El poder fáctico teme perder el poder y trata de impedir que gane Petro

Por: Camilo Rengifo Marín
Globalizacion, 14 de junio 2018
Rebelión 14 junio, 2018

Región: América Latina, Caribe
Tema: Democracia, Política

Campaña sucia de desprestigio del candidato centroizquierdista Gustavo Petro, noticias falsas por redes sociales, temores de fraude electoral, presión de los medios hegemónicos de comunicación y de los empresarios instando a votar por el ultraderechista Iván Duque o sufragar en blanco, marcan los días previos a los comicios presidenciales del próximo domingo en Colombia.

La primera vuelta presidencial reveló los cambios que se están produciendo en el escenario político por primera vez en muchas décadas, y la elección parlamentaria si bien reprodujo las mayorías de la derecha, también mostró la irrupción de expresiones democráticas dispuestas a brindar una nueva batalla en el legislativo.

Las últimas encuestas de opinión, antes de conocerse el apoyo de Antanas Mockus y Claudia López a la candidatura de Gustavo Petro, señalan que la brecha de intención de voto es de 5,5 puntos porcentuales. Iván Duque suma 45,5% y Gustavo Petro el 40% de los apoyos, aunque el diario El Espectador pone a Duque con 52%.

La candidatura de Gustavo Petro no es un accidente irrelevante sino que refleja el inmenso y creciente descontento social, el repudio popular a la descomposición del régimen y al empeño de las castas del poder fáctico -que se benefició con el conflicto armado de cinco décadas- por conservar sus privilegios y sostenerse en el poder en medio de los escándalos de corrupción, de incompetencia e insensibilidad social. El asesinato diario de dirigentes sociales es parte de esa realidad.

Tres candidaturas, la de Petro, la de Sergio Fajardo y la de Humberto de la Calle, defensoras del diálogo, del Acuerdo de Paz y de su implementación, recogieron 10 millones de votos, cifra muy superior a la sumatoria de los sumados por Iván Duque y Vargas Lleras. La segunda vuelta, entre Petro y Duque define las líneas del futuro de Colombia para el posacuerdo de paz: su implementación o el regreso al conflicto.

Gustavo Petro, candidato a la presidencia de Colombia

Mientras, los medios de comunicación hegemónicos, monopolizados por el poder financiero y terrateniente, intenta forzar el voto útil por Duque y agita el voto en blanco contra la opción alternativa de Gustavo Petro. El miedo a la apertura democrática, hace temblar al poder fáctico que usa el terror mediático; crecen los temores de fraude con la la maquinación de una Registraduría (electoral) privatizada y muy poco transparente.

Primero pusieron en el imaginario colectivo la idea que la puja era entre dos extremismos,

que trató de ocultar a una ultraderecha camuflada, radicalizada contra el Acuerdo Final de Paz con las FARC-EP y contra el diálogo con el ELN, como banderas para eternizar el Estado corrupto, antidemocrático, fraticida y guerrerista existente, señala Jaime Caicedo.

Agrega que no es el neutralismo del voto en blanco el que expresa la voluntad de cambio y paz real de una ciudadanía que comprende lo que significa retornar al Estado paramilitar, autoritario, plagado de privilegios familiares, de impunidad frente al exterminio represivo, sometido al capricho geopolítico del mandamás de turno en Estados Unidos.

La Registraduría -cuestionada poco por diestra y mucho por siniestra- aspiraba a que las fuerzas políticas acataran a rajatabla los resultados y no hubiese lugar a impugnar las irregularidades, pese a casi cuatro mil reclamos de alteraciones en las boletas electoral en la primera vuelta.

Colombia Humana -coalición con Petro- sigue esperando la auditoria al software de propiedad privada que sirve para el conteo y sistematización de los votos y la falta de control hace que cualquier programación al código fuente de la aplicación pueda modificar la voluntad de los votantes en las urnas. El fraude consistió en que en algunas mesas los jurados de votación alteraron las cifras de votos que reposaban en las urnas.

Pero se sabe también de delitos electorales que involucran a empresas privadas y públicas y a los contratistas tercerizados del sector público, a quienes el poder fáctico presiona para que definan el voto en favor del candidato uribista Iván Duque, a cambio de mantener sus contratos de prestación de servicios, instando a los trabajadores a “no poner en riesgo sus empleos”, en amenazas (ni tan) veladas en contra de la libertad de su voto.

El diario El Tiempo, vocero del poder en las sombras, optó por hacer pública su preferencia, respaldando a Iván Duque, “cuyo programa de gobierno es serio y quien representa una esperanza de moderación y cambio generacional, deseable en la coyuntura”.

Señaló que el mayor resquemor de quienes se oponen a Duque es la preocupación de que sea una especie de títere de Álvaro Uribe. “Sin desconocer que el expresidente es su mentor, consideramos infundada la teoría de un regreso de este al Ejecutivo, por interpuesta persona”, indicó.

Pero es difícil pedirle peras al olmo. L as alianzas políticas donde prevalecen los líderes que tienen deudas pendientes con la justicia, están fugitivos o ya pagaron sus condenas, respaldan al candidato de la ultraderecha que, obviamente, no estará interesado en combatir la enorme corrupción que se extiendió al gobierno de Juan Manuel Santos.

El expresidente Álvaro Uribe, mentor de Duque, tiene en marcha una serie de investigaciones -entre ellas por apoyo al narcotráfico y sospechas por asesinatos de testigos que declararon en su contra-, y su hermano Santiago espera la decisión judicial de su detención, sindicado de fundador de Los 12 Apóstoles, feroz grupo paramilitar.

Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC)

Publicidad y campaña sucia

El publicista brasileño Duda Mendonça es quien dirige la campaña publicitaria de Duque,

pero un equipo de programadores y periodistas trabaja en las campañas desinformativas y calumniosas por las redes sociales. El expresidente de Red Más Noticias, Juan Pablo Bieri, es el a sesor de comunicaciones, y Carlos Alberto Cortés, j efe de prensa, es Gerente en Do Consulting.

La posverdad también está presente en la campaña electoral con sus fake news por las redes sociales, entre ellas la "información" de que la actriz porno Mia Khalifa era una hija negada de Petro, lo que debió desmentir el propio candidato. Durante las últimas semanas, una red de portales especializados en motos, mascotas, maternidad y deportes ha estado publicando piezas de la campaña de Iván Duque e información engañosa para hacerlas pasar por noticias en redes sociales.

Según su sitio web, Emotions Media Group es "Una empresa especializada en la generación de rendimiento digital a través de contenido emocional y predictivo", que cuenta entre sus clientes con empresas como Efecty y Olímpica, con una audiencia de 43 millones de personas que se reparte en 18 portales distintos, entre ellos elnoti.com, paginademascotas.com, okmotos.com, deporteok.com, mamasybesosok.com y una página de moda asociada al presentador Sergio Barbosa.

El representante legal de la compañía, Camilo Sastoque, sostiene que: "Nosotros no somos un medio, somos una empresa privada que tiene unas páginas con segmentación de audiencias por intereses de navegación", algo similar a lo que hacía Cambridge Analytica.

Dicen que en política está todo inventado, hasta el plagio. 'Carta a Eloisa' es la pieza publicitaria de Duque (un video de 90 segundos subido a youtube el 6 de marzo) en la que le escribe a su hija sobre el país que le quiere dejar, a ella y a los niños de Colombia. Pero resulta que es una copia del mensaje (Mi carta a Daniela) que lanzara el diputado derechista español Albert Rivera, presidente de Ciudadanos, candidato presidencial en las elecciones del 2015.

'Mi carta a Daniela', fue nominada a los Victory Awards 2016, los premios con los que la Washington Academy of Political Arts and Sciences, reconocen lo mejor de la industria política de habla hispana. La carta de Duque está enterrada en youtube.

Camilo Rengifo Marín

Camilo Rengifo Marín: *Economista y docente universitario colombiano, analista asociado al Centro Latinoamericano de Análisis Estratégico (CLAE, www.estrategia.la)*

La fuente original de este artículo es Rebelión
Derechos de autor © Camilo Rengifo Marín, Rebelión, 2018

Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook
Conviértase en miembro de Globalización

Artículos de: **Camilo Rengifo Marín**

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will

not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Center of Research on Globalization grants permission to cross-post original Global Research articles on community internet sites as long as the text & title are not modified. The source and the author's copyright must be displayed. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca