

Así funciona la maquinaria que acapara a Bucaramanga

Por: Manolo Azuero, Mar, 2015-09-15 00:38

\*/

En Bucaramanga el poder político está en manos de maquinarias que avasallan la contienda electoral. La más poderosa es la del Partido Liberal, que ha puesto a los últimos dos alcaldes elegidos, controla las mayorías en el Concejo municipal y, según fuentes conocedoras, le pone de entrada entre 40 y 60 mil votos a su candidato a la Alcaldía (la mitad de los votos para ganar).

Estas fuerzas han sometido las elecciones a una competencia en la que pesan sobre todo la plata y la burocracia.

Aunque el tope oficial de la campaña por la Alcaldía de la capital santandereana es de 1.617 millones de pesos, el costo real, si se quiere ganar, según le contaron a La Silla dos fuentes de las campañas poderosas, supera los 7 mil millones (aunque una alta fuente del Partido Liberal nos aseguró que la actual, en cabeza de Carlos Ibáñez, estará apenas por encima de los 2 mil).

En la disputa por el Concejo pasa algo similar. Mientras el tope por aspirante a concejal, en promedio, debería estar por debajo de los 200 millones, en la ciudad los candidatos duros gastan más de 400.

Estas millonadas - financiadas por aportes que normalmente no se registran, [muchos de grandes contratistas del Estado](#) [1] - se van en múltiples gastos que apalancan la movida hasta las urnas, incluyendo mercados, almuerzos, pagos de servicios públicos y otros regalos y gestiones en los barrios populares.

A esto se suma una gran cantidad de gente que apoya las campañas porque de eso depende su trabajo (contratistas o empleados de contratistas), o porque están retribuyendo favores (cupos en los colegios, por ejemplo).

“En Bucaramanga no hay espacio para un candidato independiente, está completamente capturada”, le explicó a La Silla Santandereana una dirigente del liberalismo.

La Silla habló, bajo la condición de no revelar sus nombres, con un político local que ha gerenciado campañas ganadoras, un concejal, un líder comunal, un funcionario público y dos poderosos de las campañas actuales. Y, fuera de la gran publicidad (vallas y medios), así funciona la 'maquinita' por dentro:

En Bucaramanga los concejales en ejercicio comparten el poder de la administración con el alcalde de turno; y de manera especial los del Partido Liberal, que son mayoría y además copartidarios de los últimos alcaldes.

Los concejales rojos más poderosos como Henry Gamboa, Uriel Ortiz o Nancy Lora, ejercen dominio en dependencias del municipio en

particular, ya sea en una Secretaría o una entidad descentralizada que está bajo el poder del alcalde. Esto, sumado a su influencia para recomendar personal para que trabaje en cualquier instancia de la administración, les da una estructura de campaña que funciona de manera muy efectiva, pues el puesto de mucha gente depende (o al menos parece depender) de ellos.

Además, el poder que tienen los concejales de incidir en las decisiones del municipio (la asignación de los cupos en los colegios oficiales, la legalización de barrios de invasión o la priorización de la inversión pública) también genera réditos a la hora de buscar votos.

Finalmente, los candidatos al Concejo (los actuales y los que aspiran a llegar) reciben plata de la campaña a la Alcaldía para financiar su movida proselitista. Y el monto puede llegar hasta los 100 millones, según qué tanto poder represente el aspirante. Normalmente los actuales reciben más.

Todo esto les permite manejar feudos electorales muy fieles que responden en las urnas, muchas veces concentrados en determinados lugares de la ciudad denominados, en ese mundo, como “barrios cerrados”. Allí un concejal manda y recoge la mayoría de los votos porque su influencia es tal que la competencia ni los visita.

Los contratistas de prestación de servicios de la Alcaldía y de sus dependencias, así como de entidades del orden nacional y de la Gobernación, que llegaron por decisión o recomendación de un concejal, un congresista o un diputado, trabajan para las campañas al Concejo y a la Alcaldía de la línea de su padrino.

También los empleados de empresas que contratan con el municipio como las de aseo, transporte y vigilancia escolar.

Las fuentes que conocen el asunto coincidieron en que todos los contratistas “dependientes” organizan reuniones para los candidatos. Y en dichas convocatorias se lleva un control con cédula en mano, que le permite a cada campaña saber dónde están sus votos para monitorearlos el día definitivo.

Esas reuniones, en su mayoría, son financiadas en parte por el propio contratista que pone – de acuerdo a una fuente de la campaña liberal – los refrigerios y el transporte si es necesario. Un contratista debe organizar reuniones de entre treinta y cincuenta personas, pero a veces se une con otros para armar eventos que generen más ruido.

Para cumplir con esa tarea, fuera de recurrir a sus familiares y amigos, los contratistas también buscan a las comunidades que se han beneficiado con su trabajo, según le explicó a La Silla un líder comunal de ciudad norte (la zona más vulnerable de Bucaramanga).

Los contratistas, además de las reuniones, también terminan aportando recursos a la movida de los candidatos al Concejo, ya sea

---

comprando boletas para rifas y bazares que organizan los candidatos y sus líderes o pagando cuentas de campaña.

Los ediles, presidentes de acción comunal y otros líderes de comunidades- madres comunitarias o adultos mayores - son una pieza clave del engranaje de la maquinaria que, en palabras de una de las fuentes, “hay que engrasar” constantemente durante la campaña.

Un líder puede llegar a cobrarle a las campañas entre un millón y tres millones por su trabajo durante todo el periodo proselitista. Y su trabajo se paga en cuotas, a través de lo que se conoce como “los tres golpes”. Uno en agosto, otro en septiembre y el último en octubre, días antes de las elecciones, para mantenerlos alineados.

Los líderes tienen poder porque, como los concejales, también han accedido a la burocracia del municipio y han gestionado obras para sus barrios, las cuales generan lazos de confianza y votos en sus comunidades.

Su capacidad individual no es muy significativa, el más fuerte puede poner hasta 900 votos, según una de las fuentes, pero entre todos suman para ganar la Alcaldía.

En el mundo de los líderes, hay muchos a los que también les gusta cañar (inflarse en votos) y otro tanto se vende doble, a una campaña y a la rival. Así las campañas tienen que controlar muy bien a quien reciben y a quien le dan, para que no les metan gato por liebre.

De igual forma, hay competencia entre candidatos y algunos a punta de plata logran sonsacarlos.

Las avanzadas no ponen muchos votos propios, pero si hacen ruido para que los candidatos existan y se sientan en la calle, en el día a día y sobre todo en los lugares que ellos mismos visitan.

Estas, compuestas en su mayoría por jóvenes que reciben entre 20 mil y 50 mil pesos diarios por su trabajo, fuera de almuerzos y transporte, caminan por la ciudad con publicidad de los candidatos, repartiendo volantes, extendiendo pasacalles y repitiendo arengas. También son los teloneros y acompañantes de los recorridos de los aspirantes por los barrios o en eventos públicos.

De acuerdo al ex gerente de campañas que entrevistamos, para la carrera por la Alcaldía de Bucaramanga se puede manejar en promedio una avanzada de 100 personas cada día. Esto, a 30 mil pesos el día por persona, por más o menos 90 días de proselitismo, sin refrigerios y buses, suma 270 millones de pesos.

En los barrios más pobres de la ciudad la maquinaria recoge votos ayudando a la gente a resolver sus problemas y necesidades.

Las formas son variadas pero, entre las muchas cosas que hacen, las campañas y los candidatos rifan electrodomésticos, reparten mercados, tejas, cemento y ladrillos, ayudan con pequeñas obras, pagan los servicios públicos de los hogares más pobres y organizan bazares.

El día electoral de una campaña poderosa a la Alcaldía de Bucaramanga puede costar entre 500 y 1000 millones de pesos, coincidieron varias fuentes.

El trabajo de los líderes en todos los niveles y de los testigos electorales, los refrigerios y los almuerzos, el transporte (taxis, buses, motos y carros particulares) y las comunicaciones (tarjetas sim y recargas) van sumando.

En esa jornada que define quién gana, uno de los roles clave lo juegan los denominados capitanes de debate, que, en una campaña organizada, son asignados uno por cada puesto de votación.

Este capitán, según le explicó a La Silla una fuente que participó de la organización del día electoral del Partido Liberal hace cuatro años en Bucaramanga, tiene completamente identificados y relacionados a los electores de la maquinaria - de la estructura de concejales, candidatos al Concejo, contratistas, ediles, comunales y otros líderes - que le corresponden a su puesto, por cédula y mesa. Así puede coordinar la movilización, poner en marcha toda la logística y monitorear que todos estén votando y cumpliendo su aporte para ganar las elecciones.

Los capitanes son nodos clave de una gran red que cubre toda la ciudad.

**Contenido relacionado:** [Manual para ganar elecciones](#) [2]

[Manual para ganar elecciones II: el día D](#) [3]

[Manual para ganar elecciones: cómo financiar una campaña](#) [4]

jQuery(function(){ jQuery('iframe').height(jQuery('iframe').contents().find('html').height()); });

**URL de origen:** <https://archivo.lasillavacia.com/historia/asi-funciona-la-maquinaria-que-acapara-bucaramanga-51547>

**Enlaces:**

[1] <http://lasillavacia.com/historia/manual-para-ganar-elecciones-como-financiar-una-campana-51410>

[2] <https://archivo.lasillavacia.com/historia/manual-elecciones-2014-46763>

[3] <https://archivo.lasillavacia.com/historia/el-dia-de-las-elecciones-47588>

[4] <https://archivo.lasillavacia.com/historia/manual-para-ganar-elecciones-como-financiar-una-campana-51410>