <http://www.mineducacion.gov.co>

posteriormente Margarita se separa de Ingrid, en julio de 1999 pasa al movimiento político ‘Si, Colombia’ de Nohemi Sanín. Margarita Londoño renuncia al senado⁹³ (1998-2002) para presentarse de nuevo como candidata a la alcaldía de Cali. Margarita es apoyada por los restos del Partido Liberal. Incluso, algunos medios se atreven a sugerir que el propio alcalde Cobo Lloreda, toma decisiones encaminadas a apoyar a Margarita, lo cual no tiene mucho asidero, el locutor está ganando en todas la encuestas.

José Luis Arcila Córdoba, un abogado, concejal de la ciudad, en periodos continuos, desde 1986 hasta julio de 2000, cuando renuncia para aspirar a la alcaldía de Cali. Es un político de origen conservador. En las elecciones de 1997 para el concejo municipal fue el candidato con la más alta votación, 16.559 sufragios⁹⁴.

FIGURA 18 CANDIDATOS JOSE LUIS ARCILA Y JHON MARO RODRIGUEZ



Fuente: El Caleño

Jhon Maro Rodríguez Flórez, un periodista de radio, de cuarenta años de edad. Ha sido director de noticias de RCN (Radio Cadena Nacional), en los últimos años fue director del noticiero de Radio Calidad, una emisora con una audiencia amplia en los sectores populares, en la franja de amas de casa, jefes de hogar y pensionados. Jhon Maro ha sido

⁹³ El Tiempo, ‘Antes de dejar su curul’, octubre 19 de 1999. Margarita dejó impronta positiva en el senado con sus proyectos, en favor de las parejas homosexuales, de la mujer, y en contra de la corrupción.

⁹⁴ Concejo de Cali, ‘Así quedó el concejo de Cali, escrutado el 100% de la votación’, Noviembre de 1997, www.cali.gov.co

miembro de la Comisión Regional de Paz 1994-1997. Fue presidente del Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cali, miembro de las juntas directivas de Defensa Civil, como el alcalde Cobo, del Club de Leones de Cali, de Paz Animal, y de la Asociación de Juntas Comunes de Cali. Es un hombre con perfil cívico, con trayectoria de servicio a la comunidad⁹⁵.

Como se preveía desde el inicio de la campaña electoral, Jhon Maro Rodríguez es electo sexto alcalde popular de Cali, para el periodo 2001-2003

No hay peor ciego* - Octubre 26 de 2003

Esta es la séptima campaña electoral para elegir por el voto popular al mandatario de cada municipio para un periodo de cuatro años^{**}.

Desde agosto de 2002 es Presidente de la Republica en Colombia, el exgobernador de Antioquia (1995-1997), Álvaro Uribe Vélez, un hombre de talante autoritario, que ha hecho su campaña electoral por fuera de las toldas de los dos partidos tradicionales. Uribe Vélez se ha convertido en el líder de la derecha aprovechando el desgaste que representó para el establecimiento político las negociaciones que por tres años se llevaron entre el gobierno de Pastrana y el comando central de las Farc en la zona de despeje de El Caguán.

⁹⁵ Alcaldía de Cali, ‘Alcalde Santiago de Cali 2001-2003’, www.cali.gov.co

* En las elecciones municipales de Cali de este periodo, los candidatos con mayor opción, fueron dos personas, que tenían una condición de minusvalía, ambos por circunstancias ocurridas en su niñez, Apolinar Salcedo es técnicamente ciego y Francisco Lloreda es cojo, por la amputación de una pierna. Mencionamos esta particularidad tan personal porque tendrá gran incidencia en la campaña electoral.

** El acto legislativo número 2 de 2002, modificó el artículo 314 de la Constitución Política de Colombia, que trata de la elección de alcaldes municipales y definió la duración de su periodo de gobierno en cuatro años, a partir de las siguientes elecciones, sin la posibilidad de ser reelegidos de manera inmediata. Publicado en el diario oficial 44893 del 7 de agosto de 2002

El proceso de paz había terminado un año antes, ante la evidencia que los líderes de la guerrilla de la Farc no tenían intenciones de negociar un acuerdo de paz, pues estaban convencidos que podían acceder al poder ganando la guerra^{96*}.

Apoyado en el cambio de estrategia del Estado, que desde el gobierno de Pastrana decidió fortalecer tecnológicamente y moralmente las fuerzas armadas, y con el inicio de el Plan Colombia, una alianza con el gobierno de los Estados Unidos de América, que declara la guerra frontal contra el narcotráfico, incluyendo en ese contexto a la guerrilla, como una fuerza narcoterrorista, Uribe Vélez despliega una guerra sin cuartel contra las Farc, bajo el lema de ‘seguridad democrática’. El éxito obtenido al mantener las carreteras despejadas del acoso de los retenes de la guerrilla, que se conocían como ‘pesca milagrosa’, y al expulsar a los jefes guerrilleros de las zonas que tradicionalmente habían dominado por más de cuarenta años, conduciéndolos a internarse en la selva o a exiliarse en los países vecinos, le gana a Uribe Vélez una gran popularidad, que supera el 70% de favorabilidad en las encuestas de opinión pública, que desde ahora se harán cada quince días, para sostener la popularidad del Presidente.

El discurso populista de derecha de Uribe, hace referencia a los politiqueros y a los corruptos como el origen de muchos males, por lo que propone intensificar las prácticas neoliberales, reduciendo el Estado, privatizando las empresas públicas y dando todo tipo de beneficios al sector empresarial extranjero y al nacional, con unas prácticas que denomina ‘confianza inversionista’. Promueve los tratados de libre comercio, la seguridad jurídica para los inversionistas extranjeros y la flexibilización laboral. Lo que se traducirá en la pérdida de beneficios y de las garantías laborales para los trabajadores.⁹⁷

* ⁹⁶ Jaime Zuluaga Nieto ofrece su testimonio con base en una charla que tuvo en 1998 con Alfonso Cano: “Aspiramos a conformar un gobierno de coalición en el que nosotros, las FARC, seamos al menos el 50 por ciento. Si no es así, seguimos haciendo la guerra, que es lo que sabemos hacer, y vamos por todo el poder.”, en El síndrome de El Caguán: lecciones de un fracaso, publicado febrero 26 de 2012 en razonpublica.com

⁹⁷ Vargas Velásquez, Alejo, El gobierno de Álvaro Uribe: Proyectos y Resultados, Revista Nueva Sociedad n°192, paginas 85-97, www.nuso.org, Buenos Aires

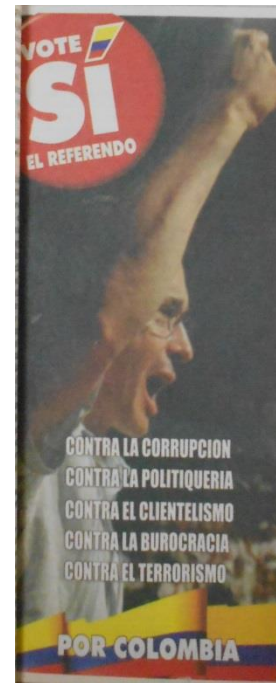
Entre tanto se empieza a hablar de un proceso de paz con los paramilitares en el Acuerdo de Santa Fe de Ralito que se firma el 15 de junio de 2003, otorgándoles carácter político y promoviendo su aparente desmovilización a las Autodefensas Unidas de Colombia.

En el momento que se dan las elecciones locales en mediados de 2003, el gobierno nacional está empeñado en hacer aprobar del constituyente primario un referendo con 11 puntos que redactados de manera confusa, buscan otorgar al gobierno de turno de herramientas para ‘combatir la corrupción’, modificar los entes de control, reformar el congreso, las asambleas y los concejos municipales, y reducir el presupuesto de inversión de la nación, entre otros. El consejo electoral se opone a que el referendo se realice el mismo día de las elecciones municipales, entonces decide hacer la jornada de votación por el referendo el día sábado 25 de octubre.

FIGURA 19 ANUNCIO EN PRENSA DEL REFERENDO URIBISTA

El gobierno hace una campaña intensa para aprobar el referendo, mostrándolo como un plebiscito en favor de Uribe Vélez.

La oposición representada por el Partido Liberal y el partido de izquierda democrática, el Polo Democrático Independiente, hacen una campaña en pro de la abstención para evitar que el ‘referendo uribista’ alcance el umbral, que es la cuarta parte del censo electoral.



Fuente El País

FIGURA 20 ANUNCIOS PROMOVRIENDO LA ABSTENCION



Fuente El Pais

Finalmente el referendo no es aprobado, solo una de las once preguntas alcanza a superar el umbral de 6'270.000 votos.

Como se puede observar esta campaña de marketing político tan intensa ideológicamente interfiere con la campaña electoral para elegir alcaldes y gobernadores que se realiza en forma casi simultánea, en ambas va a salir perdiendo el gobierno nacional.

En estas elecciones empieza a evidenciarse el fenómeno de 'la parapolítica' en el cual los jefes de las milicias de paramilitares intervienen en la elección de alcaldes y gobernadores en favor del candidato de sus preferencias, intimidando a los votantes. El apoyo de los paramilitares ya se había dado en las elecciones regionales de 2000, en las nacionales de 2002, como se puede observar en los mapas de composición electoral a nivel nacional.

Está concluyendo sin pena, ni gloria, el segundo mandato en la gobernación del Valle de Germán Villegas Villegas, el conocido ‘hombre del palustre’, ahora convertido en todo un cacique del Partido Conservador.

El departamento ha visto deteriorar sus ingresos derivados de las rentas de los licores y de las apuestas, por la reducción de las ventas del aguardiente Blanco y de la Lotería del Valle. Y además, en la medida que se ha implementado el mandato de la constitución política de 1991, en particular en lo relacionado con la situación fiscal de las regiones, en las que buscando la descentralización administrativa del poder público, se han incrementado las transferencias de recursos económicos de la Nación a los gobiernos locales, pero a la vez se aumentan sus responsabilidades, se ha generado el desequilibrio presupuestal⁹⁸.

En la ciudad de Cali, el mandato de Jhon Maro Rodríguez se cierra con gran decepción entre sus electores. Su actitud en medio de la crisis de la ciudad, fue muy pasiva. Se le puede abonar la defensa de las Empresas Municipales de Cali, que el gobierno nacional que las ha intervenido administrativamente, amenaza con liquidar para entregar los servicios públicos de acueducto, energía y telefonía a particulares, como se hizo en otras regiones.

Jhon Maro, elegido como ‘el comunicador’, es un hombre carente de liderazgo, fue incapaz de entenderse con el Concejo Municipal, se distanció de sus amigos, que le habían llevado a la Alcaldía, tiene escaso protagonismo en los medios de comunicación, hay semanas que desaparece del escenario, estas situaciones se van convirtiendo en una leyenda urbana, que sigue la línea de las acusaciones de campaña, ‘el alcalde es un bailarín’. Como elemento positivo en la imagen de la gestión del alcalde Rodríguez podría señalarse que así como lo rezaba su lema ‘La revolución de la gente decente’, no hubo grandes escándalos de corrupción. Los únicos lunares que surgen están relacionados con la contratación de dos

⁹⁸ Bonet, Jaime, Desequilibrios regionales en la política de descentralización en Colombia, 2006, n 77, Banco de la República, Bogotá

funcionarios, que no tenían el perfil para ocupar el cargo para el que fueron designados, y en los cuales parece prevaleció el interés personal del alcalde Jhon Maro⁹⁹.

Uno de los hechos de violencia que tiene más impacto a la ciudad en ese período, fue el secuestro de doce diputados de la Asamblea del Valle que ejecutó las FARC en pleno centro de Cali, el 11 de abril de 2002. El propósito de la guerrilla aparentemente es precipitar un ‘acuerdo de humanitario’ para el intercambio de prisioneros de guerra. Algunos de los familiares de los diputados secuestrados se lanzan a participar en las elecciones como candidatos a las corporaciones públicas, la Asamblea o el Concejo Municipal.

En el ámbito de la infraestructura, el municipio asistido por los recursos de la nación, está próximo a iniciar uno de los proyectos más ambiciosos para el futuro urbanístico de Cali, el sistema integrado de transporte masivo MIO, el cual después de muchos años de discusiones entre varias alternativas, se ha definido que seguirá el modelo de la solución de Bogotá, el bus articulado en una vía exclusiva de ‘solo bus’, que exige la reconstrucción total de las calzadas del trazado del proyecto. El MIO a cargo de Metrocali tendrá un cubrimiento del 96% de las necesidades de transporte de pasajeros de la ciudad, se sustituirán 8.900 buses urbanos anticuados por 1800 buses articulados y padrones. El alcalde John Maro quiere hacer la licitación de la construcción del primer tramo, que utiliza la carrera primera desde el Puente del Comercio. Los candidatos le piden que suspenda la licitación para que el nuevo alcalde la maneje¹⁰⁰.

Los partidos políticos en Colombia, el Valle del Cauca, y en Cali, se han desvertebrado. Solo existen movimientos ‘ciudadanos’ independientes, que actúan como facciones, las cuales sirven temporalmente mientras se hace la campaña electoral. El único requisito es recolectar un número mínimo de firmas y se conforma el movimiento que conducirá al

⁹⁹ Las marrullas en la Alcaldía de Jhon Maro Rodríguez, El Espectador, Junio 13/2013, www.elespectador.com

¹⁰⁰ El Tiempo, Octubre 20 de 2003, en un entrevista que le realiza El Tiempo a Kiko Lloreda expresa que cambiaría el trazado y le daría prioridad a otros sectores, no a la carrera primera.

candidato a cargo popular. Muchos movimientos políticos no tienen ningún ideario, son recursos temporales que se disuelven al llegar al poder, y aún más rápido, si pierden la campaña.

Para las campañas hay coaliciones, al movimiento del candidato Apolinar Salcedo llegan políticos profesionales de todas las vertientes, antes rivales ideológicos, ahora arropados con la misma cobija. El Cali, el descrédito del mandato de Jhon Maro, el ‘antipolítico’, les da un respiro a los políticos profesionales.

Empieza la campaña

La campaña comienza en agosto de 2003, noventa días antes de los comicios. Las elecciones de alcalde popular, de gobernadores, de concejos municipales, de asambleas departamentales y de juntas administradoras locales (JAL) se realizarán el 26 de octubre de 2003. El mandato del nuevo alcalde de Cali comienza el primero de enero de 2004 y terminará el 31 de diciembre de 2007.

Como en otras ocasiones, según la reglamentación electoral las campañas electorales tienen unos términos de inicio y cierre, para la promoción publicitaria y para las reuniones públicas.

Esta vez se enfrentan por las preferencias del electorado dos políticos profesionales, lo que significa que tienen experiencia electoral, un hombre que ha actuado dos períodos como concejal de la ciudad, llegando a obtener la más alta votación en las anteriores elecciones y que fue presidente de la corporación en el período. El otro candidato ya ha participado en estas instancias avalado por una facción del Partido Conservador, perdiendo la alcaldía por un pequeño margen. Lo particular, en esta ocasión, es que ambos candidatos se inscriben como independientes.

Los candidatos que se presentan al electorado son los siguientes:

Alejandro Baena Giraldo, un médico cirujano de 48 años, fue funcionario del gobierno nacional en épocas de los presidentes Gaviria y Samper. Es avalado del Partido Liberal colombiano. Su aspiración tiene pocas posibilidades, no marca en las encuestas más allá del 4,4% de la preferencia de los votantes¹⁰¹. Se había inscrito en las anteriores elecciones (2000) con poco suceso. Terminará en el gabinete del alcalde vencedor

Juan Manuel Pulido M., un ingeniero civil de 57 años, es la tercera vez que se presenta como candidato a alcalde popular de Cali. Fue gerente de Invicali, secretario de Infraestructura Vial y Valorización de la administración de Jhon Maro, que está concluyendo su período. Su principal propuesta es la defensa de lo público y reorganizar las finanzas de la ciudad. El apoyo más visible a su aspiración es el del sindicato de trabajadores de Emcali¹⁰². Alcanzó una preferencia de hasta el 4,5% de la intención de voto del electorado en las encuestas.

Haumer Vargas López, un ciudadano autodidacta de 36 años, que se identifica como publicista. No tiene ninguna opción, no pasó del 0,5% de intención de voto en las encuestas.

Francisco Hernández Bohmer, un administrador de empresas de 42 años, miembro de juntas directivas de Emcali, la Andi, y otras empresas y gremios. Es un hombre con una intensa vida social en el sector privado. Su principal propuesta es construir las ciclorrutas que el POT contempla, 117 kilómetros. No llegó a marcar ni un punto porcentual en la intención de voto que muestran las encuestas.

¹⁰¹ El Tiempo, Intención de voto en Cali, octubre 22 de 2003

¹⁰² Revista Acción, Perfil de los candidatos a la Alcaldía de Cali, 2003

FIGURA 21 CANDIDATOS A LA ALCADIA CON POCO POTENCIAL**Baena****De Roux****Hernandez****Yusti**

Fuente: El Caleño

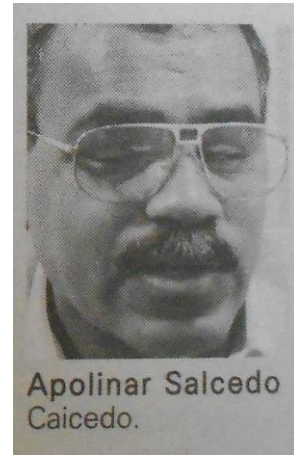
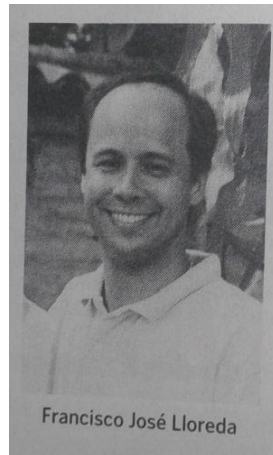
Miguel Yusti Garzón, abogado de 56 años, docente universitario y periodista de opinión. Ha estado vinculado a centros de estudios de derechos humanos, fue comisionado para la paz en Cali, fue gerente del BID para la seguridad y la paz. Su aspiración tiene poca opción. Será secretario de despacho de la siguiente administración.

Gustavo De Roux Rengifo, un ingeniero agrónomo de 61 años. Especialista en desarrollo social y planeación. Fue ministro de Salud Pública, decano de la facultad de educación de la Universidad del Valle, director del Cisalva, asesor de la OMS, Unicef y el Banco Mundial¹⁰³. Ya fue candidato en las anteriores elecciones a alcalde. Esta vez ha sido lanzado por parte de la dirigencia ciudadana como la opción de una posible tercería. Llega a marcar hasta el 10% de la intención de voto en las encuestas realizadas en Cali en las semanas previas a la jornada electoral. Su propuesta es ‘pagar la deuda social de Cali y garantizar la educación de los niños de la ciudad.’¹⁰⁴

Realmente los candidatos que tienen posibilidad de llegar a ser alcaldes, son:

¹⁰³ Idem

¹⁰⁴ Idem

FIGURA 22 CANDIDATOS KIKO LLOREDA Y APOLINAR SALCEDO

Fuente: El Occidente

Francisco José Lloreda Mera, abogado de 37 años, hijo del fallecido jefe político conservador Rodrigo Lloreda. Fue secretario de despacho de la Alcaldía de Bogotá y de la ciudad de Cali, ministro de educación. Esta es la segunda vez que presenta su candidatura para ser mandatario de la ciudad por elección popular, en 1997 perdió los comicios con Ricardo Cobo.

Apolinar Salcedo Caicedo, Abogado de 48 años, Concejal de la ciudad en los últimos tres períodos, fue la mayor votación al Concejo Municipal en las elecciones de 2000. Siendo un político profesional no ha pertenecido a ningún partido, siempre ha tenido su propio movimiento independiente, pero esta vez inscribió la candidatura a la alcaldía de Cali con el aval del Movimiento Si Colombia que lidera la excanciller conservadora Noemí Sanín.

Apolinar Salcedo es elegido como el séptimo alcalde popular de Cali, para un mandato de cuatro años, que iniciará en enero de 2004.

La tercera va la vencida^{*} - Octubre 28 de 2007

En Colombia, esta es la octava campaña electoral para elegir por el voto popular al mandatario de cada municipio para un período de cuatro años. Para el alcance de la presente investigación es la última campaña que se estudiará.

En 2006, gracias a una nueva reforma constitucional que eliminó la prohibición, ha sido reelegido Presidente de la República, Álvaro Uribe Vélez. Uribe ahora apoyado de forma unánime por la gran prensa, forjadora de opinión, por los empresarios que creen verse favorecidos por sus políticas de ‘seguridad inversionista’ y por los restos de los partidos tradicionales reorganizados en nuevas agrupaciones, el Partido de la U, y Cambio Radical, así como el Partido Conservador, y otros partidos provenientes de las huestes paramilitares, como Equipo Alas Colombia, el PIN o Partido de Integración Nacional, y Convergencia Ciudadana.

Sólo permanecen en la oposición, el Partido Liberal, reducido a su mínima expresión, y el partido de la izquierda democrática, el Polo Democrático Independiente.

El ambiente político está cada vez más polarizado, pues el presidente Uribe, no resiste ninguna contradicción, a pesar que muchas veces son los propios medios que le apoyan, los que se ven obligados a revelar lo que la oposición enrostra desde el Congreso, y lo que organizaciones independientes como La Fundación Arco Iris y La Silla Vacía muestra al País. Un sector de gobierno nacional, al menos el 30% del Congreso Mancuso, jefe de los paramilitares en Córdoba, en una de sus entrevistas anuncia con orgullo que al menos la tercera parte del Congreso es su aliado político^{**}, y gran porción de los gobiernos locales y regionales han sido tomados por amigos de los paramilitares.

^{*} En las elecciones municipales de 2007, se presenta por tercera vez el candidato Francisco Lloreda, exministro de Educación, exdirector de El País, y hombre confianza del gobierno nacional. Ante el fracaso de Apolinar Salcedo, que lo venció en los anteriores comicios, la opinión pública caleña parece arrepentida.

^{**} Mancuso, jefe de los paramilitares en Córdoba, en una de sus entrevistas anuncia con orgullo que al menos la tercera parte del Congreso es su aliado político.

En el ámbito económico, 2007 fue un año bandera para el crecimiento de América Latina, incluyendo a Colombia. Es un período de recuperación económica que deja atrás las profundas crisis con las cuales comenzó el siglo XXI. El desempleo sigue siendo aún muy alto (14.0%) y la brecha entre ricos y pobres se ha ampliado. El País es el segundo en la escala de inequidad social en el vecindario.

En la región se ha consolidado un movimiento político Uribista que ha cambiado varias veces de nombre, (Partido de Integración Nacional) PIN, el cual tiene su fortaleza en los electores de la zona de la costa Pacífica y de la zona centro del Valle, liderado por Juan Carlos Martínez, un senador formado en las huestes de Carlos Herney Abadía, exsenador involucrado en el Proceso 8000, como asalariado del grupo mafioso del Cartel de Cali. Martínez antes lugarteniente, ahora posa de jefe político, mientras que Juan Carlos Abadía, concejal de Cali de 28 años, hijo de Herney, se ha lanzado como candidato a la gobernación del departamento, con gran opción de triunfar desde el comienzo.

El liderazgo de otros partidos, como La U, está en cabeza de la senadora Dilian Francisca Toro, prima de Abadía, aunque posa de contradictora política. Toro de procedencia liberal, se ha convertido en la mayor electora a nivel nacional del partido del presidente Uribe. Los hijos del finado Carlos Holmes Trujillo, antiguo ‘paladin’ del ala izquierda del Partido Liberal, son ahora políticos destacados de ‘la derecha’, se han integrado como miembros del partido de la U,

En el Partido Conservador sigue vigente Carlos Holguín Sardi, reencauchado como Ministro del Interior del gobierno nacional, su socio en el partido sigue siendo el ahora senador Germán Villegas Villegas.

Las otras fuerzas políticas del departamento están completamente dispersas.

El entorno político en la ciudad de Cali, está enrarecido. Los últimos mandatarios elegidos han defraudado la confianza de los electores. Apolinar Salcedo hizo una alcaldía llena de

lunares de corrupción, la ciudad es un muladar, es oscura, y prevalece el pesimismo. Para culminar el mandato, después de la destitución de Apolinar Salcedo, por haber delegado la colección de impuestos de la ciudad para los siguientes veinte años en un tercero, SiCali, el Presidente nombró a Ramiro Tafur, un funcionario gris, sin mayor trayectoria política.

En el año 2007, la ciudad se ve sacudida por dos graves hechos de violencia, once de los diputados de la asamblea, secuestrados en 2002, fueron asesinados por las FARC. Un hecho que ha conmocionado al país, que motiva las primeras marchas por la paz, en contra del secuestro y de las soluciones violentas. Este parece el punto más bajo de la violencia en la historia de la ciudad. Sin embargo, también ocurrió en Abril de 2007, la explosión de un carro bomba que destruyó totalmente el cuartel del comando de la Policía Nacional en Cali. Posteriormente en Agosto de 2008, otro atentado terrorista con carro bomba destruye el edificio del Palacio de Justicia, sede de los juzgados en Cali.

Con relación al desarrollo urbano, el proyecto del Sistema de Transporte Masivo Integral, bautizado como MIO, avanza en la construcción de las troncales de solo bus, con una resistencia para el rodamiento de buses articulados de hasta sesenta toneladas de peso. La ciudad presiente la transformación urbana, pero los trayectos cerrados por períodos de hasta dos años, están acabando con los comercios vecinos. Las obras comenzaron en el 2004 con la troncal de la carrera primera, continuaron con el anillos del centro (eje calle 13 – calle 15), luego la calle 5ta hasta el sector de Ciudad Jardín. Después de una demora de un año, el MIO comenzó operaciones demostrativas a finales de 2.008.

La política en la región está dominada por el senador Juan Carlos Martínez y la senadora Dilian Toro, ambos fueron acusados tres años después de ser aliados de narcotraficantes y de paramilitares, fueron despojados de su investidura y sometidos a prisión.

Martínez que elige como gobernador a Juan Carlos Abadía, apoya decididamente a uno de los candidatos a la Alcaldía de Cali, así como a muchos de quienes serían alcaldes en otras municipalidades, como Buenaventura. La alianza del candidato Ospina con el senador

Martínez, se da dos semanas antes de las elecciones. De acuerdo con las encuestas conocidas a la fecha de la alianza, Ospina ya tenía 13 puntos de ventaja sobre Lloreda en la intención de voto¹⁰⁵. (ver anexo de encuestas de la campaña)

En Cali, los candidatos a alcalde se inscriben bajo la figura de movimientos ciudadanos presentando como sustento las firmas que la Registraduría Nacional exige para avalar la candidatura. Los candidatos al Concejo Municipal hacen cada uno su campaña independiente. Han desaparecido algunos viejos concejales, caídos en desgracia, pero los sustituyen sus hijos o sobrinos

Esta vez la fecha de la elección popular de alcaldes y de gobernadores, octubre 28 de 2007.

Empieza la campaña

La campaña comienza en Julio de 2007, tres meses antes del día de los comicios. El mandato del nuevo alcalde de Cali comienza el primero de enero de 2008 y terminará el 31 de diciembre de 2011, cuatro años después. Esta jornada electoral se realiza para elegir alcaldes, gobernadores, concejos, asambleas y juntas administradoras locales.

Se cumple la reglamentación para las campañas electorales, que tienen unos términos para la pauta publicitaria y para las reuniones públicas. Sin embargo, como en anteriores ocasiones los candidatos muchas veces llevan años dándose a conocer a la opinión ciudadana, construyendo una imagen personal, que usufructúan para sustentar sus aspiraciones políticas. En este caso, uno de los favoritos, es la tercera vez que se presenta como candidato, Francisco Lloreda, y el otro, es un joven médico, Jorge Iván Ospina, que ha tenido una gestión reconocida como exitosa del Hospital Universitario, el más importante del Departamento.

¹⁰⁵ Pinto C. Maria Teresa, La disputa política entorno a la alcaldía de Santiago de Cali en 2007, revista Sociedad y Economía, numero 14

Cabe resaltar que los candidatos con mejor posibilidad de ser elegidos se inscribieron con firmas bajo la tutela de movimientos significativos de ciudadanos.

Francisco Lloreda, con 201.451 firmas y el apoyo de Cambio Radical y el Partido de la U, aliados del presidente Uribe.

Jorge Iván Ospina del movimiento ‘Podemos Cali’ con 155.000 firmas, el apoyo de simpatizantes del Polo democrático, y en las últimas semanas de la campaña del senador Juan Carlos Martínez, del Partido de Integración Nacional, PIN. De esta manera Martínez se ha apuntado a la llave ganadora, Abadía en la Gobernación, y Ospina en la Alcaldía.

Francisco Lamus Barrios se inscribió por el Movimiento Alianza Social Afrocolombiana y tiene el apoyo de la representante María Isabel Urrutia.

Luis Fernando Cruz, Presidente de la Fundación Carvajal, antes lo había sido Guerrero (1992), se inscribe con 77.000 firmas.

Diego Luis Hurtado, director de la FES, inscribió su candidatura con firmas.

Otros candidatos acudieron al aval de partidos nuevos, que surgen en la época ‘uribista’, el exalcalde **Jhon Maro Rodríguez** se inscribe por Colombia Democrática, el exconcejal **Carlos Urresty Benavides** tiene el aval de Alas Equipo Colombia y el periodista **Jorge Isaac Tobón** se inscribe por el Partido Apertura Liberal. Muchos de estos nuevos partidos se ven comprometidos con las fuerzas paramilitares que ejercen control sobre muchas zonas del país, Cambio Radical, el PIN, Colombia Democrática y Alas Equipo Colombia.

III. ESTRATEGIAS DE MERCADEO POLÍTICO

En este capítulo se revisarán las mismas campañas que se han descrito en el numeral anterior, pero con enfoque en sus estrategias de comunicación, se mostrarán fotografías de los anuncios y se hará un análisis detallado de las formas utilizadas por las campañas relevantes y del significado de los contenidos publicados. En esta ocasión, el trabajo que se hace con la imagen del candidato se ha considerado central en la estrategia de mercadeo político.

En las democracias de Occidente¹⁰⁶ las técnicas de comunicación y el manejo de contenidos responden a las lógicas del marketing político. Los equipos que conducen la campaña electoral han aprovechado la efectividad del mercadeo político, su capacidad de persuasión, para establecer una práctica conocida como la “nueva política”, en la cual se exalta la imagen del candidato, se manipula la opinión pública usando los medios de comunicación, utilizando estereotipos de personalidad, que se transmiten como signos y símbolos en los mensajes promocionales que se irradian al electorado.

La comunicación política, cuyo emisor es el grupo que maneja la campaña electoral del candidato, debería conocer entonces, las necesidades de las comunidades a quienes se dirige, las expectativas de quienes las integran y de sus líderes, su cultura, los medios que utilizan tales electores para informarse y para ponerse en contacto entre sí.

En el caso de las elecciones municipales los votantes potenciales están motivados por intereses y estímulos distintos a los que prevalecen cuando las elecciones son del orden nacional. Además un habitante de una ciudad tiene preocupaciones y factores que influyen su preferencia política y su intención de voto, diferentes a los que poseen los habitantes de otra población.

¹⁰⁶ Beccassino, Angel, La nueva política, El entorno y la comunicación global, Grijalbo, Bogotá, 2009

Para comprender el tipo de mensaje utilizado en las campañas electorales y su efectividad, se debe considerar también ‘el ruido’ que distorsiona el proceso de comunicación, el cual se origina muchas veces en sucesos no relacionados directamente con la campaña. Los electores se ven afectados por los hechos de violencia, por las denuncias de corrupción, por los eventos deportivos, por las ‘noticias del entretenimiento’ y por los mensajes con inclinación ideológica que emiten algunos medios de comunicación, entre otros. Como cualquier fenómeno histórico, la comunidad local también será impactada por el suceso o fracaso del mandatario previamente electo, de tal manera que en ocasiones el diseño de la campaña de comunicación electoral se verá obligado a tomar distancia de él, y en otros casos, a aprovechar sus aciertos.

El partido unido jamás será vencido – primera elección 1988

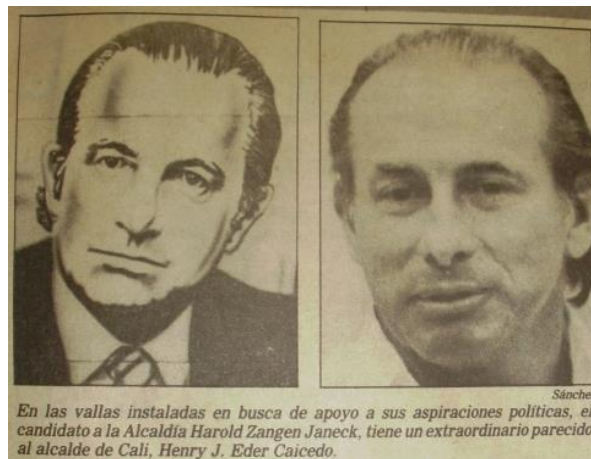
La construcción de la imagen del candidato entre la población es una de las principales tareas del grupo de marketing de la campaña, pues esta imagen es determinante en la definición de preferencias y en la intención de voto de los electores. La imagen del candidato es una representación, que no siempre corresponde a la verdadera personalidad del postulante, generalmente es diseñada para que calce con el imaginario que tiene la ciudadanía de un buen gobernante, del que se espera sea el líder que dará respuesta a sus necesidades y expectativas.

Los candidatos Zangen y Garcés Vernaza, están apoyados por facciones de los partidos tradicionales, pero su ‘origen’ es empresarial, lo que significa pertenecen a la élite de negocios, pero no son conocidos inicialmente los sectores medios y populares. Ambos dirigentes han incursionado en empresas con alto impacto social, en los sectores de recreación popular y en las cajas de compensación y subsidio familiar, pero no sus nombres no son conocidos.

Esa situación en cierto sentido es una ventaja porque permite a la campaña construirle al candidato la imagen que considere más conveniente para ganar simpatizantes y lograr el éxito en las urnas.

Ambas campañas coinciden en construir la representación del alcalde de la ciudad como un gerente de empresa, asimilando la ciudad con una organización empresarial, es decir, es un ente social ordenado, que cuenta con un plan, con objetivos y acciones, con una estructura de cargos con funciones, que tiene una dirección con un líder claro, que dispone de control sobre los empleados y sobre los resultados. Las personas del común asocian la empresa como una organización con ánimo de lucro, y en su imaginario hay una razón social, unas instalaciones y unos productos en el mercado que representan a la empresa. Los gerentes de estas reconocidas empresas muchas veces son personas desconocidas para el público.

FIGURA 23 HAROLD ZANGEN ES PARECIDO AL ALCALDE EDER



Fuente El País

La coincidencia entre el retrato de Zangen de la valla (figura 23) y la fotografía del alcalde saliente no es gratuita, este último deja una imagen positiva de su gestión como último alcalde nombrado por un presidente y además es un reconocido empresario del sector industrial azucarero.

Título de la campaña: ***Para que Cali funcione***

Se convoca con anuncios de prensa una campaña de *Voluntarios con Zangen*, en la cual las personas, que quieran contribuir con la campaña, pueden hacerlo a título gratuito en cargos de baja responsabilidad, en aquellos que requieren mano de obra no calificada.

El anuncio que se publica varias veces en los diarios locales termina invitando a inscribir la cédula y al final, enuncia el lema “*Nuestra maquinaria es Usted*”, queriendo significar ‘maquinaria’ como la metáfora de la mecánica electoral que poseen los partidos políticos.

Esta propuesta novedosa es un intento de dar participación popular, antes del concepto de democracia participativa que estableció la constitución de 1991, sólo que no daba espacio para participar en la toma de decisiones sino con trabajo raso gratis.

En las vallas callejeras instaladas a nivel del piso se hayán dos versiones (figura 24): Una con un retrato pintado del candidato donde se le llama por su nombre completo Harold Zangen, vestido con traje y corbata como un gerente, y se lee el lema de la campaña en medio de los colores de la bandera de la ciudad.

FIGURA 24 VALLAS DE HAROLD ZANGEN



Fuente: Cali, Participación electoral en el Valle 1988 antecedentes y perspectivas

En la segunda versión de la valla de campaña electoral hay varios cambios en el mensaje:

Ya no hay un retrato dibujado sino una fotografía del candidato sonriendo acompañado por su esposa, una señora que aparenta ser un ama de hogar, con un vestuario bastante conservador (Ver figura 24). El candidato se presenta, en esta ocasión, de mayor edad que en el retrato de la primera valla. Aparece la expresión 'Vote por' que invita a la acción. Por la fuente de letra utilizada y por la ligera inclinación ascendiente del texto, el literal 'V' sugiere el símbolo de la victoria y la letra 't' aparenta ser una cruz 'cristiana'. Se cambia la identidad del candidato, ahora se le llama 'Zangen'. Esta forma los hace más fácil de recordar, pero el uso del apellido solo también hace más distante al candidato a los ojos del elector. Más adelante podemos observar como los mensajes de la campaña empiezan a cambiar, tomando un tono más bien desesperado. El encabezado de un anuncio que reza ***Para que nuestra campaña funcione*** deja de lado el lema original de la campaña.

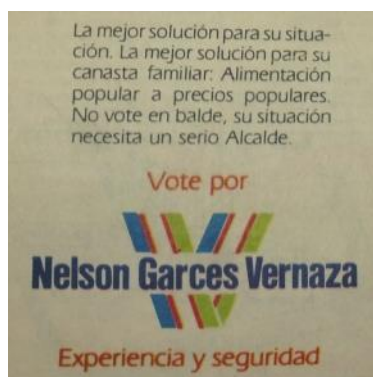
Ahora se revisa la campaña de **Nelson Garcés Vernaza**, se sabe que el candidato a pesar de su prestigiosa hoja de servicios es desconocido para la gran masa de electores. Tiene una ventaja sobre otros candidatos, cuenta con el apoyo de la Casa Lloreda, líder de una facción del Partido Conservador y propietaria del diario de mayor circulación en la ciudad, El País. Por lo tanto Garcés tiene una tribuna para su discurso, tanto en los editoriales como entre los comentaristas del periódico.

FIGURA 25 ENCABEZADO DE CAMPAÑA DE NELSON GARCÉS



Fuente El País

FIGURA 26 SIGNOS Y LEMAS DE CAMPAÑA



Fuente El País

El candidato Garcés Vernaza tiene un lema “*Ahora Si porque la cosa es en serio*” (ver figura 25) parece responder a su experiencia de 1978 cuando fue elegido al concejo municipal en las lista del Movimiento Cívico, que lideró entonces José Pardo Llada. Garcés Vernaza, junto con Gustavo Álvarez Gardeazabal, fue uno de los principales concejales, que tuvo éste, el primer movimiento de opinión de origen verdaderamente. Sin embargo el tono del “ahora Si” parece indicar que lo de diez años antes, no fue en “serio”. Es un mensaje confuso. Es pertinente resaltar que el candidato del Partido Conservador había posado entonces de líder cívico, no político.

La campaña adoptó un logo símbolo principal con el nombre del candidato atravesado por una “V” formada por una bandera de la ciudad (ver figura 26). Rematando en la parte inferior por una expresión en color rojo “Experiencia y Seguridad”. La campaña de marketing concentró los anuncios en las necesidades más sentidas de la comunidad (conocidas por medio de encuesta previa), en avisos de una página completa, ver figura 27 y 28, el candidato aparece en varias escenas, representando las soluciones que ofrece el candidato:

FIGURA 27 PROPUESTA CONCRETAS PARA LOS CALEÑOS



Fuente: El País

Una característica de estas propuestas a los electores, es su concentración en el aspecto puramente económico, en la reducción o el control de costo. No se ofrecen valores que las personas aprecian más allá de lo puramente monetario. En los anuncios no hay referencias a palabras como calidad, seguridad, disponibilidad, ni temas sociales como empleo, vivienda y educación, dignos, o mejores servicios públicos, recreación, salud, entre otros.

La campaña de “Propuestas concretas” publicada en anuncio de una página de tamaño en el diario El País, tratando temáticas que pretender ser soluciones a las necesidades de la comunidad caleña. Pero todo el énfasis en la campaña se concentra en el aspecto de economía diaria.

FIGURA 28 PROPUESTA CONCRETAS PARA LOS CALEÑOS



Fuente El País

Cada tema cierra con la frase:

No vote en balde. Su situación necesita un serio Alcalde.

Esta última frase tiene una sintaxis enredada porque se forza para que las dos secciones rimen. En *balde*.....*alcalde*.

En las cuatro fotografías aparece el candidato utilizando los servicios a menor costo que ofrece, en unas escenas poco creíbles. Garcés Vernaza está fuera de lugar, haciendo actividades que le son ajenas: montar en bus, hacer fila para llamar por teléfono, mercar con canasto, comer en una cafetería popular.

Las representaciones intentan establecer una conexión del candidato con los electores de estratos bajos, pero no lo consigue. Las vallas publicitarias instaladas en las principales vías de la ciudad (ver figura 29), tienen un mensaje muy parecido al de su competidor Zangen.

FIGURA 29 VALLAS DE GARCES VERNAZA



Fuente: Cali, Participación electoral en el Valle 1988 antecedentes y perspectivas¹⁰⁷

La imagen del candidato se representa con un retrato en dibujo. El mensaje “Por Cali” y se enuncian las cualidades del candidato: “Experiencia - Honestidad – Civismo – Trabajo”. En el mensaje no hay ninguna conexión con el público elector, ni se hace alusión a la filiación conservadora del candidato.

La valla aparece manchada pues varias de ellas fueron atacadas por algún grupo contradictor, lo cual es un signo de violencia, por ahora menor.

En la valla de la derecha (figura 29) se sustituye la anterior imagen del candidato por una fotografía en tonos de grises, se hace referencia a los mensajes de los avisos en prensa y a la frase en verso de “... Serio Alcalde” y se transforma la frase base en “Experiencia y honestidad CON SEGURIDAD”, dejando de lado las expresiones “civismo” y “trabajo”. Esta primera mención de la seguridad puede ser una respuesta a la situación de angustia que genera la violencia que se describe al comienzo de este capítulo.

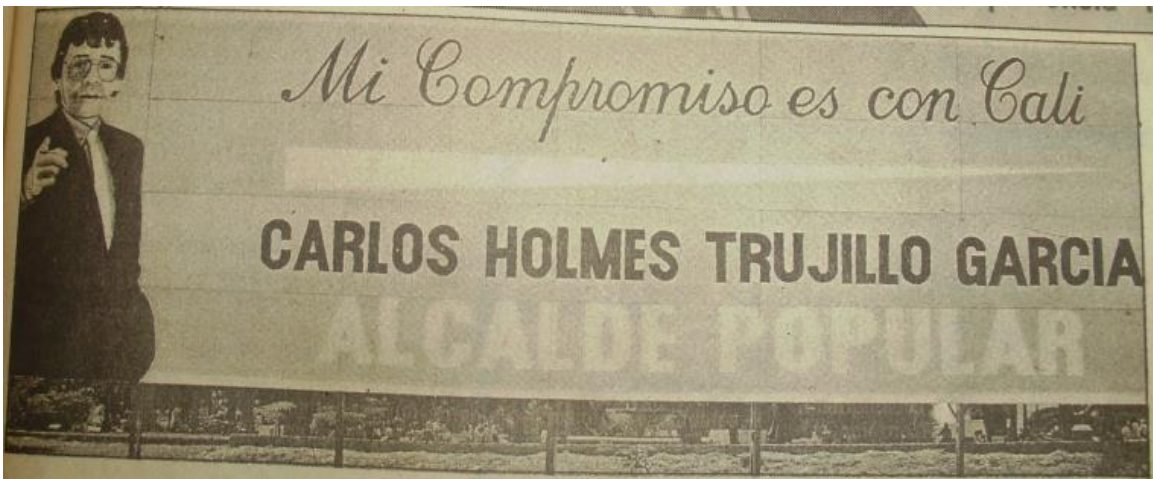
En un comentario no firmado, El País editorializa y sugiere un favoritismo del candidato conservador, pues considera aliadas a la facciones conservadora, y en cambio, como una supuesta unión de las facciones liberales, poniendo en duda que los alfiles políticos

¹⁰⁷ Universidad Pontificia Javeriana, Facultad de Humanidades, Cali, Participación electoral en el Valle 1988 antecedentes y perspectivas, trabajo de grado

Balcarcistas voten por el hijo de su rival de partido, Carlos Holmes Trujillo. Los presentes anuncian una votación de 70.000 sufragantes para los conservadores y de 99.000 para los liberales, considerando el predominio del Partido Liberal en la ciudad.

A continuación exploraremos la campaña del candidato liberal **Carlos Holmes Trujillo García**.

FIGURA 30 VALLA DE CARLOS HOLMES TRUJILLO



Fuente El País

La campaña de Trujillo para ser el candidato único del Partido Liberal en enero está difícil. El directorio liberal municipal Balcarcista no ve con simpatía a Trujillo, pues lo considera ‘radical’ Holmista. La mayoría de los miembros del directorio se inclinaría por otro candidato, adherir a Harold Zangen es una opción, la otra es apoyar al médico González Caicedo, de su propia línea. A la reunión asistieron: Alfredo Domínguez, Armando Holguín Sarria, Carlos Humberto Sánchez, Sigifredo Hernández, Ramiro Jurado, Clementina Vélez, entre otros.

Sin embargo, otro candidato liberal en la competencia podría significar la pérdida de las elecciones, pues las opciones de Trujillo y Zangen, se consideran definitivas. Mientras esto ocurre, el senador Balcázar Monzón, jefe de esta facción, se reúne en Bogotá con Luis

Carlos Galán, jefe de la fracción, el nuevo liberalismo. El fin de semana Balcázar regresa a Cali, se reúne con el Senador Carlos Holmes, y pactan la unión.

FIGURA 31 PRIMERA PLANA UNIÓN LIBERAL



Fuente El Caleño el día 3 de marzo de 1988¹⁰⁸

Mientras el hijo del senador Carlos Holmes es ratificado como candidato de unión del Partido Liberal, Armando Holguín Sarria* es nombrado jefe de debate de la campaña, se unifican las listas del partido al Concejo municipal y a la Asamblea Departamental, así mismo, Balcázar Monzón se encumbra en la Dirección Nacional del Partido Liberal.

El apoyo de marketing de la campaña fue con mayor número de piezas, pero con menor énfasis en la imagen del candidato, o en la percepción que del mismo tienen los electores.

¹⁰⁸ PUJ, Cali, Participación electoral en el Valle 1988, Imprenta Departamental, 1988

* Holguín Sarria, ocho años más tarde, siendo senador de la república fue inculcado y sentenciado como aliado del Cartel de Cali en el sonado Proceso 8.000.

FIGURA 32 ANUNCIO DE TRUJILLO GARCIA



Fuente El País

En esta pieza (ver figura 32) se destaca la edad del candidato versus sus competidores, el mensaje resalta “La juventud, la eficiencia y la seriedad” en un fondo de color rojo con bandas blancas.

En dos frases destaca que es un candidato de unión. Su frase “para que usted y Cali ganen” termina con el lema “Comprometido con Cali” en letra y color de Coca cola. Este compromiso quiere desvirtuar la idea que la unión entre las facciones del Partido Liberal se hizo bajo un pacto que sujeta al futuro alcalde de la ciudad.

FIGURA 33 VALLAS DE CARLOS HOLMES TRUJILLO GARCÍA



Fuente: Cali, Participación electoral en el Valle 1988 antecedentes y perspectivas¹⁰⁹

Las vallas del candidato Trujillo pasan por varias etapas (ver figura 33):

Se observa un retrato dibujado del candidato de medio cuerpo, en actitud de estar dirigiéndose al público. Se resalta el uso de sus nombres y apellidos completo, algo inusual en política, pero es indispensable hacerlo distinguir de posicionado nombre de su padre, Carlos Holmes Trujillo Miranda, más conocido por sus dos nombres Carlos Holmes. Líder del movimiento liberal Holmista.

En la imagen del candidato de la derecha se acerca al espectador de la valla, el peatón o el conductor del vehículo que transita. En todas las vallas se dibuja la imagen de un hombre joven, pero serio.

Las fotografías del candidato Trujillo en la prensa muestran a un hombre de mayor edad, que aquella imagen juvenil de los retratos de las vallas quiere representar. Es significativo que el programa lo explique un artículo del diario Occidente, de filiación conservadora.

¹⁰⁹ Universidad Pontificia Javeriana, Facultad de Humanidades, Cali, Participación electoral en el Valle 1988 antecedentes y perspectivas, trabajo de grado

FIGURA 34 ESCENAS MARCHA LIBERAL EN CALLES DE CALI



Fuente: Cali, Participación electoral en el Valle 1988 antecedentes y perspectivas¹¹⁰

La marcha liberal es una manifestación popular de tipo plaza pública, una de las últimas de la historia reciente. Al ser un evento que exige caminar convoca principalmente electores de ‘a pie’, de estratos sociales de bajos ingresos.

La ‘caravana de la victoria’ de Garcés, en cambio, invita a participar con su automóvil, y no tiene cariz partidista.

La diferencia de la campaña electoral de Carlos Holmes Trujillo con los otros 2 candidatos, es que no pretende manejar un lenguaje elitista, sino más bien, emplea símbolos elementales, su comunicación se dirige a las bases populares y destaca la representación del Partido Liberal, no menciona atributos especiales del candidato, más allá de ser más joven que sus rivales, no trabaja en su imagen, sino que acude a la capacidad de movilización del partido en la ciudad.

¹¹⁰ Universidad Pontificia Javeriana, Facultad de Humanidades, Cali, Participación electoral en el Valle 1988 antecedentes y perspectivas, trabajo de grado

El otro candidato es **Henry Holguín Cubillos** (39 años), un comunicador social empírico. Es bastante conocido en los estratos sociales de extracción popular, a diferencia de los anteriores candidatos, pues es director de Noticias de Radio Súper y columnista del vespertino El Caleño. Holguín tiene amplia experiencia en medios de comunicación, dirigió los diarios el Espacio, El Bogotano y el Caleño de propiedad de Consuelo de Montejo, laboró en medios impresos prestigiosos como la revista Cromos, el diario El Espectador, fue director de la revista Vea, y fue jefe de las páginas judiciales del diario El Pueblo de Cali bajo la dirección de Daniel Samper Pizano. Holguín es ducho en las noticias sensacionalistas, es un vendedor de diarios amarillistas. Es reconocido por dos inventos noticiosos que resultaron falsos en los años setenta en la revista Cromos, la aparición del nazi Martin Borman en el Putumayo, y un insecto que llamo “la Machaca” que si te picaba tenías 24 horas para hacer el amor o morías.¹¹¹ “En enero de 1972 cubrió la toma guerrillera de San Pablo (Bolívar), por el entonces comandante del Eln, Fabio Vásquez para Cromos. Su relato pasó a la historia en la Antología de grandes reportajes colombianos, de Daniel Samper Pizano.”¹¹²

Henry Holguín conoce el impacto de la comunicación en las clases sociales de bajos ingresos. En los periódicos cuyo mercado meta son las clases populares, se tocan los temas cercanos a las personas, la inseguridad, los servicios públicos, el desempleo, las basuras, la corrupción de los funcionarios públicos, tópicos estos que permiten al periodista “interpretar” el sentir de la ciudadanía. Henry Holguín durante años, utilizando los micrófonos de la radio, escucha los problemas y las quejas de los oyentes, a veces de carácter personal, otras de orden social. Con su poder de convocatoria ayuda a resolver los problemas personales, como una silla de ruedas para un familiar inválido, o una colecta para hacer un funeral. También hace el papel de intermediario ante las autoridades cuando falta iluminación en el barrio, o un daño telefónico, o una calle bloqueada o en mal estado. Holguín recibe quejas frecuentes de la inseguridad en los barrios, en estos tiempos se han incrementado de manera alarmante. Los grupos de “limpieza social” usan la información de

¹¹¹ El Tiempo, La machaca toda una celebridad, Enero 15/1999

¹¹² El Tiempo, La machaca me la invente yo, Julio 28/2002

las quejas de la ciudadanía para hacer “su labor”, dos o tres días después de que una vecina denuncia un grupo de delincuentes que se reúnen en equis sitio, llegan los tiradores y disparan indiscriminadamente a quienes se encuentren reunidos allí, a la misma hora denunciada. Estos hechos le dan a Holguín la imagen de cómplice de los “justicieros”, lo que él desmiente.¹¹³ Un año antes de las elecciones, el 20 de febrero de 1987, sufrió un atentado criminal en el que le asestaron siete impactos de bala a los cuales Holguín milagrosamente sobrevivió. El atentado se quedó impune, como el asesinato de otros dos directores del Caleño y de otros periodistas.

Henry Holguín había sido candidato a Asamblea y al Concejo Municipal* de Cali en las elecciones de mitaca de 1980, encabezando las listas del Moir, partido de tendencia marxista leninista. No salió elegido entonces. Ahora, ese movimiento acompaña a Carlos Holmes Trujillo.

FIGURA 35 VALLAS RUSTICAS DE HENRY HOLGUÍN



Fuente: Cali, Participación electoral en el Valle 1988 antecedentes y perspectivas¹¹⁴

La imagen de Holguín (ver figura 35) como la de los otros candidatos es dibujada, en este caso en tonos de negros y grises. La actitud de la figura es la de un líder en una pose de orador de plaza pública, muy enfática. En su brazo se observan dos estampas religiosas (ver

¹¹³ Univalle, Video Holguín narra los atentados que sufrió, <http://www.youtube.com/watch?v=bige8bnmjO8>

* Entonces se permitía ser candidato a varias corporaciones públicas en las mismas elecciones

¹¹⁴ Universidad Pontificia Javeriana, Facultad de Humanidades, Cali, Participación electoral en el Valle 1988 antecedentes y perspectivas, trabajo de grado

figura 36), una de la ‘virgen de la medalla milagrosa’, una advocación de la virgen María, que tiene fama de dar protección a sus fieles, en Cali es venerada en una capilla ubicada en la Avenida Roosevelt. La fe de los caleños en esta advocación ha desplazado a las versiones tradicionales de la virgen, que son más elitistas.

FIGURA 36 ESTAMPAS RELIGIOSAS EN LAS VALLAS DE HOLGUIN



Fuente: Cali, Participación electoral en el Valle 1988 antecedentes y perspectivas¹¹⁵

La otra estampa representa al Señor de los Milagros de Buga, una poderosa imagen, con fuerte arraigo en las creencias populares colombianas, desde los tiempos de la colonia.

El incluir en la valla del candidato las dos imágenes, tiene varios sentidos, una el invocar su protección para todo riesgo, otra pedir por la victoria en la campaña electoral, y la tercera tender un puente emocional con los electores populares, pues no hay mensaje político, ni invitación a votar, sólo una frase, “*Sin miedo*”. Este lema no es una promesa a los votantes, es una expresión que les recuerda, el arrojo del candidato como periodista, que le ha valido los atentados sufridos. Ya no usa la frase “el que tenga miedo que se compre un perro”, pues sería contradictoria con su papel de futura autoridad municipal, que protege la seguridad de las personas y sus bienes.

¹¹⁵ Universidad Pontificia Javeriana, Facultad de Humanidades, Cali, Participación electoral en el Valle 1988 antecedentes y perspectivas, trabajo de grado

Villegas, el Mejor – segunda elección 1990

Esta campaña empieza con un candidato afectado en su imagen ante la opinión pública por su relación fraterna, José Renán es hermano del actual mandatario de la ciudad, Carlos Holmes Trujillo García. La expresión que solapadamente usan los medios es “nepotismo”, es decir, el modo de gobernar en que se favorece a los parientes. En este caso senador, alcalde y candidato a alcalde. Los movimientos políticos de los rivales piden garantías ante una eventual parcialidad del alcalde Trujillo, en el manejo de los recursos del municipio, en la inauguración de obras y otros eventos, a favor de la candidatura de su hermano José Renán.

La campaña de Trujillo García, utiliza estrategias de comunicación muy parecidas a las utilizadas por los candidatos perdedores dos años antes, el candidato ‘gerente’ de Harold Zangen, y el candidato ‘cercano’ de Garcés, en esta campaña, el candidato José Renán propone (ver figura 38) soluciones a la familia, a los jóvenes, a los trabajadores, en anuncios de prensa que recuerdan a los de Garcés Vernaza (ver figuras 27 y 28).

FIGURA 37 ANUNCIO DE METAFORA LA CIUDAD COMO EMPRESA



Fuente: El País

El lema de la campaña “**Cali es una empresa de todos**” (ver figura 37)

Aunque el concepto ‘empresa’, puede tener la acepción de ‘proyecto’, ‘esfuerzo’ o ‘campana’ de todos, en el imaginario del común, tiene como significado de ‘negocio’ u ‘organización’ con empleados y propietarios.

El candidato José Renán quiere disipar la idea de ‘nepotismo’ que se impone en la opinión pública, con una imagen de joven ejecutivo. Su campaña de anuncios de una página en prensa es sorprendentemente similar a la campaña perdedora del candidato conservador Nelson Garcés Vernaza, de las elecciones de 1988, cuando ganó su hermano Carlos Holmes Junior.

FIGURA 38 ANUNCIOS DE PRENSA DE JOSE RENAN TRUJILLO



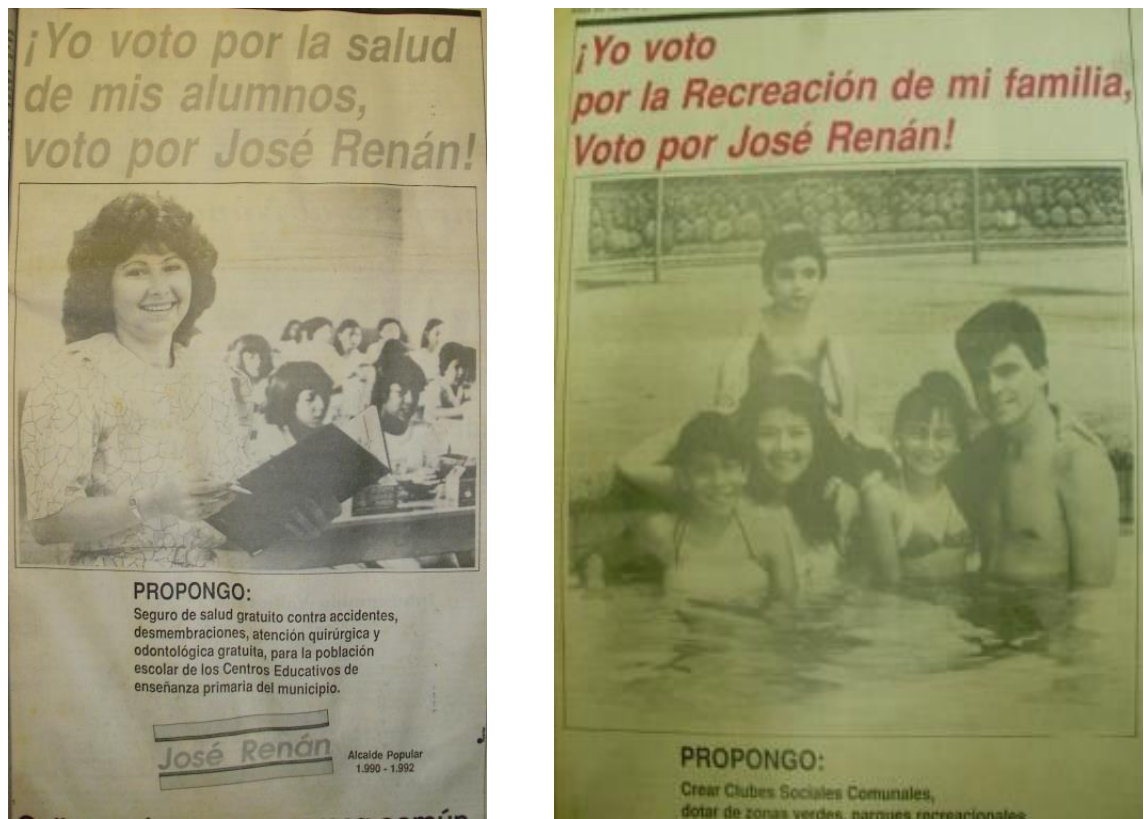
Fuente: El País

En estos dos avisos, figura 37, los electores anuncian su voto por propuestas serias, el candidato, José Renán dice PROPONGO, y proyecta dos ideas, ‘continuar la tarea

descentralizadora’ (con la asociación implícita a su hermano alcalde) y en el otro aviso: ‘crear un banco de empleo popular’ para contratar las obras menores con los sectores populares, algo totalmente contrario a la práctica tradicional de los partidos políticos y sus socios contratistas.

José Renán cuenta con la maquinaria política y electoral del Holmismo bien aceiteada.

FIGURA 39 ANUNCIOS DE PRENSA DE JOSE RENAN TRUJILLO



Fuente: El País

En la segunda serie de anuncios (figura 39) se observa una maestra y un hombre de familia, anunciar en singular “Yo voto” y en el segmento inferior la respuesta del candidato José Renán: PROPONGO. En un caso, una serie de protecciones sociales que podrían anticipar el régimen de seguridad social que se promulgaría 3 años más tarde para toda la nación; en

el segundo aviso se ofrecen clubes sociales comunales y espacios de recreación, un tema de un candidato del pasado.

La campaña de Germán Villegas se orientó a comunicar dos imágenes, la del candidato ‘constructor’ utilizando en su simbología un palustre*, que transmite a la mente del ciudadano la promesa de obras concretas (ver figura 40); y la segunda estrategia fue la del ‘compromiso’ (ver figura 41)

FIGURA 40 ANUNCIOS DE PRENSA DE VILLEGAS



Fuente: El País

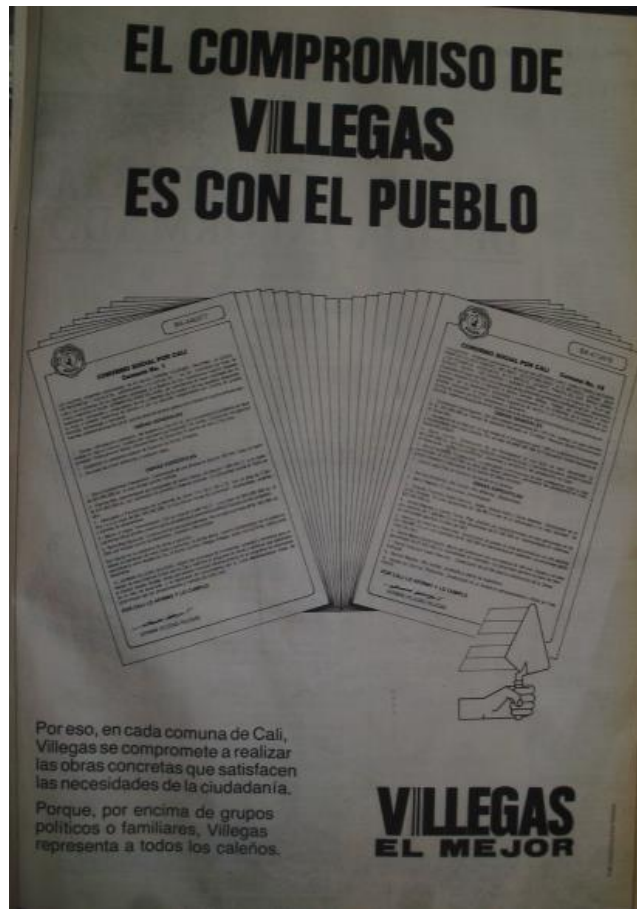
FIGURA 41 CONVENIOS SOCIALES POR CALI – EL CONSTRUCTOR



Fuente: El Pais

* El palustre es una herramienta que usan los obreros de la construcción en el repello de las paredes. Este símbolo tiene la connotación de ‘constructor’, de ‘trabajador’ y “de acabado”, que tiene la feliz coincidencia de corresponder a los convenios pactados.

FIGURA 42 COMPROMISOS DE VILLEGAS BASADOS EN CONVENIOS



Fuente: El País

Renjifo no ha hecho política electoral, ha vivido en el Exterior o en Bogotá, es un desconocido en Cali. Esto puede ser bueno cuando se cuenta con un perfil que ofrezca potencial para desarrollar una imagen poderosa, que se dirija al público o a la masa con vigor, que le guste visitar los barrios y saludar a la gente. No es el caso de este candidato del sector ‘Galanista’, que tiene un estilo aristocrático, distante, más propio de camarillas cerradas.

FIGURA 43 ANUNCIOS DE CAMPAÑA DE FEDERICO RENJIFO

Fuente: El País

Esta imagen (figura 43) muestra un desbalance en la comunicación, el tamaño de los textos, y el texto ‘nuevo alcalde liberal’ confunden al elector.

FIGURA 44 ANUNCIO ELECTORAL DE FEDERICO RENJIFO

Fuente: El País

La figura 44 es un anuncio en prensa con un contenido confuso, la campaña de Renjifo quiere verlo multiplicarse en sus electores.

Federico Renjifo es el candidato de todas las facciones del Partido Liberal en la ciudad, excepto del ‘Holmismo’. Así, en su comunicación hace alusión a su origen liberal y convoca bajo esta bandera a los electores. Su mensaje se centra más en el candidato y en el partido que en las necesidades de la ciudad y sus ciudadanos.

En esta ocasión, cabe resaltar que a diferencia de la campaña anterior, los cónyuges de los candidatos a la alcaldía brillan por su ausencia. Villegas es un hombre soltero. Renjifo es casado y tiene tres hijos. Ambos candidatos exigen que el alcalde sea elegido por sus programas.¹¹⁶

Un candidato cívico? Tercera campaña 1992

Rodrigo Guerrero como ‘candidato cívico’ es una representación creíble para la ciudad, Guerrero está ligado por lazos matrimoniales con una familia de la aristocracia caleña de inclinaciones conservadoras, pero no ha estado vinculado directamente con la política, sino más bien con actividades sociales pues su ámbito de trabajo como médico ha sido la salud, la educación como decano de la Facultad de Salud y luego rector de la Universidad del Valle, una institución pública de un fuerte arraigo académico y social en la región, y en los últimos seis años ha sido gerente de la Fundación Carvajal, una institución líder entonces en Colombia, en programas de asistencia social.

La Fundación Carvajal desde los años sesenta instaló centros parroquiales en las zonas marginadas de la ciudad en una alianza con la Iglesia Católica para ayudar a las madres cabezas de hogar. Después, en los comienzos de los ochenta con la aparición de la zona de asentamiento subnormal de Aguablanca, ver figura 45, la Fundación lideró la creación de

¹¹⁶ El País, febrero 4 de 1990

tres centros de abastecimiento de tenderos del distrito, que resolvió un problema de logística en el suministro de alimentos y bienes de consumo, porque las cadenas de distribución no penetraban el sector por el riesgo derivado de la inseguridad. Posteriormente la Fundación desarrolló un programa de asistencia para emprendedores en microempresas, que tuvo mucha acogida en los sectores populares donde se lo ofreció.

FIGURA 45 AGENCIAS DE LA FUNDACION CARVAJAL EN CALI



Fuente. Sitio web de la Fundación Carvajal

Estos antecedentes dan un perfil de Rodrigo Guerrero centrado en lo social, y lo que es más contundente el mercadeo de imagen política, conoce los problemas de la ciudad, ha aportado con hechos a sus soluciones. Se podría decir que su perfil da para un candidato que a la vez satisfaga a la clase dirigente tradicional, desplazada hace más de treinta años de la gestión pública por políticos profesionales,¹¹⁷ y los sectores populares urgidos de soluciones en la urbe. Los políticos anuncian su adhesión a la propuesta de Guerrero, una Candidatura Cívica, primero llegan los jefes conservadores unidos, lo miran como uno de

¹¹⁷ Saenz – Élités políticas y sus decisiones para la construcción de Cali (1958-200), Icesi, 2010, Ciclo de conferencia de historia política, Noviembre de 2010

los suyos, luego llegan liberales independientes, líderes del Movimiento Acción Democrática M19, y lo que es más sorprendente líderes de la UP, partido de izquierda a punto de extinguirse acosado por los paramilitares y las fuerzas militares.

Rodrigo Guerrero de esta manera ha configurado una candidatura incluyente, de carácter social y democrática, puede tildarla de una ‘Candidatura Cívica’ para la alcaldía de Cali.

FIGURA 46 ANUNCIOS DE PRENSA DE RODRIGO GUERRERO



Fuente: El País

El lema “Para hacer de Cali la primera ciudad”. Se observa en el anuncio un área limpia que equivale a casi el 40% del espacio. Transmite confianza. (ver figura 46)

Guerrero apenas en el segundo aviso (Figura 46), quince días después del primero, escribe en mayúsculas pero con letra pequeña “ALCALDE CÍVICO”.

Los periodistas y columnas de los diarios de la ciudad, se alinean con la candidatura cívica. El columnista editorial Álvaro Burgos de El País aborda el concepto de ‘franja de opinión’, una porción del electorado que estima grande en Cali, donde los partidos políticos han perdido su influencia en la opinión pública y únicamente mantienen sus clientelas electorales.¹¹⁸ Como se mencionó en la historia política de Santiago de Cali, en las elecciones para el Concejo Municipal de 1978 el “Movimiento Cívico” liderado por el locutor y periodista cubano José Pardo Llada alcanzó siete de las veinte curules en su primera participación. En otras palabras, el electorado de Cali es dulce para acoger propuestas alternativas a los partidos tradicionales, liberal y conservador.

FIGURA 47 RODRIGO GUERRERO Y AMIGOS PLURIPOLITICOS



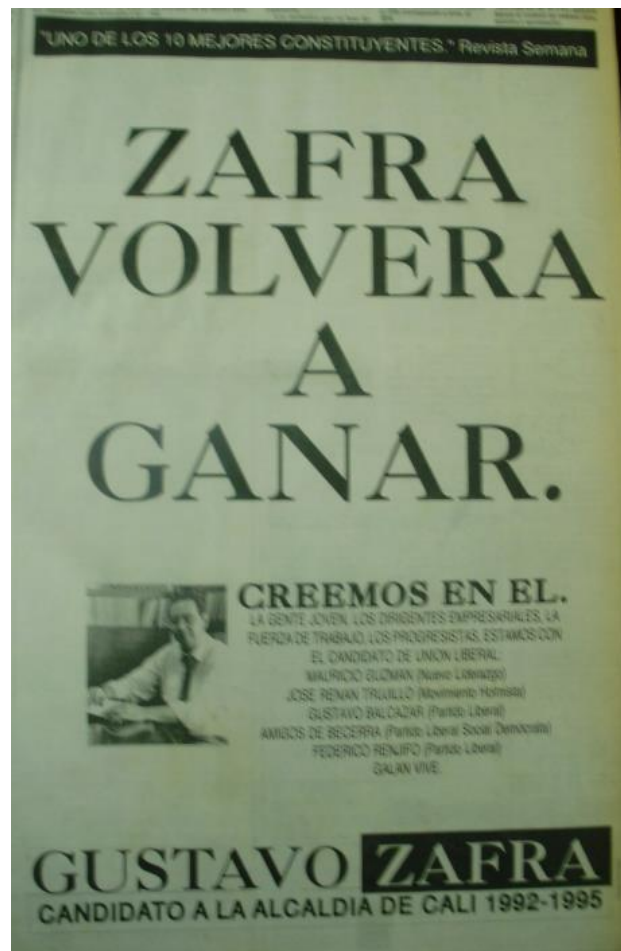
Fuente: El Caleño

En la figura 47, el candidato Guerrero posa en una fotografía con políticos adherentes de varios movimientos aliados (Rodrigo Lloreda, Claudia Blum, Jaime Navarro, entre otros)

¹¹⁸ El País, Marzo 4 de 1992, Campana, “Un victorioso guerrero?” de Álvaro Burgos Palacios

La campaña del candidato liberal Gustavo Zafra tiene varios inconvenientes, en primer lugar inicia tarde, a solo 30 días antes de elecciones, lo que solo deja tres semanas de campaña, en segundo lugar la legitimidad de su escogencia, que ha sido cuestionada por las facciones que se siente engañadas por la encuesta, y en tercer lugar, el candidato a pesar de ser un político, no tiene una clientela electoral propia. Paradójicamente en las elecciones para la Asamblea Nacional Constituyente del año anterior, Zafra es electo constituyente por los votos que alcanza en conjunto el Partido Liberal Colombiano. Gustavo Zafra es un alfil del Contralor Manuel Francisco Becerra Barney, quien lo ha apoyado en sus logros políticos.

FIGURA 48 ANUNCIOS DE GUSTAVO ZAFRA



Fuente: El País

Una vez es informado que ha ganado la encuesta con el 20% de preferencia entre las personas consultadas, inmediatamente procede a inscribir su candidatura en la Registraduría Nacional.

El primer anuncio (figura 48) se centra en tres objetivos comunicacionales:

Confianza en el candidato: dice que fue uno de los mejores constituyentes según la revista más influyente en la opinión pública de ingresos altos. Se declara candidato de unión del Partido Liberal en Cali, enumerando los jefes de las diferentes facciones en la ciudad. Da a entender que el Partido Liberal volverá a ganar con Zafra

Este mensaje intenta consolidarse dentro del Partido Liberal, pero no le dice nada a los ciudadanos de Cali, no considera sus necesidades, ni propone un programa de soluciones. Subyace en esta comunicación la idea del votante liberal “amarrado”, que sin reflexión votaba por los intereses de sus caudillos con solo agitar de las banderas rojas. Una estrategia de suyo obsoleta, en una época que los partidos ha perdido terreno ante la opinión pública y entre los electores.

El candidato Zafra no tiene una propuesta para la ciudad. Por ahora le dice (ver figura 49):

Que tiene capacidad para gobernar (a veces afirmar estas sentencias hace pensar si es verdad) En un político maduro y constitucionalista lo mínimo que se presume es que es capaz. A menos que recientemente la ciudadanía recordara a algún alcalde que no tuviera es capacidad. En resumen en campaña electoral se da por sentado que el candidato es competente.

Nos detenemos en este punto, porque lanzar consignas para votantes que probablemente ya están cautivos, es perder recursos, puesto que solo se crece si la argumentación llega a nuevos espacios, que incrementen la masa crítica de votantes necesarios para ganar. Zafra por sus declaraciones posteriores, parece que estaba convencido que su esfuerzo político se perdería, pues se encaminaba a una derrota contundente. Por esta razón, es raro que su mensaje solo se dirija a los electores liberales, a menos que quiera ser su jefe una vez se materialice la debacle electoral.

FIGURA 50 NUEVOS ANUNCIOS DE GUSTAVO ZAFRA



Fuente: El País

En el anuncio (figura 50) de la izquierda Zafra se muestra acompañado por mujeres, líderes políticas que acompañan su campaña, es un homenaje en 'el día de la mujer', que es

precisamente el día 8 de marzo, fecha de las elecciones. Es un mensaje con contenido de género, con el concepto ‘participativo’ que caracteriza la nueva Constitución Política.

En el aviso de la derecha (figura 50), Zafra hace un ofrecimiento, la Guía Práctica de la Seguridad, con esta cartilla el candidato pretende mostrar ‘un acto cívico real’, en clara alusión al candidato Guerrero, materializa una idea entregando un documento impreso, es un concepto de marketing relacionado con el cierre de un servicio prestado, que se convierte en tangible cuando está soportado en un papel. Sin embargo, el lector no está recibiendo la cartilla.

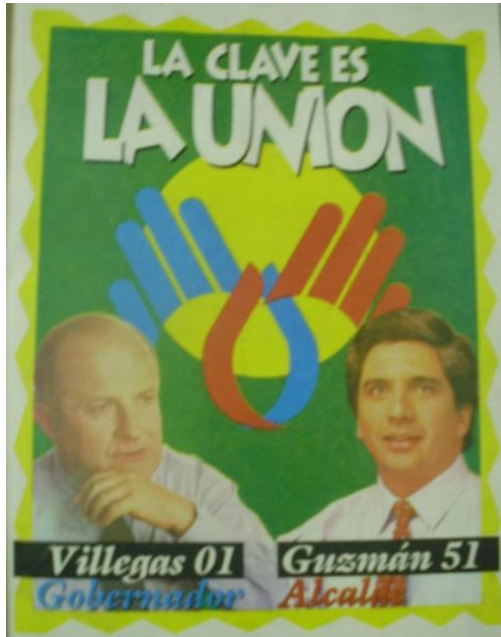
Otro detalle importante en este aviso, es que el candidato ya no usa el lema ‘Volveremos a gobernar’ al lado del Partido Liberal.

La clave es la unión? Cuarta campaña 1994

La alianza de Guzmán con los conservadores inicialmente sorprende al liberalismo. Pero es apoyado por uno de los nuevos jefes liberales, Manuel Francisco Becerra Barney.

Si se hace un análisis detenido en el uso de la expresión ‘la clave’ en lugar de ‘la llave’, que tiene la connotación de alianza (ver figura 51). En el Valle la forma ‘ir en llave’, puede tener un significado algo pícaro, es como decir, ‘ir en combinación para beneficiarnos solo nosotros’, ‘ir amangualados’ o ‘armar su rosca’, todas expresiones excluyentes y con intenciones ocultas.

FIGURA 51 ANUNCIO DE LA CLAVE



Fuente: El País

‘*La clave es la Unión*’ usa la palabra ‘clave’ en el sentido de fundamental¹¹⁹.

El aviso de la Clave siempre tiene el fondo de color verde (ver figura 51), dos manos juntas, una azul y otra roja. De igual manera, la palabra ‘gobernador’ y la corbata de Villegas en color azul, y la palabra ‘alcalde’ y la corbata de Guzmán de color rojo. No cabe duda que cada uno de ellos sigue siendo, conservador en un caso y liberal en el otro.

¹¹⁹ DRAE – **Clave** ‘7- U en aposición para referirse a algo básico, fundamental, decisivo

FIGURA 52 LA CLAVE UNION ELECTORAL



Fuente: El Caleño

En el anuncio de la figura 52 se muestra una relación de 30 movimientos políticos que hacen parte de ‘la clave’, a los que podríamos llamar ‘facciones’ como los denomina Sartori, que pertenecen a partidos ubicados en todo el espectro político. Cabe resaltar que cada dirigente político tiene su propio movimiento o facción. Esta fragmentación política responde a la intención inicial de la nueva Constitución Política (1991) de ser incluyente, por lo que estimula la aparición de nuevos partidos.

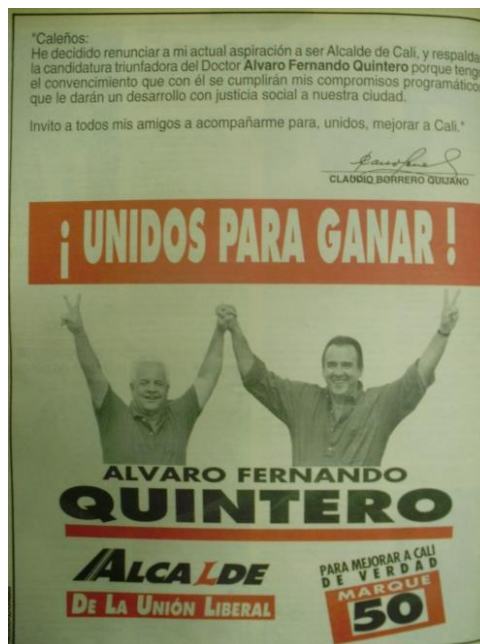
El politólogo Alberto Ramos¹²⁰ argumenta que la propuesta pluripartidista planteada en ‘la clave’ es solo una estrategia electoral, pues no hay discusiones programáticas ni existe una

¹²⁰ El Caleño, Septiembre de 1994, “El engaño pluripartidista”

proclama que anuncie como actuaran en los próximos tres años. El periódico el Caleño comenta que los conservadores han puesto de moda las alianzas pluripartidistas para engañar y atraer a los incautos electores liberales. Se puede afirmar, que efectivamente el Partido Conservador, sabiéndose minoritario, no signa a sus candidatos como ‘conservadores’, más bien aprovecha la posibilidad que brinda el Artículo 107 de la Constitución, y construye alianzas ‘cívicas’ o pluripartidistas, para captar no solo el voto del electorado conservador, sino también del liberal y de la franja independiente de opinión. La Constitución del 91 rompe el bipartidismo vigente todo el siglo XX hasta su promulgación.

La acogida inicial de ‘la clave’ en el ambiente político y ciudadano, obliga al Álvaro Fernando Quintero a mudar su estrategia inicial de una candidatura del Partido Liberal a ofrecer no solo otra llave alcalde-gobernador con Romero Terreros, ver figura 54, sino también otra alianza pluripartidista.

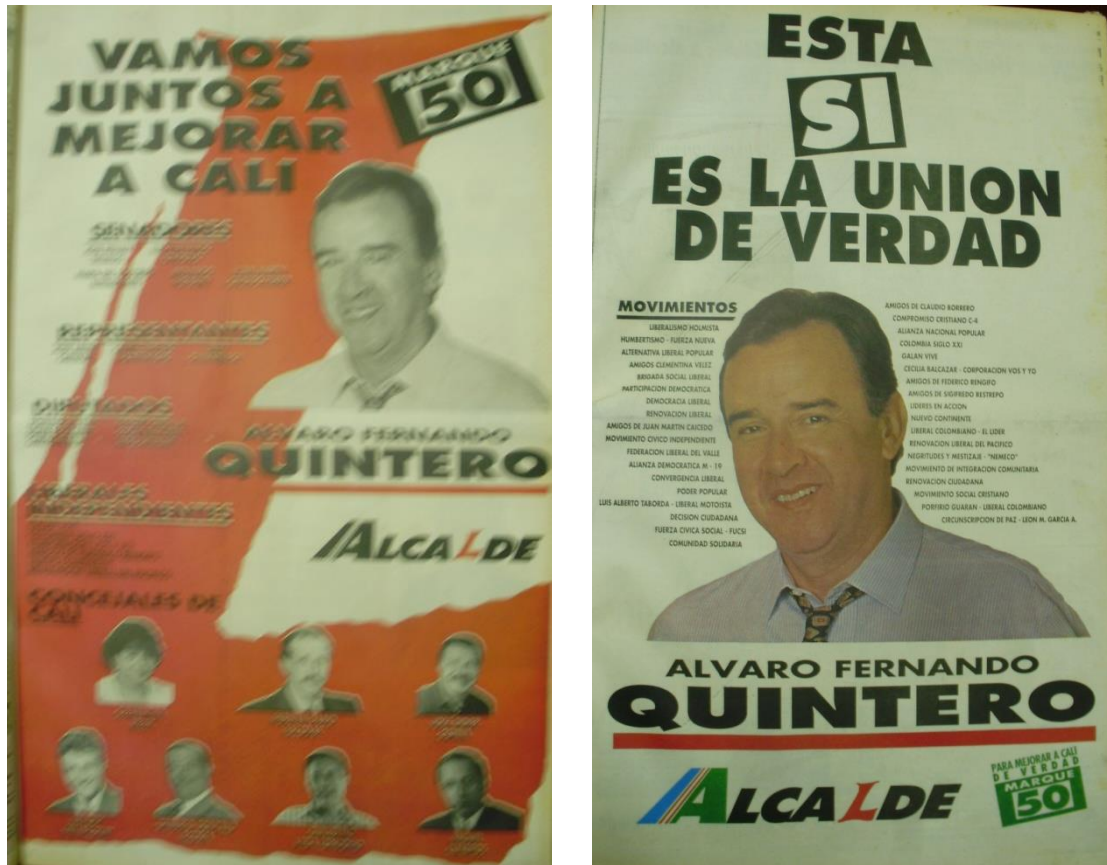
FIGURA 53 ANUNCIO DE QUINTERO Y CLAUDIO BORRERO



Fuente: El Caleño

Un nuevo mensaje “*Esta SI es la unión de verdad*”, la relación de movimientos integrantes de la nueva alianza, y la aparición del azul en el “Alcaldía” y del verde en logo símbolo “*Para mejorar a Cali de verdad*”

FIGURA 54 NUEVOS ANUNCIOS DE QUINTERO



Fuente: El Occidente

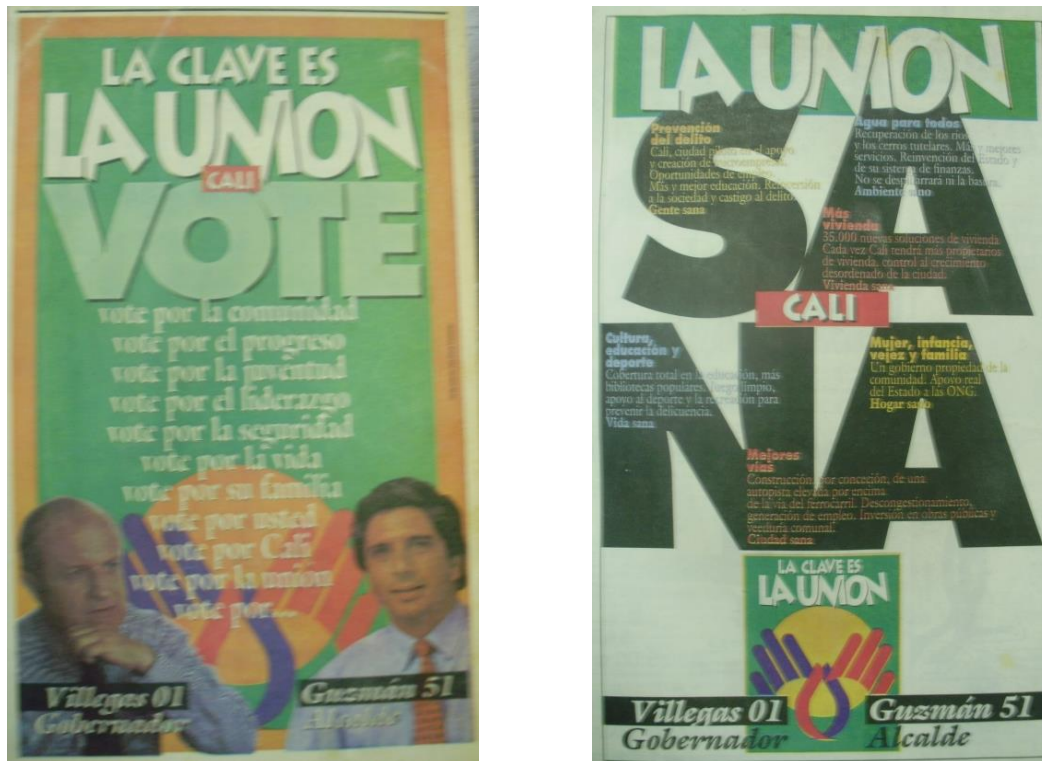
FIGURA 55 ANUNCIO SOBRE LOS TERRITORIOS EJIDOS DE LA CIUDAD

Fuente: El Occidente

En la figura 54, se encuentra una promesa de Quintero se orienta a la vivienda aprovechando su relación con Claudio Borrero, el experto en los ejidos de Cali.

En la figura 55 se observa el programa de 'la clave' incluye temas como 'Prevención del delito', 'Agua para todos', 'Cultura, recreación y deporte', 'Mujer, infancia, vejez y familia', 'más vivienda' y 'mejores vidas'. Con un fondo que dice LA UNION SANA.

FIGURA 56 NUEVOS ANUNCIOS DE LA CLAVE



Fuente: El País

A pesar que en la estrategia de La Unión es Liberal se había pactado un estrategia de promoción común entre Romero Terreros y Álvaro Fernando Quintero, en la práctica el candidato a la alcaldía se deslinda de la imagen de político tradicional de Romero Terrero, y a diferencia de los anuncios de 'la clave' donde aparecen juntos Villegas y Guzmán, en los avisos de Quintero no aparece por ningún lado el candidato a la gobernación Romero Terreros. (ver figuras 54 y 55)

Al igual que la campaña de 'la clave', el candidato Quintero relaciona su programa como una lista de buenas intenciones relacionadas con temas como: seguridad ciudadana, Servicios públicos, Participación comunitaria, empleo, Plan vial, Espacio público y medio ambiente, Educación, cultura, recreación y deportes, Vivienda, Áreas Metropolitanas, Transporte masivo, Salud y otros.. (ver figura 57)

FIGURA 57 CAMPAÑA VAMOS A MEJORAR A CALI

PARA USTEDE

VAMOS A MEJORAR A CALI DE VERDAD.

- **Seguridad General:** Para que podamos vivir, trabajar, caminar y divertirnos en paz.
- **Servicios Públicos:** No privatizaremos EMACALI. Será más eficiente, convirtiéndola en una empresa industrial y comercial del Estado.
- **Participación Comunitaria:** Las propuestas de la comunidad serán la base del programa de la Alcaldía.
- **Empleo:** Se multiplicarán las obras básicas aumentando las horas de trabajo para lograrlas en menor tiempo y crear mayor número de empleos.
- **Plan Vial:** El tren metropolitano, la avenida de Los Cerros y la agilización general del tránsito será una realidad.
- **Espacio Público y Medio Ambiente:** Para que Cali no siga siendo líder en contaminación urbana, recuperaremos nuestros fuentes de agua y preservemos nuestros recursos naturales.
- **Educación, Cultura, Recreación y Deportes:** Aumentaremos el número de escuelas públicas y las jornadas de primaria y secundaria. Aumentaremos los centros de recreación y deportes en las comunas.
- **Vivienda:** Soluciones habitacionales completas más que íates con servicios.
- **Área Metropolitana:** Para unir los esfuerzos y concertar programas con nuestros municipios vecinos.
- **Transporte Masivo:** Para que la ciudad tenga visión de futuro en esta área.
- **Gestión Municipal:** Para hacer eficiente la administración pública y erradicar la corrupción.
- **Control del Costo de Vida:** Para que se concierten mecanismos que frenen el alza de precios y controlen la especulación.
- **Salud:** Dotaremos a las comunas más pobres y a las zonas de ladera de puestos de salud con salas de parto. Fortalecemos el servicio médico del municipio de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 100 del 93.
- **Hacia el tercer Milenio:** Para planear y prospectar la ciudad de tal manera que pueda afrontar, con eficiencia y competitividad, los desafíos del siglo XXI a nivel Nacional e Internacional.
- **Gerencia de Macroproyectos:** Será la encargada de realizar los objetivos propuestos.

PARA MEJORAR A CALI DE VERDAD MARQUE 501



ALVARO FERNANDO QUINTERO

ALCALDE

Fuente: El Caleño

Comienzo de la guerra sucia.

Esta campaña la alcaldía de 1994 es la primera en donde aparecen las tácticas descalificadoras de los candidatos en gran escala, apoyadas por los medios de comunicación, prensa y radio.

El mensaje de ‘la clave’ se define como ‘la unión sana’, dejando tácitamente un cuestionamiento sobre la otra llave.

En El Caleño empieza una estrategia de tratar a Guzmán como un mentiroso. Titula el comentario del politólogo Ramos, como ‘engaño pluripartidista’. José Renán cataloga como una estafa a la opinión pública decir en los anuncios de ‘la clave’ que el ‘Holmismo’ apoya la alianza, puesto que el candidato al concejo que mencionan ya no hace parte del ‘Holmismo’. Hace referencia a Nelson Rueda.

Quintero en todos sus mensajes usa el lema ‘De Verdad’.

En el congreso se ha presentado un ‘narcoproyecto’ que pretendía abolir la ley contra el enriquecimiento ilícito y el testaferrato, que aparentemente lideraba el senador liberal Gustavo Espinosa y el Ex contralor Becerra Barney, El Caleño aprovecha y presenta la noticia con titulares de contraportada “Los dos apoyan a Mauricio Guzmán”.

Se revive la noticia que un primo de Guzmán de apellido Cuevas Gamboa ha sido detenido por operaciones de lavado de dólares al haber utilizado una reconocida casa de cambios con propósitos delictivos. En la foto de la noticia aparece Mauricio Guzmán. (ver figura 58)

FIGURA 58 PRIMERA PLANA CON NOTICIAS FALSAS



Fuente: El Caleño

El senador Trujillo García dice que se opondrá a la privatización de Emcali, dando a entender que 'la clave' la hubiera propuesto.

El diario El País ataca a Álvaro Fernando Quintero publicando con titulares una supuesta investigación de la Procuraduría por detrimento patrimonial en la negociación de una casa cuando el candidato era secretario de Hacienda municipal. El candidato y El caleño se apresuran a desmentir la investigación.

El periodista Arango de El Caleño, a cargo de los comentarios políticos locales es ahora candidato al concejo de Cali, es liberal y ha adherido al candidato Quintero. Sus análisis son muy sesgados por sus propios intereses. Titula los comentarios como “Se conservatiza el Valle?”. En el mismo diario, en la página editorial se titula “Desaparecerá el liberalismo del Valle del Cauca”

En otro titular “Se desinfla Guzmán?” afirma que hay políticos conservadores en desacuerdo con la candidatura a la alcaldía de un liberal con el apoyo de los conservadores. Afirma que se está quedando solo, pues ‘los Humbertistas’ no han querido respaldarlo.

Holguín Sarria acusa a Guzmán de ser conservador infiltrado¹²¹, el mismo trato que le da a Becerra Barney, está enojado porque con la alianza de ‘la clave’ la gerencia de Emcali, la joya del municipio, va a seguir siendo conservadora, posición que el liberalismo quiere recuperar a toda costa.

Con el apoyo de los senadores Holguín Sarria y José Renán Trujillo se continúa atacando a Guzmán. Se da a entender que cuando Guzmán renunció a la gobernación en 1991, lo había hecho obligado por circunstancias vergonzosas, pero no especifican cuales. Un columnista de El País en cambio dice que su renuncia fue un acto de independencia ante las presiones que ejercía el presidente Gaviria.

Al titular ‘Guzmán fue sancionado’, El Caleño amplía diciendo que el candidato ha sido sancionado por la opinión pública por su falta de credibilidad y su incontrolable tendencia a la mentira.

Un recuadro editorial de El Caleño que trata de ‘La corrupción de la Política’ se acompaña sin mayor explicación con una fotografía del candidato Guzmán. En otro titular, “Que hable Guzmán” comienza afirmando que Guzmán está ‘subyúdice’ (por fuera de la ley) y no puede ser alcalde de Cali, según comentarios de jefes liberales que no apoyan su campaña.

¹²¹ El Caleño, Septiembre 3 de 1994, “Hay conservadores infiltrados en el liberalismo”, pag. 7

Unos días antes de las elecciones, El Caleño publica un artículo “Cuidado con el fraude electoral” y lo acompaña con la foto de Guzmán.

El Espectador y la revista Semana hacen eco de la campaña sucia que hace en Cali, titulan “No hay *juego limpio* para la alcaldía de Cali”.

Se acusa a José Renán Trujillo de avivar una nueva forma de violencia verbal. Quintero se queja de que los amigos de Guzmán quitan sus pancartas, la campaña de Guzmán dice que no lo haría porque están evitando cualquier enfrentamiento directo entre los simpatizantes de los candidatos.

La publicación de la encuestas de preferencias electorales que favorecen a Guzmán generan otra andana de descalificaciones.

En un hecho que se ha concluido de muchas contiendas políticas que las campañas sucias terminan generando en el elector la solidaridad y la simpatía por el candidato agredido. Atacar al candidato oponente con injurias y calumnias, sin mayor sustento, se va a en contravía de la propia campaña, especialmente cuando el público sabe de donde provienen los ataques. Todavía no se ha experimentado entonces la estrategia de publicidad negra que se haría frecuente en el siglo XXI.

El hombre fuerte - quinta campaña electoral – 1997

La campaña electoral de Lloreda tiene varios retos para posicionar a ‘Kiko’ como una opción creíble de Alcalde para la opinión pública caleña: Darle imagen de independencia a un candidato que pertenece a una familia con una dilatada tradición política conservadora. Desligar la imagen del candidato de su propia familia, los Lloreda, que son empresarios que no gozan de buena reputación entre sus propios empleados*.

‘Kiko’ es el más joven de los candidatos, parece más un ‘hijo de papi’, a pesar de su formación y experiencia. Lloreda tiene otro problema, que puede ser más grave, carece de carisma, no tiene una comunicación fácil con los demás, a pesar de ser periodista. Por alguna razón no se conecta, no genera empatía. Sin embargo tiene otras ventajas, es un hombre preparado, y cuenta con el apoyo de periódico de la familia, El País, que como decíamos es el diario de mayor circulación en el suroccidente colombiano. Este periódico fue un apoyo eficaz en la campaña de ‘la clave’ en las elecciones anteriores (1994).

Lloreda se inscribe como candidato a la alcaldía de Santiago de Cali con firmas con el movimiento independiente ‘Firme con Cali’

FIGURA 59 ANUNCIO DE DOBLE PÁGINA



Fuente El País

* Como habíamos escrito, en el año 1990 el senador Rodrigo Lloreda fue el candidato oficial del partido conservador a la Presidencia de la Republica, logrando un pobre resultado electoral, particularmente en su región de origen, el Valle del Cauca. Según estudios de mercado realizados para explicar este fenómeno, se sabe que uno de los factores que tuvo incidencia fue la reputación de malos patronos que dan los empleados a la familia Lloreda.

FIGURA 60 ANUNCIO DE PAGINA COMPLETA DE LLOREDA

KIKO GANADOR

FIRME CON CALI

"67.000 ciudadanos respaldaron mi inscripción como Candidato Independiente a la Alcaldía. Estoy comprometido con todos los caleños y caleñas con un gran proyecto de ciudad. Amplio y Pluralista, sin sectarismo ni ataduras. Seré instrumento de servicio de este mandato popular".

"La corrupción es un cáncer peor que el narcotráfico, vamos a extirparlo: No más peajes, ni el famoso 10%. Es posible hacerlo si unimos esfuerzos. Seré riguroso en la asignación y ejecución del gasto para que cada peso que paguen los caleños sea un peso bien invertido".

"La inseguridad no se resuelve poniéndole un policía a cada ciudadano, sino contando con ella cuando se necesita. Le daré una segunda oportunidad a los C.A.I.: Los fortaleceré, construyendo una nueva policía comunitaria. Recuperaremos el imperio de la Ley, respetando los derechos humanos. Con inversión social y autoridad, tendremos seguridad".

"Recuperaremos la confianza en nosotros mismos. No más pesimismo: Si saldremos adelante. Crearemos las condiciones necesarias para la generación de empleo y trabajo. Le inyectaremos recursos externos a nuestra economía y la pondremos a rodar de nuevo".

"No podemos dormirnos en papeles. Si nos descuidamos nos quedamos sin Metro. Vamos a hacer el Metro: Es una gran oportunidad de transformación social y urbana para generar empleo, y para mejorar la calidad de vida de los caleños".

"Nuestros niños tienen derecho a un mejor futuro. Vamos a darle la oportunidad. Ampliaremos la cobertura en educación básica, construiremos 10 colegios técnicos industriales, masificaremos el aprendizaje del inglés y extendemos el programa de suplemento alimenticio, a través de los restaurantes escolares".

"Acabaré la pesadilla del alto riesgo. Le resolveremos la incertidumbre a quienes viven en sectores de ladera y en la parte plana. Mitigaremos los riesgos que sean mitigables e iniciaremos un plan masivo de titulación de predios. En caso de ser inminente la mudación, la haremos en la respectiva comuna. Son 120.000 caleños. Ellos tienen derecho a una vivienda".

"No más charcos y polvaredas en los barrios populares. Con recursos de la sobretasa y por autogestión, pavimentaremos las principales vías de Cali. Haremos los puentes peatonales que pide la comunidad y continuaremos los actuales proyectos viales, para descogestionar el tráfico de la ciudad".

"EMCALI y EMSIRVA Serán rentables y eficientes. Estas seguirán siendo propiedad de los caleños. Con decisión, transparencia y sin politiquería, las haremos cada vez más competitivas. Es nuestro compromiso con la gente de Cali que reclama Servicios Públicos de calidad y a precios justos y razonables".

"Estoy comprometido con los líderes comunitarios y con los actuales y futuros comuneros de Cali. Estoy Comprometido con los proyectos de inversión convenidos a tres años por la propia comunidad sin intermediación de nadie. Los Planes de Acción de las Comunas y Corregimientos serán mi guía y la de todas las dependencias".

FRANCISCO JOSE KIKO LLOREDA
ALCALDE

52

Fuente: El País

En el anterior anuncio (figura 60) se denomina al candidato ‘Kiko’ para posicionar su imagen independiente en el imaginario colectivo. Lloreda con un fondo multicolor y una presentación formal en mangas de camisa,

En los anteriores anuncios (figuras 59 y 60) se muestra a ‘Kiko’, como quiere que se le reconozca, en una imagen de ejecutivo, pero esbozando una sonrisa que pretende conectar con el lector. El candidato está acompañado o se superpone a un rombo multicolor el cual tiene dibujada una flor de siete pétalos irregulares, que parecen simbolizar los siete ríos que atraviesan la ciudad.

Estos anuncios presentan una dualidad, una sección con la imagen del candidato, su nombre, su número en el tarjetón, el lema ‘Firme con Cali’ y el titular “ALCALDE”, con el logo símbolo de la campaña, con una definición clara y de impacto. Otra sección, es común en todos los anuncios, es un grupo de párrafos que hacen relación de su experiencia como secretario de planeación, que en el anuncio de doble página titulan ‘Resultados con visión de futuro’, estos textos son recargados y confusos, no contribuyen con un mensaje claro que atraiga al lector, votante o ciudadano, porque no hacen propuestas simples y concretas.

Una de las estrategias de posicionamiento en la opinión pública se hace utilizando las columnas de los periodistas en la prensa, quienes califican como ganador inminente a ‘Kiko’ Lloreda, apoyándose en encuestas y supuestos sondeos que lo muestran como ganador. Los columnistas de El País, e incluso algunos de Occidente, como Pardo Llada y Demetrio Arabia. Solo uno anuncia su voto por el candidato liberal Gómez. Otro recurso que utiliza El País es la publicación de encuestas que muestran como amplio ganador a Lloreda. Esta estrategia será develada como fraudulenta cuando los resultados de las votaciones contradigan los pronósticos, como veremos adelante.

FIGURA 61 ANUNCIO DE PAGINA COMPLETA

199

52

FRANCISCO JOSE
K I K O
LLOREDA
ALCALDE

"67.000 ciudadanos respaldaron mi inscripción como Candidato Independiente a la Alcaldía. Estoy comprometido con todos los caleños y caleñas con un gran proyecto de ciudad: Amplio y Pluralista, sin sectarismo ni ataduras. Seré Instrumento de servicio de este mandato popular".

"La corrupción es un cáncer peor que el narcotráfico, vamos a extirparlo: No más peajes, ni el famoso 10%. Es posible hacerlo si unimos esfuerzos. Seré riguroso en la asignación y ejecución del gasto para que cada peso que paguen los caleños sea un peso bien invertido".

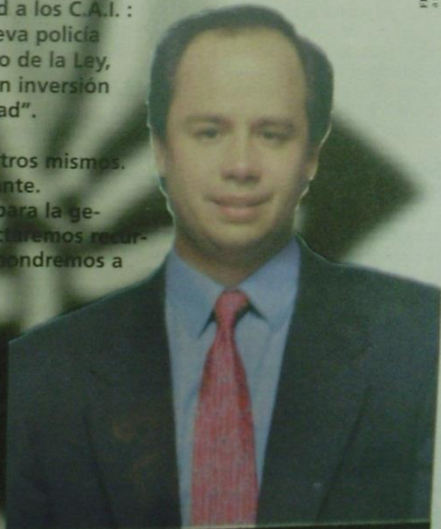
"La inseguridad no se resuelve poniéndole un policía a cada ciudadano, sino contando con ella cuando se necesita. Le daré una segunda oportunidad a los C.A.I. : Los fortaleceré, construyendo una nueva policía comunitaria. Recuperaremos el imperio de la Ley, respetando los derechos humanos. Con inversión social y autoridad, tendremos seguridad".

"Recuperaremos la confianza en nosotros mismos. No más pesimismo: Sí saldremos adelante. Crearemos las condiciones necesarias para la generación de empleo y trabajo. Le inyectaremos recursos externos a nuestra economía y la pondremos a rodar de nuevo".

"No podemos dormir en papeles. Si nos descuidamos nos quedamos sin Metro. Vamos a hacer el Metro: Es una gran oportunidad de transformación social y urbana para generar empleo. Para mejorar la calidad de vida de los caleños".

FIRME CON CALI

PUBLICIDAD PARA LA PAGODA
 FREELANCE
 ASOCIACIÓN



Fuente El País

En este anuncio se observa un 'Kiko' acartonado rodeado de un grupo de párrafos con ideas que se podrían simplificarse para tener mayor eficacia comunicativa (figura 61).

La campaña de Ricardo Cobo tiene otro talante. Aunque utiliza como tribuna el diario Occidente, su estrategia está basada en la logística política de los líderes de base, una clientela que conoce por su experiencia electoral y que se amplía gracias al apoyo de las facciones liberales más activas en la ciudad. Cobo un hombre del mismo origen de Lloreda, de quien es primo, se dedica a recorrer los barrios populares transmitiendo una promesa de un gobierno de corte social, con gran inversión social, algo que sabemos que difícilmente podrá cumplir considerando la crisis financiera del municipio.

FIGURA 62 PIE DE ANUNCIO DE RICARDO COBO



Fuente: Occidente

El aviso de Ricardo Cobo es más sencillo (ver figura 62), escribe su nombre en minúsculas (un gesto que intenta hacerlo más cercano), la palabra Alcalde en mayúsculas, el lema ‘un cambio seguro para Cali’, un mensaje positivo con dos sentidos, su imagen como ejecutivo en mangas de camisa, camisa azul con corbata roja, sentido de alianza, y en el fondo los colores de la bandera de la ciudad difuminados, simulando multitudes.

FIGURA 63 COBO EN ACTIVIDADES PROSELITISTAS



Fuente Occidente

Ricardo Cobo copia la estrategia ganadora de Villegas (1990) cuando firma 20 convenios sociales, uno por cada comuna.

Al participar en manifestaciones públicas cuando por las amenazas se ha recomendado hacer proselitismo en espacios cerrados, Cobo puede mostrar un liderazgo de contacto (ver figuras 63 y 64). Entre los cuatro candidatos es claramente el más hábil en su comunicación con los electores, su experiencia en la ciudad le da un hándicap en la carrera electoral. En la figura 64, se muestra a Ricardo Cobo con sombrero a lo Comandante Pizarro, con mangas arremangadas y 'jeans', presidiendo una manifestación en el Parque Panamericano.

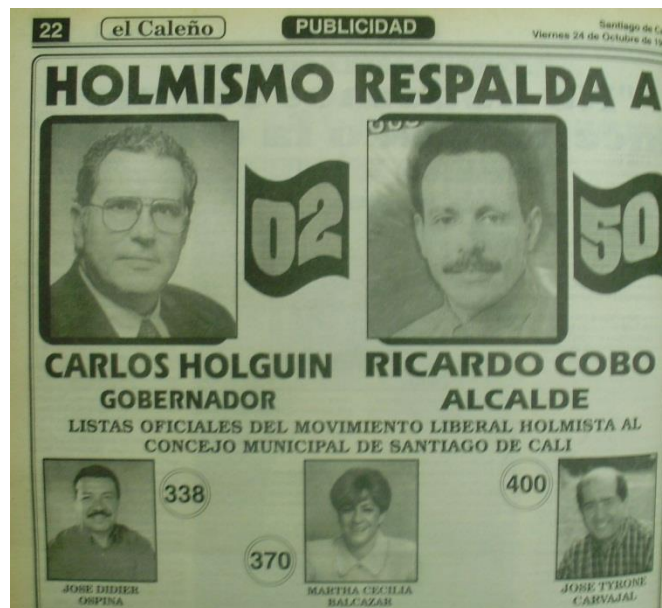
Ricardo Cobo se ve favorecido cuando Carlos Holguín abandona sus intenciones de ser gobernador diez días antes de los comicios. Pues su campaña recibe recursos y concentra los esfuerzos de líderes locales del 'Holguinismo' y del liberalismo aliado en su campaña a la Alcaldía (ver figura 65).

FIGURA 64 COBO EL GALÁN EN MANIFESTACIONES POPULARES

Fuente Occidente



Fuente El País

FIGURA 65 APOYO DEL HOLMISMO A COBO

Fuente El Caleño

Otro efecto positivo de la campaña de Cobo es no amedrentarse con las encuestas publicadas por El País y otros medios. El candidato les da una explicación plausible a los

resultados de los sondeos de opinión, cuando afirma que el sistema de consulta telefónica, no llega las bases del estrato 1 y 2, en las que ha centrado su campaña.

FIGURA 66 EL PREDIAL EL GOLPE DEFINITIVO DE COBO



Fuente Occidente

En un momento en que el gobierno nacional autoriza a los municipios a aumentar el impuesto de predial, que se cobra a quienes son propietarios de un lote de tierra, lo que incluye los terrenos dedicados a vivienda y/o negocios, y que en la ciudad se asoma una crisis social producto del desempleo, Ricardo Cobo anuncia tres días antes de la elecciones, que si es elegido Alcalde de la ciudad de Cali, decide congelar el impuesto predial (ver figura 66). Esta promesa electoral que afectará los escasos recursos de la ciudad es el punto de inflexión en la campaña.

Los electores de los estratos sociales de ingresos bajos, reciben esta promesa con beneplácito. El candidato Cobo toca una fibra sensible del electorado, su bolsillo, con una idea concreta (ver figura 67).

FIGURA 67 ANUNCIO DE PRENSA CON PROMESA ELECTORAL



Fuente Occidente

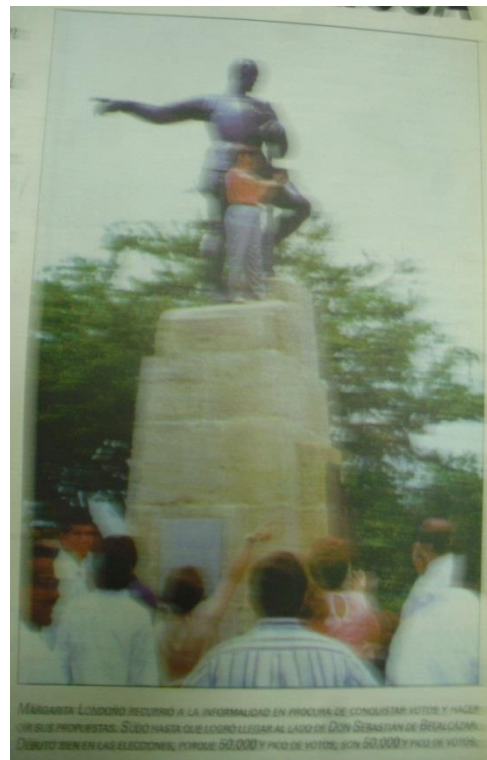
La afirmación de revisar la estratificación económica amplía los beneficios ofrecidos por el candidato Cobo, pues muchos cobros de servicios tienen ligadas las tarifas al estrato socioeconómico de la vivienda.

Margarita Londoño hace una campaña de mucho contacto con la ciudadanía, utilizando para llamar la atención algunos gestos poco comunes. Ver figura 68

FIGURA 68 MARGARITA LLAMANDO LA ATENCION



Fuente El PAÍS



Fuente Occidente

Margarita no cuenta con el apoyo de concejales en actividad, ni con recursos financieros suficiente, por ello acude a la creatividad y a la asistencia de sus simpatizantes. Es la primera mujer que intenta ser alcaldesa, pero su mensaje no cala. Las acciones de Margarita no son estrategias de mercadeo político electoral, a pesar que su profesión es comunicadora social.

FIGURA 69 SIMBOLOS FALLIDOS DE MARGARITA

Fuente Occidente

El anuncio (ver figura 69) con la imagen de la candidata acompañada por una margarita es un desperdicio de comunicación. Es redundante, pues además del nombre de la candidata, se representa una margarita, sin mayor simbolismo de contenido político.

Unos días antes de la jornada electoral se rumorea que Margarita Londoño va a adherir a las intenciones de Ricardo Cobo, sin embargo el propio candidato desmiente el infundio, y hace un caluroso elogio de la participación del margarita en la contienda.

La campaña electoral de Luis Alberto Gómez López como candidato oficial del Partido Liberal es precaria. Solo tiene el apoyo político de dos concejales liberales, no cuenta con un medio de comunicación que le brinde acceso a la opinión pública. La promoción del candidato se hace a través de avisos en prensa local. El resultado se refleja en las encuestas, Gómez es el cuarto candidato en las preferencias de los ciudadanos.

Su lema “Por la Paz Social” es coherente con la tradición del Partido Liberal, pero no se traduce en planes y acciones concretas. El anuncio está plagado de texto, cuyo contenido podríamos categorizar en tres temas, el primero, mostrar la formación y la experiencia del candidato, porque de hecho, es casi desconocido por el público en general, el segundo, proponer un programa de gobierno, cuyos objetivos han sido bien recibidos por la crítica, porque son estrategias a largo plazo, poco aplicables para un breve mandato de alcalde, y el tercero, se dedica a desvirtuar la propuesta de Cobo de controlar las alzas del predial, lo que en política siempre se devuelve en contra de quien ofrece la visión negativa.

La gente decente – sexta campaña electoral año 2000

Esta campaña electoral tiene como premisa, el tomar distancia de los políticos, y particularmente de los partidos políticos tradicionales. La ciudadanía está resentida y culpa a los políticos profesionales del desastre que viven la ciudad, las empresas de servicios públicos y en general, el municipio. Sin embargo, también hay factores de orden nacional, que tienen impacto económico y social sobre la ciudad. Los aspirantes a la alcaldía deben ofrecer el cambio, lo que suele ser normal en una campaña, pero a veces se comprometerán con asuntos que no son de su competencia como alcaldes de un municipio. En otras palabras, harán demagogia.

Si se toma como referencia la primera encuesta, elaborada por la Universidad del Valle y publicada en agosto, el comunicador Jhon Maro Rodríguez tiene una ventaja amplia sobre los otros aspirantes.

El fenómeno de lealtad que consigue Jhon Maro en los electores caleños de los estratos socioeconómicos uno, dos y tres, los sectores populares, corresponde a los principios de construcción y de posicionamiento¹²² de marca que la teoría de marketing ofrece.

FIGURA 70 JHON MARO INSCRIBIENDO SU CANDIDATURA



Fuente El Caleño

El posicionamiento de Jhon Maro entre los electores caleños surge de su trabajo como comunicador. Durante más de diez años ha utilizado los micrófonos de la radio para servir a la comunidad. Jhon Maro escucha las quejas de su público, y le brinda soluciones puntuales, muchas de ellas, relacionadas con reclamos sobre la mala prestación de servicios¹²³, o sobre deficiencias en la iluminación, en la pavimentación, en la seguridad del sector, en la recolección de basuras, en la atención del centro de salud o sobre la no asignación de cupos escolares.

Su método consiste en recibir la solicitud de ayuda del oyente, comunicarse directamente con el funcionario a cargo en el municipio, y ante la audiencia, al aire, gestionar su promesa para resolver la cuestión. Lo que tiene cierta efectividad pues se aplica presión

¹²² Al Reis y Jack Trout definen el término ‘posicionamiento de marca’ como el lugar que ocupa una marca en la percepción mental de los consumidores. Los elementos sobre los que se construye son: comunicación, consistencia, conexión emocional y experiencia positiva.

¹²³ Llano Angel, Hernando, artículo en ‘Colombia: elecciones 2000’ editado por Fernando Giraldo, páginas 108-110, Bogotá, UPJ, RNSC, Fundación Konrad Adenauer, CEJA

sobre el funcionario, pues este sujeto tiene interés por el manejo que de su imagen pública hace el medio de comunicación. Así con el tiempo se produce una alianza simbiótica entre el funcionario del municipio y el periodista, quien poco a poco construye para sí una imagen de servidor de la comunidad a través de su intermediación para resolver problemas puntuales, de tal manera que se transforma en ‘la voz del pueblo’.

El servicio social que presta en su vida comunitaria, como se observa en la biografía abreviada, aunado a esta gestión de soluciones, hace de Jhon Maro el hombre providencial para la ciudad. Desde hace cuatro años, su amigo Francisco Lamus¹²⁴, lo ha convencido para que se lance como candidato a la alcaldía de Cali. Lamus es el gestor del movimiento político Autonomía Ciudadana.

La comunidad caleña, en particular sus oyentes durante años, creen que ante la crisis de la ciudad solo hay un hombre que ha demostrado su efectividad y su transparencia en la solución de problemas urbanos. Una visión que le va a pesar a Jhon Maro cuando sea elegido alcalde, pues su misión mesiánica demanda un compromiso casi imposible, sacar adelante una ciudad que está en ruinas, en medio de una profunda crisis.

La consistencia de su distanciamiento de los políticos, lo evidencia en el rechazo que hace de la intención de apoyarlo que manifiestan algunos de ellos. Un ejemplo, un amigo de Mauricio Guzmán, Orlando Chincano del movimiento político Acción Social, que Jhon Maro rechaza públicamente como adherente a su campaña electoral. El mensaje es no a los políticos. El lema que adopta la campaña será: ‘La revolución de la gente decente’ ‘es tal la fuerza de esa imagen, que el candidato realizó una campaña sin incurrir en promesas populistas, y con la publicidad más discreta a nivel de vallas y pasacalles’.¹²⁵

¹²⁴ El País, ‘Todo un señor funcionario’, abril 8 de 2003, artículo sobre Francisco Lamus

¹²⁵ Llano Angel, Hernando, artículo en ‘Colombia: elecciones 2000’ editado por Fernando Giraldo, CEJ, paginas 109-110, Bogotá

Jhon Maro consigue el apoyo de algunos empresarios de la ciudad. Pero tiene en su contra a la prensa escrita, que lo ataca de forma directa, lo hace el diario El Caleño, que apoya a Arcila, el periódico El País, que parece apoyar a De Roux, un sociólogo de la oligarquía, y en menor medida, el diario de Occidente, que apoya a su excolaboradora, Margarita Londoño.

Desde la mirada de mercadeo político, es poco el margen de maniobra que le queda a las otras campañas. De hecho, la inversión en vallas, volantes, pancartas, y anuncios de publicidad política pagada es mucho menor en esta ocasión. Si, se desata una guerra sucia feroz contra la imagen personal del candidato Jhon Maro, con la circulación de libelos en chapolas y panfletos, en las que se vitupera a su persona, se lo trata como un hombre disoluto y vicioso. Aunque algunos columnistas¹²⁶ denuncian esta práctica desleal, en la ciudad ya se hizo costumbre la calumnia y el insulto en la arena política. Es claro que esta andanada está orquestada por gente ignorante, que pretende hacer daño, pero desconocen que por el contrario, la opinión pública reacciona negativamente ante las invectivas, y arroja aún más al candidato víctima. Aun no llegan los tiempos de la publicidad negra en la política.

José Luis Arcila poseedor de una cauda electoral local probada, siendo el mayor elector del concejo, se lanza a la campaña con visitas a los barrios, acompañado de sus líderes de zona, que son realmente conductores de agrupaciones de vecinos, que se alinean con el mejor postor. Estos líderes de zona cobran al candidato un estipendio cuyo monto lo determina el número de seguidores probados que tiene cada líder. A la clientela se le convoca a reuniones donde se reparte comida y se les brinda un discurso de los correspondientes candidatos, quienes hacen las promesas que sean pertinentes. Muchas de estas reuniones tienen implícito algún aporte en especie por parte del candidato, balones, uniformes, o mejoras a las canchas deportivas del barrio.

¹²⁶ Occidente, Fabio Larrahondo en su columna Marcapasos titula ‘Así no por favor’, agosto 2000

Otro apoyo promocional de Arcila es el despliegue que el diario El Caleño le da a sus actividades con bombos y platillos (ver figura 71). A la vez las noticias de otros aspirantes son notas de pie de página. La línea editorial del caleño llega a enfrentar de manera beligerante a Jhon Maro, pero con poco éxito.

FIGURA 71 APOYO DE EL CALEÑO AL CANDIDATO ARCILA



Fuente El Caleño

El lema inicial de la campaña de Arcila es '*Cali será mejor*'

FIGURA 72 ANUNCIO DE JOSE LUIS ARCILA



Fuente: El Caleño

FIGURA 73 ANUNCIO DE LA CAMPAÑA DE ARCILA



Fuente El Caleño

El amarillo en el fondo de los avisos (ver figura 73 y 74) es la renuncia explícita a la tradición de los partidos políticos, liberal (rojo) y conservador (azul)

Reducción de impuestos, o aplazamiento de las actualizaciones catastrales, y otras figuras fiscales, que siguen el derrotero de la campaña anterior, cuando Ricardo Cobo ganó el pulso de opinión cuando prometió no actualizar el impuesto predial de los caleños, son algunas de las propuestas que se le oyen a José Luis Arcila y a Margarita Londoño.

Margarita Londoño Vélez que fue la sorpresa independiente en la elecciones de 1997, es ahora candidato del establecimiento político, tiene el apoyo de varios caciques nacionales y locales, de la Anapo, de los socialistas, de organizaciones comunitarias y el aval del Partido Liberal. En la prensa le dan el título de exsenadora. Su propuesta es hacer una administración más eficiente, se compromete con un equipo de trabajo de perfil técnico y político. Su primer eslogan es “una mujer para poner el orden en la casa”.

FIGURA 74 ANUNCIO DE MARGARITA LONDOÑO



Fuente el País

Ante el pobre avance de Margarita en las encuestas, los asesores de campaña cambian el primer lema: “una mujer para poner orden en la casa”, por un “Despierta Cali” (ver figura 74) para evitar la derrota que se va a venir. El fondo de color verde de sus anuncios se transforma en amarillo*.

En las entrevistas que le hace la prensa al esposo de Margarita, la muestra como una mujer independiente, capacitada para ser alcalde y con una gran voluntad de servicio.

En el noticiero Supernoticias del Valle se presenta un debate radial entre los candidatos José Luis Arcila y Margarita Londoño, con el periodista Miguel Ángel Arango, a quien ya antes habíamos conocido como candidato al concejo desde su columna en El Caleño. Margarita dice que asumirá la reforma administrativa del municipio, pero que los recortes los iniciara ‘por lo alto’. Incluye en su campaña muchas propuestas ambientales, en consonancia con su experiencia previa en el Dagma.

Además de reuniones con la juventud, Margarita desarrolla una actividad denominada ‘**Cali a Pie**’ en la que a la imagen de German Villegas en 1990, recorre la ciudad con el candidato conservador al Concejo, Marco León Villegas, visita los barrios y corregimientos ofreciendo ‘Soluciones concretas’. Tema en el que, Jhon Maro le lleva varios años de ventaja.

Margarita ofrece revisar la estratificación de la ciudad. Lo cual puede significar un abaratamiento del costo de los servicios públicos para los hogares beneficiados.

La propuesta de Jhon Maro Rodríguez va en el sentido de, trabajo en equipo, buen servicio público y participación ciudadana. Invitará a la ‘gente’ a asistir a los consejos de gobierno y

* El Caleño le reclama a Margarita el querer parecerse al candidato Arcila, al usurpar el color amarillo en sus anuncios y al colgar sus pancartas al lado de las del mismo candidato.

a las reuniones de las dependencias para que ‘haya mejor planeación’¹²⁷. Su actitud hacia todo lo que suene a política tradicional es de tomar distancia.

Participa en un debate radial en Todelar con el candidato Rosemberg Pabón. Jhon Maro es uno de los pocos candidatos entrevistados en el exitoso programa de Mario Fernando ‘Piano’, saliendo muy bien librado, por su historia personal que lo muestra como una persona sensible.

FIGURA 75 AVISO DE CANDIDATO INDEPENDIENTE



Fuente El País

Como se observa en el anuncio de prensa (ver figura 75) Jhon Maro busca hacerse acompañar de nuevos concejales, esta vez apoyados por la Alianza Social Indígena, que se empieza a convertir en una fuerza que ha apoyado a varios candidatos independiente a las alcaldías de las principales ciudades de Colombia.

¹²⁷ Occidente, Agosto de 2000, Propuestas de los candidatos, ‘Gestión con participación ciudadana’, Jhon Maro Rodríguez

En el siguiente aviso de prensa se adopta el color amarillo, color que antes se asociaba con la apatía, ahora es símbolo de independencia. Pero en esta ocasión se establece la conexión con las bandera del exgobernador Álvarez Gardeazábal, y de su aliado, el senador indígena Piñacué (ver figura 76).

FIGURA 76 ANUNCIO DE AMIGOS DE PIÑACUE Y GARDEAZABAL



Fuente El País

Jhon Maro consigue el apoyo de algunos columnistas, que apoyan su '*revolución de la gente decente*'.¹²⁸

Los grupos políticos que en las campañas anteriores fácilmente se identifican, ahora se desdibujan. El ala 'Lloredista' del Partido Conservador decide apoyar a Carlos Gustavo de Roux, un hombre izquierda moderada. El grupo 'Holguinista', Avanzada Nacional, busca a quien apoyar, luego que el delfín Carlos José Holguín Molina decide retirar su aspiración. El movimiento 'Manos Cívicas' del concejal Apolinar Salcedo decide apoyar a José Luis Arcila.

¹²⁸ Occidente, Septiembre 22, columna de Jaime Bandera, "Jhon Maro, la única alternativa"

El concejal Lloredista Gustavo Rivera decide apoyar la candidatura de Margarita. Lo mismo las facciones del Partido Liberal que aún no han adherido a ninguna aspirante¹²⁹.

Margarita recibe el apoyo de figuras nacionales como Piedad Córdoba, Juan Martín Caicedo Ferrer y la ‘negra grande de Colombia’, Leonor González Mina. En su favor se declaran algunos periodistas de la radio y la prensa popular. Entre otros, el conocido periodista de la crónica roja, Henry Holguín, excandidato a la alcaldía.

Holguín declara que Jhon Maro es un incapaz, y se va lanza en ristre contra el comunicador, utilizando para ello su columna en el Caleño. Ya no tiene la tribuna de la radio Super de los Pava Camelo.

FIGURA 77 CAMPAÑA DE ROSEMBERG PABON



Fuente El Caleño

Pabón ofrece un territorio de convivencia y paz, y se declara miembro de un desconocido Partido Socialista Democrático (ver figura 77)

¹²⁹ Occidente, Agosto de 2000, columna ‘Lo último en política’

FIGURA 78 ANUNCIO DE ROSEMBERG PABON



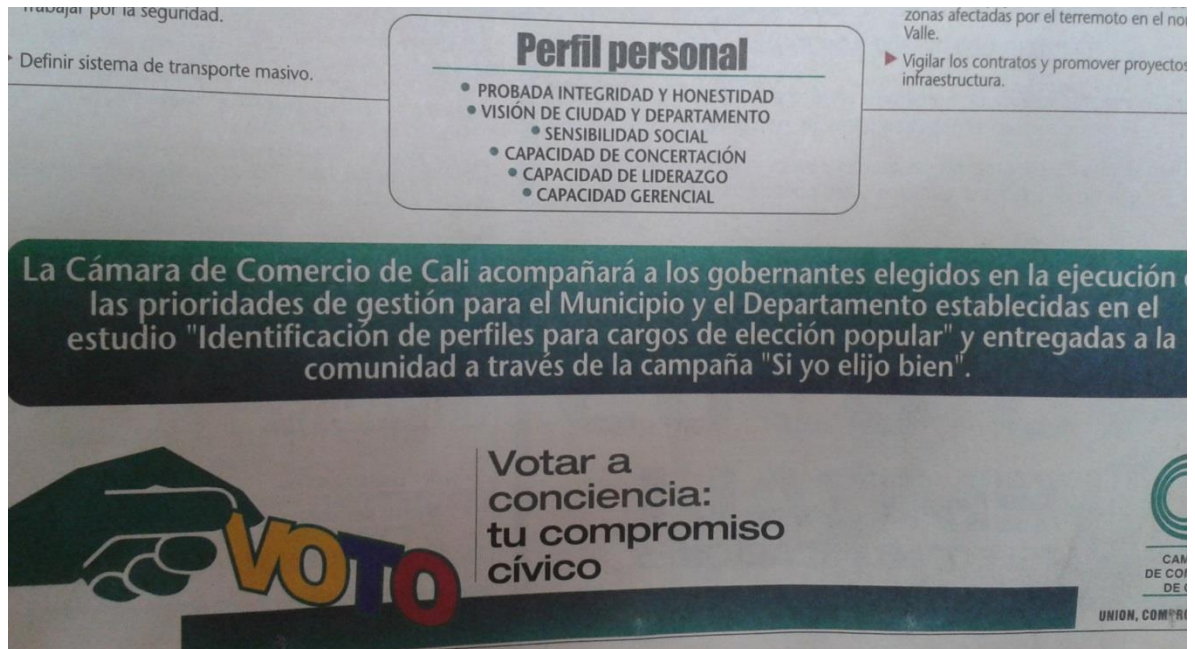
Fuente El País

La imagen de Rosenberg se desdibuja en la medida que avanza la campaña. La renuncia a la alcaldía de Yumbo, se la cobran en la prensa.

Próximo a las elecciones se hizo un foro en la televisión regional, Telepacífico, con el patrocinio de El País, Caracol Radio y el noticiero de televisión 'noventa minutos', en el que los once candidatos a la alcaldía expusieron sus ideas y respondieron a preguntas previamente depositadas en una urna. De nuevo se destacan las respuestas del comunicador Jhon Maro, que propone la unión de las fuerzas ciudadanas para sacar a Cali de las crisis en que se encuentra, le da la autoridad a sus palabras como 'cuasi' alcalde.

Algunos periodistas empiezan a declarar que quince días antes de las elecciones Jhon Maro, ya se hace llamar 'señor alcalde' y que firma en sus comunicados como tal. Este rumor solo cumple el papel de darle al favorito el aura de vencedor.

FIGURA 79 ANUNCIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE CALI



Fuente El País

En la última semana de la temporada electoral la Cámara de Comercio de Cali lanza en medio de prensa la campaña “*Si yo elijo bien*” que pretende educar a los electores de la ciudad en la forma de votar enseñándoles cual es el perfil personal del alcalde ideal, mostrando la complejidad de la tarea. El lema es Votar a conciencia: es tu compromiso cívico. Por el tenor de la campaña se aprecia que intenta contrarrestar la fuerza del virtual ganador, sin comprometerse directamente con un candidato. (ver figura 79)

Un ciego que ve más allá – séptima elección – 2003

Como en las últimas campañas a la alcaldía, los candidatos se deslindan de los partidos tradicionales al menos en apariencia, se inscriben con nuevos movimientos ‘ciudadanos’ que nacen de la colección de firmas, el caso de ‘Kiko’ Lloreda, o avalados por un Movimiento con reconocimiento nacional, como es el caso de ‘Polo’. Sin embargo, sus campañas electorales acogen con beneplácito la alianza con los concejales, quienes son políticos profesionales, que manejan microempresas electoreras que mantienen su cauda en la clientela de los líderes de barrio. El problema en esta ocasión, es que ha habido una sequía de tres años en prebendas, contratos y beneficios clientelares, los cuales suelen entregar los alcaldes a los concejales de su corriente política, para conseguir la aprobación de sus proyectos en los debates del Concejo, y en términos generales, para garantizar la defensa de la administración de turno. El alcalde Jhon Maro no entregó prenda.

Los políticos del Concejo Municipal se alinean detrás de uno de los suyos, Apolinar Salcedo, un hombre nacido en Cerrito, de extracción popular, que ha escalado todo los peldaños sociales, a pesar tener una limitación física, es ciego.

FIGURA 80 CONCEJALES CON APOLINAR SALCEDO



Fuente: El Caleño

En la ciudad las fuerzas políticas se alinderan detrás de uno de estos dos candidatos. En la prensa escrita hay posiciones tomadas. Los columnistas y periodistas de El País están con la candidatura de ‘Kiko’, algunos pocos apoyan a DeRoux. En este periódico es muy poca la pauta publicitaria.

En el Diario El Caleño, con una audiencia más popular, el debate está presente. Hay pauta de publicidad política de los principales candidatos. La dirección del diario ha invitado a los candidatos a publicar una columna con sus ideas una vez a la semana en la sección editorial. Considerándolo una tribuna interesante, Polo, Kiko, Baena, DeRoux, Yusti y Pulido, escriben columnas con temas ciudadanos cada semana.

El candidato Apolinar Salcedo es atacado en su condición de minusvalía, como se sabe es invidente, a ‘soto voce’ se transmite el mensaje: un ciego no puede manejar los problemas de una ciudad tan compleja como Cali. Otro estigma que se pretende imponer sobre Polo, es el de ser el candidato del ‘distrito’, como en su momento lo fue Jhon Maro.

Sobre el candidato Francisco Lloreda, pesa su condición de ‘oligarca’, pues como se sabe proviene de la élite caleña, particularmente de la dirigencia política a la cual se culpa de los males presentes de la ciudad. Además de su estirpe, el candidato tampoco ‘transmite’, Kiko no se conecta con el electorado.

En la construcción de su nueva imagen popular, la campaña de Kiko adopta (ver figura 81):

El lenguaje de género que se observa en el titular

Un mensaje ‘patético’ que habla de una Cali enferma

Una actitud de esperanza medida frente al escepticismo

FIGURA 81 CAMPAÑA CALEÑAS Y CALEÑOS DE KIKO

Fuente El Caleño

En el logo símbolo se aprecia una mano cerrada con el pulgar arriba en señal de ‘optimismo’ (ver figura 81). En la muñeca tiene una manilla o pulsera abierta con la bandera de la ciudad. Entonces los hijos del presidente habían puesto de moda el usar estas manillas con la bandera de Colombia, como gesto de afirmación ‘patriótica’, que usaron especialmente los jóvenes ejecutivos. Combina acertadamente los colores rojo y verde.

FIGURA 82 ANUNCIO DE KIKO LLOREDA



Fuente: El Caleño

Este mensaje directo (ver figura 82) para los sectores populares que van al trabajo todas las mañanas en una bicicleta, es interesante, pero no comunica ninguna promesa. Kiko invita a un recorrido en bicicleta para inaugurar su sede en el ‘distrito’. No hay imágenes de gente real montando bicicleta¹³⁰.

El mensaje de campaña: **¡Cali unidad puede más!**

Kiko recibe el apoyo personas importantes para la opinión pública caleña, como el de Gonzalo Gallo, quien se pone la manilla de Kiko y explica que en su opinión Kiko es el más preparado. Recibe el respaldo del exalcalde de Bogotá, Peñalosa, que es una persona reconocida nacionalmente. Igualmente un grupo de reconocidos congresistas uribistas le ofrece respaldo, Vargas Lleras, Claudia Blum, y el general Canal. Kiko promete entonces, mejorar la seguridad y controlar la violencia, se pone a tono con el discurso del mandatario nacional, ofrece dar educación de calidad y mejorar la atención en salud. Sin concretar como lo va a hacer.

¹³⁰ Cali es una ciudad donde cada mañana más de cien mil trabajadores van a sus labores montados en bicicleta, compartiendo la vía con autos y motocicletas, con gran riesgo para los ciclistas. La ciudad en sus planes urbanos poca importancia le ha dado a los peatones y a los ciclistas.

El programa que expone Kiko Lloreda de manera concreta hace referencia a:

La reducción del 20% de las tarifas de acueducto y alcantarillado¹³¹. Promesa difícil de cumplir por la crisis económica del municipio y por la intervención que vive Emcali.

La entrega de 20.000 lotes en los ejidos y la revisión del POT para facilitar el desarrollo de nuevos barrios. Primero debería retomar la propiedad de los ejidos para el municipio, que están apropiados por prestante familias de la ciudad, como se describió en la lucha política del ingeniero Claudio Borrero.

La promesa de tapar los huecos con recursos liberados de una renegociación del ajuste fiscal y de fondos provenientes de la sobretasa de la gasolina. Estos últimos comprometidos en el proyecto de SITM MIO, que ya despegó en la ciudad, por lo tanto es poco probable su liberación para otra destinación.

El ofrecimiento de generar 70.000 empleos, para ello describe las acciones de gobierno que impulsaran el empleo.

La revisión de los diseños del MIO para que se incluyan las ciclorrutas permanentes.

Promoverá desde la Cali la reforma de Código de Menores para aumentar las penas, pues la delincuencia juvenil es un problema que desborda la seguridad de la ciudad.

En un gesto de oportunismo político, Kiko Lloreda comenta en un artículo de prensa, su alegría por el anuncio del doble descuento en tarifas de acueducto y alcantarillado que tendrán los caleños, según la ministra de Medio Ambiente. Con la foto de Kiko en medio del artículo diera la impresión que fuera fruto de su gestión, una propuesta de reducir el costo de los servicios de acueducto¹³².

¹³¹ El País, Octubre 8 de 2003 Anuncio de campaña.

¹³² El País, Octubre 19 de 2003

FIGURA 83 ANUNCIO DE PAGINA COMPLETA DE KIKO



Fuente Occidente

FIGURA 84 ANUNCIO PREVINIENDO A LOS VOTANTES

Fuente : El Caleño

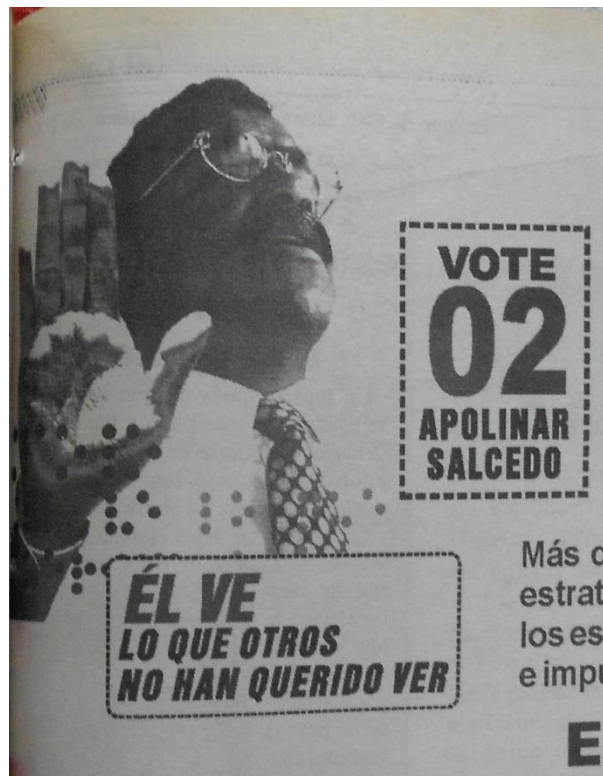
Este anuncio publicado (ver figura 84) en el Diario El Caleño por la Cámara de Comercio de Cali de apariencia inocente, 'Vote bien' es obviamente dirigido en contra de Apolinar Salcedo. 'Piense en todo, elige bien' acompañando una fotografía parcial de un rostro, del

cual se destaca la mirada de los ojos, no tiene otro significado que: cuidado, no elija un ciego.

Apolinar tiene la difícil tarea de convencer a parte del electorado, que metafóricamente un ciego puede ver. Aunque no hace un esfuerzo en la promoción de su campaña, si responde a la pregunta que le hacen los periodistas en sus entrevistas, con respecto a la responsabilidad de ser alcalde y su discapacidad, a lo que Apolinar suele responder

En un publrreportaje¹³³ de la campaña de Polo de una página en el diario El Caleño, el candidato cuenta entre otras historia, el desde cuando quedó ciego. Pasando con toda naturalidad a sus importantes logros personales y a sus aspiraciones para ser alcalde.

FIGURA 85 ANUNCIO DE APOLINAR SALCEDO

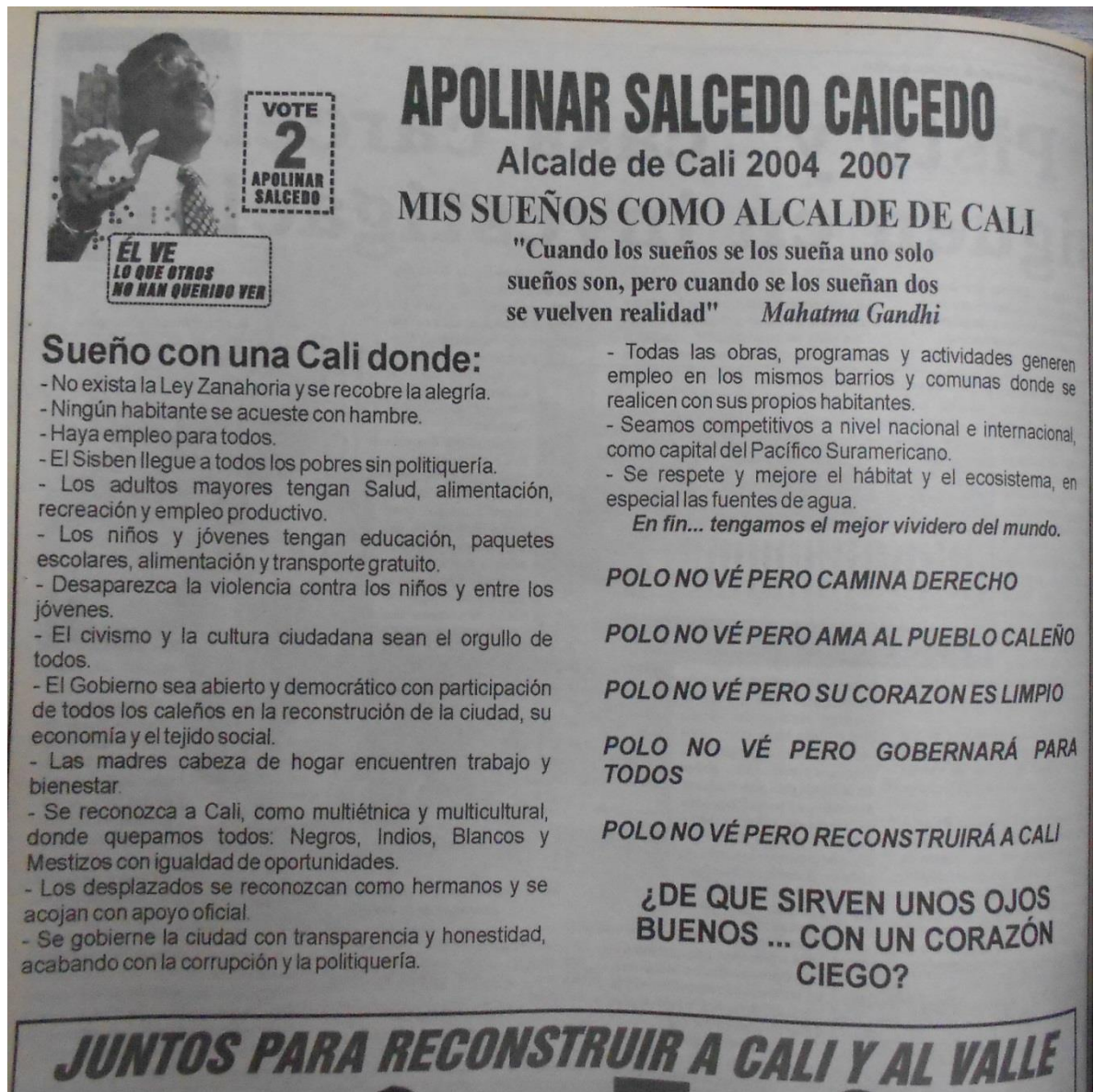


Fuente El Caleño

¹³³ El Caleño, octubre 21 de 2003 Publrreportaje titulado 'Polo, un líder popular, Alcalde de Cali.'

La campaña dice '**EL VE... LO QUE OTROS NO HAN QUERIDO VER**' (ver figura 85) en mayúsculas.

FIGURA 86 ANUNCIO DE APOLINAR SALCEDO



APOLINAR SALCEDO CAICEDO
Alcalde de Cali 2004 2007
MIS SUEÑOS COMO ALCALDE DE CALI

**"Cuando los sueños se los sueña uno solo
sueños son, pero cuando se los sueñan dos
se vuelven realidad" Mahatma Gandhi**

Sueño con una Cali donde:

- No exista la Ley Zanahoria y se recobre la alegría.
- Ningún habitante se acueste con hambre.
- Haya empleo para todos.
- El Sisben llegue a todos los pobres sin politiquería.
- Los adultos mayores tengan Salud, alimentación, recreación y empleo productivo.
- Los niños y jóvenes tengan educación, paquetes escolares, alimentación y transporte gratuito.
- Desaparezca la violencia contra los niños y entre los jóvenes.
- El civismo y la cultura ciudadana sean el orgullo de todos.
- El Gobierno sea abierto y democrático con participación de todos los caleños en la reconstrucción de la ciudad, su economía y el tejido social.
- Las madres cabeza de hogar encuentren trabajo y bienestar.
- Se reconozca a Cali, como multiétnica y multicultural, donde quepamos todos: Negros, Indios, Blancos y Mestizos con igualdad de oportunidades.
- Los desplazados se reconozcan como hermanos y se acojan con apoyo oficial.
- Se gobierne la ciudad con transparencia y honestidad, acabando con la corrupción y la politiquería.

- Todas las obras, programas y actividades generen empleo en los mismos barrios y comunas donde se realicen con sus propios habitantes.
- Seamos competitivos a nivel nacional e internacional, como capital del Pacífico Suramericano.
- Se respete y mejore el hábitat y el ecosistema, en especial las fuentes de agua.

En fin... tengamos el mejor vivero del mundo.

POLO NO VÉ PERO CAMINA DERECHO

POLO NO VÉ PERO AMA AL PUEBLO CALEÑO

POLO NO VÉ PERO SU CORAZON ES LIMPIO

POLO NO VÉ PERO GOBERNARÁ PARA TODOS

POLO NO VÉ PERO RECONSTRUIRÁ A CALI

¿DE QUE SIRVEN UNOS OJOS BUENOS ... CON UN CORAZÓN CIEGO?

JUNTOS PARA RECONSTRUIR A CALI Y AL VALLE

Fuente El Caleño

Apolinar cita a dos iconos mundiales de la resistencia pasiva, ver figura 86, textualmente a Mahatma Ghandi y parafrasea el famoso discurso del Doctor Martin Luther King Jr. en Washington, titulado ‘tengo un sueño’, el candidato Apolinar sueña desde la posición de un marginado, y finalmente desde su invidencia, para concluir con la frase:

¿de que sirven unos ojos buenos Con un corazón ciego?

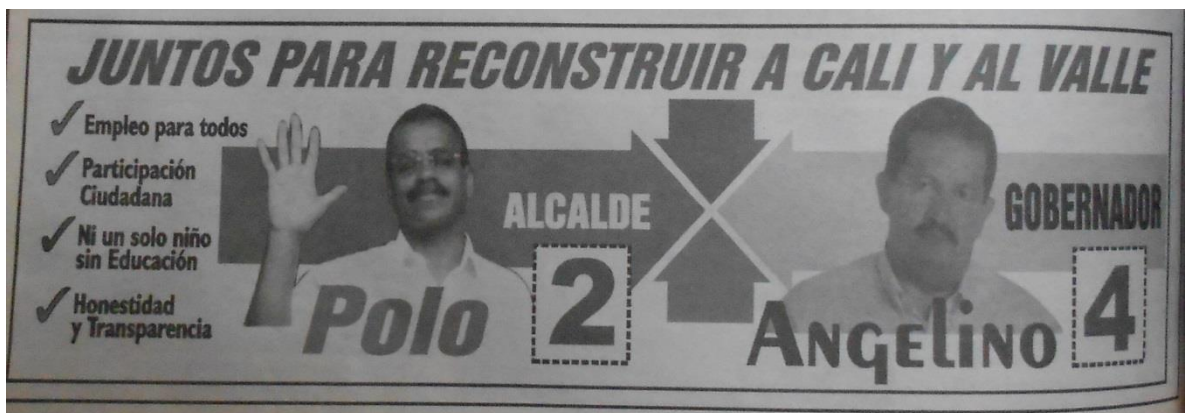
Este anuncio asume la invidencia de Apolinar Salcedo apenas como un defecto menor, destacando a su vez las bondades de Polo.

Polo no ve.... pero ama a los caleños...

Polo no ve...pero.....

A continuación sigue el anuncio (ver figura 87) en conjunto con el candidato a la Gobernación del Valle, el exsindicalista Angelino Garzón. Es la campaña de dos hombres de origen popular versus candidatos de la dirigencia tradicional. La campaña de Angelino es arrasadora, puntea en las encuestas desde el inicio. Estas alianzas entre candidato a la Gobernación del Valle y candidato a la Alcaldía de Cali, han tenido éxito en tres de las siete elecciones. Se genera sinergia electoral, la campaña suele ser coordinada en los eventos públicos, y consistente en las promesas al electorado.

FIGURA 87 ALIANZA APOLINAR SALCEDO CON ANGELINO GARZON



Fuente El Caleño

Cuando la campaña política se cierra en un titular de dos páginas, El Caleño se pregunta ‘Quién Ganará?’ (ver figura 87). En la sección asignada a Kiko Lloreda el titular expresa sus palabras casi proféticas: ‘Me duele **ver** y **sentir** la ciudad deteriorada’.

La página de Polo Salcedo titula: El Sueño de Apolinar.

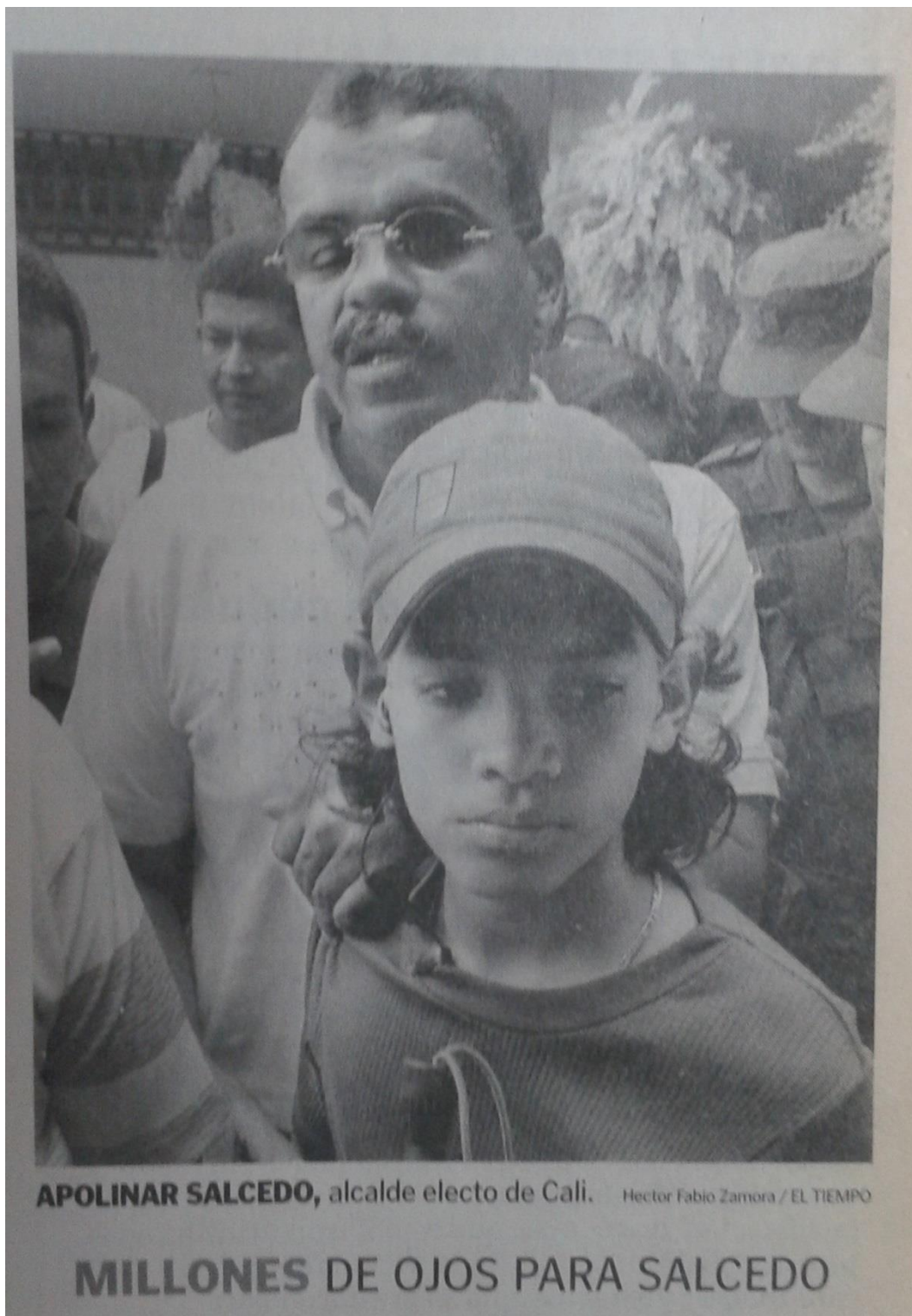
Finalmente ganó la esperanza. En las fotografías Polo siempre sonríe. (ver figura 88)

FIGURA 88 QUIÉN GANARÁ?



Fuente El caleño

FIGURA 89 MILLONES DE OJOS PARA SALCEDO



Fuente El Tiempo

FIGURA 90 ENTREVISTA DE KIKO CON EL BASTÓN

Fuente Diario El Caleño

Varios de los candidatos a la alcaldía inscritos renuncian para adherir a sus competidores más opcionados, Kiko y Polo. Quien gana mayor caudal electoral con estos desplazamientos de oponente a aliado, es Apolinar Salcedo, Yusti y Baena pasan a sus toldas, Hernandez Bomher a las de Lloreda. El caso de Alejandro Baena es escandalo a nivel nacional, pues tiene el aval del Partido Liberal en su candidatura.

Con la coordinación del concejal Mauricio Mejía López, se va cohesionando el tenor de político tradicional que rodea la campaña de Apolinar a la Alcaldía. Han estado durante del último mandato lejos de las mieles del presupuesto y de los cargos públicos, que engrasan la ‘maquinaria política’, y ahora no están dispuestos a perder otra elección.

La ciudad enferma – la octava campaña electoral – 2007

Considerando la crisis fiscal, social y de gobernabilidad que sufre la ciudad, Cali es una ciudad sucia, oscura, abandonada por los propios y en manos ajenas, de burócratas del orden nacional y de políticos corruptos de los nuevos partidos políticos, Partido de la U y el Partido de Integración Nacional. Los últimos dos mandatos han sido promesas rotas, se han incumplido las expectativas de la ciudadanía.

Uno de los candidatos es Kiko Lloreda, que se sabe tiene dificultades para conectarse con la ciudadanía, lo que le ha impedido dos veces ser elegido alcalde de la ciudad. La aristocracia caleña insiste en su candidatura, porque considera que la opinión pública no resiste otro alcalde elegido por el ‘distrito’

FIGURA 91 REGRESA GUERRERO A APOYAR A KIKO LLOREDA



Fuente El País

Durante esta campaña no aparece ni un anuncio de Kiko en el diario El País, de su propiedad. Toda la publicidad se pautó en el Caleño y en Occidente.

Grupos de interés como la vieja Unidad de Acción Vallecaucana , que convoca dirigentes empresariales, sugiera a los electores tener más cuidado al elegir (ver figura 92).

FIGURA 92 LA UAV DEMANDA DE LOS ELECTORES MAS CUIDADO



Fuente El País

FIGURA 93 UN MÉDICO PARA LA CIUDAD

CONDICIONES PARA GANAR COP
JORGE IVÁN OSPINA

PARTICIPA EN EL SORTEO DE UN TAXI 6 KM EL CUAL SERÁ ENTREGADO EL DÍA 30 DE OCTUBRE DE 2007 EN EL PARQUE DE LA CAÑA A LAS 6PM PREVIA PRESENTACIÓN DEL CERTIFICADO DE VOTACIÓN Y DE INSCRIPCIÓN

INSCRIPCIONES EN LA PLAZA DE TOROS DENTRO DE CONTROL

CON EL CÓDIGO DE INSCRIPCIÓN PARTICIPA EN EL SORTEO DE \$100.000 DÍGITO QUE JUGARÁ CONTRA CHONDO MILLONARIO

UN PASAJERO INCOGNITO ABORDARÁ SU VEHÍCULO (BUS - TAXI - CAMPERO) Y VERIFICARÁ QUE EL CONDUCTOR HAGA UN COMENTARIO POSITIVO SOBRE EL CANDIDATO Y PREMIARÁ AL TAXISTA CON EL VALOR DE LA ENTRADA (\$30.000) PREMIO QUE SERÁ ENTREGADO POR LAS EMISORAS LOCALES Y LAS CENTRALES DE RADIO

EL VEHÍCULO DEBE PORTAR LA CALCOMANIA DEL CANDIDATO JORGE IVÁN OSPINA

Fuente El Caleño

El anuncio de la figura 93, causó polémica pues es una invitación a los taxistas de la ciudad a involucrarse en la campaña, hablando positivamente del candidato Ospina a los pasajeros. En esta estrategia de mercadeo se utilizan una técnica de concurso que se conoce como ‘el comprador misterioso’. Otros políticos atacan esta ingeniosa campaña como compra de votos, lo que es un despropósito evidente.

En esta pieza promocional, figura 93, se muestra al médico Ospina con su atuendo de dotación del oficio, atrás de su imagen hay una panorámica de la ciudad. Aparece el lema: ‘Puro corazón por Cali’ que luego se convertirá en su alcaldía en: ***Cali, un nuevo latir.*** Simbolizado con un corazón pintado con los colores de la ciudad.

En la figura 94, se observa a Ospina de nuevo vestido de médico, exponiendo su programa de gobierno, centrado en dos aspectos claves para la ciudadanía, la salud y la educación. Su lema en esta ocasión ‘el cambio es ahora’.

FIGURA 94 EL CAMBIO ES AHORA



Fuente El Caleño

En la semana anterior a la elecciones del 28 de octubre, la programadora CMI de la televisión nacional realizó un debate en vivo, con los candidatos favoritos para ganar la

alcaldía de Cali, Francisco Lloreda y Jorge Iván Ospina, es la primera vez que se trasmite en los canales nacionales de televisión, las ideas y programas de las elecciones de Cali.

FIGURA 95 CAMPAÑA SUCIA CONTRA OSPINA



Fuente: Occidente

Uno de los paradigmas del mercadeo político, es jamás atacar al candidato oponente de manera directa o con falsedades, pues suele producir el efecto contrario al buscado, en la opinión pública. En la figura 95 se muestran carteles pegados en murales del centro, que expresan el respaldo de la Unidad de Acción Vallecaucana, un gremio de la dirigencia de vieja data, a Kiko. A lado derecho se observa un cartel amarillo, que relaciona a Jorge Iván Ospina con el partido Polo Democrático, que tiene otro candidato, pero pertenece a la izquierda ‘satanizada’ por la dirigencia tradicional, pero lo que es peor, incluye de manera malintencionada el nombre del defenestrado exalcalde Apolinar Salcedo, con el mote de Polo, arriba de la frase POLO con Jorge Iván Ospina.

Jorge Iván Ospina quiso deslindarse de las filas del Polo Democrático, a las que había pertenecido junto con su jefe político Angelino Garzón, por ello Ospina inscribió para su candidatura a la alcaldía utilizando firmas que amparaban un movimiento significativo de ciudadanos, Podemos Cali.

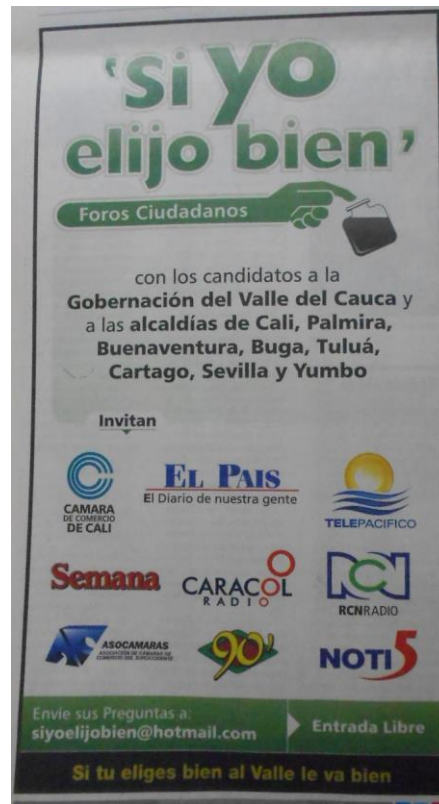
Ospina sugiere una constituyente inclusiva que repiense a Cali, Kiko manifiesta no necesitarla porque el ya conoce la ciudad. En ese debate Lloreda acusa a Ospina de estar acompañado por los asesores del destituido Apolinar Salcedo, afirmación que Jorge Iván rechaza categóricamente.

FIGURA 96 DEBATE ENTRE CANDIDATOS A LA ALCALDIA



Fuente Universidad Icesi en www.icesi.edu.co/polis

FIGURA 97 INSTITUCIONES INVITAN A VOTAR BIEN



Fuente El País

En la figura 97, se pueden encontrar algunos medios de comunicación e instituciones gremiales invitando a los vallecaucanos y a los caleños a participar en los foros ciudadanos 'Si yo elijo bien'.

IV. LAS ENCUESTAS EN LA CAMPAÑA ELECTORAL DE ALCALDE DE CALI

El mercadeo político tiene instrumentos para medir la efectividad de la campaña electoral propia y la de sus competidores. De esta manera se retroalimentan las acciones ejecutadas y se mide su impacto en el favor de la ciudadanía.

Las encuestas de mercadeo político suelen medir la preferencia, o la intención de voto de los electores. Para un candidato es clave conocer objetivamente cuál es su situación en el gusto de los votantes potenciales con respecto de sus rivales políticos. Dependiendo de los resultados de los sondeos, se hacen ajustes en la campaña de comunicación.

Sin embargo las encuestas tienen su lado oscuro, cuando son favorables a un candidato, sus partidarios suelen publicirlas y hacen mucho ruido entre los votantes, intentando convencer al electorado que la victoria de su candidato es segura. Así, se manipula la opinión pública distorsionando la realidad.

El problema de las encuestas es que son fácilmente ajustables para mostrar ‘resultados’ que no necesariamente son reales. Por esta razón, en las campañas que este documento expone se detectan contradicciones en los resultados de unas versus los resultados de otras.

La decisión más plausible para determinar la confianza en una investigación del mercado político es establecer quien contrata la encuesta, pues ofrece luces sobre la independencia de los resultados, que preguntas incluía el cuestionario, en qué fecha se realizó la consulta, y finalmente, entre qué grupos de ciudadanos se realizó el sondeo, de esta manera conociendo la ficha técnica de la encuesta se puede afirmar que se cuenta con datos objetivos.

En los últimos años se ha hecho costumbre en el ámbito nacional, hacer encuestas sobre cada movimiento o gesto del presidente, de tal manera que da prioridad al tema de la

popularidad del mandatario, banalizando así la gestión de un presidente, de tal manera, que los mandatarios no toman decisiones trascendentes hacia el futuro de la nación, pues se sacrificarían parte del capital político, especialmente si afectan los intereses de los propietarios del establecimiento. Se ha llegado al extremo, por parte de algunos politólogos, de concebir el ‘estado de opinión’ como de los pilares de la democracia, en sustitución del estado de derecho.

A continuación se relaciona la secuencia de las elecciones desde la panorámica de las encuestas electorales.

Las encuestas en la campaña de 1988

El 13 de febrero, un mes antes de los comicios, se publica una encuesta que le da el liderazgo en la preferencia de los caleños a Carlos Holmes Trujillo García, con una ventaja de 6 puntos sobre su inmediato seguidor Henry Holguín. En esta fecha, se percibe el efecto de la unión liberal, así Trujillo recupera la intención de voto para las elecciones populares de alcalde de Cali.¹³⁴

Tabla n° 2 Preferencia electoral 3ra y 4ta encuesta de CNC

Candidato ¹³⁵	Tercera encuesta	Cuarta encuesta
Carlos H. Trujillo	24.4	25.7
Henry Holguín	25.5	19.9
Harold Zangen	10.3	11.0
Nelson Garcés Vernaza	6.3	9.8
José Pardo Llada	7.9	6.1
Claudio Borrero	1.6	3.1
Germán Cobo	1.9	1.0

¹³⁴ El Tiempo, Pastrana favorito, suben liberales en Bogotá y Cali, Febrero 13 de 1988

¹³⁵ El Tiempo, 4ta Encuesta de Centro Nacional de Consultoría, El Tiempo y RCN, Febrero 13 de 1988

Entre los entrevistados el 24% no piensa votar. Entre los que piensan votar:

El mayor respaldo entre la clase alta lo tiene Trujillo con el 28.3%, le sigue Zangen con 21,7% y Holguín con el 12.2%.

En el estrato medio, Holguín tiene 23%, Trujillo 21%, Zangen 9.6% y Pardo Llada con 6.7%.

En el estrato bajo, Trujillo tiene 30.88, Holguín tiene 19.8%, Garcés 8,7%, Zangen 7.9% y Pardo 5,7%.

Entre los hombres, Trujillo tiene 40.7%, Holguín el 19.5%, Garcés el 12.6% y Zangen 13.8%.

Entre las mujeres Trujillo tiene 32.7%, Holguín el 23.6%, Zangen el 17,3% y Garcés el 16.1%.

Esta información muestra a Trujillo con la preferencia en todos los estratos socioeconómicos de la ciudad. Holguín tiene su fuerte electoral en la clase media, y particularmente le atrae más a las mujeres que a los hombres. En todas las demás mediciones Trujillo parece ganador seguro.

Figura 98 Tabla de la encuesta con cuál partido simpatiza?

Con cuál partido simpatiza					
Por cuál candidato votaría	Libor.	Nuevo Libor.	Conserv.	Unión Patr.	Ning.
Carlos Holmes Trujillo	65.3%	22.2%	1.4%	—	5.9%
Harold Zangen	21.8%	51.9%	2.8%	—	3.9%
Nelson Garcés B.	.6%	3.7%	38.5%	—	—
Claudio Barrera	.9%	—	2.8%	—	17.8%
José Pardo Llada	3.4%	—	13.1%	11.8%	29.4%
Henry Holguín O.	7.3%	22.2%	41.3%	35.3%	23.5%
Germán Cobo	.6%	—	—	53.9%	17.6%
Porcentaje entre los que manifestaron intención de votar.					

Esta tabla es clave para comprender que entonces los electores se reconocían simpatizantes de uno de los partidos tradicionales. Así podemos observar que Trujillo García tiene las preferencia entre los liberales (65,3), quien le sigue es Harold Zangen (21,8%) aunque es candidato de la disidencia. Entre los simpatizantes del Nuevo Liberalismo se da una clara inclinación a su candidato Zangen (51.9%), seguido en preferencia por Trujillo y Holguín (22.2%). En el partido conservador, en cambio las simpatías las tiene el candidato independiente Holguín (41,3%) contra Garcés Vernaza (38.5%). En la Unión Patriótica las preferencias se dividen entre su candidato Cobo (53,9%) y Holguín (35,3%). En el espacio de los sin partido, más conocidos como ‘franja de opinión’, o ‘los independientes’, el ganador es Pardo Llada (29,4%) y le sigue Holguín (23,5%).

Para extraer una conclusión, Trujillo García tiene el sólido apoyo del partido mayoritario, mientras Henry Holguín gana adeptos en todas las demás agrupaciones, pero que entonces, son la minoría política.

La inversión publicitaria se ha perdido pues la campaña electoral de Zangen no han calado más allá de los simpatizantes del Nuevo Liberalismo, no atrae siquiera a los independientes. Se centró en los segmentos de altos ingresos y ellos le respondieron, ganó alguna preferencia entre las mujeres también.

La campaña de mercadeo de Garcés Vernaza muestra pobres resultados.

Como campaña de mercadeo exitosa, se puede calificar la de Henry Holguín, pues la campaña electoral no está soportada en la maquinaria y la logística de un partido, y tampoco acudió a los grandes medios impresos, el candidato a través de la radio, de la micro-solución de los problemas, y de un mensaje moralizante contra la corrupción de los funcionarios y la ineptitud del estado, pudo captar la atención de un nutrido número de electores caleños. También debemos recordar los antecedentes de violencia que vive el país, el mensaje de Holguín es “Sin Miedo”.

Como pronosticaban las encuestas, las primeras elecciones populares de Alcalde de la ciudad de Cali fueron muy reñidas.

Fue elegido Carlos Holmes Trujillo García, candidato del partido liberal oficialista, con el 29% de los votos. Lo siguió el periodista Henry Holguín con un 27% de la votación.

Las encuestas en la campaña de 1990

El 26 de febrero se publica una encuesta realizada por Napoleón Franco que muestra a José Renán (56%), Germán Villegas (21%), Humberto Pava (9%), Federico Renjifo (7%) y Henry Holguín (3%) en la intención de voto, sin embargo se aclara que la consulta se hizo a comienzos del año 1990. Esta medición indujo al precandidato del partido liberal a la presidencia Cesar Gaviria a inclinar su preferencia por José Renán.

Otra encuesta sobre 4.000 entrevistas publicada por el Caleño, medio afecto a Trujillo García, presenta como preferencia en la intención de voto: José Renán (35,8%), Humberto Pava (13,6%), Federico Renjifo (10,6%), Germán Villegas (8%). Esta consulta no presenta una ficha técnica, y no dice que opinan, o que no han decidido otras 1.275 personas, el 32% de los consultados.

La última encuesta realizada en enero de 1.990 por el Centro Nacional de Consultoría, El Tiempo y Caracol, presentó un panorama completamente diferente a pocos días de los comicios: Germán Villegas (29,5%), José Renán (26,6%), Federico Renjifo (19,8%), Humberto Pava (12,7%).

En forma simultánea el grupo holmista hace públicos los informes de la consulta electoral de la Universidad del Valle, institución que en los comicios anteriores (1990) fue la que

más se había acercado en sus proyecciones de intención de voto¹³⁶. En esta ocasión decía que: los candidatos tienen José Renán (33.7%), Germán Villegas (10.8%), Humberto Pava (6.9%), Federico Renjifo (6.6%) en la intención de voto. Pero a todas luces falta la intención de voto de al menos el 42% del electorado, lo que indica que la encuesta es anterior a la campaña. Efectivamente la Universidad del Valle declara que la consulta publicada a destiempo fue realizada en diciembre de 1.989.

Una encuesta de la firma Analizar contratada por la campaña “Villegas el mejor” publicada después del 2 de marzo de 1990 muestra que los candidatos tienen la siguiente intención de voto: Germán Villegas (32%), José Renán (23%), Federico Renjifo (19%), Humberto Pava (8%) y, aparece por primera vez, Antonio Navarro Wolf (3%), candidato por el movimiento guerrillero M19 recientemente desmovilizado.

Para extraer una conclusión, Trujillo García inició como favorito la campaña, por el reconocimiento de la imagen de su hermano en su desempeño como Alcalde Popular. Sin embargo, la campaña de marketing político “Villegas, el Mejor” fue calando en el electorado, con el beneficio de contar con la maquinaria del partido conservador unificada, en comparación con la situación del partido liberal que se presenta dividido, pues Balcázar Monzón esta vez no acompañó al otro hijo del senador Trujillo Miranda, concediendo su apoyo a Federico Renjifo. Este candidato creció significativamente el último mes de campaña, a pesar de una guerra política sucia de libelos y volantes, repartidos en los buses, donde lo acusaban de ser el candidato de la oligarquía caleña. Su crecimiento en la preferencia, realmente fue en detrimento de los intereses del candidato del movimiento ‘holmista’ que posaba por ser la fiel expresión de las masas populares.

La campaña electoral de Renjifo se orientó a los simpatizantes del Nuevo Liberalismo, seguidores del inmolado líder Luis Carlos Galán y a la llamada franja de opinión. Se centró en los segmentos de ingresos medios y altos. Fue el candidato con una maquinaria partidista reducida en su accionar. Como en la mayoría de los sondeos electorales José

¹³⁶ El País, Febrero 9 de 1990. Encuesta de la Universidad del Valle

Renán le gana a Renjifo, y se nota que la división del partido conducirá a la derrota, los comunicadores políticos de tinte ‘holmista’ le piden a Federico que abandone su aspiración a favor de Trujillo García.

La campaña de mercadeo de José Renán Trujillo muestra pobres resultados. Finalmente, tendrá la tercera votación.

Como mercadeo político exitoso califica el de Germán Villegas, pues la campaña electoral supo imponer en el electorado la metáfora de un alcalde constructor, que se ganó la confianza gracias al concretar sus promesas electorales en documentos notariales que lo comprometían puntualmente con cada comuna de la ciudad. Además el eslogan “Villegas, el mejor” fue contundente.

Como pronosticaban las encuestas, la segunda elección popular de Alcalde de la ciudad de Cali fue muy reñida.

Fue elegido Germán Villegas Villegas, candidato del partido conservador unificado, obtuvo 83.680 votos, con el 38,2% de la preferencia de los electores. Lo siguió el candidato oficial del partido liberal Federico Renjifo con el 32%, luego el candidato holmista José Renán Trujillo con un 22% de la votación y Humberto de la Pava con el 6,5%, de los votos válidos (este porcentaje no incluye los votos en blanco). En las horas de la noche, hubo una detención en el proceso de datos de la Registraduría de Cali, lo que llegó a generar pánico entre algunos candidatos por el temor de que se aprovechará para adulterar los resultados.

Las encuestas en la campaña de 1992

En esta campaña, los candidatos no han hecho públicas las encuestas de preferencia electoral o de intención de voto que generalmente realizan en la campaña. Sin embargo, la solidez que muestra la alianza de partidos políticos detrás del autodenominado ‘Candidato

Cívico’, Rodrigo Guerrero, y la división irreconciliable en dos facciones del partido Liberal cada una con un candidato que reclama la legitimidad, y el frío apoyo que se percibe entre los coroneles de la campaña de Gustavo Zafra, que están solo interesados en su curul en el Concejo de la ciudad, hacen prever el triunfo final de Guerrero como tercer Alcalde Popular.

La mala relación de Zafra con sus alfiles, lo mismo que el poco entusiasmo que produce Caicedo en las huestes liberales, puede provenir de su condición de hombre de academia el primero, y de perfil de tecnócrata el segundo. El partido liberal se equivoca al elegir a sus candidatos, pues pretende enfrentar a un candidato cívico, hombres con bajo perfil político, que la ciudadanía no conoce, y que no tienen ascendencia en los cuadros del partido, quienes tienen capacidad de movilizar el electorado.

En esta campaña, se trabajó con éxito ‘la franja de opinión’, especialmente la coalición encabezada por Guerrero. Los liberales se dirigen tímidamente a este segmento del electorado presentando su hoja de vida y un programa genérico. Cuando no captan la atención y el reconocimiento de la ciudadanía, proceden a invocar a los ‘fieles electores’ del partido liberal, que cada día son menos, con el mensaje sin sentido de ‘para volver a gobernar’.

Como pronosticaban los especialistas¹³⁷, la tercera elección popular de Alcalde de la ciudad de Cali fue ampliamente ganada por el ‘Candidato Cívico’.

¹³⁷ Revista Semana, Marzo 1992, “Mal Comienzo”, artículo que describe el galimatías de la consulta para elegir candidato por el partido liberal colombiano a la alcaldía popular de Cali.

Figura 99 Resultado de elecciones 1992 en Cali

La tabla muestra los resultados de las elecciones (fuente: El País, Marzo 9 de 1992)

Fue elegido Rodrigo Guerrero Velasco, candidato cívico con apoyo pluripartidista, quien obtuvo 109.535 votos, alcanzado el 52,1% de la preferencia de los electores. Lo siguió el candidato oficial del partido liberal Gustavo Zafra con el 29.3%, luego el candidato liberal disidente Raúl Caicedo con sólo el 8,2% de la votación.

Las encuestas en la campaña de 1994

A mediados de septiembre se publica una encuesta de preferencia electoral en la cual los candidatos de 'la unión es la clave' tienen resultados muy positivos. El candidato a la

alcaldía de Cali, Mauricio Guzmán antes de la renuncia de Claudio Borrero tenía una intención de voto:

Tabla 3 Intención de voto con Borrero 1994

Candidato	Intención de voto
Mauricio Guzmán	55.6%
Álvaro Fernando Quintero	16.3%
Claudio Borrero	28.1%

Después de la renuncia de Borrero las cuentas quedaron:

Tabla 4 Intención de voto sin Borrero 1994

Candidato	Intención de voto
Mauricio Guzmán	78.06%
Álvaro Fernando Quintero	21.94%

Esto significa que los votos de Borrero no se endosaron al candidato liberal Quintero.

En otra encuesta del Centro nacional de Consultoría el resultado favorece aún más a Guzmán. El País titula “Guzman Barre en las encuestas”

Tabla 5 Encuesta de CNC 1994

Candidato	Intención de voto
Mauricio Guzmán	61.0%
Álvaro Fernando Quintero	14.0%
Claudio Borrero	20.0%

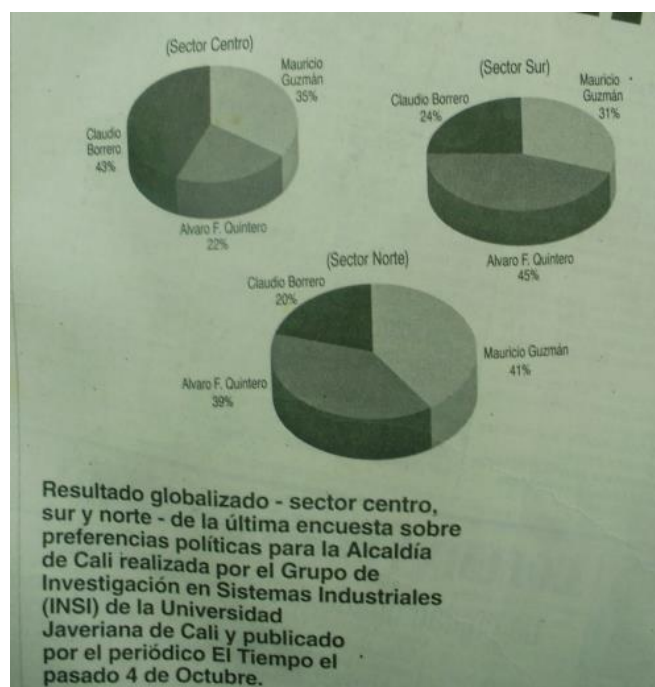
Los resultados son consistentes con respecto a los géneros, y con respecto al nivel de ingresos, la diferencia es de 47 puntos. La reacción de los liberales hacia estos sondeos fue mostrarlos como una patraña más de la coalición ‘la clave’. El Caleño titula “falta de seriedad de Villegas y Guzmán. Encuesta crea repudio”. En el interior dice el comentarista

que le extraña de Villegas que siempre ha sido serio, pero en cambio, “Guzmán es un reconocido exponente de la mentira política”.¹³⁸

En la misma semana el columnista Jairo Ortiz publica en El Caleño un titular que reza “Quintero encabeza las encuestas” en el despliegue del comentario no refiere a ningún sondeo electoral, si no que hace cuentas de los movimientos que han dado su respaldo a Álvaro Fernando Quintero, y haciendo “matemáticas electorales” se pronuncia a favor de este candidato a la alcaldía de Cali.

A mediados de octubre la campaña de Quintero publica un sondeo realizado por la Universidad Javeriana de Cali, en el cual se observan los resultados por sectores, y la situación de Quintero con respecto a Guzmán, es bastante equilibrada, sin detallar que aquí aún aparece Claudio Borrero, quién como se sabe declinó su aspiración a favor de Quintero Marín.

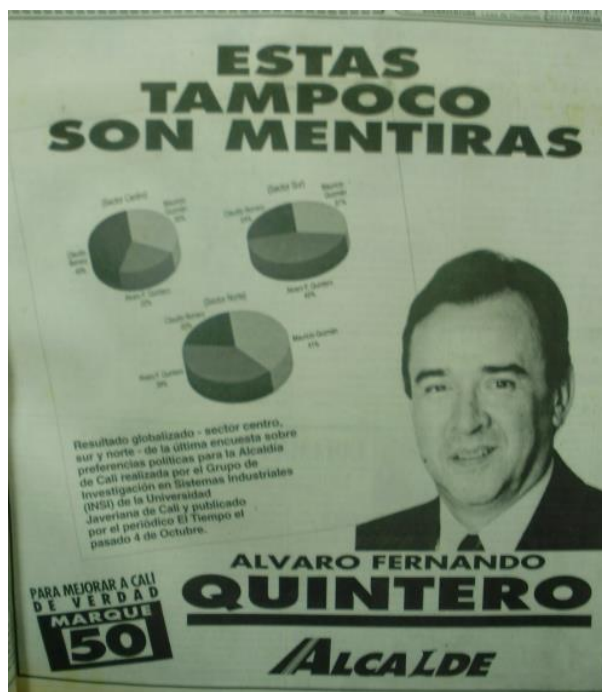
Figura 100 Encuesta muestra otra version



Resultado de encuesta sobre preferencia política (Fuente. El País – Campaña Quintero)

¹³⁸ El Caleño, Octubre 20 de 1994, página 4, “Encuesta crea repudio”

Figura 101 Encuestas cuestionadas 1994



El anuncio completo se encabeza con la frase 'Estas tampoco son mentiras' en el juego del dueño de la verdad en que se embarcó esta candidatura

En la última semana los jefes del partido salen en recinto cerrado a apoyar a su candidato Quintero Marín, Hernán Darío Escobar¹³⁹ (concejal), Armando Holguín Sarria (senador), Yimmi Chamorro del compromiso Cívico Cristiano (C4), Samuel Moreno (Anapo), Claudio Borrero (ex candidato) y los concejales humbertistas.

En esta ocasión, Mauricio Guzmán ha logrado cautivar no solo las gentes afiliadas al partido liberal y al conservador, sino al electorado joven, a la franja de opinión que en Cali ha venido siendo importante los últimos veinte años. Guzmán es un candidato de alto perfil para la ciudad, si se compara su trayectoria versus la de su oponente, Quintero.

La campañas de 'La unión es la Clave' consigue mantener en un línea de estrategia durante los tres meses de campaña, su mensaje es coherente, se deslinda del efecto partidista, se

¹³⁹ Escobar murió en junio de 2011 en un atentado contra los abogados del Cartel del Norte

centra en un verde neutro, que significa paz, naturaleza, esperanza, cohesión. El candidato Guzmán no reacciona a los ataques que le hacen, sigue su campaña y su discurso.

La campaña de Quintero Marín inicia como una estrategia liberal para salvar el partido liberal, algo que no funcionó en las elecciones pasadas. El carisma de los líderes del partido Liberal de ayer, es historia. El nuevo ciudadano tiene acceso a mas medios de comunicación y está mejor informado.

Luego la campaña de Álvaro Fernando Quintero, un nombre largo para los mensajes y la recordación, tiene un vuelco, se convierte en pluripartidista. Adopta el mismo tono de la otra campaña, incluso sus mensajes se enmarcan en el mismo verde. Su juego ya no está en la unión o en la ‘llave’, si no en la ‘verdad’. Por alguna razón la campaña decide apropiarse de ‘la verdad’, este concepto predomina en la comunicación, pero como no devela la supuesta mentira de Guzmán, el ser dueño de ‘la verdad’ sin ningún significado no aporta nada a la intencionalidad del mensaje. Es muy intrigante, que en la campaña se acuse de mentiroso a Guzmán, pero en ninguna parte se dice explícitamente porque es mentiroso.

El uso de la guerra sucia con una estrategia de calumnias y desinformación, sin una estrategia adecuada (publicidad negra), no perjudica a quien se le aplica, sino todo lo contrario genera adhesión y solidaridad con la víctima.

A seis días de las elecciones el ambiente electoral estaba caldeado por la guerra de impropiedades a que fueron sometidos los candidatos¹⁴⁰.

En el país hay sorpresa por los pronósticos y los resultados de las elecciones de octubre 30 de 1994 en las regiones y los municipios:

“La predominancia de candidatos cívicos y de coaliciones para las alcaldías de las principales ciudades es de por sí reveladora del retroceso de los partidos tradicionales.

¹⁴⁰ El Tiempo, Octubre 26 de 1994, “Ronda de acusaciones, en cierre de campaña”

En decenas de municipios la guerrilla afianzará sin duda un control local, mientras que movimientos políticos financiados por el narcotráfico también ganarán influencia en varias zonas del país.

“Los efectos del revolcón en la política comienzan a hacerse sentir. Hay más democracia directa y más pluralismo, sin duda, pero también un fraccionamiento del poder central que puede complicar la tarea de gobernar. Como lo señaló en estos días el politólogo Javier Sanín, se está dando un progresivo desvertebramiento de la autoridad central y del poder presidencial.”¹⁴¹

Quien hace estos juicios parece desconocer que en alguna medida los cambios tenían el propósito de ampliar la democracia y descentralizar la administración.

“Gústenos o no, el mapa político de Colombia comienza a reflejar lo que somos. Nuevas fuerzas que inciden en la sociedad. Realidades diferentes. Otros valores y expectativas. Grandes riesgos y preocupantes incógnitas. No todos necesariamente negativos”.

El retroceso de cierta dirigencia política tradicional es culpa suya. No es gratuito el espontáneo y generalizado rechazo que hoy despierta en la comunidad. Obedece a una acumulada trayectoria de venalidad e ineptitud que termina por saturar a la gente, que busca entonces otras opciones: filósofos, curas, empresarios... Lo que sea, con tal que no simbolice al político de siempre.”

“No es de extrañar, pues, que hoy resulte victoriosa una cantidad de candidatos cívicos o independientes. Ni que varones tradicionales que han perdido sus feudos electorales tengan ahora -oh ironía- que sumarse a los candidatos antipolíticos...”¹⁴²

¹⁴¹ El Tiempo, Octubre 30 de 1994, “Un día como hoy...”

¹⁴² Idem

Como pronosticaban las encuestas, la cuarta elección popular de Alcalde de la ciudad de Cali fue ampliamente ganada por Mauricio Guzmán, integrante de la unión pluripartidista nominada “La Clave”. Lo mismo aconteció con su compañero de llave, Germán Villegas Villegas candidato a la Gobernación del Valle del Cauca. Sus mandatos iniciarán el primero de enero del año 1995.

Figura 102 Resultado de las elecciones 1994



La tabla muestra los resultados de las elecciones (fuente: El País, Octubre 31 de 1994)

Fue elegido Mauricio Guzmán Cuevas, candidato pluripartidista, integrante de la alianza ‘La Unión es la Clave’, obtuvo 116.530 votos, con el 53,9% de la preferencia de los electores. Lo siguió el candidato pluripartidista Álvaro Fernando Quintero con el 33.0%.

Como lo pronosticaban los liberales, ‘la unión es la clave’ como estrategia política no fue más allá de las elecciones. Los múltiples movimientos políticos o facciones de partido, que se creyeron dueños del triunfo electoral empezaron a reclamar inconformes pues la tajada del pastel burocrático que se repartió inicialmente, tanto en la gobernación como en la alcaldía, la consideraban insuficiente.

Las encuestas en la campaña de 1997

En estas elecciones se puede observar cómo se emplean los resultados de sondeos de opinión y/o encuestas de preferencia electoral o de intención de voto, para manipular la opinión pública. Unas son las encuestas que publica el diario El País, donde ‘Kiko’ Lloreda gana claramente a sus rivales por más de cinco puntos porcentuales, mientras que, en las que publica el diario Occidente, se encuentra a Cobo ganador, pero por un pequeño margen, por lo que se podría definir en estos sondeos que, al menos antes de la última semana había un empate técnico entre los dos candidatos mayoritarios.¹⁴³

En Telepacífico se hizo un debate entre los candidatos a la Alcaldía de Cali, el sondeo de Rodrigo Ordoñez Asociados posterior al programa de televisión entre cien encuestados dio como resultado¹⁴⁴.

Tabla 6 Sondeo sobre el debate televisivo 1997

Candidato	Quien estuvo mejor
Kiko Lloreda	33%
Ricardo Cobo	20%
Margarita Londoño	20%

En una encuesta telefónica el resultado entre 700 entrevistados fue:

Tabla 7 Sondeo telefónico sobre intención de voto 1997

Candidato	Intención de Voto
Kiko Lloreda	32,46%
Ricardo Cobo	14,28%
Margarita Londoño	17,00%

¹⁴³ Autor. Se infiere un empate técnico cuando la diferencia entre un candidato y otro, se puede estimar poco significativa, pues es menor que el porcentaje de error aceptado, lo que significa que la diferencia se debe a factores aleatorios

¹⁴⁴ Occidente, Mirador en el aire, columna de Pardo Llada, Octubre de 1997

Sorprendentemente este sondeo muestra a Margarita por encima de Cobo.

Demetrio Arabia publica un sondeo sobre 700 electores realizado entre 10 y 14 de octubre.

Da como virtual alcalde a Kiko.

Tabla 8 sondeo publicado por columnista 1997

Candidato	Intención de Voto
Kiko Lloreda	32%
Ricardo Cobo	24%
Indecisos	18%
Margarita Londoño	9%

Esta tabla deja ver el volumen de los indecisos, una franja que probablemente en una semana más tarde definió quien ganaba la alcaldía. El hecho es que cuando Cobo en recinto cerrado, plantea en la última semana el congelar el predial, da un golpe electoral, pues se empieza a notar un punto de inflexión en la tendencia previa de las preferencias electorales.

El sondeo a micrófono abierto del periodista radial John Maro Rodriguez, del noticiero Cali dio como resultado de 137 llamadas¹⁴⁵

Tabla 9 Sondeo por llamadas a periodista radial 1997

Candidato	Llamadas intención de voto
Kiko Lloreda	36
Ricardo Cobo	69

El Centro Nacional de Consultoría realizó una encuesta de intención de voto entre 301 ciudadanos dispuestos a votar el 26 de octubre (se puede determinar un empate técnico)

¹⁴⁵ Occidente, octubre 19 de 1997

Tabla 10 Intención de voto de CNC 1997

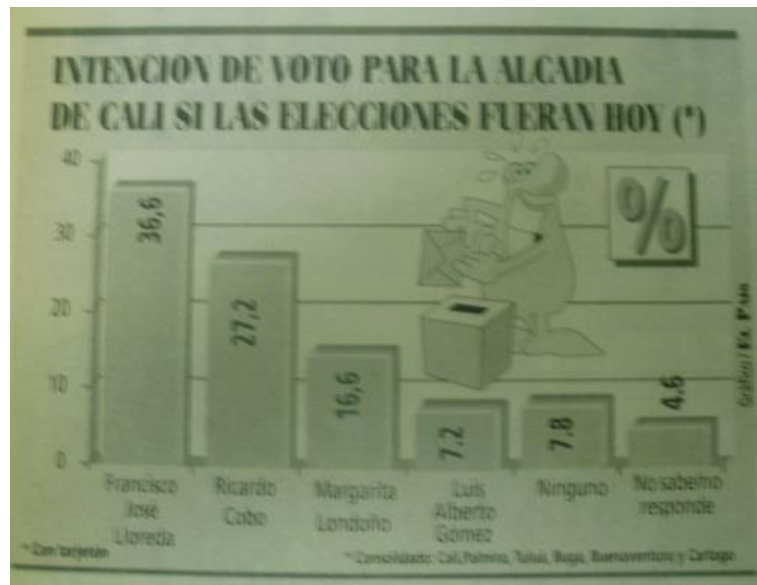
Candidato	Intención de Voto
Kiko Lloreda	20%
Ricardo Cobo	22%
Margarita Londoño	15%

El Instituto Nacional de Opinión Pública, no muy conocido, determina cuatro días de las elecciones, un empate técnico en las intenciones de voto:

Tabla 11 Intención de voto de instituto de Opinión pública

Candidato	Intención de Voto
Kiko Lloreda	19.3%
Ricardo Cobo	20.4%
Margarita Londoño	5.1%

Lo que no impide a Occidente declarar sin pudor que Cobo encabeza las encuestas.

Figura 103 Intencion de voto Occidente 1997

Encuesta publicada por El País sin mayor detalle de ficha técnica

Figura 104 Solo en la encuesta del Pais gana Lloreda 1997



Grafico 4ii Aviso que muestra discrepancia entre los resultados de las encuestas (fuente Occidente)

Figura 105 Encuesta final dia de elecciones 1997



Titulares de día de las elecciones (fuente Occidente)

Marcados con una franja azul, están señalados los candidatos del periódico para los dos cargos más importantes de la región.

Las elecciones se realizan en un ambiente de tensa calma, en la noche anterior a la apertura de las urnas, suenan dos petardos en el norte de la ciudad. Por lo demás la jornada transcurrió tranquila, animada por la transmisión en directo de un partido de beisbol de las grandes ligas en el cual se definía la serie mundial y participaba por primera vez un colombiano, Edgar Rentería con el equipo los Marlins de Miami.

Como una sorpresa electoral se reconoció el triunfo de Ricardo Cobo Lloreda en la contienda por la Alcaldía de Cali. Sin embargo, en la mayoría de las encuestas independientes Cobo llevaba ventaja, o se declara empate técnico¹⁴⁶.

Figura 106 Alcaldia de Cali 1997

ALCALDIA DE CALI		
<i>De acuerdo con el boletín número 9 de la Registraduría Nacional de Estado Civil, cuando se han escrutado el 97.91 por ciento de las mesas, un total de dos mil 432 mesas de las dos mil 484 que había en Cali se tienen los siguientes datos:</i>		
Ricardo Hernando Cobo	158.041	Conservador Colombiano
María Margarita Londoño Vélez	55.663	Coaliciones
Francisco José Lloreda Mera	144.741	Otros partidos políticos
Luis Alberto Gómez López	40.463	Coaliciones
Votos en blanco	24.785	
Votos nulos	13.355	
Tarjetas no marcadas	15.340	

Resultados de las elecciones del 26 de octubre de 1997 (fuente Occidente)

¹⁴⁶ Cuando la diferencia entre dos candidatos no supera el margen de error de la encuesta, se declara que hay un empate técnico pues matemáticamente no es viable acertar al resultado final con un margen de riesgo razonable.

Donde se observa que Ricardo Cobo obtuvo el 36% de los votos depositados, mientras que Kiko solo alcanzo el 33%. La escasa diferencia entre los dos candidatos estuvo dentro del margen de error que suelen tener las encuestas. Los votos en blanco fueron el 6% y los votos nulos el 3%.

Las encuestas en la campaña de 2000

Las encuestas en esta ocasión son contundentes desde las primeras que se publican en el mes de Agosto, todas coinciden en dar el favoritismo a Jhon Maro.

La primera encuesta realizada por la Universidad del Valle en los primeros días de agosto muestra:

Tabla 12 Encuesta de intención de voto Universidad del Valle 2000

Candidato	Intención de Voto
Jhon Maro Rodríguez	30.0%
Margarita Londoño	18.0%
José Luis Arcila	17.0%

En agosto 20 el Occidente publica una encuesta que muestra:

Tabla 13 Encuesta Intención de voto publica Occidente 2000

Candidato	Intención de Voto
Jhon Maro Rodríguez	28.8
Margarita Londoño	16.6
Rosemberg Pabón	15.7
José Luis Arcila	5.0

Diez días después Caracol Radio anuncia los resultados de la encuesta del Centro Nacional de Consultoría que son muy consistentes en los dos primeros candidatos preferidos.

Tabla 14 encuesta de Intención de voto CNC 2000

Candidato	Intención de Voto
Jhon Maro Rodriguez	32
Margarita Londoño	19
Jose Luis Arcila	tercero

Se conoce la primera encuesta realizada por internet, de un sitio que se da a conocer como: el sitio de información, participación y compra.

Tabla 15 Encuesta de intención de voto en Internet 2000

Candidato	Intención de Voto
Gustavo De Roux	16,0%
Margarita Londoño	14,5%
Rosemberg Pabón	13,4%
Jhon Maro Rodríguez	11.6%
José Luis Arcila	10.0%

La encuesta la publica El País. En ella se observa un claro sesgo proveniente de la composición de la audiencia de la red entonces. El Internet está restringido a navegantes virtuales de los estratos sociales de altos ingresos. Cualquier encuesta de este tipo en 2000, debería de anunciar este factor distorsionador del favoritismo popular.

Una nueva encuesta realizada por ‘alumnos’ de la Universidad Antonio Nariño, en septiembre 20 entre 600 caleños, muestra una sorpresa:

Tabla 16 Encuesta ‘apocrifa’ de intención de voto 2000

Candidato	Intención de Voto
Jhon Maro Rodríguez	19,0%
José Luis Arcila	18,0%
Margarita Londoño	16,0%

La encuesta publicada por El Caleño aparentemente está sesgada, y la escasa experiencia del encuestador, le da el cariz de promoción política de Arcila.

El 28 y 29 de septiembre el Centro Nacional de Consultoría hace una encuesta de intención de voto entre 792 electores caleños que refleja una ventaja para Jhon Maro con 31% de la intención de voto, mientras que el segundo solo alcanza un 16%.

La empresa Sergio Muñoz y compañía en su encuesta de 20 y 21 de septiembre de 2000 entre 900 personas, da una intención de voto por Jhon Maro del 35.8% de los sufragantes.

La última encuesta publicada fue del Centro Nacional de Consultoría pagada por Caracol Radio, realizada la semana previa a las elecciones muestra:

Tabla 17 Encuesta previa a elecciones CNC 2000

Candidato	Intención de Voto
Jhon Maro Rodríguez	43.0%
Margarita Londoño	13.0%
Gustavo de Roux	8.0%

Como se aprecia en estas publicaciones la preferencia por Jhon Maro es creciente. Los demás candidatos se van diluyendo. Cabe apreciar que el único que crece es el candidato de la dirigencia tradicional o elite de la ciudad, De Roux, a quien antes, nadie conocía en la ciudad, al menos en los sectores populares.

Como lo presagiaban las encuestas Jhon Maro Rodríguez gana las elecciones para alcalde popular de Cali de manera categórica.

Figura 107 Resultado de las elecciones de 2000

Resultado para la alcaldía publicada por El País al día siguiente de las elecciones

Como se aprecia la ventaja sobre Margarita es de más de cien mil sufragios. Cabe anotar que en esta ocasión la abstención en la ciudad alcanzó el 64% del potencial electoral, se incrementa en 7 puntos con respecto a los comicios de 1997, pero Jhon Maro ya supera los guarismos obtenidos por otros alcaldes electos en el pasado.

Jhon Maro alcanzó en los estratos socioeconómicos 1 al 3, el 82% de su votación. Únicamente perdió en las comunas 2, 17 y 19 que son de estratos 5 y 6, pero aun así ocupó el segundo lugar después de De Roux, que ganó allí.¹⁴⁷

Las encuestas en la campaña de 2003

Las encuestas en esta campaña muestran claramente dos candidatos con probabilidades Apolinar Salcedo y Francisco Lloreda. En la mayoría de consultas se presenta un empate técnico, es decir, una diferencia no significativa entre los dos candidatos, que no supera el error muestral estimado.

¹⁴⁷ Llano Ángel, Hernando, artículo en 'Colombia: elecciones 2000' editado por Fernando Giraldo, páginas 108-110, Bogotá, UPJ, RNSC, Fundación Konrad Adenauer, CEJA

En la encuesta de Analizar Asociados publicada por el El País el resultado fue:

Tabla 18 Preferencia en candidatos Analizar 2003

Candidato	Candidato preferido
Francisco Lloreda	34.0%
Apolinar Salcedo	33.0%
Gustavo Deroux	10.0%

Hay un gran margen de indecisos todavía.

El Tiempo anuncia discrepancia en los resultados de las encuestas, la realizada por Gallup, contratada por El Pais, El Colombiano y RCN muestran:

Tabla 19 Preferencia en candidato Gallup 2003

Candidato	Candidato preferido
Francisco Lloreda	29.5%
Apolinar Salcedo	24.6%
Gustavo Deroux	10.0%

En una encuesta que publica El Tiempo una semana antes de las elecciones (oct 22), la situación es más clara en favor de uno de los candidatos, pero aún hay un 32% de indecisos.

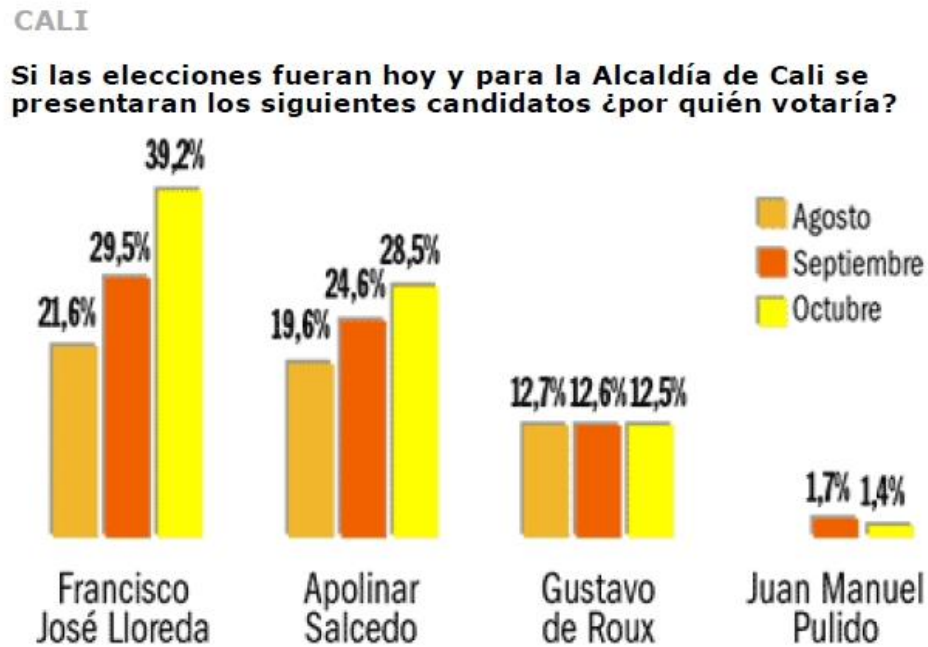
Tabla 20 Preferencia en candidato El Tiempo 2003

Candidato	Candidato preferido
Apolinar Salcedo	43.9%
Francisco Lloreda	35.5%
Gustavo Deroux	9.8%

Contratada por El Tiempo y Caracol, realizada por Napoleón Franco entre 1026 ciudadanos. Polo es favorito entre las personas mayores de 25 años, mientras Lloreda gana entre los menores de esa edad. Cabe recordar que en las primeras campañas al Concejo Apolinar trabajaba sus votos entre los ancianos. Así mismo, tiene mayor aceptación en los

estratos de ingresos medios y bajos. En cuanto a apoyo partidista, a Apolinar lo apoyan liberales e independientes, en cambio a Lloreda, los conservadores. Entre hombre y mujeres Polo supera el 40%.

Figura 108 Encuesta Gallup de intención de voto 2003



Esta publicación muestra a Lloreda siempre llevando la delantera hasta casi dos semanas antes de las elecciones.

Figura 109 Polo Gana las elecciones de 2003



Como lo indicaban los últimos sondeos electorales Apolinar Salcedo Caicedo gana ampliamente las elecciones para alcalde popular de Cali, con el apoyo de la clase media baja y de los sectores populares de la ciudad.

El resultado de las elecciones es claro, Polo es el alcalde. (Fuente EL Caleño)

El partido liberal perdió las principales alcaldías, Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla. En la gobernación del Valle, en Bogotá ganó la izquierda, en las otras ciudades candidatos independientes o pluripartidistas, como Apolinar.

Las encuestas en la campaña de 2007

Al iniciar la campaña, el 2 de julio El Tiempo anuncia que Lloreda es favorito, con el 25%, que Díaz y Ospina están detrás empatados con el 13%. Pero parece que hay muchos indecisos, el alcalde Apolinar acaba de ser destituido por corrupción, lo que enrarece el ambiente. Pero preocupa además que al parecer la encuesta inquiere al ciudadano su opinión acerca de quién cree que será el próximo alcalde?, y no, usted porque candidato tiene intención de votar?

Una publicación de El Tiempo de octubre 2, subtitula que Lloreda aventaja a los demás candidatos en la mayoría de las encuestas, pero no las enseña. Lloreda declara que Cali es un ciudad enferma, y que los caleños se han equivocado antes al no haberlo elegido a él.

Los otros candidatos, principalmente Ospina previene acerca de la manipulación de las encuestas, a las que dicen que Kiko gana no les creen mucho.

Según Marta Pinto, que analiza con detalle la campaña de 2007¹⁴⁸, la campaña sucia que reemplaza a la campaña de comunicación oficial, con pocas diferencias programáticas, y que afecto a ambos candidatos, se agudizó cuando el candidato Ospina empieza a repuntar en las encuestas.

En las encuestas que publica El País a mediados de octubre hay un empate a 42% entre Lloreda y Ospina, que se convierte una semana después en una ventaja de 15 puntos del primero sobre Ospina (48% - 33%)¹⁴⁹.

En cambio, en las últimas cuatro encuestas que publica Occidente entre septiembre y los finales de octubre, los resultados muestran a Ospina siempre por encima de Lloreda en la intención de voto. Una diferencia que se mantiene alrededor de los 13 puntos, y que es consistente en las varias muestras. Se evidencia también, que ahora hay menos indecisos.

Finalmente los comicios de octubre 28 dieron como ganador a Jorge Ivan Ospina, con un 44,6% sobre Lloreda con un 37%. Ospina es favorecido por el voto de las comunas que corresponde a los estratos de bajos ingresos, a los cuales Lloreda no ha sido capaz de llegar en sus tres intentos por ser alcalde¹⁵⁰.

El volumen de votos por Ospina (269 mil) es un respaldo muy significativo, pues el exalcalde Salcedo había ganado en 2003 con 180 mil. Lloreda (222 mil), con buena votación, se queja porque por tercera vez sus contradictores intentaron atacarlo desacreditándolo como persona.

¹⁴⁸ Pinto C. Maria Teresa, La disputa política entorno a la alcaldía de Santiago de Cali en 2007, revista Sociedad y Economía, numero 14

¹⁴⁹ Pinto, op. Citada, pag. 224-225

¹⁵⁰ Pinto, op. Citada , 219

Figura 110 Resultado de las elecciones de 2007

VALLE : CALI				
Total Mesas Instaladas :		4,184	Total Votos por Candidatos : 530,653 (88.61%)	
Mesas Informadas :		4,184 (100.00%)	Votos en Blanco : 34,245 (5.72%)	
Potencial Electoral :		1,320,791	Votos Válidos : 564,898 (94.32%)	
Total Votantes :		598,886 (45.34%)	Votos Nulos : 9,227 (1.54%)	
			Votos no Marcados : 24,761 (4.13%)	
Código	Candidato	Partido	Votos	Porcentaje * (%)
008	JORGE IVAN OSPINA GOMEZ	PODEMOS CALI	268,950	44.91
002	FRANCISCO JOSE LLORED A MERA	CALI UNA NUEVA CIUDAD	222,198	37.10
009	BRUNO DIAZ	POLO DEMOCRÁTICO ALTERNATIVO	12,396	2.07
006	DIEGO LUIS HURTADO ANIZARES	MOVIMIENTO NACIONAL AFROCOLOMBIANO "AFRO"	8,113	1.35
005	JORGE PORTOCARRERO BANGUERA	MOVIMIENTO AUTORIDADES INDÍGENAS DE COLOMBIA	7,426	1.24
001	LUIS FERNANDO CRUZ GOMEZ	CALI NO SE RINDE	4,727	0.79
007	JOHN MARO RODRIGUEZ FLOREZ	PARTIDO COLOMBIA DEMOCRÁTICA	3,297	0.55
003	CARLOS URRESTY	MOVIMIENTO ALAS-EQUIPO COLOMBIA	1,790	0.30
004	JORGE ISAAC TOBON ESPINAL	MOVIMIENTO APERTURA LIBERAL	1,756	0.29
TOP 5 : CANDIDATOS CON MAYOR VOTACION				
JORGE IVAN OSPINA GOMEZ				
FRANCISCO JOSE LLORED A MERA				
BRUNO DIAZ				

CONCLUSIONES

El recorrido desde 1986 hasta 2007, que esta investigación ha realizado, revisando cada elección popular de alcalde, ha permitido una aproximación a la respuesta para la hipótesis que se ha planteado desde el inicio de este documento:

“en la medida en que se han venido sucediendo los mandatos de los alcaldes populares de Cali, ha sido cada vez más importante el mercadeo político en la campaña electoral para elegir alcalde, en tanto la pérdida de convocatoria de los partidos políticos, ..”.

Los hallazgos de este viaje por la democracia local se podrían resumir en los siguientes párrafos:

La democracia en Colombia extendió su alcance cuando se les permitió a los habitantes de una ciudad elegir o revocar a sus propios mandatarios locales. Así mismo, espacios como las Juntas de Administración Local y las asambleas de copropietarios de las unidades residenciales, permiten a los vecinos participar en la elección de sus dignatarios, aportar ideas de proyectos y tomar decisiones, que afectan su vida cotidiana.

Los mecanismos de participación, que la nueva versión de democracia pretendió introducir para convocar a los ciudadanos en la construcción de pesos y contrapesos sobre la gestión municipal, no han sido plenamente desarrollados, como era de esperarse después de la promulgación de la Constitución Política de la Nación. En cuanto a participación en la vida política y el marco legal, los ciudadanos tienen la opción de promover proyectos legislativos, utilizan la tutela como mecanismo de amparo de los derechos fundamentales, y tienen la alternativa de conformar veedurías ciudadanas que pueden coadyuvar en la mejora de la gestión de la cosa pública.

Los gobiernos son mas incluyentes, le dan cabida a la diversidad, al menos en sus proyectos de ciudad, hoy se tienen en cuenta a las poblaciones vulnerables, a las minorías étnicas, a las mujeres, a los discapacitados, a los niños y a otros grupos minoritarios. Pero la evidencia muestra que a pesar de que las políticas sociales propugnan por el desarrollo local

y regional, las directrices del neoliberalismo, incluyendo la apertura económica, los tratados de libre comercio, la flexibilización laboral, la privatización de las empresas y servicios del estado, y en general, la globalización, han abierto la brecha de la inequidad social aún más, y están gestionando una catástrofe ambiental anunciada. Se podría afirmar que a pesar de la instauración de la democracia local y de la convocatoria a la participación, la democracia sigue sin cumplir sus promesas al conjunto de la sociedad.

Los acontecimientos que afectaron a la ciudad en estos años: la desindustrialización, el desempleo superando niveles del 20%, la contaminación ambiental de sus fuentes hídricas, la corrupción, la crisis fiscal y la de gobernabilidad en el municipio, que en algunos períodos golpearon a Cali con el abandono, desmoralizaron a los ciudadanos, pero estos no reaccionaron más allá de, una vez vencido el término del período de un alcalde, elegir un nuevo alcalde. Hubo solo un intento de revocatoria de mandato, en el caso de Apolinar Salcedo, pero finalmente no fructificó.

Sin pretender evaluar a los alcaldes elegidos, más allá de los juicios que las autoridades competentes han emitido, Cali vivió desde 1994 hasta 2007, años traumáticos. El origen de estos males proviene, más que de circunstancias del orden nacional, como la crisis económica de 1999, realmente, de situaciones locales, como la destorcida de la economía del narcotráfico, la corrupción de los políticos a cargo, tanto alcaldes como concejales, así como la incompetencia de ambos, en algunos casos. El fenómeno nacional del conflicto armado también afectó duramente la ciudad, después de los secuestros masivos de ciudadanos y políticos, han golpeado emocionalmente a los caleños, quienes están virtualmente secuestrados al interior de la ciudad, pues la guerrilla prospera en la periferia.

La encuesta de Cali cómo Vamos? Que se realiza en 2007, en medio de la campaña que ganaría Ospina, muestra una ciudad, que ha cedido su liderazgo en muchos aspectos, está detrás de Bogotá y de Medellín, en temas como la educación, la salud, los huecos en las calles y el transporte público. La tasa de homicidios por cada cien mil habitantes duplica la tasa de cualquier otra ciudad colombiana.

El mercadeo político está presente desde la primera elección hasta la última. Su relevancia en la elección de alcaldes, reflejó su impacto ganador en la estrategia de representación de virtudes que la ciudadanía reconoce en un hombre que puede ofrecer soluciones confiables, que la campaña imbuía en la definición de la imagen de los candidatos a alcalde. Las campañas que logran proyectar una imagen que se conecte con la opinión pública, tienen mayor probabilidad de ganarse la preferencia del electorado. En el caso de la campaña de marketing de Apolinar Salcedo, en el 2003, hubo una evidente manipulación de su condición de ciego, la cual de verdad era una limitante severa para ejercer como el primer funcionario de una ciudad de más de dos millones de habitantes. El manejo de la campaña excedió las restricciones éticas, al ofrecer como buena opción a una persona con un impedimento serio, que se agravó con su dudosa conducta moral en los casos de corrupción por los cuales fue destituido. No es casualidad que este es el periodo más oscuro de la historia reciente de la ciudad.

En cuanto a uno de los pilares de la campaña de marketing político como lo es el hacer emerger la imagen prototípica de los candidatos a alcalde popular de Cali, podemos afirmar: que la construcción de la imagen del candidato es un proceso de diseño de la presentación, de las posturas, del lenguaje y del discurso. La campaña de mercadeo traza estrategias de comunicación que refuerzan estas imágenes construidas, en la percepción de los electores. Si la campaña logra capturar la preferencia del elector gracias al posicionamiento de su imagen, se establecen filtros perceptuales que prácticamente hacen invulnerable al candidato, entre sus electores.

En la primera campaña electoral (1988) hay un EMPRESARIO, un GERENTE ALTRUISTA y un HOMBRE SIN MIEDO que son derrotados en las urnas por un JOVEN COMPROMETIDO. Los primeros tres se centran en su propia figura, sin tender puentes con las necesidades y expectativas de la ciudadanía. La propuesta del gerente surge de la metáfora de la ciudad como una empresa. En Cali, esta imagen no tuvo éxito, como sí ocurrió en las elecciones de alcalde popular de Medellín en dos oportunidades.

En la segunda campaña (1990), de nuevo, el EMPRESARIO, imagen falsa que intenta desvirtuar la acusación de nepotismo, es derrotado por la imagen del CONSTRUCTOR COMPROMETIDO. Es singular, que un abogado como Villegas, use un casco blanco (símbolo de los ingenieros), y con el palustre, deje vigente la representación de un constructor. Sin embargo, otra estrategia ganadora fue firmar los convenios sociales en cada comuna.

En la tercera campaña, 1992, vence el CANDIDATO CIVICO al ACADEMICO, figura esta última que en cambio ha sido exitosa en Bogotá y en Medellín. La idea de Guerrero, un médico, como candidato cívico, es fácil de apoyar por su trayectoria de trabajo en los ámbitos sociales y comunitarios.

En la siguiente campaña electoral, 1994, vence el CANDIDATO PLURIPARTIDISTA, la unión es la clave. Esta imagen es tan poderosa, que sólo se presentan dos candidatos a la alcaldía. Guzmán vence desde su lanzamiento. Sin embargo, como en otros casos de campañas electorales, la unión solo duró hasta el cierre de las urnas. Guzmán finalmente defrauda a sus electores al ser destituido como alcalde, pues llega a reconocer nexos de su campaña con dinero del narcotráfico.

La campaña de 1997 tiene en contienda a dos primos, uno con carisma y otro, no. En esta ocasión vence el LIDER, el hombre fuerte y decidido para una Cali Segura, acertó un golpe directo al ofrecer una rebaja tributaria a los propietarios de predios, que le abona el carácter de sensibilidad social. Casualmente, aunque ambos candidatos pertenecen a la élite caleña, solo uno se conecta con las clases populares, tiene la ventaja de contar con experiencia electoral como concejal municipal. La imagen de Cobo, un capitán retirado del ejército, posando como galán, en actitudes que recuerdan al comandante Pizarro Leongomez, destaca sobre la de Lloreda, un joven que lleva el lastre de la imagen negativa de su familia.

En la campaña de 2000 se elige al COMUNICADOR SERVIDOR, la ciudadanía decanta sus preferencias desde el comienzo, en las encuestas. En esta ocasión, Jhon Maro se declara como el único HOMBRE DECENTE. Es un político que expone dos virtudes deseables, el servir a los demás y el ser honesto. Esta vez, Rodríguez es víctima de una guerra sucia que intenta volcar su imagen como un hombre disoluto: alcohólico, drogadicto, mujeriego y bailarín.

En la siguiente elección, 2003, los políticos profesionales que habían sido desplazados en el anterior período, hacen algo sorprendente, ayudan a elegir a un invidente como alcalde de una ciudad de dos millones de habitantes. El mensaje es el hombre PUEDE VER MAS ALLA que los demás. Fatalmente muchos días aciagos para la ciudad, por la corrupción y la incompetencia. Esta campaña tiene mucho ruido, pues en forma simultánea el gobierno de Uribe ha querido promover su propuesta de referendo, que la ciudadanía finalmente no vota.

Finalmente en las elecciones de 2007, la ciudad enferma se inclina por un MEDICO, para volver a latir. Ospina había construido, hasta entonces, una imagen de funcionario honesto y competente. Se enfrenta a Lloreda que adopta el mismo lenguaje y similar programa, pero de nuevo, es incapaz de conectar con el electorado.

El mercadeo electoral y sus estrategias de comunicación, que se segmentan y demandan fuertes promociones del candidato entre distintas clientelas de electores, han encarecido el accionar político. Una campaña para ser concejal puede costar casi quinientos millones de pesos, una campaña para ser alcalde de una ciudad como Cali, costaría mucho más. La pregunta es de donde se generan los recursos que pagan estas campañas, si la reposición de dinero por votos que da el sistema electoral no es suficiente. En las campañas políticas del Valle en este siglo, ya empezaron a escucharse voces que denuncian la compra de votos, una sombra que surge al amparo de la corrupción.

En al menos cuatro de las campañas, hubo lo que se podría denominar ‘guerra sucia’, manera de atacar a sus rivales electorales con recursos poco éticos. Fueron agredidos públicamente, en noticias falsas en la prensa escrita, en carteles de pared, en volantes y en pasquines, entre los que fueron luego alcaldes populares, Mauricio Guzmán (aliado del narcotráfico), Jhon Maro Rodríguez (drogadicto, mujeriego), Jorge Iván Ospina (aliado de Apolinar Salcedo, homosexual, guerrillero). Otros candidatos también fueron agredidos, Francisco Lloreda (familia tramposa), Álvaro Fernando Quintero (acusación de la Procuraduría).

Hubo otros ataques más sutiles, como los que se promovían contra Apolinar Salcedo haciendo alusión a su discapacidad visual, o después, a Jorge Iván Ospina, advirtiendo ‘imparcialmente’ a la ciudadanía para que vote bien.

Después de hacer un balance entre el efecto persuasivo del mercadeo político y la mecánica electoral que accionan la facciones de los partidos políticos, se podría afirmar que excepto en las elecciones del año 2000, ambas fuerzas se articulan y se refuerzan, hoy no triunfaría una sin la otra. El mercadeo político ha entrado a comandar las estrategias de comunicación, particularmente cuando hay una masa crítica de opinión independiente, que puede tomar decisión para votar por un candidato por razones distintas a la lealtad partidista, que ha desaparecido. El fenómeno de los movimiento significativos de ciudadanos y la operación avispa que se origina en el voto preferente de las listas a corporaciones, hace del mercadeo político una herramienta indispensable para ganar las elecciones, incluso para mejorar la gobernabilidad cuando ya se ejerce el mandato.

Hasta las elecciones de 2000 los concejales pertenecían a los partidos políticos tradicionales, después en 2000, y aún más en 2007, aparecen en escena partidos nuevos, creados por el fenómeno de derechización del país que fue la época de Uribe Vélez, partidos creados solo para manejar las temporadas electorales, al detallar los personajes, los políticos son los mismos de siempre.

Los políticos que deseen ser alcaldes populares en el futuro, deberán manejar los medios de comunicación electrónicos y las redes sociales, porque los electores han abandonado paulatinamente medios como la prensa escrita que se creí tenía mucha influencia en las preferencias electorales de los ciudadanos, desplazándose a estos nuevos espacios virtuales para conseguir recreación, hacer relaciones sociales y obtener información.

Para las elecciones de alcalde popular se crean movimientos significativos de ciudadanos, o movimientos cívicos o pluripartidistas, que esconden a la ciudadanía una verdad de apuño, los candidatos son políticos. Estos candidatos deslindan su imagen de los partidos políticos siguiendo el patrón apolítico que refiere Bourdieu, pero en la realidad ellos son elegidos porque detrás de bambalinas son apoyados por las maquinarias partidistas, que subsisten. Es importante resaltar que han ido surgiendo nuevos partidos políticos, que son reconocidos y han adquirido una trascendencia muy grande, que les ha permitido cautivar una clientela electoral nueva. Es un hecho que después de ganar las elecciones los movimientos de ciudadanos ganadores son desactivados, el poder real se mantiene bajo la égida de los políticos que dominan el concejo municipal. Podríamos afirmar que los movimientos ciudadanos y las campañas políticas personales corresponden al modelo de microempresas electorales que cuestionaba López Michelsen.

Los concejales de la ciudad son políticos profesionales que militan en un partido, del cual reclaman su aval para inscribir su candidatura a las corporaciones públicas. La campaña que realizan, generalmente es un esfuerzo netamente personal, pues cuando los partidos emplean la modalidad de voto preferencial en el tarjetón, le dan prelación al candidato individual. El poder político local reside verdaderamente en el concejo municipal. Por lo cual, aunque un candidato a alcalde participe a nombre de un movimiento significativo independiente de ciudadanos, es recomendable para ganar pactar alianzas con los concejales y sus grupos políticos. Sólo en una ocasión, el ganador provino de un movimiento de opinión, Jhon Maro en el año 2000.

La dirigencia empresarial y económica de la ciudad ha culpado sin fundamento a la periferia como responsable de elegir algunos de los peores alcaldes. Ellos han aportado su grano de arena, unas veces apoyando esos candidatos debajo de la mesa, como a Guzmán o a Salcedo, otras veces, proponiendo candidatos fríos, distantes, incapaces de conectarse con los electores. Los electores siempre intentaran acertar eligiendo al que les vende una solución creíble. Aunque en varias ocasiones estos candidatos, una vez convertidos en alcaldes, son incompetentes como los casos de Rodríguez y de Cobo, o cuestionables moralmente como en los casos de Guzmán y de Salcedo.

Los acontecimientos del orden global y nacional si tienen incidencia en la mentalidad y las preocupaciones de los ciudadanos, como lo hace suponer la historia del tiempo presente, cuando plantea la diacronía espacial para los estudios históricos contemporáneos. Sin embargo, a la hora de votar por un candidato a alcalde es poco probable que eventos de orden mundial o fuerzas políticas del orden nacional, tengan mayor impacto que el interés concreto y próximo que domina a los electores de un gobernante local.

El hecho que en la primera década del siglo xxi en el ámbito nacional dominará el panorama político la extrema derecha, no se puede decir lo mismo del ámbito de las gobernaciones y alcaldías de las principales ciudades. Hay una opinión pública local, hay activismo político local, y comunidades interesadas en lo cotidiano, en lo próximo. De los franceses se dice que, en unas elecciones votan con el corazón y en las otras con el bolsillo.

El estudio evidencia que la prensa escrita no tiene tanta influencia como podría esperarse sobre los electores. La ciudadanía sabe reconocer en la opinión política del editorial de un diario, o en los comentarios de sus columnistas, los intereses particulares de quienes emite esos conceptos.

Puntualmente, si se considera la suerte del favorito del Diario El País de Cali, el periódico de mayor circulación, sólo en tres de las ocho ocasiones, fue elegido por los ciudadanos, 1990 Villegas, 1992 Guerrero y 1994 Guzmán.

Un fenómeno particular que se observa en este estudio de casi veinte años, es que los hijos heredan las curules de sus padres en el concejo municipal, hay familias que son propietarias de la política en la ciudad.

Como aspirante a historiador puedo afirmar que, a pesar de estar comprometido con la vivencia de las votaciones para elegir el alcalde de mi ciudad natal, como elector¹⁵¹ o incluso activista político, el ser contemporáneo y testigo de los acontecimientos descritos aporta cierto valor interpretativo, ya que las observaciones no están basadas en ‘la resurrección de un muerto’ como decía Michellet. En este proyecto ha sido pertinente la metodología de la historia del tiempo presente, buscando conectar los hechos en diferentes ámbitos, generando relaciones e indicios, que permitieran profundizar la indagación, y objetivar los hallazgos, siempre que tengan como fundamento hechos documentados y fuentes confiables.

Así mismo, reconozco el poseer información no escrita o no documentada de muchos hechos, pero bajo la motivación de búsqueda del método indiciario, se recuperan fuentes confiables y se incorporan de manera rigurosa a las conclusiones del estudio.

Desde la proyección de un pasado lleno de dificultades hacia los tiempos más recientes, se puede afirmar, que en la actualidad la ciudad de Cali, vive un despertar, en los ciudadanos hay un optimismo moderado, sus habitantes vuelven a expresar su sentido de pertenencia para con la capital del Valle. Al medir en encuestas de opinión, las expectativas y el sentir de los habitantes de la ciudad, después de muchos años, los caleños puntúan por encima de capitales como Bogotá y Medellín, a pesar de que sigue habiendo problemas de violencia urbana.

¹⁵¹ Nota del Autor. De las ocho elecciones en que autor votó, la única en que ganó su candidato preferido, fue en los comicios de 2007.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDÍA DE CALI - Cali (1997): El Rostro Social de Cali

ALCALDÍA DE CALI - Políticas de juventud. Santiago de Cali, Alcaldía de Cali, 1996

ÁLVAREZ, A. - CV del Cauca - El proceso de revocatoria al mandato del_Alcaldede_Cali
Unpublished article. Retrieved on June, 2006 - viva.org.co

AMB, Bogotá para vivir. 2001-2003: memorias de la administración, vol. I, 2004

ARENAS GOMEZ, Juan Carlos – Otro. Discursos políticos y resultados electorales durante los años noventa en Medellín (1988-1999). Instituto de Estudios Políticos de la Universidad de Antioquia

ARIAS TRUJILLO, Ricardo, Historia de Colombia Contemporánea (1920-2010), Universidad de los Andes, Bogotá, 2011

ARRIETA, Carlos – Varios, Narcotráfico en Colombia, Dimensiones políticas, económicas, jurídicas e internacionales, Universidad de los Andes, Tercer Mundo Ed. 1991

BARRERA RESTREPO, Efrén, Mercadeo y trabajo político, Biblioteca Jurídica, Dic 1989

BECCASSINO, Angel, La Nueva Política, El entorno y la comunicación electoral, Grijalbo, Bogotá, 2008

BECERRA SANTAMARÍA, R., Alcalde en el nuevo municipio colombiano.- 1997 - orton.catie.ac.cr

BOBBIO, Norberto, El Futuro de la Democracia, FCE, Bogotá, 1997

BOBIO, Norberto, Liberalismo y Democracia, FCE, México, 2010

BOBBIO , Norberto – Bovero Michelangelo, Sociedad y Estado en la filosofía moderna, FCE, Bogotá, 1997

CARVAJAL BURBANO, Arizaldo, Lógicas sobre el desarrollo y la planeación de Cali, Universidad del Valle, 2007, Cali

CORTÉS RODAS, Francisco, Los Clásicos de la Filosofía Política, Ed. Universidad de Antioquia, Medellín, 2003

- COSTA BONINO, Luis, Manual de Marketing Político, LCB Consultores, México, 2010
- COVO, A - Manual del buen alcalde: guía práctica para la administración pública, local y regional colombiana, - 2000 - TM Editores
- CUELLO DUARTE, Francisco, Alcaldes: líderes y gerentes del nuevo municipio (1994), Ecoe Ediciones, 1994
- DÁVILA, A. & Corredor, A. (1998). Las elecciones del 26 de octubre: ¿Cómo se reprodujo el poder local y regional? En A. Bejarano y A. Dávila (Eds.), *Elecciones y Democracia en Colombia 1997-1998* (pp. 77-116). Bogotá: Ediciones Uniandes.
- DÁVILA, A. & Delgado, N. (2001). La metamorfosis del sistema político colombiano: ¿Clientelismo de mercado o nueva forma de intermediación? En F. Gutiérrez (comp.), *Degradación o cambio*.
- DE CERTEAU, Michel, La escritura de la Historia, Universidad Iberoamericana, México, 1985
- DUVERGER, Maurice, Los partidos políticos, FCE, México, 1974
- FAZIO VENGOA, Hugo, La Historia del tiempo presente: historiografía, problemas y métodos, UniAndes, Bogotá, 2010
- FERNANDEZ COLLADO, Carlos – Otros, Mercadeo Político e imagen de gobierno en funciones, 3ª edición, McGrawHill, 2007
- FERNÁNDEZ, Carlos, Marketing Político, McGrawHill, 2007
- FLORESCANO, Enrique, La función social de la historia, México, FCE, 2013
- GAITAN, Pilar, Primera elección popular de alcaldes: expectativas y frustraciones, IEPRI, Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales: Colombia. Mayo-Agosto. 1988
- GARCIA OÑORO, Jairo – Otro. Partidos, movimientos y, facciones en las elecciones populares de Alcalde en Barranquilla, 1988 – 2007, Investigación y Desarrollo vol 17, n° 1 (2009), Universidad del Norte, Barranquilla, págs. 62-83
- GARCIA BEAUDOUX, Virginia – Otros, comunicación Política y campañas electorales, Estrategias en elecciones presidenciales, Gedisa, Barcelona, 2005
- GIMENEZ, Gilberto, La Sociología de Pierre Bourdieu, IIS-UNAN, 1997

- GINZBURG, Carlo, Mitos, emblemas, indicios. Morfología e historia, BEG Gedisa, Barcelona, 2008
- GIRALDO MARTÍNEZ, Adriana Paola; González Candelo, Yamileth, La gestión local en políticas públicas de seguridad ciudadana en Cali durante las alcaldías de Ricardo Cobo y Jhon Maro Rodríguez, Tesis IEP, Univalle
- GIRALDO, F. (2003). Sistema de partidos políticos en Colombia. *Revisión del estado del arte 1991-2002*. Bogotá: Ceja.
- GIRALDO, F. (2007, junio). Partidos Políticos y Elecciones en Colombia. Trabajo presentado en el seminario “Partidos Políticos Colombianos”. Universidad del Norte, Barranquilla.
- GUERRERO, Rodrigo, DESEPAZ: Lo que estamos haciendo por su seguridad - 1994 - Cali
- GUILEN MARTINEZ, El poder político en Colombia, Planeta, 2008, Bogotá
- GUTIERREZ SANIN, F., Evolución del sistema político colombiano (pp. 321-355). Bogotá: Norma- Iepri.
- GUTIÉRREZ, Francisco. (2007). *¿Lo que el viento se llevó? Partidos políticos y democracia en Colombia*. Bogotá: Norma.
- GUTIERREZ, Marco, Colombia : política y poder : la marca del narco, E Monde Diplomatique (en español), Vol. 8 no. 82, 2009
- GRUPO PRAXIS, Obras clásicas del pensamiento político, Romero Rodrigo, En torno al Leviatan de Thomas Hobbes, Univalle, Cali, 2002
- GRUPO PRAXIS, Obras clásicas del pensamiento político, Urquijo Martín, Disertación entorno al discurso sobre el origen y los fundamentos de la desigualdad entre los hombres de J.J.Rousseau, Univalle, Cali, 2002
- JIMENEZ, Harold, Mitos Electorales en Cali, Dircom UAV, 2010
- LARA MEZA, Ada – otros, Los oficios del Historiador: Taller y prácticas de la Historia Oral, Universidad Guanajuato, 2010, Guanajuato
- MARTÍN SALGADO, Lourdes, Marketing Político, Arte y ciencia de la persuasión en la democracia, Paidós, 2002, Barcelona
- MARTÍNEZ SILVA, Mario – Otros, Manual de Campaña, Teoría y práctica de la

persuasión electoral, Instituto Nacional de Estudios Políticos A.C., México, 2001

MARTÍNEZ PANDIANI, Gustavo, Marketing Político: campañas, medios y estrategias electorales (4ed.) (2007)

MONCAYO C., Víctor Manuel, El Leviatán derrotado, g.e. Norma, 2004, Bogotá

MONTES SARMIENTO, María Alejandra, ¿Cómo el narcotráfico ha influido en la política criminal colombiana? 1978- 1997, Tesis UPJ, 2005

OCHOA, Doris, RESTREPO, Dario, Diez años de descentralización, diez años de resultados y perspectivas, FESCOL, 1996, Bogotá

PECAUT, Daniel, Crónica de cuatro décadas de política colombiana, Norma, 2006

PERELMAN, Chaim, El Imperio Retórico, retórica y argumentación, Vitral, Norma, Bogotá, 1997

PINTO OCAMPO, María Teresa. La disputa política entorno a la alcaldía de Santiago de Cali en 2007, revista Sociedad y Economía, numero 14

PINTO OCAMPO, María Teresa. (2011). Mecanismos en la transformación política en Cali: fragmentación partidista, electorado cambiante y responsabilidad política (1988-2007). Estudios Políticos, 39, *Instituto de Estudios Políticos*, Universidad de Antioquia, (pp. 15-38).

PINZÓN DE LEWIN, P. (1998). Una aproximación al voto urbano: El voto en las ciudades colombianas. En A. Bejarano & A. Dávila (Eds.), Elecciones y Democracia en Colombia 1997-1998 (pp. 401-431). Bogotá: Ediciones Uniandes.

PIZARRO, E. (1997). ¿Hacia un sistema multipartidista? Las terceras fuerzas en Colombia hoy. *Revista Análisis Político*, 31. Bogotá.

PIZARRO, E. (2001). La atomización partidista en Colombia: El fenómeno de las microempresas electorales. En F. Gutiérrez (Comp.), *Degradación o cambio. Evolución del sistema político colombiano* (pp. 359-401). Bogotá: Norma-Iepri.

PIZARRO LEONGOÓMEZ, Eduardo, Una democracia asediada, Balance y perspectivas del conflicto armado en Colombia, G.E.Norma, 2004, Bogotá

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales – Cali, Participación electoral en el Valle 1988 antecedentes y perspectivas,

Imprenta Departamental, Cali, 1988

PRIESS, Frank, Relación entre político y medios, Propuestas alemanas en un perspectiva comparada, Temas, Buenos Aires, 2002

QUERUBÍN, C., Sánchez, M. & Kure, I. (1998). Dinámica de las elecciones populares de Alcaldes, 1988-1997. En A. Bejarano & A. Dávila (Eds.), *Elecciones y Democracia en Colombia 1997-1998* (pp. 117-140). Bogotá: Ediciones Uniandes.

RESTREPO, Mariluz, Representación, relación triádica en el pensamiento de Charles S. Peirce, Universidad Nacional, , Bogotá, 2010

REYES POSADA, Alejandro, Guerreros y campesinos, El despojo de la tierra en Colombia, G.E.Norma, 2009, Bogotá

RICHARD, Eugenie, Alvaro Uribe, La Comunicación por la Imagen, Principios de Marketing Político, Opera nº8, p. 72

ROBERTS, K. (2002). El sistema de partidos y la transformación de la representación política en la era neoliberal latinoamericana. En M. Cavarozzi & J. Abal Medina (Eds.), *El asedio a la política* (pp. 55-75). Buenos Aires: Homo Sapiens.

RODRÍGUEZ, J. (2001). ¿Cambiar todo para que nada cambie? Representación, sistema electoral y sistema de partido en Colombia: Capacidad de adaptación de las élites políticas a cambios en el entorno institucional. En F. Gutiérrez (comp.), *Degradación o cambio. Evolución del sistema político colombiano* (pp. 223-260). Bogotá: Norma-Iepri.

ROSANVALLON, Pierre, La democracia inconclusa, Taurus, Universidad Externado de Colombia, 2006

SAENZ ROVNER, Eduardo, Lecturas críticas Administración, Siglo del Hombre ediciones, UN, 1998

SÁENZ, J.D. - Configuración de una élite política en_Cali: 1958-1998 - dspace.icesi.edu.co, CS. Pag. 147-175, Universidad Icesi

SALOMON PINILLO, Jorge Eliecer, Alcances y limites en la elección de alcalde de Cali 2007, tesis IEP, Univalle, 2007

SANCHEZ, Fabio, Las cuentas de la Violencia, Uniandes, 2007, Ed. Norma

SANCHEZ LEÓN, Pablo, El fin de los historiadores, Pensar históricamente en el siglo

XXI, Siglo XXI, 2008, Madrid

SANTIAGO, Gustavo Gabriel, Marketing político electoral para municipios, 2008

SARTORI, Giovanni. Partidos y Sistemas de Partidos. Alianza, Madrid, 2005

SARTORI, Giovanni, Que es la Democracia, Altamira, Bogotá, 1994

SEN, Amartya, El valor de la democracia, El Viejo Topo, Madrid, 2006

SAVATER, Fernando, El valor de elegir, Ariel, 2003, Bogotá

TROUT, Jack – Reis, Al – Posicionamiento, 1981

VANEGAS MUÑOZ, Gildardo, Cali tras el rostro oculto de las violencias, Inst. Cisalva, Universidad del Valle, Cali, 1998

VARIOS, El imperio del marketing político: cuando las imágenes desplazan a las ideas, América Latina Hoy, Vol. 25, p 15-22

VARIOS, Marketing político y sondeos electorales, Tecnología Administrativa, Numero 33, 2000/ Tecnología Administrativa, p.19-44

VARIOS, Marketing político: candidato a la venta; es la ciencia de vender no solo la imagen de un candidato, sino al candidato mismo..., Clase Empresarial, Numero 51/ Clase Empresarial

VASQUEZ Benítez, Edgar, Historia de Cali en el siglo 20: sociedad, economía, cultura y espacio, Universidad del Valle, pag 201

VASQUEZ V., Orlando, Elección popular de alcaldes, itinerario de una reforma constitucional, Editorial Jurídica Universitaria, Medellín, 1985

WALDMANN, Peter, Guerra civil, terrorismo y anomía social, El caso colombianos en un contexto globalizado, KAS, Ed. Norma, 2007

ZIMAT CONSULTORES, Como ganar una elección, Comunicación Total, FCE, México, 2006