

CARA Y CRUZ, SOMBRA Y LUZ: VIÑETAS AL NATURAL DE GIL, EL G.I.L. Y EL GILISMO

II VIÑETA: EL VÍDEO VHS

Marzo 2025

Autora: Ana Cabello Raso



Presidiendo la pared asalmonada de la habitación, como si fuera un altar (y no es para menos, ¡*maiestas domini* del interiorismo!), en la cúspide central, él, retratado un poco más joven y con ese aire de seriedad tan típico de los antiguos carnés de identidad en blanco y negro (tamaño A2, siempre a lo grande). A ambos lados, apliques con tres lámparas que, a un nivel inferior, parecen rendir culto a la imagen, prestos a encenderse como cirios ceremoniales.

Debajo, un aparador de caoba sostiene, con impecable simetría dos candelabros y, flanqueándolos, un par de bustos de azabache pulido que resplandecen bajo la luz de los focos. Brillan como dos cabezas turcas, listas para el sacrificio, un presagio del proceder de nuestro protagonista: siempre dispuesto a ofrecer un cuello... mientras no fuera el suyo.

Una vez enmarcado el personaje principal. Un hombre respetable: traje y chaleco negro, camisa blanca y corbata de cachemir. Está sentado justo bajo su fotografía, esforzándose en proyectar esa expresión de concentración que distingue a los grandes oradores cuando están ordenando sus ideas, de ello dependería la estrella de la ciudad “operación Plus ultra” —*Unidad de destino en lo universal*— ¡y más allá!

En su mano, un rotulador azul de punta gorda. Lo coge y lo suelta sobre la mesa, una y otra vez, componiendo la gran sinfonía del pensamiento político... aunque, en el fondo, no sean más que garabatos.





Encuadrado como una estrella de cine esperando el “¡cámara...acción!”. A la señal del filmador, asiente con solemnidad, este baja la mano y le indica: “grabando”, mirando directo al objetivo, cariacontecido, digno de aquellas telenovelas venezolanas (Cristal o Rubí).

Y ahí está, iniciando su alocución, presentándose a los votantes, como si estuviera a punto de revelar un secreto mayor que el de la invención del motor que marcha con agua:

... “Esto se va a transformar, ese deseo tan ansiado, que lo estáis diciendo todos vosotros –*¡Esto no puede seguir así! ¡esto hay que cambiarlo! ¡hay que transformarlo!* -.

Hay que creer en alguien o, ¿es que no habéis pensado que yo antes de meterme en una aventura, que soy responsable, que soy profesional y que actúo con rigor! ¡Y con crudeza y dureza si hace falta? ¿No lo he pensado con seriedad?” —Contrito, al borbónico modo, continua su perorata—. “Incluso con mi familia y no he tenido más remedio que dar un paso al frente para decir: hace falta alguien que tenga carisma, que tire de este vagón, que tire de esta locomotora, *paquel* tren pueda funcionar, *paquel* barco empiece una nueva singladura. Porque de verdad, yo lo he tenido que pensar *muchísimo*”. —Torna la ensayada cara inocente y ladea la cabeza sopesando la entrega tan sacrificada que se dispone a realizar por el bien de la ciudad. En sus ojos pequeños y animalescos se adivina una viveza avispada y sigue su monólogo. —“Pero una vez que yo he visto que apoyando a uno o a otro, a otro o a otro, aquí las cuestiones personales son las que importan. Esos que dicen que quieren mantenerse en el poder y les trae sin cuidao que esto se hunda más o se hunda menos, porque lo único que defienden es, el puesto, el cargo político.

Yo os digo que: con una candidatura responsable, con una candidatura que merezca la pena, de alta gestión, de gente cualificada, de personas que...” —titubeante, como si se le fuera a escapar el hilo del parloteo, parpadea, deja de mirar a la cámara y se rasca la sien y vuelve a reconducir el discurso, en tono paternal —“no tengan que depender de ese cargo, que incluso cuando yo les decía a ellos: el sueldo lo tenéis que dejar para la tercera edad y ninguno ponía pegas como es duda, porque son personas que ya tienen una autosuficiencia económica y no tienen por qué venir aquí a medrar” ...

Jesús Gil (G.I.L.) – Video Campaña 1991 Marbella: <https://www.youtube.com/watch?v=RwxjJBckLLc&t=159s>



Desde los inicios de la industria turística, a finales de la década de 1940, Marbella optó por un modelo diferenciado del de Benidorm y Torremolinos. Este desarrollo atrajo flujos migratorios que incrementaron la población residente, principalmente con trabajadores del sector servicios y la construcción, procedentes en su mayoría del interior de Andalucía. Como resultado, se configuró una composición social heterogénea, propensa a relaciones clientelares y caciquiles debido al desequilibrio socioeconómico entre sus integrantes.

En la década de 1980, el modelo seguido por la localidad comenzó a decaer gradualmente. En 1986, se inició un proceso especulativo ligado al sector inmobiliario, similar al de la primera etapa del desarrollismo franquista. A principios de los años 90, el mercado inmobiliario se estancó, dejando a Gil con promociones sin vender valoradas en unos 20.000 millones de pesetas (algo más de 120 millones de euros) y la urgente necesidad de afrontar pagos a entidades financieras y empresas acreedoras vinculadas a sus construcciones.

Arrasó en las elecciones municipales con el 65,8 % de los votos, obteniendo 19 de los 25 concejales de la corporación. Tras doce años de la era Gil, sus intereses iniciales quedaron en evidencia. El Caso Malaya, con ramificaciones en Málaga, Sevilla y Madrid, llevó al procesamiento de 86 personas, de las cuales 48 fueron condenadas. Este caso, que destapó una compleja trama de corrupción y blanqueo de capitales, se inició en 2005, pero no tuvo efectos judiciales firmes hasta 2015, cuando se dictaron las primeras sentencias y se incautaron bienes por un valor de 2.400 millones de euros.



Tras la salida de Gil de la corporación municipal, la trama siguió operando hasta 2006, cuando su coordinador, Juan Antonio Roca, ingresó en prisión. Ese mismo año, por primera vez en la historia de España, el Gobierno central decidió disolver un ayuntamiento. Para ilustrar la magnitud del problema: en 2005, los consistorios gobernados por el GIL (acrónimo de su partido) acumulaban más de la mitad de la deuda de todos los ayuntamientos españoles con la Seguridad Social (*El País*, 2005).

Una explicación que no excluye otras, sino que las complementa:

En Marbella, como en el resto del país, ya se sabía quién era Gil en aquellas elecciones. Aprovechó la crisis general para presentar la quiebra del ayuntamiento y de la localidad, logrando la victoria con un discurso que reinterpretaba la realidad.

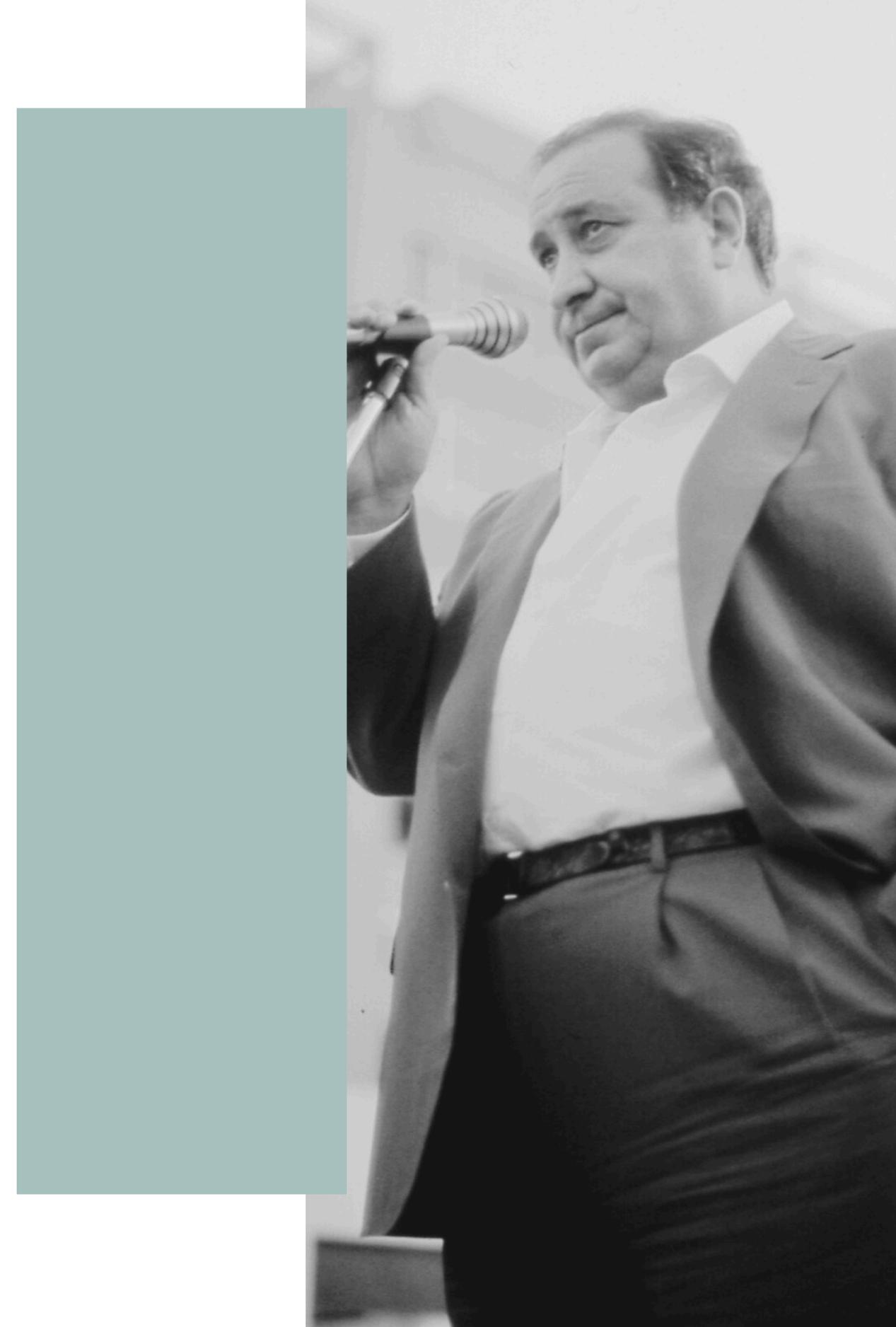
Adaptó el relato, generando un efecto de “circularidad”: la redefinición del contexto sobre la propia realidad. Lo narrado influye y determina lo real y, a su vez, lo real interviene y da forma a lo narrado.



Altos índices de desempleo, creciente desigualdad social, deterioro de los servicios públicos y una notable disminución del turismo de alto standing, representado por figuras de la *jet set*, marcaron el panorama. Este nuevo escenario, alineado con los intereses económico-financieros, inmobiliarios y turísticos, ofrecía una salida *neo-caciquil*, equiparando los anhelos de la clase trabajadora con los intereses de los grandes propietarios del capital.

1. **Problema:** El orden público se ve amenazado por la falta de seguridad en las calles y una delincuencia generalizada, consecuencia de la desaparición del empleo.
2. **Solución:** La inversión de capital, presentada como la vía para generar empleo, lo que, a su vez, garantizaría el restablecimiento del orden social.
3. **Liderazgo:** Se postula como el único capaz de resolver la crisis, recurriendo incluso a la escatología (rama de la teología) como la última esperanza para la recuperación de Marbella.
4. **Estrategia:** En lugar de apelar a la razón y al análisis crítico de la situación, utiliza el miedo como herramienta persuasiva para movilizar el apoyo popular.

Logra difuminar su controvertida imagen pública al presentarse como la solución a un sinfín de problemas individuales, sin llegar a concretarlos. Su discurso, basado en abstracciones, permitía que cada votante interpretara y asumiera sus promesas como una respuesta a sus propias inquietudes.



... “A los ignorantes, a los mal informados, a los decepcionados, yo os digo una cosa... el ciudadano de a pie, esa pobre gente” ...

A) Menospreciando a los electores para establecer una jerarquía, presentándose como el portador de un conocimiento que los demás candidatos no poseen. Aunque nunca concreta cuál es ese saber, esta imprecisión discursiva cala en los receptores, quienes lo aceptan e interpretan de acuerdo con su propia situación social, miedos y aspiraciones.

... “Hasta los propios extranjeros me lo decían el otro día...”; “Vamos a tener una reunión con todos los extranjeros, mal o bien nos vamos a entender y vamos a hablar constantemente y demás, pero estoy notando un sentir grave de que los extranjeros se sienten enormemente discriminados”; “esos extranjeros, gente famosa, que me han dicho ‘yo me voy de aquí porque no aguanto que me roben más’[...] yo les he dicho ‘tened un poquito de paciencia, esperad hasta el verano” ...



B) Los extranjeros son presentados como los responsables de poner fin a los males de la ciudad, aunque no especifica cuáles son esos males. Al crear una distinción entre forasteros y paisanos, refuerza su posición hegemónica. Sin embargo, él mismo es un forastero, que llega a invertir con sus promociones inmobiliarias, pero no duda en amenazar con irse si no se siguen sus indicaciones.

... “Todos hemos venido atraídos aquí por ese maravilloso clima, el petróleo de aquí, porque creíamos que íbamos a estar bien acogidos [...], dentro de poco no vamos a quedar ninguno [...], mal o bien, podremos ir a otro sitio a tomar el sol, o podremos irnos de aquí a estar tranquilos en otro lugar, pero muchos de ellos se tendrán que morir de asco” ...

C) No ofrece una solución concreta a los problemas una vez gane, y en lugar de trazar un horizonte prometedor para los marbellíes, su mensaje adquiere un tono apocalíptico.

... “Si vosotros queréis, [los políticos] no tienen sitio aquí, ahora, si vosotros los dejáis, dentro de poco vais a sobrar vosotros también”; “si los [extranjeros] que están aquí dicen que están maltratados, el futuro nuestro ya no lo salva nadie” ...





En su estrategia del miedo, identifica a los "malos" y responsables de la quiebra de la ciudad en los políticos locales, a quienes culpará del desplome económico y social.

... "les trae sin cuidado que esto se hunda [...] porque lo único que defienden es el cargo político", unos "analfabetos urbanísticos" que "no les importa Marbella [porque] están al servicio de unos intereses inconfesables, torcidos, rateriles" ...

Los extranjeros, con su capacidad para invertir, crearán empleo y salvarán a los ciudadanos marbellíes del naufragio económico, mientras que los políticos locales se resisten a esas inversiones, imponiendo obstáculos que dificultan el progreso.

... "Aquí no se puede venir a invertir, dicen, por la cantidad de pegas y problemas que ponen", "he venido a invertir y ha sido un calvario, todo problemas, todo pegas, siempre cortapisas" ...

Gil se presenta como el interlocutor ideal con los extranjeros, alineándose con los intereses de los ciudadanos, pero omite deliberadamente que no todos los ciudadanos comparten la misma capacidad económico-social.

... "o ellos, los que mandan, o nosotros, que queremos que esto cambie. La disyuntiva solo es esa" ...

Un posicionamiento completamente neoliberal que sostiene que los poseedores del capital deben recibir ventajas institucionales y fiscales, bajo la premisa de que esto, a largo plazo, beneficiará a los asalariados.

... "Hemos dicho mil veces que yo también tengo grandes intereses que defender, pero hay una cosa clara, que la defensa de mis intereses va unida a la defensa de los vuestros, porque si se deteriora la situación aún más, ni los vuestros ni los míos tienen defensa"; "Otra cosa sería que [...] hundiéndote a ti, arruinándote a ti, llevándome lo tuyo, yo me hiciera rico. Ahí te admitiría alguna duda, pero yo creo que tal y como está hoy la situación está todo bastante claro: lo que te interesa a ti me interesa a mí" ...

Gil se presenta como un empresario capaz de entender la política sin ideologías, destacándose por su capacidad de gestión y administración de los recursos públicos.

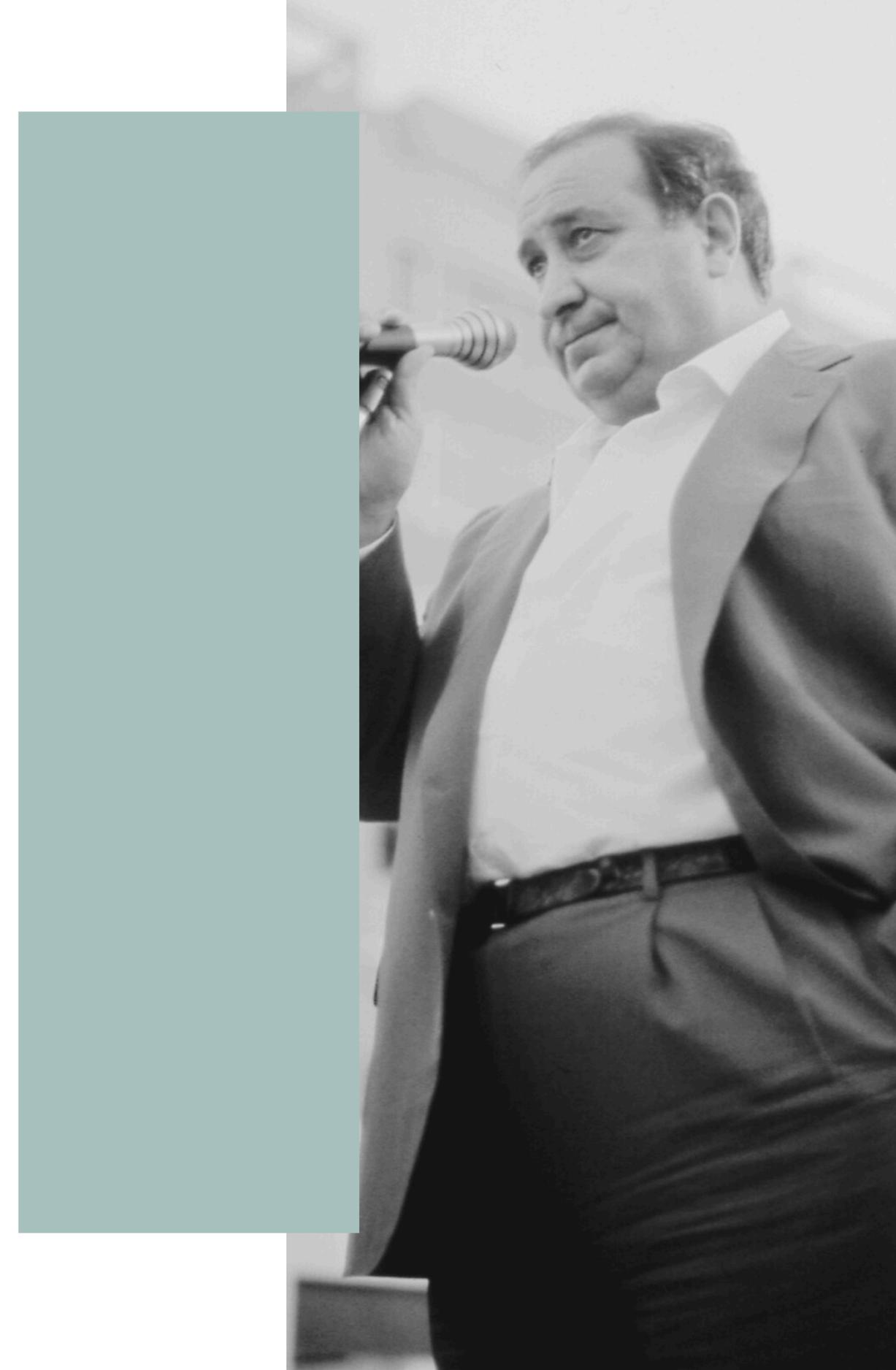
... “Me hablan de la derecha, de la izquierda, del centro, del sótano y del ático, porque yo de política ya no entiendo, ya no sé ni donde estamos” ...

... “[has] recibido un mal trato porque has tenido unos gobernantes que no han estado capacitados, vamos a ver si ahora vienen otros que, como empresarios...”

Pero la gestión que promete Gil está vinculada a los intereses inmobiliarios y la comercialización del suelo, convirtiéndose en uno de los primeros defensores a ultranza de la posterior Ley del Suelo de 1998 del gobierno de Aznar, una legislación que impulsó la burbuja inmobiliaria entre 1997 y 2008 y que está relacionada con las erróneas estrategias políticas que favorecieron el boom inmobiliario de 1986 a 1991. En la figura de Gil coinciden tres actores:

1. El político local capacitado para reclasificar el uso de los terrenos.
2. El promotor inmobiliario y,
3. El constructor.

Estos tres roles se combinan en la figura de Gil, quien aglutina el poder político, económico y empresarial, configurando una red de intereses estrechamente vinculada al desarrollo inmobiliario.



... *“Verá usted qué fácil es el tema para los que lo sabemos hacer. Cuando yo me cojo ahora ese suelo y lo puedo transformar y capitalizar quiere decir que estoy obteniendo dinero. Si ese dinero me lo quedara yo por el sistema habitual sería un malversador, un golfo más. [En cambio] si ese dinero lo dejo para utilizarlo en servicio de que esa plusvalía vaya en servicio del ciudadano de a pie” ... “Luego dicen que no hay suelo, veréis como conmigo sí hay suelo, va a sobrar suelo” ...*

Gil es una consecuencia puramente ibérica, nacida de la lógica capitalista hispana, en la que las soluciones a los problemas sociales se reducen a propuestas especulativas, financieras e inmobiliarias. Esta lógica está arraigada en la tradición de la dictadura franquista, de la cual Gil fue un rancio partícipe.

... *“la metamorfosis democrática del régimen político se solapó con una refundación oligárquica del poder en la que un caciquismo renovado siguió extendiendo la cultura del pelotazo a una escala sin precedentes” ... (Naredo y Montiel, 2011: 35).*

El éxito de Gil no se debe únicamente a su demagogia populista o a la enajenación de los votantes, sino a las estructuras sociales y a las políticas erróneas heredadas del desarrollismo franquista, las cuales él afianzó. Además, se basa en los intereses gestionados durante los tres periodos en los que fue elegido alcalde y en la última etapa de sus herederos políticos.

Jesús Gil (G.I.L.) – Video Campaña 1991 Marbella: <https://www.youtube.com/watch?v=RwxjJBckLLc&t=159s>

Rey-Araújo (2019). Un análisis discursivo del neocaciquismo inmobiliario. El caso de Jesús Gil en Marbella. Revista Española de Sociología, 28 (2), 305-322.

Fotografías: Miguel Rodríguez.