

CONTENIDO

PRÓLOGO.....	11
INTRODUCCIÓN.....	21

CAPÍTULO I

LAS ELECCIONES DE CONGRESO DE LA REPÚBLICA

A. PARTIDOS, CANDIDATOS Y PROGRAMAS.....	33
1. LA REFORMA CONSTITUCIONAL DE 2003	34
2. LA REFORMA CONSTITUCIONAL DE 2009	36
3. PARTIDOS Y MOVIMIENTOS RECONOCIDOS EN MARZO DE 2014	38
4. LAS LISTAS PRESENTADAS PARA SENADO Y CÁMARA	41
5. LA CONFUSIÓN PROGRAMÁTICA	46
B. PUBLICIDAD, <i>MARKETING</i> Y CLIENTELISMO	49
1. EL MANEJO DE LA IMAGEN.....	49
2. LA EVOLUCIÓN DEL CLIENTELISMO.....	50
3. LA DISPERSIÓN DEL VOTO DE OPINIÓN.....	54
C. LOS COSTOS DE CAMPAÑA.....	56
1. LA FINANCIACIÓN DEL ESTADO	57
1.1. <i>Los límites o topes para los gastos de campaña</i>	58
1.2. <i>Los anticipos a las organizaciones políticas</i>	61
1.3. <i>Los gastos de reposición</i>	63
2. LA PRESENTACIÓN DE LAS CUENTAS.....	64
D. LA CIRCUNSCRIPCIÓN NACIONAL DE SENADO.....	68
1. LISTAS CERRADAS Y LISTAS CON VOTO PREFERENTE.....	75
2. LA FORTALEZA UNIDEPARTAMENTAL.....	78
3. LA EXPANSIÓN REGIONAL Y NACIONAL	82
4. EL SIGNIFICADO DE BOGOTÁ D.C.	88
5. LA REPRESENTATIVIDAD DEPARTAMENTAL Y REGIONAL.....	90
5.1. <i>Los departamentos sin representación senatorial</i>	91
5.2. <i>La representación de las diferentes regiones</i>	94
6. LAS MINORÍAS, YA NO TAN FAVORECIDAS	96
E. LA CÁMARA DE REPRESENTANTES	98

1.	LA COALICIÓN DE GOBIERNO.....	98
2.	LOS PARTIDOS Y LA DISTRIBUCIÓN DE CURULES.....	98
F.	LAS CIRCUNSCRIPCIONES ESPECIALES.....	107
1.	LA REPRESENTACIÓN DE LOS AFRODESCENDIENTES.....	108
2.	LA REPRESENTACIÓN DE LAS COMUNIDADES INDÍGENAS.....	110
3.	LA CIRCUNSCRIPCIÓN INTERNACIONAL.....	112
G.	EL SISTEMA DE PARTIDOS.....	115
1.	LA COMPOSICIÓN DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA.....	116
2.	LA DISTRIBUCIÓN DEL VOTO PARTIDISTA POR DEPARTAMENTOS.....	120
2.1.	<i>En la votación de Senado.....</i>	120
2.2.	<i>En la votación de Cámara.....</i>	123
3.	LA RENOVACIÓN Y MOVILIDAD DE SENADORES Y REPRESENTANTES.....	125
H.	LA ABSTENCIÓN, Y OTRAS EXPRESIONES ELECTORALES.....	128
1.	LA ABSTENCIÓN EN LOS COMICIOS PARLAMENTARIOS.....	122
2.	LOS VOTOS EN BLANCO.....	136
3.	LOS VOTOS NULOS.....	139
4.	LOS TARJETONES NO MARCADOS.....	140

CAPÍTULO II LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES

A.	PARTIDOS, CANDIDATOS Y PROGRAMAS.....	147
1.	LAS CONSULTAS INTERNAS.....	148
2.	LAS PLATAFORMAS PROGRAMÁTICAS.....	150
2.1.	<i>La campaña de Juan Manuel Santos.....</i>	150
2.2.	<i>La campaña de Oscar Iván Zuluaga.....</i>	154
2.3.	<i>La campaña de Marta Lucía Ramírez.....</i>	157
2.4.	<i>La campaña de Clara López.....</i>	159
2.5.	<i>La campaña de Enrique Peñalosa.....</i>	161
B.	PUBLICIDAD Y MARKETING POLÍTICO.....	164
1.	LOS LINEAMIENTOS PUBLICITARIOS EN LA PRIMERA VUELTA.....	164
1.1.	<i>La publicidad en la campaña de Juan Manuel Santos.....</i>	165
1.2.	<i>Los lineamientos publicitarios de Oscar Iván Zuluaga.....</i>	166
1.3.	<i>La estrategia publicitaria en la campaña de Marta Lucía Ramírez.....</i>	167
1.4.	<i>El marco publicitario en la campaña de Clara López.....</i>	167
1.5.	<i>La orientación publicitaria de Enrique Peñalosa.....</i>	168
2.	LA PUBLICIDAD EN LA SEGUNDA VUELTA.....	169

2.1.	<i>Santos, el «presidente de la paz»</i>	169
2.2.	<i>Zuluaga, del «hombre de provincia» al «Zorro»</i>	170
3.	LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, LAS ENCUESTAS Y LOS DEBATES TELEVISIVOS.....	172
3.1.	<i>Los medios de comunicación</i>	173
3.2.	<i>Las encuestas de opinión</i>	175
3.2.1.	<i>Las encuestas antes de la Primera Vuelta</i>	176
3.2.2.	<i>Las encuestas para la Segunda Vuelta</i>	183
3.3.	<i>Los debates en Televisión</i>	187
3.3.1.	<i>Los debates televisivos antes de la Primera Vuelta</i>	188
3.3.2.	<i>Los debates televisivos antes de la Segunda Vuelta</i>	191
C.	LOS COSTOS DE CAMPAÑA.....	197
1.	LA FINANCIACIÓN DEL ESTADO	199
1.1.	<i>Los anticipos que se otorgan a las campañas</i>	199
1.2.	<i>La reposición de votos</i>	200
2.	LA FINANCIACIÓN PRIVADA.....	201
3.	LOS GASTOS EN LAS CAMPAÑAS Y LA RENDICIÓN DE CUENTAS	206
4.	EL ESCÁNDALO DE ODEBRECHT	209
D.	ESTADÍSTICAS Y ANÁLISIS ELECTORALES	212
1.	LA PRIMERA VUELTA PRESIDENCIAL	213
2.	LA SEGUNDA VUELTA PRESIDENCIAL.....	224
3.	LA ABSTENCIÓN EN LAS PRESIDENCIALES	231
3.1.	<i>La abstención en la primera vuelta presidencial</i>	231
3.2.	<i>La abstención en la segunda vuelta presidencial</i>	234
3.3.	<i>La abstención en las últimas once elecciones presidenciales</i>	236

CAPÍTULO III

LAS ELECCIONES REGIONALES Y LOCALES

A.	LA ORGANIZACIÓN ELECTORAL Y LA ANULACIÓN DE INSCRIPCIONES ...	247
1.	LA TRASHUMANCIA ELECTORAL.....	248
2.	LAS RESOLUCIONES DEL CONSEJO NACIONAL ELECTORAL	250
B.	LOS COSTOS DE CAMPAÑA.....	258
1.	LA FINANCIACIÓN DEL ESTADO	259
2.	LOS LÍMITES FIJADOS POR EL CONSEJO NACIONAL ELECTORAL	261
2.1.	<i>Topes para los candidatos a Gobernaciones y Alcaldías</i>	261
2.2.	<i>Topes a los gastos de campaña de los candidatos a las asambleas, concejos municipales o distritales, y juntas administradoras locales</i>	263

3.	LA PRESENTACIÓN DE CUENTAS	265
C.	ESTADÍSTICAS Y ANÁLISIS ELECTORALES	267
1.	PRESENTACIÓN GENERAL DE DATOS	269
2.	EL ANÁLISIS ELECTORAL POR REGIONES.....	287
2.1.	<i>La Región Caribe</i>	287
2.1.1.	Atlántico.....	288
2.1.2.	Bolívar.....	291
2.1.3.	Cesar.....	295
2.1.4.	Córdoba.....	299
2.1.5.	La Guajira.....	302
2.1.6.	Magdalena.....	306
2.1.7.	San Andrés	310
2.1.8.	Sucre.....	312
2.2.	<i>La Región Andina Oriental</i>	316
2.2.1.	Boyacá.....	317
2.2.2.	Cundinamarca	320
2.2.3.	Huila.....	322
2.2.4.	Norte de Santander.....	325
2.2.5.	Santander.....	329
2.2.6.	Tolima	333
2.3.	<i>La Región del Pacífico</i>	337
2.3.1.	Cauca.....	338
2.3.2.	Chocó	341
2.3.3.	Nariño.....	345
2.3.4.	Valle.....	348
2.4.	<i>La Región Paisa</i>	352
2.4.1.	Antioquia.....	353
2.4.2.	Caldas.....	358
2.4.3.	Quindío.....	361
2.4.4.	Risaralda.....	364
2.5.	<i>La Orinoquía y la Amazonía</i>	367
2.6.	<i>Bogotá D.C.</i>	370
3.	LA ABSTENCIÓN Y OTROS TÓPICOS ELECTORALES	374

CAPÍTULO IV EL PLEBISCITO POR LA PAZ

A.	¿POR QUÉ EL PLEBISCITO?	383
B.	LA LEY ESTATUTARIA 1806 DE 2016.....	385
1.	EL TRÁMITE LEGISLATIVO	387
2.	LA REVISIÓN DE LA CORTE CONSTITUCIONAL.....	395

C.	LA CAMPAÑA DEL PLEBISCITO POR LA PAZ	400
1.	EL DECRETO DEL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA	402
2.	LA REGISTRADURÍA Y EL CONSEJO NACIONAL ELECTORAL	408
3.	COMITÉS PROMOTORES DEL SI Y DEL NO	413
4.	LAS ENCUESTAS DE OPINIÓN	414
D.	RESUMEN DEL ACUERDO FINAL DE PAZ	416
E.	ESTADÍSTICAS Y ANÁLISIS ELECTORAL	435
1.	ASPECTOS GENERALES DE LA VOTACIÓN	436
2.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL PLEBISCITO POR LA PAZ	439
3.	ALGUNAS RAZONES QUE EXPLICAN LA DECISIÓN POR EL NO	444
4.	LA ABSTENCIÓN EN EL PLEBISCITO	447
F.	EL SEGUNDO ACUERDO	449
1.	LOS DIÁLOGOS ENTRE EL GOBIERNO Y LOS VOCEROS DEL NO	451
2.	LA REFRENDACIÓN DEL ACUERDO DE PAZ POR EL CONGRESO	454

CAPÍTULO V

REFLEXIONES SOBRE LA DEMOCRACIA EN COLOMBIA

A.	ASPECTOS GENERALES SOBRE LA DEMOCRACIA	460
1.	LA DEMOCRACIA POLÍTICA	461
2.	LA DEMOCRACIA ECONÓMICA Y SOCIAL	462
B.	EL ACUERDO DE PAZ Y SU IMPACTO EN LA DEMOCRACIA	465
1.	EL ACUERDO CON LAS FARC: IMPORTANCIA Y LIMITACIONES	466
2.	EL ACUERDO Y EL MODELO ECONÓMICO	467
C.	LA FUERZA DEL CAPITALISMO INTERNACIONAL	469
1.	LA EVOLUCIÓN RECIENTE DEL CAPITALISMO	470
2.	EL INMENSO PODER DE LAS TRANSNACIONALES	471
3.	LOS INDICATIVOS DE AMÉRICA LATINA	473
4.	EL FALLIDO TRATADO DE LIBRE COMERCIO PARA LAS AMÉRICAS	474
5.	EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS	475
D.	LA REALIDAD ECONÓMICA Y SOCIAL DEL PAÍS	477
1.	CONSIDERACIONES SOBRE EL SECTOR RURAL	477
2.	COMENTARIOS SOBRE LA SALUD, LA EDUCACIÓN Y LA VIVIENDA	478
3.	LA EVOLUCIÓN DE LA MINERÍA	480
E.	LA ECONOMÍA EN LA CONSTITUCIÓN DE 1991	481

1. ENTRE LA LIBERTAD DE EMPRESA Y EL INTERVENCIONISMO DE ESTADO..... 482

2. LA INTERPRETACIÓN DE LAS NORMAS ECONÓMICAS 483

F. LOS FUNDAMENTOS DEL PLAN DE DESARROLLO 485

G. REFLEXIÓN FINAL 486

BIBLIOGRAFÍA..... 489