



*Crónica de la estrategia virtual de Antanas Mockus*

TRABAJO DE GRADO PARA EL PROGRAMA DE  
PERIODISMO Y OPINIÓN PÚBLICA

Presentado por:  
Daniel Romero González  
romero1986@gmail.com

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO:

Leandro Peñaranda  
Docente

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO  
Escuela de Ciencias Humanas  
Periodismo y Opinión Pública

Bogotá D.C. Mayo de 2011

## CONTENIDO

|   |    |
|---|----|
| -Introducción.....                              | 4  |
| 1. Visionarios y el llanero solitario.....      | 7  |
| 2. Huele a campaña.....                         | 10 |
| 3. Nace una fuerza política.....                | 14 |
| 4. Unidos podemos más.....                      | 20 |
| 5. “Vote por uno de nosotros”.....              | 24 |
| 6. La campaña hecha por la gente.....           | 31 |
| 7. “Yo iba a votar por Mockus, pero ya no”..... | 47 |
| 8. De la Ola Verde a la Naranja Mecánica.....   | 56 |
| -Análisis.....                                  | 63 |
| -Referencias.....                               | 65 |
| -Anexo # 1.....                                 | 68 |
| -Anexo # 2.....                                 | 70 |

## Introducción

En el año 2008, el entonces candidato Barack Obama sentó un precedente en Norteamérica: vía redes sociales pueden conquistarse varios miles de electores. Con el extraordinario apoyo de Internet, Obama fue elegido presidente. Y no cualquiera: fue el primer afroamericano en ocupar la Casa Blanca; fue el primer mandatario 2.0<sup>1</sup> del mundo, respaldado por más de 60 millones de individuos en las urnas.

Como Obama en los Estados Unidos, en el año 2010 el ex alcalde de Bogotá Antanas Mockus lideró un fenómeno nunca antes visto en el país. Por más de 30 meses hizo una campaña donde redes sociales como Facebook y Twitter fueron su motor en la lucha por la presidencia de Colombia, produciendo un movimiento ciudadano de casi 4 millones de personas que “pusieron a temblar al establecimiento”<sup>2</sup> y obligaron a “la clase política clientelista a tener que unirse para sobrevivir”<sup>3</sup>. Ese movimiento se llamó la Ola Verde.

“*De la victoria digital a la derrota electoral de la Ola Verde*” narra la estrategia<sup>4</sup> virtual de Antanas Mockus. A partir de mi experiencia como su *community manager*<sup>5</sup>, esta crónica periodística, escrita cronológicamente<sup>6</sup> desde el año 2008 hasta junio 2010, cuenta los antecedentes y lo sucedido durante la campaña presidencial del Partido Verde.

En los primeros capítulos de esta historia se verá que la campaña digital de Mockus comenzó mucho tiempo antes que la Ola Verde arrasara en Internet. Que ese fenómeno político se produjera en las redes sociales y sorprendiera al mundo no fue una casualidad, ni mucho menos una jugada propagandística costosa. Fue el resultado de una estrategia digital ejecutada durante dos años, cuyo mejor cómplice del éxito fue la juventud colombiana.

---

<sup>1</sup> El término “Web 2.0” se conoció en el año 2004 y se refiere principalmente a la interacción virtual y el intercambio de información que se logra en páginas web, redes sociales, blogs y canales digitales de video o fotografía.

<sup>2</sup> Cita extraída de la columna de opinión titulada *Demasiada Verdad*, escrita por Álvaro Forero en junio de 2010.

<sup>3</sup> Cita extraída de la columna de opinión titulada *El voto por Antanas*, escrita por Pedro Medellín en junio de 2010.

<sup>4</sup> Para facilitar la lectura y comprensión del crecimiento exponencial en la estrategia virtual, ver página 70, Anexo # 2, titulado “Tabla cronológica sobre el crecimiento de seguidores de Antanas Mockus en Facebook y Twitter”.

<sup>5</sup> *Community manager* es la persona responsable de crear, administrar y actualizar los contenidos de una comunidad de usuarios en Internet.

<sup>6</sup> Ver página 68, anexo # 1: Tabla cronológica sobre los eventos o sucesos más relevantes incluidos en “La victoria digital y la derrota electoral de la Ola Verde”.

Este relato no es una simple anécdota, ni una experiencia de vida ni una adulación a los protagonistas, sino la narración de un ejercicio donde se demostró que la política y sus prácticas pueden ser otras a las tradicionales. Respondiendo a uno de los objetivos más fundamentales del periodismo, aquí cuento lo ocurrido en un hecho memorable que fue de interés público.

Las memorias de campaña, las entrevistas, los datos, las cifras y las referencias a otros textos que aquí se recopilan no buscan revelar información confidencial ni constituyen un publi-reportaje. Intento hacer un aporte académico y periodístico alrededor de la novedosa relación que existe entre política e Internet. Quiero compartir algunos testimonios, incluido el propio, sobre una campaña presidencial que muchos todavía no se explican por qué cantó victoria en el ciberespacio y fracasó en las urnas

En esta crónica el punto de vista es el de un testigo de lo sucedido. Sin embargo, les confieso a los lectores que en algunos episodios fue sencillamente inevitable el uso de la primera persona. A decir verdad fue una decisión intencional. Como lo señala el escritor y periodista Juan José Hoyos, narrar en primera persona tiene sus ventajas: 1) Provoca simpatía hacia el narrador. 2) Produce credibilidad. 3) Da una impresión de verdad. 4) Se conocen experiencias e impresiones de primera mano. 5) Da un tono de intimidad y cercanía con la narración. 6) Hay alto grado de conocimiento de los hechos<sup>7</sup>. Así, en el periodismo también es válido, recurrente y tal vez hasta necesario escribir unas buenas páginas a partir de un testimonio de vida o experiencia directa con los hechos. Al fin y al cabo, se cumple con uno de los propósitos del periodismo: contar lo que sucede, pero no esta vez al estilo informativo escueto, inherente a la noticia, sino más bien narrativo, propio de la crónica, donde se aborda la realidad de manera diferente, donde el tiempo hace parte del relato mismo, de la trama. Aquí se cuentan los detalles, se utiliza el diálogo, se intenta describir escena por escena, se introducen personajes y se propone un lenguaje y una estructura distinta a la “pirámide invertida”. En otras palabras, intenté no resumir la realidad, sino contarla. Eso no excluyó en ningún momento incorporar información; el tono no impidió presentar cifras, datos, opiniones de expertos, imágenes o fotos memorables que soportan lo aquí escrito.

Los hechos, los fracasos y los logros se acompañan de la narración de aquellos episodios que ocurrieron paralelamente en lo político, fuera de las redes sociales, comprobando que la Ola Verde no fue un movimiento exclusivamente virtual, como muchos aseguran. No sería posible contar la estrategia digital sin describir lo que pasaba mientras tanto en el contexto. Los mensajes que se hicieron públicos en las redes sociales de Mockus fueron difundidos según la coyuntura, y eso explica por qué es imprescindible referirse con frecuencia a las situaciones y a las decisiones de campaña. Sin la realidad política no habría existido la estrategia en Internet. Las noticias provocaron los mensajes virtuales y algunas veces viceversa. Seguramente se hayan escapado algunos detalles; otros tantos fueron olvidados intencionadamente.

---

<sup>7</sup> Ver Hoyos, Juan José. Escribiendo historias: el arte y el oficio de narrar en el periodismo. P. 236-237.

En lo metodológico, se hizo un trabajo de reportería que incluyó la revisión del material periodístico (noticias, crónicas, reportajes y entrevistas) que publicaron los medios de comunicación alrededor del tema, con las respectivas reacciones de la gente en foros virtuales. También se revisaron contenidos que en su momento fueron difundidos por las redes sociales de Antanas Mockus. En tercer lugar, se recopilaron y leyeron varias columnas de opinión de reconocidos periodistas y analistas como Daniel Coronell, Pedro Medellín, Daniel Samper, Juanita León, entre otros, quienes dedicaron buena parte de sus análisis al fenómeno de la Ola Verde. La investigación incluyó la compilación de resultados de las más importantes encuestas presidenciales, que provocaron un optimismo desbordado, elevaron las expectativas de victoria y pusieron a soñar a Mockus, a su equipo y a sus seguidores con la Casa de Nariño. Con éstas se recordará cómo un profesor universitario pasó del 4% en intención de voto a ser considerado el primer presidente verde del planeta. Finalmente, se realizaron algunas entrevistas a quienes fueron los protagonistas de campaña, desde Mockus hasta sus más cercanos empleados y sus más apasionados activistas en la red.

Concluida la crónica con el capítulo número ocho, el análisis final es el espacio donde sin ningún temor se hacen valoraciones de los hechos y se explica cuál fue el impacto de la tecnología en la política colombiana. Muchos de mis juicios estarán perturbados por mi condición de ex empleado de Mockus, pero a lo largo de toda la crónica se hizo un esfuerzo por reconstruir objetivamente los hechos narrados.

# Capítulo 1



-Aló, ¿Sandra? –pregunté con cierto nerviosismo.

-Sí, ¿con quién hablo?- respondió.

-Mira, hablas con Daniel Romero, estudiante de la Universidad del Rosario. Una profesora me contó que ustedes estaban necesitando practicantes y a mí me interesa – le dije tratando de perder la timidez.

-Si quieres ven a la oficina el viernes a las 9 de la mañana a una entrevista- contestó Sandra, entusiasmada.

Iba en séptimo semestre. De vez en cuando compañeros de carrera me contaban anécdotas, sufrimientos, aprendizajes y salarios en sus nuevos lugares de trabajo. Gente por la que yo no daba ni un peso en el campo laboral había ingresado a empresas donde yo soñaba trabajar. No era un tema de soberbia o de envidia; yo solía leer los trabajos de mis compañeros para comparar su redacción y contenido con los míos y no veía más que errores ortográficos. Pero más allá de la sana competencia que se cocina desde la universidad, donde cada quien intenta destacarse a su manera, yo quería comenzar a ejercer el periodismo. Por eso en pleno mayo del año 2008, me fui a la entrevista.

La dirección que buscaba correspondía a una casa inmensa, ubicada en el sector de Teusaquillo, en Bogotá. Era una casa antigua, cuyo dueño había decidido convertirla en oficina. La recepcionista me confirmó que en el tercer piso me estaban esperando. Subí las escaleras y vi a una mujer sentada frente a un computador. Al verme, se paró de inmediato a saludarme. Ese día comenzó una historia. Era Sandra Gutiérrez.

-Bueno...comencemos. ¿Sabes algo de nuestra campaña Voto Vital? – me preguntó en una pequeña oficina con una también pequeña mesa redonda y dos sillas, donde nos habíamos sentado a conversar.

-Mmmmmm, no, la verdad no sé mucho. No sé nada, mejor dicho- contesté con sinceridad. Preferí no inventar.

-¿Cuál es tu “fuerte”?- continuó Sandra.

-La redacción- respondí, ya más seguro.

-Aquí no pagamos- me aclaró mirándome a los ojos, quizás esperando un desconcierto de mi parte.

-No importa, yo me le mido. Ahora lo que quiero es trabajar en lo que me gusta- le dije tratando de tranquilizarla.

-Buenísimo, si quieres pásate entonces cada vez que puedas. Aquí te espero- terminó rápidamente Sandra. No habría más filtros ni entrevistas. El “puesto” era mío.

Sandra Gutiérrez era la jefe de prensa de Antanas Mockus y de su movimiento Visionarios por Colombia, fundado en el año 2000 y consagrado en proyectos de cultura ciudadana, respeto a la vida y promoción de la legalidad. Jamás le pregunté la edad, pero ronda los 35 años. Es alegre, desprendida, con buen humor, sangre costeña y curiosidad por la tecnología y sus evoluciones. Para esa época llevaba menos de dos años en el cargo y conoció a Mockus cuando asesoró a un candidato al Congreso por la lista “Confíar Antanas”, que fracasó en las elecciones del 2006. Desde allí nunca ocultó su sueño de cantar revancha y trabajar en la Casa de Nariño. Pero no con cualquier presidente. Ella sólo madruga y trasnocha por Antanas.

De Mockus se decía en el 2008 que sería el gobernante ideal para Dinamarca, no para Cundinamarca. “Este país no está preparado para un presidente como él”; “es el que se bajó los pantalones en la Nacional”; “es el de los mimos y la cultura ciudadana”; “es un payaso que se casó en un circo, montado en un elefante”; “fue el que le echó un vaso de agua a Serpa”, se escuchaba en la calle con frecuencia. Antanas también tenía fama de haber sido buen alcalde de Bogotá durante dos periodos (1995-1997 y 2001-2004), pero en el 2006 se había lanzado como candidato presidencial independiente y no había logrado más de 160 mil votos. Quedó como un llanero solitario en la política nacional. Así entró al famoso “pabellón de quemados” y tuvo que ver triunfar por segunda vez a

Álvaro Uribe, reelegido presidente con más del 60% de los votos (unas siete millones de personas).

Pero Antanas ya no es el mismo “loco” del pasado. Es distante, tímido y rara vez se ríe a carcajadas. Es imposible hablar con él de un tema en específico; de por medio siempre encuentra en su memoria anécdotas y ejemplos de su vida cotidiana que lo hacen terminar hablando de otras cosas. No es un político normal: llora con frecuencia, permanentemente siente culpa y depresión, le tiene pavor a las tarimas y es tal vez el símbolo colombiano de la anticorrupción y el anticlientelismo. Jóvenes le piden fotos diariamente y lo miran sorprendidos con profunda admiración. Es el presidente de los niños. Es un profesor, y no en vano sus colaboradores lo conocen como el “profe”; hasta por correo y en las reuniones de trabajo siempre intenta hacer pedagogía. Con los años se volvió excesivamente reflexivo y habla lento porque piensa demasiado, pero es un maestro, un artista, es absolutamente impredecible.

## Capítulo 2



Durante mis primeros días de trabajo, al que iba unas seis u ocho horas a la semana, Sandra Gutiérrez me pidió que me encargara del Facebook de Antanas. Me dio la contraseña y el nombre de usuario y estuve largas horas sentado frente al computador haciendo clic cada segundo para aceptar solicitudes de amistad en su perfil personal. El objetivo: aumentar el número de amigos de Mockus en esta red social, con cerca de 100 millones de afiliados para la época, de los cuales 8 millones eran colombianos, que ubicaban a Colombia como el tercer país latinoamericano con más usuarios en Facebook<sup>8</sup>.

-Dani, ¡pilas! Antanas tenía como amigo a “Gordolindo” –me gritó Sandra Gutiérrez, preocupada.

-¿El paramilitar?- contesté más preocupado que ella.

-Sí, el mismo. El tipo sale en fotos en tremendas rumbas en la cárcel de Itagüí. Ya lo eliminé de la lista de amigos– dijo Sandra, riéndose un poco.

---

<sup>8</sup> Facebook es un sitio web gratuito de red social. Fue creado en el año 2006 y su único requisito de registro es contar con una cuenta de correo electrónico. Para julio de 2010 tenía más de 500 millones de usuarios en el mundo. Hoy por hoy es la segunda página más visitada en Internet, después de Google. Más de 83 millones de fotografías se suben diariamente a través de Facebook. Cuenta con más de 500 mil aplicaciones creadas libremente por sus miembros y tiene traducción a más de 70 idiomas. En Colombia demostró su impacto por primera vez al convertirse en la herramienta de convocatoria de la marcha del 4 de febrero del 2008, fecha en la que millones de personas salieron a las calles a manifestarse contra la violencia de la guerrilla de las Farc.

Durante un mes había hecho tantos clics que –sin culpa- había permitido que mi nuevo jefe fuera amigo en Facebook de Francisco Javier Zuluága, alias “Gordolindo”, catalogado internacionalmente como “narco-paramilitar”. Nada más y nada menos. Pero nadie se enteró; ni la prensa, por fortuna.

## **El poder en Hollywood**

Mientras tanto, en Estados Unidos el entonces precandidato presidencial del Partido Demócrata Barack Obama sentaba un precedente: el poder de la tecnología. El escenario le favorecía: más de 200 millones de sus compatriotas (en promedio el 70% de la población) tenían acceso a Internet y buena parte de ellos pedía a gritos una política distinta a la del Presidente George Bush. Obama no sólo encarnaba un cambio ideológico y político, sino también cultural. Estados Unidos jamás había tenido un presidente negro. Ni siquiera las películas de Hollywood se atrevían a representar al mandatario con un actor de piel oscura. Hasta los más escépticos dudaban que un afrodescendiente pudiera cantar victoria en las urnas. Se tenía que romper un mito histórico. Y Obama lo logró, en buena parte, gracias a Internet.

Primero ganó la consulta demócrata que disputó en junio con Hillary Clinton y luego arrasó en las presidenciales con el poderoso apoyo de redes sociales como Facebook y Twitter, blogs y páginas web. Millones de voluntarios lideraron un movimiento que se llamó la “Obamanía”, un activismo político en línea sin precedentes. Apoyar a Obama se puso de moda en Estados Unidos, fue casi sinónimo de ser políticamente correcto. Músicos, actores, actrices y famosos también respaldaron espontáneamente su candidatura. “*Hollywood stars shine for Obama*”, había titulado la BBC en su edición del 4 de marzo de 2008, y casi toda la prensa internacional abrió en primera página con titulares parecidos durante gran parte del año. Eso tuvo un peso mediático inmenso; se dispararon las búsquedas en Internet a favor del denominado ciber-candidato, que en cuestión de días logró más de un millón de seguidores en Facebook y en Twitter, redes sociales que se convirtieron en su motor de campaña.

Aparecieron las encuestas y los números auguraron la victoria de Obama por más de seis puntos porcentuales frente a John McCain, el candidato de los republicanos, que pagó el precio del fracaso de Bush, su copartidario. En noviembre del 2008 ganó un negro por primera vez en la historia la presidencia de Estados Unidos, donde el respaldo virtual se volcó a las calles y propinó un verdadero apoyo electoral. Ese fue el primer “Presidente 2.0” del mundo.

## **Se cocina la estrategia digital**

En la oficina de Visionarios, entretanto, dieron nuevas órdenes.

-Hay que pensar en una estrategia de comunicaciones que “desbogotanic” a Antanas- pidió Liliana Caballero al equipo de prensa en una reunión. Liliana es la mano derecha de Mockus desde hace unos 12 años y gerente de su movimiento desde su fundación. Es una abogada cercana a los 55 años; muchas veces toma decisiones por el “profe”, quien tiene fama de indeciso. Ella es la que manda.

En los pueblos y municipios de Colombia, Mockus era sólo un tipo con nombre de extranjero. Y la política a veces funciona como el mercado: de las buenas ideas siempre alguien se copia. Por eso el equipo de Mockus vio en Obama y su exitosa estrategia digital la solución: la participación ciudadana vía redes sociales.

-Pues Facebook, que es gratis, tiene gente inscrita en todas las regiones de Colombia. Abramos grupos donde se inviten a personas de diferentes ciudades para que trabajen por la causa visionaria, sin mencionar que se trata de motivar una candidatura presidencial- propuso Sandra Gutiérrez. La idea gustó y se puso en marcha.

A Mockus también se le había creado una página de seguidores en Facebook, el nuevo invento de la red dirigido a músicos, políticos y artistas que alcanzaban el límite de 5 mil contactos en perfiles personales. En las *fan pages* la gente se volvía seguidora sin tener que esperar respuesta; ya no se tendría que hacer clic cada segundo para aceptar solicitudes de amistad. Si “Gordolindo” quería ser seguidor de Antanas en Facebook, allí podría serlo, pero no habría responsables a quién culpar por esa relación virtual. Así se iba creando una estrategia digital. No era una solicitud de Mockus ni mucho menos, pero era un experimento gratuito al que había que apostarle.

- Mira, escribí este mensaje para publicarlo- le dije a Sandra en la oficina, esperando su aprobación.

- Listo, está bien, dale fresco- me autorizó luego de leer cuidadosamente.

“En vista de que mi perfil en Facebook sólo acepta 5 mil amistades, decidí crear esta página como político, en la cual no hay restricción alguna en la cantidad de simpatizantes. Espero les guste. Atentamente: Mockus”. Tal vez no era llamativo ni novedoso, pero esa era sólo la bienvenida. La sorpresa vendría años después. Allí se inició la publicación de noticias, fotos de eventos y una que otra reflexión de Antanas sobre actualidad. La comunicación era esporádica y siempre con previa aprobación, pero poco a poco se fueron vinculando diez, veinte, treinta y luego cientos de personas cada mes. Los primeros 5 mil seguidores eran casi los mismos del perfil personal, que migraron a ese nuevo espacio por invitación del “profe”.



No se podía dejar que Mockus muriera políticamente sólo por haber perdido las elecciones del año 2006. Durante todo el 2008 se intentó conservarlo activo y visible consiguiéndole talleres y charlas sobre cultura ciudadana y respeto a la vida. Mantenerlo en la baraja de posibles candidatos presidenciales para el 2010 era un mandato laboral en la oficina, sin que Antanas lo exigiera. Si él se hacía el loco o el sordo cuando le pedían que se lanzara nuevamente como candidato, su equipo mientras tanto se encargaba de planear la revancha que desde el 2006 quería disputar. Sus más cercanos colaboradores explicaban que él competiría siempre y cuando viera alguna posibilidad de ganar.

-Hoy llegamos a los 10 mil seguidores en la página Facebook de Antanas- le conté entusiasmado a Sandra Gutiérrez una tarde de marzo del 2009.

-¡Buenísimo! La nueva meta es llegar a los 20 mil. Publica eso como un reto- respondió Sandra, invitando siempre a un nuevo desafío virtual.

A Mockus también se le creó el 2 de marzo una cuenta en Twitter, un microblog que hoy tiene más de 180 millones de inscritos en el mundo, pero que en el 2009 no tenía más de 20 millones de afiliados (frente a los 350 millones que en ese año alcanzaba Facebook) y pocos usuarios en Colombia, por lo que se dudaba de su impacto, pero aún así se abrió y de vez en cuando se publicaban mensajes de máximo 140 caracteres, como impone este sitio web. Aún así la prioridad siempre fue Facebook, que por la cantidad de jóvenes inscritos tenía potenciales electores.

Para la época no se había logrado que Antanas escribiera o publicara él mismo los mensajes. Su ocupada agenda no permitía que se le enseñara a usar nuevas tecnologías. Además en un país como Colombia, donde la cobertura en Internet no superaba el 40%, era muy difícil venderle la idea a una persona de 57 años que una capacitación en Facebook y Twitter valía la pena porque eso era rentable políticamente.

-Eso consume mucho tiempo. Siempre hay alguien que hace una contrapregunta. Además me di cuenta que muchos de mis seguidores eran residentes en el exterior- reconoce Antanas, a manera de excusa.

Tampoco había cómo robarse las miradas de los medios. Uribe, Obama, Chávez, Correa y otros tantos mandatarios ocupaban las primeras páginas de los diarios y definían la agenda. En lo electoral se respiraba ambiente de continuismo y nadie veía rival que le impidiera al presidente Uribe su segunda reelección. Una encuesta<sup>9</sup> de Datexco confirmaba el 21 de marzo del 2009 que Uribe arrasaría con más del 35% de intención de voto, por encima de Andrés Felipe Arias (9,4%), Noemí Sanín (7,7%), Juan Manuel Santos (6,3), Germán Vargas Lleras (5,9%) y Sergio Fajardo (5,3%).

---

<sup>9</sup> Ver noticia sobre la encuesta publicada en la revista Semana, disponible en URL: <http://www.semana.com/confidenciales/ultima-encuesta/122023-3.aspx>

## Capítulo 3



El 23 de marzo del 2009 la periodista María Isabel Rueda entrevistó a Mockus para el diario El Tiempo<sup>10</sup>.

-María Isabel Rueda: ¿Antanas, en qué está en la práctica? ¿Va a hacer campaña presidencial?

-Antanas Mockus: Pues si se mueven las alas de una mariposa en California y se mueven las placas tectónicas, sí.

-MIR: Le confieso que no entendí nada.

---

<sup>10</sup> Ver Rueda, María Isabel. Columna de opinión: *Antanas, ¿y usted en qué anda?*, disponible en URL: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4896173>

-AM: Pues en el pasado me he arriesgado a decir muy tempranamente, yo voy a ser candidato. Creo que me va mucho mejor y le va mejor a la sociedad colombiana si dejo el tema abierto.

-MIR: Bueno. Hasta aquí va casi claro. Muy macha yo que logré aterrizarlo. ¿Usted ha hablado con Sergio Fajardo últimamente de política?

-AM: He hablado con Fajardo.

-MIR: ¿Es posible que ahí haya una química electoral?

-AM: Pues hay principios comunes.

Esta fue la primera entrevista en la que Mockus condicionó su candidatura presidencial según las circunstancias. No quería participar de puro adorno y al dejar el tema abierto aumentaba expectativas. Pero Antanas era visto como presidenciable, y no a cualquier político le preguntan si va a ser candidato a la presidencia de Colombia. La pregunta era un halago. Por otro lado, las respuestas de Antanas eran un ladrillo incomprensible. Tocaba casi descifrarlas y leerlas dos, tres y hasta cuatro veces. La gente así lo percibía: un tipo enredado que no lograba cautivar a la gente del común, a aquellos que llaman “ciudadanos de a pie” o simplemente “el pueblo”. Ese era Mockus: un reto en comunicación. Algunos trataban de traducirle sus textos y sus frases para hacerlas más sencillas y publicables en Internet, pero era tiempo perdido. ¿Cómo traducir frases como: “No soy débil, soy un duro limpio”? No se podía cambiar a Antanas. Él tampoco se dejaba “libretear”. Al fin y al cabo la gente lo veía como un tipo en exceso inteligente entre los políticos colombianos, grupo en el que también sobresalía Sergio Fajardo.

Sin el respaldo de maquinarias políticas tradicionales, Fajardo llevaba más de un año recorriendo el país recogiendo firmas para poder lanzarse a la presidencia 2010. Era joven, con fama de honesto y transparente, le había ido muy bien siendo Alcalde de Medellín, punteaba en las encuestas, no generaba resistencia ni polarización, las mujeres veían en él un hombre apuesto y simpático y hablaba muy bien en público. Antanas carecía de casi todas esas cualidades. Por eso el país podía “robarle” todos los votos. De eso no cabía la menor duda. Eso ponía a los Visionarios a pensar si lo mejor era que Mockus aceptara ser su candidato a vicepresidente.

-Una vez Fajardo lo planteó y yo le respondí: “Mejores propuestas me han hecho”- cuenta Antanas con vergüenza por la descortesía.

Pero el reclamo por la unión de Mockus y Fajardo era generalizado. Los seguidores del “profe” en las redes manifestaban: “Estos dos hombres con hojas de vida intachables deben ser conscientes que solos no podremos desbancar del poder la mentira y la corrupción”, “ese sí sería un equipazo”, “la evolución es posible: Mockus y Fajardo”.

-¿Tiene pensado lanzarse?- le preguntó el periodista del Espectador Germán Espejo a Mockus a principios de abril, justo una semana después de la entrevista para El Tiempo<sup>11</sup>.

-Yo sé que cultura ciudadana parecería más débil que Seguridad Democrática, pero si yo siento que por lo menos media Colombia prefiere la cultura ciudadana, me lanzo- respondió Antanas, entre ingenuo e idealista.

Esa frase, que sonaba a condición, no era otra cosa que una locura: en Colombia durante ocho años se había hablado del éxito de la política de seguridad del presidente Uribe y su popularidad superaba el 68%. El 5 de abril del 2009 la revista Semana publicó la encuesta<sup>12</sup> de Datexco y el Presidente arrasó con el 42,6% de intención de voto, frente a un 9,8% para Sergio Fajardo. Si Uribe no era candidato, Fajardo era favorito, seguido por Noemí Sanín y los ex ministros Juan Manuel Santos y Andrés Felipe Arias. ¿Y Mockus? Ni siquiera aparecía.

## La unión de independientes

En mayo, el Congreso de la República debatió la Reforma Política del Gobierno. Días antes de los últimos debates, el entonces congresista David Luna decidió buscar a Liliana Caballero, tratando de motivar el hundimiento del proyecto.

-David Luna me propuso que reconocidos políticos independientes firmaran una carta oponiéndose a esa reforma, que propiciaba el clientelismo. Luna coordinó con cada uno de los políticos o con sus asesores, nos propuso por correo electrónico el borrador de la carta y por allí llegamos a un acuerdo- cuenta Liliana Caballero.

Así fue como el país conoció a los “quíntuples”. Sin reuniones previas, los ex alcaldes Antanas Mockus, Luis Eduardo Garzón, Enrique Peñalosa, Sergio Fajardo y la senadora Marta Lucía Ramírez se unieron con un propósito común: oponerse en público al proyecto del Gobierno. “Reforma política es 'clientelista, puestera y excluyente', dicen presidenciables”<sup>13</sup>, tituló el diario El Tiempo el 20 de mayo de 2009.

Los “quíntuples” eran un “sancocho” de historias y tendencias. Lucho Garzón sabía cautivar con su discurso a los más pobres pero tenía fama de izquierdista y sindicalista, características que en pleno gobierno Uribe eran un estigma; Peñalosa era mal recordado

---

<sup>11</sup> Ver noticia de El Espectador titulada *Antanas Mockus reconoce posible candidatura*, disponible en URL: <http://www.elespectador.com/node/133429/video-giraldo-vuela-roma>

<sup>12</sup> Ver noticia sobre la encuesta, publicada en la revista Semana, disponible en URL: <http://www.semana.com/confidenciales/encuesta-datexco/122602-3.aspx>

<sup>13</sup> Ver El Tiempo, *Reforma política es 'clientelista, puestera y excluyente', dicen presidenciables independientes*, disponible en URL: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5237268>

por las losas de Transmilenio y los bolardos, pero le había ido bien con la recuperación del espacio público y la construcción de ciclo-rutas, bibliotecas y parques; Marta Ramírez era una senadora uribista que aportaba una necesaria mirada de género, pero parecía colada en un grupo de independientes; y Sergio Fajardo, con él había una competencia electoral enorme. Así se pronunciaron algunos de los *fans* en las redes sociales sobre los “quíntuples”: “Qué gran equipo”, “Salven la patria”, “Me llena de alegría que se depongan los egos”, “Marta Lucía se ve como mosco en leche, pero no importa”.

Con la creación del grupo, a finales de mayo 2009 en la oficina de Mockus se revisó quiénes eran los presidenciables con más seguidores en Facebook. Antanas lideraba, aunque Fajardo lo seguía muy de cerca, respirándole en la nuca. Otros posibles candidatos como Gustavo Petro, Noemí Sanín, Juan Manuel Santos y Germán Vargas Lleras también habían descubierto Twitter y Facebook, pero lo actualizaban poco o nada, y en Internet no basta con hacer presencia. Mockus invitaba a la acción colectiva, publicaba fotos, frases y videos diariamente, que a su vez eran reenviados y compartidos por la gente. Su equipo comprendió que difundir información era una forma de persuasión política atractiva. En el ciberespacio el profesor ganaba siendo él mismo: un tipo diferente. “En la red, para ser visible hay que hacer algo único, excepcional. Antanas Mockus sabe cómo hacer eso. Él llama la atención, así sea por lo raro. No impone una barrera entre lo íntimo y lo público y le apuesta a la construcción colectiva. Es universal en su filosofía y actitud; representa una tendencia mundial, como Obama”<sup>14</sup>, explicó después La Silla Vacía.

Sin embargo, el 14 de julio del 2009 el diario El Tiempo publicó una encuesta sobre una eventual consulta popular entre los “quíntuples”, y Fajardo, para desgracia de Mockus, ganaba con ventaja: el país registraba el 44% de intención de voto, frente a sólo 25 puntos para Antanas, 21 para Garzón y 7 para Ramírez, según la firma Invamer Gallup<sup>15</sup>. Eso comprobaba nada más y nada menos que el liderato en Facebook no se traducía ni significaba una victoria en las encuestas.

-Tras el buen impacto de las declaraciones, decidimos seguir trabajando juntos. Se nos unieron la Alianza Social Indígena y el Partido Verde Opción Centro. Con ellos iniciamos reuniones para acordar propuestas- recuerda Liliana Caballero sobre el proceso de los “quíntuples”.

El 27 de julio del 2009, Mockus, Peñalosa, Fajardo, Garzón y Ramírez le contaron<sup>16</sup> al país que presentarían listas al Congreso y buscarían candidato único a la Presidencia.

---

<sup>14</sup> Ver La Silla Vacía. *Diez razones por las que Antanas Mockus tiene éxito en Internet*, disponible en URL: <http://noticias.latam.msn.com/co/especiales/elecciones/mockus-en-internet.aspx>

<sup>15</sup> Ver El Tiempo. Noticia: *Candidatura de Fajardo 'desinfló' fuerza política de los 'Quíntuples'*, disponible en URL: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5636507>

<sup>16</sup> Ver El Tiempo. Noticia: *Los quintuples quieren candidato presidencial único*, disponible en URL: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5712177>

Así comenzó a formarse un nuevo partido político en Colombia. “Unidos podemos más”, sentenció Antanas, quien tenía claro -por su experiencia en 2006- que jugar a ser el llanero solitario era casi un suicidio político. Por eso tal vez la innovadora unión le despertó las ganas de competir, otra vez. Mientras tanto, los más de 13 mil seguidores que ya sumaba el “profe” en su página Facebook, más otros 1000 que lo seguían por Twitter, continuaron opinando: “Cualquier cosa menos Uribe III”, “No más paisas manejando este país, Mockus Presidente”, “Fajardo debe estar al mando, es más astuto”, “Antanas presidente me suena...el resto de escuderos”.

## **De los “quíntuples” a los “tres chiflados”**

Pero el 3 de agosto de 2009 Marta Lucía Ramírez se bajó del bus. Se retiró del grupo y anunció, de paso, que el Partido Conservador la había invitado a formar parte de las toldas azules.

-El peso político de Ramírez no era comparable al de los ex alcaldes. Cuando se retiró nos envió una carta donde decía que no quería asumir riesgos y se sentía obligada con los conservadores. A ella le hubiera convenido seguir en el grupo- cree Liliana Caballero.

Una semana después se salió Sergio Fajardo. A ese ritmo el proyecto terminaría en simples promesas incumplidas, grave error político que la gente termina cobrándolo en encuestas y en las urnas. Fajardo no estaba dispuesto a someterse a ningún proceso interno o popular para definir el candidato presidencial. Llevaba meses recogiendo firmas para avalar su candidatura y no aceptaría pasar de candidato a precandidato. Sabía que eso significaba una cachetada tremenda a sus seguidores y un paso atrás en sus aspiraciones. Antanas tampoco estaba dispuesto a aceptar esos inamovibles. Para “el profe” no era legítima una candidatura designada casi a dedo, sin conocer la opinión de la gente. Por eso Antanas le pidió a Fajardo que se fueran a las urnas a ver quién ganaba, pero éste nunca aceptó y por eso se retiró.

-Fajardo insistía en respetar unos procesos regionales que inició desde el 2008, como candidato presidencial, no como pre-candidato. Él sentía que toda esa gente que se había organizado para tenerlo de segundo en las encuestas presidenciales, la cantidad de voluntarios y jóvenes ya movilizados alrededor de “Fajardo Presidente”, no se les podía traicionar “negociando” una consulta o encuesta con nadie- opina Catalina Ortiz, gerente de movilización y voluntariado de la campaña de Sergio Fajardo.

-Los Visionarios no apoyaríamos a Fajardo sin dar primero la pelea por Antanas- confiesa actualmente Liliana Caballero, haciendo evidente la fe que siempre ha tenido en Mockus.

Ni en el Facebook ni en el Twitter ni en la página web de Mockus se le hizo bombo a las salidas de Ramírez y Fajardo. En las redes sólo se publicaban buenas noticias para así aumentar el número de seguidores (que a su vez eran potenciales electores), no para

contar tragedias. De eso se encargan muy bien los medios, que ya habían titulado: “Fracasa coalición de los quintuples”<sup>17</sup>, comunicó Caracol Radio. El caso es que en agosto de 2009 se pasó de un grupo de cinco a los “tres tenores”: Mockus, Peñalosa y Garzón. Hubo quienes los llamaron los “tres mosqueteros” o los “trillizos”, pero a manera de burla en septiembre 27 los llamarían cada vez con más frecuencia los “tres chiflados” por culpa de Lucho Garzón, quien se emborrachó.

El problema no fue la borrachera en sí misma, estado al que frecuentemente llegan muchos políticos sin que todo el país se entere, sino la presencia de las cámaras de Caracol Televisión, ante las cuales Lucho, totalmente ebrio, sentando en un andén en las calles de Bucaramanga, insultó a D’arcy Quinn, la periodista estrella del canal.

El video fue un éxito en Internet; desde ese día Lucho quedó ante el país como un simple borracho. Los foristas de Internet fueron (y son todavía) implacables con Lucho: “Ya no creerá en él ni la mamá, ya no volverá a engañar ni a los vendedores ambulantes”. “¿Este comunista borracho pretendía ser presidente?”, “Lucho, tú eres un pobre borracho alcohólico y buena vida”. “Usted es un borracho degenerado, su cara lo dice todo”, escribieron los foristas. La carrera política de Lucho se fue al baúl de los recuerdos. De nada valieron las disculpas que hizo frente a las cámaras de Caracol Televisión y los micrófonos de Caracol Radio o las que hizo frente a Mockus y Peñalosa. “En política la vida privada no existe”, sentenció Lucho. Con el impacto que tuvo el video en el imaginario de la gente y el éxito que tuvo la noticia en Internet, tal vez Garzón perdió esa noche cualquier opción de ser presidente de Colombia.

---

<sup>17</sup> Ver Caracol Radio. *Fracasa coalición de los quintuples*, disponible en URL: <http://www.caracol.com.co/nota.aspx?id=855574>

## Capítulo 4



Pese a las salidas de Ramírez, Fajardo y el ridículo protagonizado por Garzón, las aspiraciones de los “tres tenores” quedaron intactas: querían conformar un partido político, escoger un candidato a la presidencia y unas listas al Senado y a la Cámara. Por Facebook y Twitter se invitó a enviar propuestas de nombres para la nueva colectividad y aparecieron unos tan curiosos como “Partido cívico”, “Partido pero unido”, “Colombia viable”, “Camino Seguro” o “Partido Entero”, que a Mockus le encantó, pero ya era agosto de 2009. Faltaban menos de siete meses para las elecciones al Congreso.

La falta de personería jurídica era un problema. Sin ese requisito los “tres tenores” no podrían participar en las elecciones. Pensaron recoger las 350 mil firmas al mejor estilo de Fajardo, pero no había tiempo, y mucho menos plata. Su reputación y su filosofía no eran suficientes. Tenían que buscar un partido. Había muchos, sin duda, pero varios o casi todos desprestigiados o con miembros investigados por parapolítica u otros delitos.

Pensaron integrarse a la Alianza Social Indígena pero sus directores ya se habían decidido por Fajardo. En la baraja apareció el Partido Verde Opción Centro (fundado en 2005 por ex militantes del M-19), que tras vincularse al proceso de los “quintuples”, mostró interés en renovarse. Opción Centro tenía algunos concejales y diputados alrededor del país. Para muchos era sólo una fábrica de avales que había logrado conservar la personería como minoría política, pero su unión con los “tres tenores” era – también- un intercambio de intereses: mientras unos necesitaban la personería, los otros querían dejar de ser un partido de garaje. No había pierda, todos ganaban. Ese era el partido, ese era el futuro.

Por eso, para el 2 de octubre de 2009, se convocó un Congreso extraordinario del Partido Verde Opción Centro. Durante todo el día, más de 300 personas se reunieron en las instalaciones del Congreso de la República para formalizar la alianza entre cuatro tendencias políticas: la visionaria, la “peñalosa”, la “luchista” y Opción Centro. Al encuentro llegaron el ex gobernador Jorge Londoño y el ex militante del M-19 Carlos Ramón González (directores y fundadores del Partido), así como algunos concejales, diputados, varios militantes, los “tres tenores” y los periodistas.

En las horas de la tarde, Mockus tuvo la palabra:

-En este partido nunca vamos a votar sin antes no haber deliberado. Por eso vamos a elegir entre todos los principios y las prioridades del Partido- dijo Mockus, que al mejor estilo de una clase de pedagogía política, invitó a la gente a utilizar un priorizador electrónico y votar según una lista de opciones creada previamente.

Terminada la votación y el ejercicio democrático de Antanas, la primera prioridad del partido quedó definida como la “cultura ciudadana y educación como pilares del desarrollo”. Luego siguieron en la lista “el respeto a la vida”, el “manejo de los recursos públicos como recursos sagrados” y otros tantos. Conclusión: las banderas del nuevo partido serían las mismas visionarias. Ese día ganaron los nuevos “verdes-visionarios”; triunfó Mockus: impuso un estilo y motivó una agenda para gobernar.

En otras decisiones, se aceptó que los miembros fundadores nunca abandonarían la Dirección Nacional y se acordó una presidencia colegiada, integrada por los ex alcaldes y el ex gobernador Londoño. Ante la falta de consenso por el nombre del partido, los tenores y Londoño decidieron que la nueva fuerza se llamaría Partido Verde, cuyo logo mantendría un girasol porque era el símbolo de los partidos verdes a nivel mundial. Y así, definidos los estatutos, los principios, las prioridades, el nombre y el logo de los nuevos Verdes, provocaron la noticia: “Se creó el Partido Verde, con Garzón, Mockus y Peñalosa”<sup>18</sup>, tituló Caracol Radio ese 2 de octubre.

La noticia de la unión abonó el terreno y preparó el ambiente para las encuestas por Internet. Un seguidor virtual de Mockus sentenció para esa fecha: “Si las elecciones fueran hoy y fueran por Twitter, Antanas Mockus sería Presidente”. Pero las elecciones ni eran por Twitter ni eran ese día. Había que trabajar y ser realistas.

Opción Centro no tenía ninguna estrategia digital. Las comparaciones eran algo injustas: los verdes visionarios tenían un mejor “producto” para “vender” en Internet, que era Antanas, pero ellos no habían aprovechado el poder que les significaba tener elegidos a más de 300 concejales y algunos diputados. Mockus y su equipo, en cambio, le

---

<sup>18</sup> Ver Caracol Radio. Se creó el Partido Verde, disponible en URL: [caracol.com.co/nota.aspx?id=889357](http://caracol.com.co/nota.aspx?id=889357)

apostaron a la participación: decidieron valorar el talento de los jóvenes en lo que mejor supieran hacer. Así fue como a través de correos y mensajes por Facebook y Twitter, que ya sumaban más de 16 mil seguidores, contactaron cibernautas voluntarios según sus habilidades. Aparecieron comunicadores, politólogos, diseñadores, realizadores audiovisuales y cantidad de estudiantes interesados. Las redes sociales no eran meros canales informativos unidireccionales, donde la garantía es el fracaso, sino canales de invitación a liderar la causa.

-Yo era seguidor activo de Mockus desde el año 2008. A través de Facebook me puse en contacto con algunos de sus asesores, me invitaron a un evento y me nació asistir- cuenta Benjamín Ardila, un joven ingeniero industrial de 26 años que desde el 2009 fue uno de los cibernautas más activos a favor del “profe”.

-Apoyé a Antanas desde su candidatura presidencial en el 2006. En el 2007 conocí a Visionarios por Colombia, administré algunos grupos Facebook de apoyo al profesor y en el 2009 me acerqué a la campaña decidido a colaborar- recuerda Nicolás Rivera, activista virtual de 20 años de edad y estudiante de Derecho de la Universidad Javeriana.

Los verdes visionarios convocaron a una reunión en noviembre 2009 y llegaron Nicolás, Benjamín y unos 50 jóvenes más dispuestos a trabajar voluntariamente por la candidatura presidencial de Mockus, pero nadie sabía si él se iba a lanzar. Ante la incertidumbre y la debilidad electoral que entonces inspiraba el nuevo Partido Verde, mucha gente no volvía; primero perdían la paciencia y luego la esperanza. Las reuniones se mantuvieron como dos meses, hasta que los jóvenes dejaron de asistir, pero allí aparecieron propuestas que serían famosas en Facebook, como la aplicación “Pídele una idea a Antanas Mockus”, una herramienta gratuita que publicaba automáticamente en los perfiles personales de los seguidores del “profe” sus frases más impactantes. Eso fue un éxito que inundó la red.

Fueron logros de los Visionarios que no se compartieron ni con Peñalosa, ni con Garzón ni con el antiguo Opción Centro. La unión de los ex alcaldes en lo político no significó la fusión de sus estrategias en lo digital. Cada equipo trabajaba de manera independiente. Era una competencia. El mayor tesoro era la información (claves de Internet, bases de datos, directorios de periodistas, estadísticas de redes sociales, datos de contacto de voluntarios, piezas gráficas, aplicaciones virtuales, etc.). Por eso los cuatro equipos siempre mantuvieron mutuamente sus reservas. La unión de Partido existió en lo logístico, en lo administrativo, entre los ex alcaldes y en el objetivo más importante que era construir una nueva fuerza, pero para nadie era un secreto que a los empleados de Mockus, de Peñalosa y de Lucho les pagaban para destacar a sus respectivos jefes. Cada una de las cuatro tendencias trabajaba por un interés particular, y el de los Visionarios era sacar a Antanas presidente, independientemente del color de su partido.

## Que decida el pueblo...

Los “peñalistas”, en cambio, no mostraban interés por la Casa de Nariño; a Peñalosa le era imposible disimular su sueño de volver a la Alcaldía de Bogotá.

-Antanas: ¡láncese! – comenzó a pedir a gritos Lucho Garzón, tanto en público como en privado.

-Sí, “profe”, hágale –agregaban algunos de sus colaboradores, recibiendo como única respuesta una sonrisa y el silencio de Antanas.

El Partido avalaría a Antanas si él quería. Mockus podría ser el aspirante a la presidencia, Lucho la cabeza de lista al Senado y Peñalosa el candidato a la Alcaldía en el 2011. Sin embargo, el “profe” sabía que la solicitud era un honor, pero no aceptaría candidaturas elegidas casi a dedo. Había un riesgo adicional: la posibilidad de enfrentarse nuevamente a Uribe. Convertirse en la carne de cañón de los Verdes y someterse al peligro de volver a quemarse políticamente era francamente inaceptable.

-Todos propusieron a Antanas como candidato. No había discusión ni duda, pero Antanas insistía en que la gente debía decidir. Se pensó en una encuesta y se descartó porque los “tres tenores” tenían que seguir juntos. Así que como resultado de la construcción colectiva, el 10 de diciembre, según consta en las actas de las reuniones de la Dirección Nacional del Partido Verde, se decidió que se haría una consulta popular- afirma Liliana Caballero.

Por calendario electoral, el 14 de marzo del 2010 los colombianos votarían por los nuevos congresistas y tendrían derecho a un nuevo tarjetón: la consulta presidencial del Partido Verde. Decidido el mecanismo que elegiría el candidato por los Verdes, comenzaron las apuestas, en las que Lucho, quizás por el espectáculo de su borrachera, jamás tuvo opción de liderar. La verdadera disputa por la candidatura sería entre Mockus y Peñalosa.

## Capítulo 5



En enero del 2010 comenzó en forma la campaña por la consulta.

-Si no ganamos, los Visionarios desaparecemos de la Dirección Nacional del Partido Verde. Así de sencillo. – les dijo a los verdes visionarios en tono amenazante Liliana Caballero. Ganar era una orden.

Pero que Antanas les ganara a los otros dos tenores el 14 de marzo no era suficiente. Si en la consulta no participaban más de un millón de personas, el efecto político y mediático más inmediato sería un sentimiento de indiferencia ciudadana por el proyecto verde. Para celebrar con todas las de la ley, los candidatos visionarios al Congreso Ángela Robledo y John Sudarsky (dos académicos) también tenían que cantar victoria. Sin maquinarias y con el fracaso del año 2006 como antecedente, en Colombia no había mayor reto. Tocaba retomar la estrategia regional en las redes de Mockus, que para la época tenía 18 mil *fans* en Facebook y cerca de 2 mil 500 en Twitter.

El Partido tenía que salir de Bogotá, o sino corría el riesgo de perder la personería jurídica. La gira nacional comenzó algo excepcional en la política colombiana: los “tres tenores” harían campaña juntos. Históricamente, en este país las consultas populares partidistas eran sinónimo de rivalidad y competencia, desleal y pendenciera en muchos

de los casos. Pero los Verdes se la jugarían al contrario. Durante la campaña viajarían juntos, darían una sola rueda de prensa, evitarían la confrontación en los debates y no prevalecería el ataque personal sino el reconocimiento de las virtudes y los logros de los otros dos.

-¿Cómo vamos a ganar si no podemos pedir “Vote por Mockus”? Yo entiendo que usted no quiere presionar el voto, pero ganar así es imposible- le dije angustiado al “profe” durante una reunión de equipo antes del inicio de la gira.

-Eso de andar gritando “yo soy el mejor” es aburridísimo. La gente debe gozarse su posibilidad de escoger; al público hay que dejarlo libre- respondió Antanas, convencido que no haría campaña por sí mismo, sino por el grupo.

Así fue como el tradicional “vote por mí” se convirtió en “vote por uno de nosotros”. Con esa frase los Verdes fueron portada de revistas. En Colombia no había antecedentes sobre políticos que unidos salieran a decir “vote libremente por cualquiera”. Más aún cuando en el Partido Conservador Andrés Felipe Arias, Noemí Sanín, José Galat, Marta Lucía Ramírez y Álvaro Leyva se enfrentaban con los peores ingredientes de la política tradicional: la injuria y la descalificación personal, particularmente entre Arias y Sanín.

En los debates por televisión y en las entrevistas, Mockus, Peñalosa y Garzón se echaban flores mutuamente. “Cualquiera de nosotros sería un buen candidato y un excelente presidente”, repetían. “Debate fraterno y contundente entre los tres tenores”, titulaba Caracol Televisión. Acostumbrados los colombianos a la tensión y el sensacionalismo que se explota durante las campañas políticas, la del Partido Verde francamente no elevaba el *rating*, pero era novedosa y ejemplar. Así lo vieron los medios, la gente en las redes sociales y columnistas de opinión como Pedro Medellín, William Ospina, Daniel Samper Ospina, Daniel Coronell, entre otros, que valoraron la forma de hacer política de los Verdes.

## **Patos al agua**

La noche del 3 de febrero los Visionarios se reunieron con un amigo de confianza de Liliana Caballero que trabajaba en uno de los medios de comunicación más importantes del país, para fortalecer la última etapa de la estrategia digital de Mockus. El tipo, de unos 30 años, era seguidor del “profe” y conocía muy bien cómo funcionaban las redes sociales, pero por su cargo no podía hacer público el respaldo, a menos que quisiera terminar desempleado. La reunión y su nombre se mantendrían en secreto.

-¿Cuántos seguidores tiene Mockus en Facebook y en Twitter?- me preguntó mientras hacía garabatos en el tablero que había en la oficina.

-19 mil en Facebook y casi 3 mil en Twitter- le respondí.

-De aquí al 14 de marzo, Mockus tiene que llegar a los 100 mil seguidores Facebook. Si no somos capaces de lograrlo, olvídense de que vamos a conseguir los votos que se necesitan para ganarle a Peñalosa o a Garzón- dijo el tipo en tono retador.

“Es imposible”, pensé. Los índices de crecimiento mensual de la página de Mockus jamás habían superado los 5 mil seguidores. Pasar de 19 mil a 100 mil en un mes no era un reto sino una ingenuidad. Esa cifra significaba multiplicar por cinco –en menos de 30 días- los seguidores que se habían conquistado en casi dos años de trabajo.

-Antanas: Usted también tiene que ayudar, tiene que comenzar a escribir en Twitter; esa es una herramienta personal. Publique algo- siguió sugiriendo esa noche el amigo de Liliana Caballero.

Antanas jamás había hecho caso a esa petición, pero en plena reunión, cogió la Blackberry donde tenía configurada su cuenta Twitter y escribió: “Me acaba de llegar información según la cual la ponencia sobre el referendo reeleccionista es negativa”.

Uribe no podría aspirar a su segunda reelección, y quien contaba la chiva vía redes sociales era Antanas. Media hora después la versión digital de El Tiempo tituló: “Mockus asegura tener información según la cual la ponencia del referendo es negativa. El



precandidato a la presidencia por el Partido Verde comunicó el mensaje en su Twitter, lo que parece alentar sus aspiraciones”<sup>19</sup>. Ese día Mockus comenzó a volverse adicto a Twitter.

Una semana después el equipo de prensa de Mockus volvió a lanzarse al agua. Era todo o nada; el segundo puesto en la consulta no era una opción. En video publicado en todas las redes sociales y enviado a las bases de datos por correo electrónico, se invitaba a un reto digital: llegar a los 100 mil seguidores Facebook antes de las elecciones del 14 de marzo. Se tenía que ser desafiante, al menos en el escenario donde Mockus era el más fuerte. Durante un mes había que conseguir por Internet mínimo dos mil votos diarios.

-Vamos a gastarnos 5 millones de pesos en pauta publicitaria vía Facebook- dijo

<sup>19</sup> Ver El Tiempo. *Mockus asegura tener información según la cual la ponencia del referendo es negativa*, disponible en URL: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7113867>

Jorge Torres, quien prestó su tarjeta de crédito para hacer el pago. Si Liliana Caballero era la mano derecha de Mockus, Jorge era la derecha de Liliana y el coordinador del movimiento Visionario. Es un joven de 31 años, trabajador incansable y colaborador de Antanas desde el año 2001.

-También tenemos que invitar permanentemente a la gente a que vincule a 5 o 10 amigos y familiares a la página de Mockus- pidió Sandra Gutiérrez en la oficina.

Pero Internet era un salto al vacío. Con la angustia y la necesidad de figurar como fuera en otros medios, a Sandra se le ocurrió incluir todos los correos electrónicos de periodistas que tenía en la base de datos de 30 mil personas a la que se le enviaban mensajes de campaña. Se ingresaron más de 2 mil periodistas a la base y muy tarde en la noche del 17 de febrero se envió el correo. “Haz clic aquí para escuchar la nueva cuña radial de Antanas Mockus”, decía el mensaje.

A las 8 de la mañana del día siguiente, el periodista Juan Gossain llamó al celular al “profe”. Lo entrevistó uno o dos minutos y luego lo sorprendió.

-Doctor Mockus, esta mañana recibí en mi correo su cuña publicitaria. Aquí la tengo, le quiero dar un regalo, dijo Gossain, emitiendo al aire.

“...Todos podemos mejorar. Soñemos con un gobierno que le ayude a cada persona a sacar lo mejor de sí mismo y, sobre todo, soñemos con que nadie mata a nadie...”. Esa era la cuña, la misma de dos minutos de duración que sonó completa totalmente gratis en la Cadena Básica de RCN Radio, como un reconocimiento de Gossain al mensaje que Mockus le enviaba al país. Ese era el poder de la tecnología. Esos eran los premios de una estrategia digital construida con las uñas. El simple envío de un correo electrónico había hecho que la inmensa audiencia de Gossain escuchara la propaganda de Mockus.

-Esa cuña, me dijeron, podría haber valido fácilmente unos 40 millones de pesos- contó Sandra, boquiabierta por lo ocurrido.

Días después, el 9 de marzo, hubo sorpresa digital. “¡Somos la página política de Facebook con más seguidores del país! Demostremos nuestro apoyo en las urnas. Un millón de votos”, se escribió a nombre de Antanas. Los 5 millones de pesos en pauta estaban funcionando. La invitación a vincular amigos y familiares también había tenido impacto: en Twitter se habían duplicado los seguidores (de 3 mil a 6 mil) y la página Facebook había superado los 50 mil *fans*, la mitad de lo propuesto en el reto. En el sentido más estricto se había fracasado: la meta eran 100 mil personas antes del 14 de marzo y a ese ritmo no se lograrían, pero el fracaso no era publicable; había que darle la vuelta, maquillarlo. Al fin y al cabo, desde ese día Mockus era el político rey en Facebook, por encima de sus contrincantes verdes y sus adversarios liberales, conservadores y uribistas, que apenas comenzaban a abrir cuentas o publicar noticias en las redes.

-Mira, es que la página Facebook de Mockus es la que más seguidores tiene en el país, superando la de cualquier otro candidato. Tal vez eso les sirva para un confidencial – le dije al amigo de Liliana Caballero, el mismo que trabajaba en un importante medio de comunicación y nos había ayudado en la estrategia digital.

-En plena carrera por la presidencia eso podría interpretarse como propaganda política gratuita- me dijo el periodista, negándose a publicar lo que para mí era un chisme noticioso que podría darle bombo a mi trabajo. Pero al parecer a casi nadie ajeno a la campaña le importaba que Mockus fuera el político colombiano rey en Facebook.

Faltando una semana para el 14 de marzo, Peñalosa pagó una encuesta en Medellín, salió favorito y se la envió a los medios. “Enrique Peñalosa lidera la consulta por el Partido Verde”<sup>20</sup>, tituló inmediatamente RCN Radio. Mockus aparecía segundo y Garzón tercero. La razón, una sola: de los 600 millones de pesos que había pedido prestado cada uno de los “tres tenores” para la campaña, Peñalosa había gastado hasta el último centavo en propaganda, mientras Mockus decidió ahorrarse y devolver casi 150 millones de pesos. Ninguno de los Visionarios entendió semejante suicidio: en política la austeridad generalmente tiene su impacto negativo en las urnas; la plata se traduce en votos y el ahorro en segundos puestos. Pero Mockus tenía sus razones:

-No me gusta que la democracia dependa mucho de la plata; yo creo que los candidatos deberían hacer esfuerzos por gastar lo mínimo. Eso haría la democracia más creíble.

Los últimos ocho días fueron un sufrimiento visionario de principio a fin. Peñalosa ganaría, esa era la tendencia. Sus empleados no ocultaban su alegría. Si su jefe había dado muestras de no querer la presidencia, sino la Alcaldía, la oportunidad de la victoria les cambió esa sensación. Querían arrasar, iban a vencer.

Pero el equipo visionario sacó el as bajo la manga. Tras algunas reuniones con el actor Nicolás Montero, quien siempre había hecho campaña por el profesor, se hizo público el apoyo de unos 10 artistas de la televisión a la campaña de Mockus. Los actores Juan Sebastián Aragón, Nórída Rodríguez y otros tantos salieron a las calles la última semana a repartir volantes y grabar videos de apoyo que fueron publicados por Twitter y Facebook. Eran voluntarios. Jamás se les ofreció ni se les pagó un peso. Ellos tampoco lo cobraron. Simplemente se unieron a la causa.

---

<sup>20</sup> Ver RCN Radio, *Enrique Peñalosa lidera la consulta por el Partido Verde*, disponible en URL: <http://www.rcnradio.com/node/18387> Nota: El titular es el que aquí se indica, pero el audio fue removido de este enlace.

-Individualmente cada uno de nosotros se había preguntado cómo podría participar más activamente en la democracia para generar un cambio, y Antanas Mockus nos inspiró. No sólo prestamos nuestra imagen y nuestro tiempo, sino que trabajamos hombro a hombro con los visionarios haciendo campaña aún en las calles. Recuerdo un domingo en Unicentro, antes de la consulta del Partido Verde. Éramos un pequeño grupo de actores con camisetas verdes esperando a Mockus en la calle, quien llegó sólo en un taxi. Recorrimos todo el centro comercial invitando a la gente a escucharlo en la plaza de banderas y grabamos unos videos de apoyo muy casuales. De allí surgió la idea de repetirlos profesionalmente días después- cuenta la actriz Nórída Rodríguez, una de las más activas durante toda la campaña.



Nicolás Montero, Toto Vega, Julio Herrera, Nórída Rodríguez, Ximena Ángel y otros artistas con Mockus.  
Foto: Cortesía Campaña Partido Verde

## Nuevo candidato

La noche del 14 de marzo el Partido Verde se reunió en un centro de convenciones al norte de Bogotá. Cerca de 2 mil personas esperaban allí los resultados, rodeados de bombas verdes. Mientras los “peñalosistas” sonreían, los visionarios se comían las uñas, angustiados por la incertidumbre. ¿Y los seguidores de Garzón? Eran pocos los presentes, pero no tenían ninguna expectativa. Había ambiente de triunfo “peñalosista”. La referencia eran las últimas encuestas, donde Peñalosa había sido el favorito. Y contra esos resultados no valía el éxito de Mockus en Facebook o Twitter, ni el apoyo de ningún famoso.

Alrededor de las 7 de la noche la Registraduría publicó su octavo boletín, con 7.677 mesas escrutadas y un total de 145.240 votos. Había una tendencia: Mockus no soltaba el liderato con 67.148 sufragios, seguido de lejos por Peñalosa con 39.752 y Garzón con 21.507. Estadísticamente las tendencias eran irrefutables. Al ritmo que marcaban los resultados, la consulta superaría el millón y medio de votos, el Partido Verde conservaría la personería jurídica y cerca de seis o siete candidatos verdes llegarían al Congreso.

Una hora después, a las 8:30 de la noche, mientras la Registraduría no había escrutado ni el 30% de los votos, invitaron a los asistentes a rodear la tarima. Hablaría el ganador.

-Recibo el veredicto popular con humildad. Hemos creado una ilusión y no podemos defraudar a la ciudadanía. Quiero impulsar una transformación cultural y educativa, que permita superar el principal problema en Colombia: la ilegalidad. ¡Con educación todo se puede! -gritó el ganador y cerca de dos mil personas aplaudieron al unísono.

Horas más tarde la revista *Semana* tituló: “Mockus: mejor imposible. El símbolo de la ética y la cultura ciudadana se vuelve un protagonista clave para la primera vuelta presidencial”<sup>21</sup>. No era para menos: los Verdes lograron ocho congresistas (incluidos John Sudarsky y Angela Robledo) y 1.822.685 votos en la consulta, de los cuales el 45% fue por Mockus, seguido por Peñalosa (27%) y Lucho Garzón (15%).

Con esos y otros resultados, había un nuevo panorama político. Por fin habían quedado definidos los candidatos a la presidencia 2010: Gustavo Petro, del Polo Democrático; Rafael Pardo, por los liberales; la conservadora Noemí Sanín, que le ganó la consulta a Arias; Juan Manuel Santos, del Partido de la U; Germán Vargas Lleras, por Cambio Radical; Jaime Araújo, de la Alianza Social Afrocolombiana; Róbinson Devia, por La voz de la consciencia; Jairo Calderón, de Apertura Liberal; Sergio Fajardo, por Compromiso Ciudadano; y Antanas Mockus, del Partido Verde. Nueve hombres y una mujer harían historia. La verdadera carrera por la presidencia había comenzado. Eso sí, con un detalle adicional: el movimiento de Fajardo había fracasado al no conseguir ninguna curul al Congreso.

-Chao Danielito, que les vaya muy bien- me dijo al finalizar la noche del 14 de marzo Melba Pinto, la jefe de prensa de Enrique Peñalosa. Era su despedida. Los “peñalosistas” no harían campaña por quien había sido su rival. Era la lucha por su dignidad. Pero ese día nació la Ola Verde.

---

<sup>21</sup> Ver *Semana*. *Mockus: mejor imposible*, disponible en URL: <http://www.semana.com/noticias-politica/mockus-mejor-imposible/136378.aspx>

## Capítulo 6



**La campaña  
hecha  
por la gente**

22

El lunes 15 de marzo una fuerte avalancha se abrió paso en Internet: en Facebook y Twitter se dispararon las estadísticas de nuevos seguidores virtuales a favor de Mockus, que ya era el rey en Facebook con más de 70 mil seguidores y otros 7 mil en Twitter. Ya no llegaban a la página 100, 200 o 300 seguidores diarios, sino 5 mil, 10 mil y hasta 15 mil. Ya no había que pagar pauta, era un fenómeno espontáneo, un movimiento ciudadano parecido a la famosa “Obamanía”. La esperanza que el “profe” había

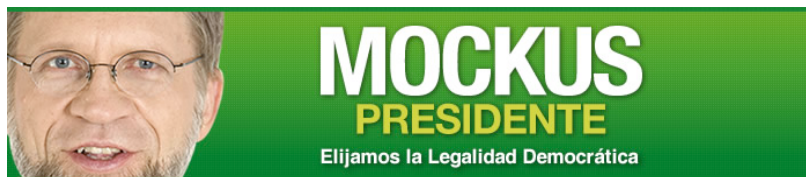
---

<sup>22</sup> Imagen cortesía del grupo Creativos con Antanas Mockus.

despertado ganando en la consulta del Partido Verde era una pesada carga sobre sus espaldas: no podía defraudar. Para Antanas, que sólo proponía luchar por la legalidad y la educación como motores de transformaciones culturales en Colombia, las promesas eran casi un mandato constitucional, o al menos moral.

-Hay gente muy ilusionada. Eso es muy comprometedor...-me confesó angustiado Antanas, sentado en una de las sillas de su casa mientras se rascaba lentamente la cabeza.

Terminada la campaña a la consulta, se pagaron 12 millones de pesos para diseñar la nueva página web [www.antanasmockus.com](http://www.antanasmockus.com). Se necesitaba una plataforma capaz de soportar miles de visitas diarias, fuera invulnerable a cualquier tipo de “*hackeo*”, fuera interactiva y se lanzara al aire antes de 30 días. La empresa Wigilabs se encargó de la tarea y allí fueron publicadas diariamente las noticias, las fotos y el programa de gobierno verde. Fue ahí, en esa página, donde se abrió un espacio para que los visitantes enviaran sugerencias para el Plan de Gobierno, se contactaran con la campaña y se registraran como testigos electorales, que se encargarían de cuidar los votos del 30 de mayo. La página web de Mockus y la del Partido eran los sitios interactivos donde se inscribían los voluntarios, que pasaban a formar parte de la base de datos. Fue allí donde se transmitieron en vivo y en directo casi todos los eventos de campaña y uno que otro video-chat de Mockus con sus seguidores en Colombia y en el exterior. Esa fue la apuesta, la de siempre: permitir y agradecer la participación voluntaria, emitir en vivo y acercar el candidato a la ciudadanía, al menos por Internet.



*Este fue el cabezote principal de la página web de Mockus*

En cuanto al Partido, tocaba definir el equipo que disputaría la victoria en la primera vuelta presidencial del 30 de mayo. El nuevo candidato era sólo Mockus, pero los empleados de Garzón y Peñalosa no podían despedirse, mucho menos cuando la gerente administrativa era una “peñalosista” consumada y se buscaba la unidad en el Partido. Por eso Melba Pinto y otros tantos regresaron. A decir verdad, tampoco había tiempo para recibir hojas de vida ni aventurarse en un proceso de selección meritocrático. Los subalternos de los otros dos tenores se contratarían con un solo propósito: hacer elegir en Colombia el primer presidente verde del mundo.

De los doce empleados de nómina que tenía Mockus para la consulta popular que había ganado, se pasó a un grupo de más de 100 personas con contrato para las presidenciales. En comunicaciones ya no eran cuatro empleados sino 30. Sandra ya no lideraría el equipo de prensa. Ella debería acompañar al candidato en cuanto viaje y entrevista hubiera. El “peñalosista” Héctor Riveros sería el gerente y la cabeza visible, acompañado de la unión de tres poderosas agencias de publicidad: San Francisco,

Aguayo y PHD. Liliana Caballero sería la gerente general de la campaña, pero a su vez se definieron gerentes para todo: para lo creativo, para lo regional, para lo programático, para lo logístico, para lo publicitario, para lo administrativo, para lo político, para los voluntarios, para la movilización, para los jóvenes, para las mujeres, etc., etc., etc. No había división del trabajo más excesiva que esa. Era democrático e incluyente, claro, pero sobre todo, era un peligro. Nadie concentraba el poder ni la toma de decisiones. Todos opinaban y nadie tenía la última palabra. Ni Mockus, que tenía fama de autoritario.

## **Termómetros políticos**

El 24 de marzo se realizó uno de los primeros debates. Los mismos que transmiten por televisión en los horarios Triple A y buscan explotar lo peor de las campañas: la rivalidad. Mockus era un pésimo orador, y no por falta de argumentos, sino porque daba la impresión de ser dubitativo e indeciso. Nunca le alcanzaba el tiempo para responder. Sufría para concretar en un minuto sus dilemas filosóficos. En los debates no era un maestro, sino un aprendiz. Sin embargo, comenzando no le fue tan mal.

-Antanas: yo lo voy a escoger a usted cuando sea presidenta. Los “tres tenores” no se van a salvar de trabajar conmigo. ¿Cómo hacemos para superar esta crisis de valores y mejoremos así la sociedad?- le preguntó la candidata presidencial Noemí Sanín a Mockus en el debate organizado y transmitido por el Canal RCN.

-Usted es la candidata conservadora y yo del Partido Verde. Los “tres tenores” descubrimos que tenemos en común el valor de la igualdad. Ese valor no es fuerte en la tradición conservadora. Allí se mira a los pobres como beneficiarios de la acción estatal pero no en un plano de igualdad. En el tema tributario, los más igualitaristas tratamos de cobrarle los impuestos a los ricos, mientras los conservadores distribuyen la carga protegiendo a los más grandes- respondió Antanas, evitando el coqueteo de Sanín. Fue un gesto descortés que fue aplaudido por los seguidores verdes, quienes no tenían ninguna afinidad política con los conservadores y su candidata.

La noche del 25 de marzo un grupo de unos 100 voluntarios se reunió en el Parque Nacional de Bogotá. El motivo: el cumpleaños del “Profe”, quien fue hasta allá para recibir las felicitaciones. Bombas y camisetas verdes rodearon el parque y de repente un joven de unos 30 años se apoderó del único megáfono que había en el lugar.

-Si el “Profe” está de acuerdo conmigo, haremos la ciclovía masiva...y se puede replicar por todo el país. Es sólo una propuesta- planteó a los demás el joven, con cierto nerviosismo, pero recibiendo de inmediato el aplauso de la gente.

-Ya tenemos una cita el domingo 11 de abril- ratificó Jorge Torres, usando el mismo megáfono y aceptando la propuesta del joven voluntario.

Un día después, en el Facebook y en el Twitter de Mockus la gente no paraba de hablar de lo que llamaron la “caravana verde”. La convocatoria corrió con tanto éxito que se le dio el respaldo oficial que merecía. Eso hacía parte de la estrategia digital: apoyar iniciativas ciudadanas, construyendo el Partido y la democracia desde abajo, con las bases. Eso también disparaba el crecimiento de Mockus en Facebook y Twitter, que para finales de marzo ya sumaban más de 100 mil seguidores. Todos se metían porque a nadie se le reservaba el derecho de admisión. La participación era siempre bienvenida, era la regla, la ley.



Tres días después del cumpleaños del “profe”, aparecieron las encuestas. Serían su mejor regalo. El 28 de marzo los medios de comunicación publicaron los resultados que inauguraron el termómetro político de la primera vuelta. No hay peor noticia que un último lugar en las encuestas y no hay mayor satisfacción que estarlas liderando. Pero liderar asusta, y perder también motiva. Y por los datos de Ipsos-Napoleón Franco, el

ex ministro de defensa Juan Manuel Santos sería presidente, con una intención de voto del 36%, superando a Noemí, con el 17%. Santos mantenía el liderato, pero Mockus sorprendió. Apareció de tercero con el 9%, seguido por Germán Vargas con el 8%, Petro con el 6%, Fajardo con el 5% y Pardo con el 4%<sup>23</sup>.

Con la derrota electoral del movimiento de Fajardo en el Congreso, las encuestas lo pasaron de casi presidente a futuro ex candidato. Y a Mockus, tras duplicar su favoritismo con respecto al 2009, lo lanzaron del anonimato al estrellato. Por eso sus seguidores en las redes reaccionaron llenos de alegría: “Vamos por el primer lugar, sigamos reenviando, persuadiendo, leyendo, tenemos que ser los primeros en las encuestas”, “Toda la gente que conozco va a votar por el profe”, “Vamos súper bien”, “No lo puedo creer, me muero de la emoción!”, “Las encuestas lo ubican de tercero, pero el voto de opinión ya está volando en todo lado”, “El entusiasmo de la gente en la calle es evidente”, escribían unos y otros.

<sup>23</sup> Ver Radio SantaFe, *Encuesta Ipsos-Napoleón Franco: Santos sigue a la cabeza*, disponible en URL: <http://www.radiosantafe.com/2010/03/28/encuesta-ipsos-napoleon-franco-santos-sigue-a-la-cabeza/>

Con el impacto del debate y de la encuesta, en Internet la fuerza ciudadana por Mockus creció cada vez con más potencia. Su poder comenzaba a ser visible. “No es una ola, sino un tsunami”, alertaban. Por Facebook, Twitter y el canal de videos Youtube, ciudadanos creativos comenzaron a producir caricaturas, videos, afiches y manillas. Nada de eso lo planeó ni lo pagó el equipo de Mockus. Fue espontáneo. Fue real, genuino.

-Las agencias de publicidad no sabían qué inventarse. Tenían que justificar su presencia y a la vez no podían desconocer el trabajo de los ciudadanos que participaban de manera auténtica- cuenta Antanas sobre las reuniones en las que los gerentes creativos debían definir el eslogan y el afiche de campaña.

-Entonces lancemos la primera campaña política hecha por la gente- concluyeron los diseñadores.

La gerencia creativa contactó a través de las redes sociales a los voluntarios que habían publicado las mejores piezas, les contó de la propuesta y les pidió autorización para utilizarlas. Todos eran jóvenes, en su mayoría estudiantes, que pedían a cambio únicamente el crédito, el reconocimiento. En las universidades, entre los diseñadores, publicistas, artistas, caricaturistas y dibujantes se regó el rumor y desde allí miles de jóvenes quisieron vincularse a la única campaña donde no tenían que pedir permiso ni entregar hoja de vida para participar.

Los actores Nicolás Montero y Nórída Rodríguez también ratificaron todo su respaldo para los dos meses de campaña que faltaban. Varios de sus compañeros de trabajo también se unieron a la causa por pura convicción. Los actores Andrés Juan, Ernesto Benjumea, Juan Sebastián Aragón, Diana Ángel, Diego Cadavid, Margarita Rosa de Francisco, Roberto Cano, Carolina Guerra y muchos más, todos conocidos y admirados por la gente colombiana, promovieron el voto por Antanas y grabaron un video que después fue récord mundial en Internet, con más de 500 mil reproducciones. El video también fue escogido por la gerencia creativa de la campaña como una de las propagandas que saldrían por televisión. No podría haber impacto más impresionante para un televidente que ver a sus ídolos de la pantalla chica apoyando al candidato del Partido Verde.

- Se nos ocurrió la idea de una campaña testimonial. Fue muy espontáneo; cada uno expresó lo que quería para el país y la razón por la que Mockus lo representaba. El testimonio voluntario de más de cien artistas para promover la campaña de Mockus a la presidencia era algo que no se había visto y probablemente no se repetirá- cuenta Nórída Rodríguez. No había duda: la “Obamanía” había inspirado la “Mockusmanía”.

## Sumas y multiplicaciones

Esa última semana de marzo Mockus tuvo que sentarse a pensar en serio el nombre de su candidato a la vicepresidencia. Juan Manuel Santos, el candidato de un gobierno popular como el de Uribe, ya había escogido al sindicalista Angelino Garzón, tratando de robarle votos a la izquierda. Y Mockus, intentando medirle el pulso a la gente, había dicho en entrevista en El Radar de Caracol Televisión que le sonaba el Director de la Policía Oscar Naranjo, pero casi lo linchan. “NOOOOOOO, NARANJO NOOOOOO...ESA SERÍA LA MEJOR MANERA DE PERDER LAS ELECCIONES!!!”, escribió, tal cual con mayúsculas, un seguidor en Facebook.

-En redes sociales no cayó muy bien el General Naranjo como fórmula vicepresidencial. Creo que es conveniente que Antanas no lo mencione en entrevistas- le escribí por correo electrónico a Liliana Caballero.

-De acuerdo, ya se lo dije, además no podría ser porque está en ejercicio- respondió Liliana, por la misma vía.

La Ola Verde no quería un policía como vicepresidente, así que en la baraja aparecieron nombres como el de Gina Parody, Enrique Peñalosa, Lucho Garzón, Claudia López y otros tantos que se mantuvieron en secreto.

-A mí sólo me pidieron preparar el trámite para Enrique Peñalosa- cuenta José Esquivel, asesor jurídico de la campaña.

Pasaron pocos días y las expectativas se elevaron. Un buen nombramiento podría incidir en las encuestas, donde Antanas seguía de tercero, y una mala decisión lo podrían devolver en la primera vuelta al pabellón de los quemados. A Mockus no le aceptarían un desconocido. Si quería sumar, tenía que encontrar la fórmula. Y fue el 3 de abril cuando se publicó en las redes y en la página web el comunicado: “Apreciado colega, compañero de ruta en la renovación de la política en Colombia. Le escribo con dos propósitos: reiterarle mi voluntad de consolidar el acercamiento de nuestros proyectos y solicitar su aceptación para que el Partido Verde pueda inscribirlo como candidato a la vicepresidencia de Colombia”.

-No hubo reunión, sólo intercambio de argumentos vía telefónica. Esa unión se cocinó por celular mientras Liliana y Mockus estaban en Villa de Leyva- confiesa el asesor jurídico.

El comunicado iba dirigido para nadie más y nadie menos que para Sergio Fajardo. Sí, para Fajardo, el mismo que le había propuesto a Mockus tiempo atrás que fuera su vicepresidente, pero la historia definió lo que el ego de ambos no había podido concretar en el pasado. Al movimiento de Fajardo le había ido tan mal en las elecciones al Congreso y sonaba tan poco en los últimos sondeos de opinión, que no tenía opción distinta que montarse en el Partido Verde, al menos como copiloto.

-Vamos a demostrar que cuando dos matemáticos se suman, multiplican- resumió Fajardo.

-Por fuera del país nos ven como personas que logramos transformar ciudades. Ahora queremos transformar el país- dijo Antanas, absolutamente contento en una rueda de prensa, en la que pidió que lo disculparan si se le escurrían las lágrimas.

La noticia recorrió el país. “Si se toman como referencia las recientes encuestas, en términos de cifras esa suma significaría una intención de voto por la fórmula Mockus-Fajardo entre el 14 y 16%, resultado que da de sumar la intención de voto por Mockus, quien está entre un 9 y un 10,4%, y Fajardo, quien registra entre el 4,4 y el 6,1%. Con esa favorabilidad, quien más debe preocuparse es la conservadora Noemí Sanín”<sup>24</sup>, publicó la revista Semana en su edición del 5 de abril de 2010.



“La unión hace la fuerza”, corearon Antanas y Fajardo, y todos los Verdes y los independientes celebraron. Hasta Juanes, en sus redes sociales, puso el 6 de abril el título de la sinfonía política que se había compuesto: “Mockus + Fajardo = más educación y menos guerra”.

“Mockus con Fajardo barre en primera vuelta”; ¡Que se tenga Santos!”, publicaron ciudadanos en Facebook y Twitter. Con el impacto de la unión, en las redes los *fans* del “profe” aumentaron a más de 240 mil. Cada 6 segundos ingresaba un nuevo seguidor.

Con Fajardo, Lucho, Peñalosa y Mockus el Partido Verde inició una nueva gira por todo el país. Eran un solo equipo, con la gente. No había plaza pública que no llenaran los Verdes. Desde la Plaza de Bolívar hasta la emblemática Plaza Alfonso López de Valledupar, todas se quedaban chiquitas.

-Día a día la gente me dice frases. “Usted sí es un educador de verdad”; “usted puede sacar lo mejor de cada colombiano”. En Barranquilla, yo que le tengo pavor a las tarimas y al discurso tradicional, me subí a la tarima de la Plazoleta de la Paz ante unas 10 mil personas. Absolutamente feliz, en compañía de Fajardo, Peñalosa y Lucho, le pregunté a la gente: ¿Quién vino gracias a Facebook? Y el 70 u 80% de los asistentes levantó la mano. No había flotas, no había buses trayendo gente, no había empanadas- contó Mockus en entrevista para Caracol Radio. Ese era un sólo ejemplo del poder de las redes sociales: la fuerza de la convocatoria.

<sup>24</sup> Ver Semana. *Mockus-Fajardo: Los más y los menos en la alianza de los matemáticos*, disponible en URL: [semana.com/noticias-elecciones-2010/mockusfajardo-menos-alianza-matematicos/137234.aspx](http://semana.com/noticias-elecciones-2010/mockusfajardo-menos-alianza-matematicos/137234.aspx)



**Antanas Mockus** La OLA VERDE llega hoy miércoles a Barranquilla. Antanas Mockus y Fajardo a las 6 p.m. en la Plaza de la Paz. Invita a tus amigos y familiares. ¡Multipliquémonos!

April 21, 2010 at 1:40pm · Like · Comment · View Feedback (1,923) · Promote

→ ↻ [twitter.com/antanasmockus](https://twitter.com/antanasmockus)



Sun May 16 2010 21:49:33 (Hora est. Pacífico, Sudamérica) vía web

Impresiona mucho que 70-90% de los asistentes a los eventos responden que llegaron ahí por la vía del fb: cambio sustancial en la política.

Sun May 16 2010 21:48:02 (Hora est. Pacífico, Sudamérica) vía web

*Imágenes del Facebook y del Twitter de Mockus a propósito de las convocatorias*

Los eventos de campaña más parecían conciertos organizados por Jorge Barón. Sólo hacía falta el “aguita pa’ mi gente”, la “patadita de la buena suerte” o la solicitud de un grito de “¡histeria, histeria!”.

-Valledupar fue mi primer viaje, fue muy lindo. En un momento cuando caminábamos un tipo se acercó y le gritó a Antanas: “¡Le vendo un libro!”. Y Antanas preguntó: “¿Tiene la Constitución?”. Efectivamente el señor la vendía, y ésa fue la que cargó el “profe” durante toda la campaña con un lápiz, símbolos de la educación y el respeto a la ley. Minutos después íbamos por una plaza de mercado muy llena, con mucho calor, y un vallenato como de 70 años cogió a Antanas y le dijo: “Yo no voto desde Rojas Pinilla. Pero este año voy a votar para que los políticos no se roben la plata. ¡Voy a votar por usted!”- cuenta emocionado Diego Cancino, antiguo asistente personal del candidato del Partido Verde.

Ni hablar de los auditorios de las universidades públicas y privadas, donde Mockus y Fajardo tenían una enorme hinchada. Ambos habían combinado la función pública y la educación durante buena parte de sus vidas, y Antanas era un símbolo de la pedagogía política. “¡Mi profesor, mi presidente!”, corearon una vez miles de estudiantes, convencidos de que



Gira por Bucaramanga. Foto: Cortesía Campaña Verde

ese profesor era el gobernante que necesitaba este país. Mockus no pudo creerlo. No supo tampoco cómo agradecerlo. Por eso rompió en llanto. Ese halago resumía en cuatro

simples palabras dos de las mejores etapas de su vida: la academia y la política. Por eso se le escurrieron las lágrimas una y otra vez. Sin parar. Es un llorón, es cierto, pero cuando llora no está actuando. Es tan solo un político con mucha sensibilidad.

-Me acuerdo que en abril Antanas tuvo una entrevista con Roberto Pombo en El Tiempo. Cuando se acabó la charla, con Mockus recorrimos la sala de redacción. Apenas lo vieron, los periodistas dejaron de escribir, se levantaron y aplaudieron durísimo como dos minutos. Fue increíble. Todos tenían puesta la camiseta y la manilla verde. Muchos pedían una foto. En El Tiempo me dijeron que eso nunca había pasado, ni con la visita de Juanes- relata Diego Cancino.

Ese respaldo, en un periódico de la familia del entonces candidato Santos, era un reflejo de lo que ya se presentía: la llegada de Fajardo había multiplicado el favoritismo por el verde. El jueves 8 de abril, el noticiero CM& publicó los resultados de la encuesta del Centro Nacional de Consultoría: Santos 37%, Mockus 22% y Noemí 20%<sup>25</sup>. El “profe” había saltado del tercer al segundo puesto en las encuestas. Efectivamente la intención de voto se había duplicado. Por eso, los Verdes comenzaron a sufrir de un leve triunfalismo. La tendencia les alimentaba el ego y las expectativas por el triunfo.

-Cuando salió esa encuesta, el celador de mi edificio me mostró feliz esa noticia porque íbamos a ganar- recuerda el activista virtual Nicolás Rivera.

## **Tiembla la campaña**

La mañana del viernes 9 de abril, mientras me alistaba para ir a clase en la universidad, prendí el radio y Antanas estaba siendo entrevistado.

-Tengo algo de temblor en las manos. Los médicos confirmaron 12 años o más de vida normal gracias a la medicación. El tema, me dicen, está bajo control- decía Mockus en la emisora La W.

“Esto se acabó”, pensé.

-Yo entiendo la preocupación ciudadana, pero espero que no me crucifiquen por tener una enfermedad de tipo físico y no mental- continuó confesando Mockus, al aire con Julio Sánchez Cristo.

Antanas tenía la enfermedad de Párkinson y decidía aceptarlo, justo un día después de que el país supiera que, como mínimo, pasaría a la segunda vuelta. Ante la pregunta curiosa de una periodista, no pudo ocultarlo. Es el mismo tipo en público y en privado. Cualquiera otro habría guardado el secreto.

---

<sup>25</sup> Ver CM&. *Antanas Mockus supera a Noemí Sanín; Juan Manuel Santos lidera intención de voto*, disponible en URL: <http://www.cmi.com.co/?nt=42563>

Salí para la universidad y se me acabó la pila del radio. Nunca supe cómo terminó la entrevista, qué más preguntó Julio Sánchez Cristo o qué continuó confesando Mockus. Para mí la campaña había llegado a su final. Una hora después llegue a la universidad, me bajé del Transmilenio y entró una llamada a mi celular.

-Daniel, habla con Héctor Riveros, ¿cómo está?

-Hola Héctor. Todo bien, gracias- respondí.

-Mire, necesito que me envíe un informe cuanto antes de las reacciones de la gente en las redes sociales sobre lo que dijo Antanas en La W. Hay que buscar mensajes de apoyo y solidaridad- me dijo Héctor, entre ansioso y preocupado por lo que pudieran pensar y decir los electores.

Mockus sólo pedía que no lo crucificaran por su enfermedad y la gente aceptó. Incluso Juan Manuel Santos declaró: “Por respeto a su dignidad nunca más me voy a referir a este tema, y le pido a la gente de mi campaña y a todos los colombianos que no vayamos a utilizar este tema personal en la elección presidencial”<sup>26</sup>. Pero seguidores y hasta opositores de Mockus en las redes sociales también le hicieron un reconocimiento por la valentía y la honestidad de revelar su estado de salud. “Mockus demuestra que no quiere esconder nada, todo lo hace de cara al pueblo. Sin tapujos ni maquillajes”. “Impedimentos serían la falta de valores éticos y de coherencia. Eso que otros exhiben sin asomos de vergüenza...Antanas es el hombre que este país necesita”, escribieron en las redes.

-Desde ese día me creí el cuento que podía ser Presidente- reconoce actualmente Antanas.

## **El rey de Internet**

Dos días después de esa confesión para La W, se realizó la “Caravana Verde” que se había convocado por Facebook, Twitter y la página web. El 11 de abril los Verdes recorrieron, con Mockus a la cabeza, la ciclovía que los domingos va de la carrera Séptima de Bogotá hasta la Plaza de Bolívar.

Cuando llegamos a la plaza, me subí a la tarima que se había montado para el discurso de Mockus y levanté la mirada. “Antanas será el Presidente”, pensé. La Plaza de Bolívar era una sola mancha verde, repleta de más de 10 mil desconocidos unidos que solo me inspiraban confianza. Nadie pedía nada a cambio. Nadie exigía puestos, favores, comida o contratos. Nadie gritaba ladrones, vagos o corruptos. Ese era el poder de Mockus: sabe sacar lo mejor de las personas. Esa era la Ola Verde, un movimiento ciudadano de

---

<sup>26</sup> Ver El Nuevo Siglo. *No me crucifiquen por tener Parkinson*, disponible en URL: <http://elnuevosiglo.com.co/component/content/article/1732-no-me-crucifiquen-por-tener-parkinson-mockus.html>

millones de personas que pondrían a temblar a la clase política tradicional. “En la primera vuelta, Mockus Presidente”, publiqué en la página de Facebook.



**Caravana Verde por la Carrera Séptima.  
Foto: Cortesía Grupo Creativos con Mockus.**

-Me acuerdo de la caravana por la carrera Séptima porque sólo veía camisetas verdes. Fue impresionante, gente feliz y convencida; sí podíamos- cuenta el joven voluntario Nicolás Rivera.

Cuando los medios vieron que el éxito en Facebook se había traducido y reflejado en las encuestas y en los eventos multitudinarios, ahí sí le pararon bolas a la Ola Verde que arrasaba en Internet. “Las cifras de Mockus en Internet no solo son impresionantes sino récord mundial. Al mirar cuál es la página que más creció en el mundo la semana pasada, Mockus está en primer lugar. Y con un promedio de 16.000 nuevas adhesiones diarias es también la que más crece en un solo día, por encima de la de Obama, que se ubica en el cuarto puesto”<sup>27</sup>, informó el 17 de abril la revista Semana.

-Fue un ejercicio democrático construido desde abajo. En Facebook se hizo público lo privado: el voto. Seguramente a partir de ahora mucha gente en Colombia hará campaña por Internet- dice Antanas.

Ese mes, “el profe” era el político más buscado en Google Colombia y su página Facebook era la número 13 (en la categoría de política) con más seguidores en el mundo: 376.542 *fans* para el día 21 de ese mes. En la misma fecha, Gustavo Petro contaba con



92.789 admiradores, Juan Manuel Santos, 57.216; Germán Vargas Lleras, 17.584; Rafael Pardo tenía 8.549 y Noemí Sanín, 7.217 seguidores. La siguiente meta de Mockus era superar los 400 mil. Cada 60 segundos esa página recibía cerca de 15 comentarios escritos por sus miembros. La *fan page* de Mockus recibía aproximadamente 11 mil fans por día, unos 70 mil semanales; su porcentaje de crecimiento de marzo a abril fue del 115%, con el cual se situó en el primer lugar a nivel mundial entre los políticos, por encima de Barack Obama. En Facebook se crearon más

<sup>27</sup> Ver Semana. *Fiebre en Facebook*, disponible en URL: <http://www.semana.com/noticias-confidenciales/fiebre-facebook/137764.aspx>

de 500 grupos autónomos y espontáneos con más de 500 miembros cada uno. Hubo grupos con más de 250 mil inscritos. Nunca antes en la historia colombiana se habían registrado tantos testigos electorales para una elección presidencial. De los 45 mil testigos del Partido Verde, 30 mil se inscribieron por Internet. También se logró que un total de 6 mil personas referenciaran 1.034.117 contactos para vincular a la campaña. 43 mil voluntarios se registraron vía web y se publicaron más de 10 mil fotos en Flickr. Cada 30 segundos la campaña recibía un correo electrónico y diariamente se respondían un promedio de 2.800 *e-mails*, gracias a un equipo de respuesta de 10 personas dedicadas exclusivamente a eso. En uno de los video-chats dirigidos a los colombianos en el exterior, 8 mil 500 personas estuvieron conectadas desde varias ciudades del mundo. En la primera vuelta se enviaron 167 correos con comunicados e información para los más de 4 millones de simpatizantes que había en la base de datos. La página web antanasmockus.com registraba unas 50 mil visitas diarias. En una semana se enviaron más de 96 mil mensajes de texto a celulares de seguidores. Cada 72 horas se recibían un promedio de 1.600 sugerencias y comentarios para mejorar el Plan de Gobierno de Mockus. Un total de 632 videos en Youtube sumaron más de 3 millones de reproducciones y las palabras “mockus” y “ola verde” se ubicaban como unas de las cuatro palabras más usadas en el mundo a través de Twitter, donde Mockus tenía más de 17 mil seguidores. “El objetivo final, que ellos mismos han manifestado, es convocar 7 millones de personas a las urnas este próximo 30 de mayo”<sup>28</sup>, publicó El Tiempo el 21 de abril de 2010.

-Los computadores volvieron patas arriba la política colombiana. Soy producto de una revolución tecnológica- dijo Antanas en el mes de abril en entrevista para Caracol Radio. Desde allí Mockus obligó a los otros candidatos a hacer campaña en Internet.

A la oficina llegaron las cámaras de CityTv, CM& y BBC Mundo, los periodistas de cadenas internacionales, de RCN Radio, de El Mundo de España, del diario El Espectador y no pocos estudiantes de Comunicación Social y Periodismo.

-¿A qué se debe el triunfo en las redes sociales?- preguntaban unos y otros tratando de encontrar la razón del éxito.

-Es el fruto de un trabajo que comenzamos con Sandra Gutiérrez hace unos dos años, cuando ningún otro candidato creía en Internet. La campaña digital de Antanas comenzó mucho tiempo antes que la Ola Verde arrasara en las redes sociales. El Partido Verde también es cómplice del éxito con la gente, aquella que espontáneamente se unió a la causa aportando toda su creatividad, pidiendo a cambio únicamente un país distinto, con un presidente diferente. Por eso gana Mockus en Internet, por haber escrito en el libro de la historia política colombiana un capítulo titulado “La campaña hecha por la gente”- respondí una y otra vez.

---

<sup>28</sup> Ver El Tiempo. Noticia: *Llegar hoy a 400 mil seguidores en Facebook, meta de los seguidores de Mockus, disponible en URL: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7638568>*

Pero el 21 de abril también se descubrió la guerra que había comenzado contra Mockus. De eso hay evidencias: Noticias Uno comprobó que en Bucaramanga usaron los programas del gobierno para invitar a sus beneficiarios a un evento de Santos, bajo la amenaza que Mockus cerraría Familias en Acción, que contaba con más de 3 millones de afiliados para la época<sup>29</sup>. Y dos días antes también se supo que el uribista Director del Sena aprobó el envío de un correo<sup>30</sup> a los millones de estudiantes inscritos en la base de datos, para tácitamente convencerlos de no votar por el profesor.

Aún así, el 22 de abril el noticiero CM& reveló una nueva encuesta del Centro Nacional de Consultoría. “¡Empate técnico!”, gritaron en la sede de campaña verde. En la primera vuelta, el candidato de la U aparecía con un 35%, seguido por Mockus, con un 34%. Pero el empate no era la única noticia. La sorpresa era que Mockus ganaría en la segunda vuelta. Colombia elegiría el primer presidente verde del planeta. La primicia provocó las reacciones: “Ahora sí se jodieron los bandidos, Antanas Presidente!”, “Tiembra Satanás (Santos) porque Mockus va pa'l cielo. Qué alegría!!!”, escribieron seguidores en Internet. Desde ese día la disputa por la presidencia quedó reducida a dos candidatos: Santos y Mockus.

-Lo que más me preocupa es el encierro en la Casa de Nariño. Es una jaula de oro. Seguramente entenderé por qué los presidentes viajan tanto- dijo Antanas irónicamente a propósito de los resultados. Pero también fue más allá: pidió públicamente que lo eligieran presidente en la primera vuelta para poder ahorrarse los 120 mil millones que costaba la segunda<sup>31</sup>. Con esa plata podrían construirse 20 colegios.

Cuatro días después, el 26 de abril, por primera vez en la historia se declaró que el profesor sería el presidente. Mockus 38% - Santos 29%, reveló la medición de Ipsos-Napoleón Franco<sup>32</sup>. Y el favorito para la segunda vuelta volvía a ser Antanas, con el 50% de los votos.

Para nadie era razonable que el voto de opinión y las redes sociales fueran a ganarle el pulso a la enorme maquinaria que representaba el Partido de la U. Había que encontrar otras razones para la victoria de Mockus. Por eso se creyó que serían los “primivotantes”

---

<sup>29</sup> Ver Semana. Noticia: *¿Le pusieron Familias en Acción a Santos en Bucaramanga?*, disponible en URL: <http://www.semana.com/actividad-politica/pusieron-familias-accion-santos-bucaramanga/137912-3.aspx>

<sup>30</sup> En la siguiente dirección electrónica podrá encontrar el mensaje que le envió el director del Sena a los estudiantes de su institución: <http://www.lasillavacia.com/historia/10246>

<sup>31</sup> Ver Vanguardia.com. Noticia: *Ahorrarse una segunda vuelta para construir 20 colegios*, disponible en URL: <http://www.vanguardia.com/historico/60052-qahorrarse-una-segunda-vuelta-da-para-construir-20-colegiosq-mockus->

<sup>32</sup> Ver Semana. *Mockus 38% - Santos 29%, según encuesta de Ipsos - Napoleón Franco*, disponible en URL: [semana.com/noticias-elecciones-2010/mockus-38-santos-29-primera-mockus-50-santos-37-segunda/138145.aspx](http://www.semana.com/noticias-elecciones-2010/mockus-38-santos-29-primera-mockus-50-santos-37-segunda/138145.aspx)

quienes elegirían a Antanas presidente. Los “primivotantes” eran jóvenes entre los 18 y 24 años que se estrenarían en las urnas.

-No era raro prender el computador y encontrarse en Facebook testimonios de jóvenes contando que estaban convenciendo a sus papás de votar verde desde la primera vuelta- recuerda hoy en día Antanas.

Las encuestas comprobaban que el 54,7% de los jóvenes votaría por el candidato del Partido Verde, mientras sólo un 37% votaría por Santos.

-Definitivamente las redes sociales fueron claves. Si nos fijamos, son los jóvenes los que se han encargado de impulsar la campaña de Mockus. Internet jugó un papel decisivo porque es la principal herramienta de consulta de esa población<sup>33</sup> – explicó Jorge Londoño, gerente de la firma Invamer Gallup.

-Hoy, a mis 19 años, puedo votar por primera vez. No nos quedemos a la sombra. Un cambio es posible, y quienes tenemos la fuerza para lograrlo somos los “primivotantes”- opinó una seguidora verde en Internet.

## La Ola Verde intenta superar obstáculos

En Bogotá eran pocos los que no tenían una manilla verde en la muñeca de uno de sus brazos. En la ciudad se veía un afiche de Mockus al menos una vez en cada cuadra. Hasta los locales comerciales se ofrecieron a poner en sus ventanas los afiches de campaña. Nada de eso fue comprado. Era propaganda política gratuita, literalmente. “Mockus Presidente” se volvió una marca, un graffiti. Hasta su esposa, Adriana Córdoba, se volvió famosa. Cargar publicidad del “profe” en Transmilenio era un orgullo: la gente se peleaba por paquetes de volantes, y siempre preguntaban si había otra cosita para regalarles. Los vecinos y los familiares me llamaban a pedirme camisetas, y casi diariamente un centro comercial veía confundido y boquiabierto un *Flashmob*<sup>34</sup>.

-El mejor *flashmob* fue el de la Universidad de los Andes. Hicimos la convocatoria por redes sociales, por Black Berry y voz a voz. Esperaba unas 100 personas, pero cuando me di cuenta había casi 700 haciendo esta vaina. Yo llevaba un megáfono colgado del cuello y con éste haría la señal de arranque. Como a las 11 de la

---

<sup>33</sup> Ver La Patria. *Primivotantes llevarían a la presidencia a Mockus*, disponible en URL: <http://www.lapatria.com/story/primivotantes-llevar%C3%AD-la-presidencia-mockus>

<sup>34</sup> Un *flashmob* es una acción organizada en la que un gran grupo de personas se reúne en un lugar público, realiza algo inusual y luego se dispersa rápidamente. Algunos de los mejores videos de los Flashmobs realizados por la Ola Verde pueden verse en las siguientes direcciones web: [youtube.com/watch?v=9wz-Nqlgdtw](http://youtube.com/watch?v=9wz-Nqlgdtw)  
[youtube.com/watch?v=e7xa1SE0Qaw&feature=related](http://youtube.com/watch?v=e7xa1SE0Qaw&feature=related)

mañana, prendí la sirena del megáfono y las 700 personas se quedaron quietas como estatuas, representando una propuesta de Mockus. Hubo parejas que quedaron abrazadas, en señal de confianza, y hubo quienes sacaron un lápiz o un libro porque como dice el “profe”, con educación todo se puede. Unos minutos después, volví a prender la sirena y todos comenzamos a gritar “¡Mockus Presidente, Mockus Presidente!”. La gente en Bogotá ya sabía que cada fin de semana nos tomábamos un centro comercial y hacíamos un *flashmob*. Al de Plaza de las Américas fueron como mil personas. Como yo era la del megáfono, los de seguridad me sacaron del centro comercial, pero los de la Ola Verde estaban tan contentos que nos fuimos para otro- cuenta Katherine Miranda, coordinadora de voluntariado y juventudes de la campaña.

-Yo creí que Mockus sería presidente desde que se realizó el primer *Flashmob* en el Centro Andino de Bogotá. Sentí un apoyo irrepetible, Era un fenómeno de masas- cuenta el voluntario Benjamín Ardila.

-Nos vimos bastantes, nos dimos cuenta de que sí era posible, que íbamos por más del viejo 4% en las encuestas- recuerda el activista Nicolás Rivera.

Como a Obama en Estados Unidos, apoyar a Mockus en Colombia era casi ser políticamente correcto. Con la diferencia que Antanas no era el candidato de uno de los partidos tradicionales más fuertes del país, como lo fue Obama. Pero el entusiasmo rayó con el fanatismo. Ser “santista” era mal visto, era un peligro. Hasta en la Javeriana los estudiantes casi linchan a unos jóvenes que intentaron apoyar a Santos con pancartas<sup>35</sup>. Les gritaron paramilitares y los ahuyentaron en minutos. Diariamente aparecía una nueva canción producida por algún famoso que se unía a la campaña de Mockus. Ni los reggaetoneros se salvaron de una letra de política, compuesta por Farina. Los columnistas de opinión más leídos del país estaban con Antanas, y ni hablar de los caricaturistas. Por eso la Ola Verde fue primera página en el mundo. Era un movimiento innovador y voluntario.

La prensa norteamericana encabezada por The New York Times, The Economist, The Washington Post, Foreign Policy y The Wall Street Journal registraron la noticia de un “outsider”, un “impredecible”, un “rebelde que ponía de cabeza la política colombiana”, y atrás no se quedaron con titulares parecidos los medios Libération de Francia, Clarín de Argentina, El País de España y Die Zeit de Alemania. Mockus y su Ola eran la noticia destacada.

-Por un momento me sentí un gobernante populista. Me dio miedo. Ya no importaba la verdad de las palabras o las propuestas de gobierno, sino su impacto. Era un fenómeno muy afectivo- reconoce Antanas.

---

<sup>35</sup> Video disponible en : <http://www.youtube.com/watch?v=LuT4mZCxFCg&feature=related>

El 26 de abril también es memorable porque continuó la guerra contra Antanas. Ese día del mes, el “profe” cometió el error de dejarse entrevistar en la emisora La Z de la cadena Todelar por un reconocido defensor acérrimo del uribismo: Ernesto Yamhure.

-Ese día fue mortal. Antanas no había desayunado y teníamos mal la dirección de la emisora. Llegamos tarde y al principio todo iba bien en la entrevista. Había unos cuatro periodistas y al frente estaba Yamhure. Yo no sabía que era él, pero me di cuenta que el tipo quería picarle la lengua, sacarle la piedra a Antanas, quien estaba muy prudente. En una de esas, Yamhure miró fijamente al “profe” y le preguntó: “¿Usted le tiene miedo a Chávez?”, y él respondió muy contundente: “¡No!”. Luego se quedó callado unos segundos y agregó: “No, lo admiro en algunos aspectos...Es la persona que el pueblo venezolano ha escogido y es mi deber responder con respeto”- recuerda Cancino.

Cuenta Diego Cancino que cuando Mockus dijo eso, Yamhure lo miró a los ojos con una cara de satisfacción indescriptible, con una gratitud enorme por el escandaloso titular que se había producido: “Mockus admira a Chávez”. Era una edición sacada de contexto, pero había sido un “papayazo” que sería aprovechado contra el Partido Verde.

-Ahí mismo Yamhure comenzó a llamar a todos sus amigos a contarles y todo el mundo se enteró. Ya cuando llegamos a la casa, Antanas se iba a cambiar de ropa y subió las escaleras. Pero se devolvió y nos dijo: “papaya y media, ¿no?”- termina de narrar Cancino.

El 2 de mayo, el periodista Coronell pronosticó lo que vendría: “El hecho de pasar de retador a campeón va a multiplicar la presión sobre Mockus. La guerra sucia va a crecer. Los medios serán más exigentes con él que con cualquier otro candidato. La situación es injusta, pero es así”<sup>36</sup>. Y así fue.

---

<sup>36</sup> Ver Coronell, Daniel. *Las seis semanas de Mockus*, disponible en URL: <http://www.semana.com/noticias-opinion/seis-semanas-mockus/138310.aspx>

## Capítulo 7



El crecimiento de la Ola Verde obligó a Juan Manuel Santos a reestructurar toda su campaña. Rediseñó su imagen publicitaria, se olvidó del lema “retroceder no es una opción” y lo cambió por “Juntos con Juan Manuel”, dejando a un lado su más poderosa herencia: el apellido. Al mismo tiempo retomó el mando de la maquinaria del Partido de la U y el lunes 3 de mayo, faltando 27 días para la primera vuelta, reveló que había contratado al publicista venezolano Juan José Rendón, más conocido como “J.J”. “Es el mago de la rumorología”, “es experto en campaña sucia”, “es el rey de la propaganda negra”, advertían en los medios y en las redes.

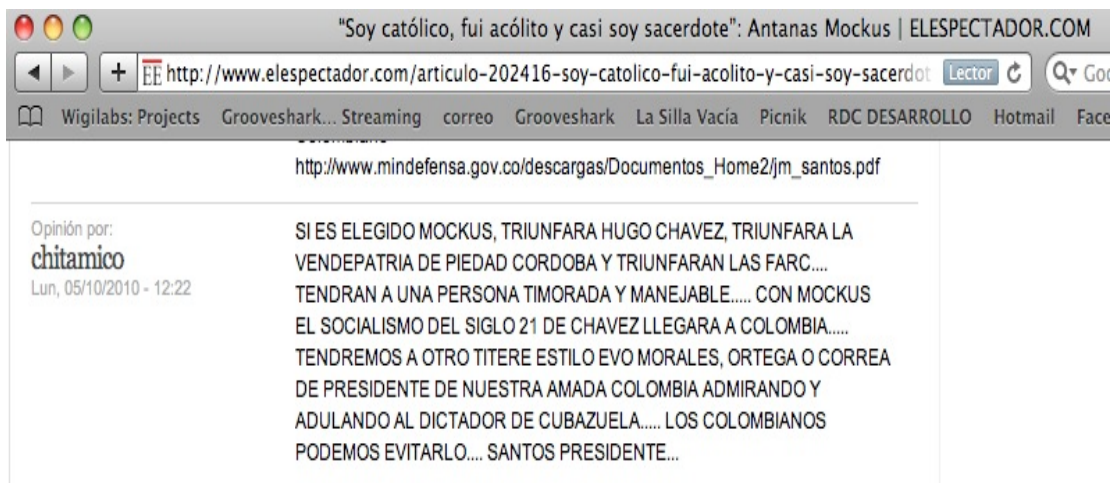
Más que miedo, la llegada del tipo produjo indignación. No sólo en los Verdes, también en la prensa nacional. A Santos se le armó un escándalo y de inmediato tuvo que salir a defender el ingreso de su nuevo estratega.

-A J.J. Rendón lo han satanizado de manera exagerada. Lo que pasa es que él es bastante ágil. Lo han acusado de muchas cosas porque ha sido exitoso", sostuvo Santos en diálogo con Caracol Radio y La W.

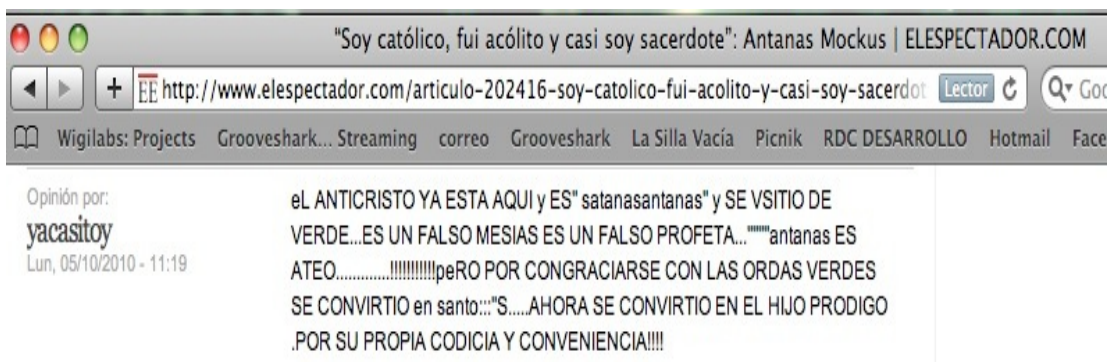
-Quieren meternos presión psicológica- se limitó a responder Mockus.

La situación parecía un punto más para los Verdes, tan ejemplares como ingenuos. Para el 6 de mayo Mockus continuaba liderando con el 38% las encuestas, frente a un 34% para Santos, según encuesta del Centro Nacional de Consultoría<sup>37</sup>, pero ni Antanas ni su equipo estaban preparados para la guerra publicitaria que les armarían. Peligraba el liderato, y con él la presidencia.

Con la llegada de J.J., faltando tres semanas para la primera vuelta del 30 de mayo, en Internet aparecieron los *trolls*, falsos usuarios dedicados a confundir y provocar a la Ola Verde en su mejor campo de batalla: Facebook, Twitter y páginas web. Inundaron las redes y declararon el inicio de la guerra cibernética. La página de seguidores de Mockus ya contaba con más de 500 mil admiradores y se ubicaba como la novena página con más seguidores a nivel mundial en la política, alcanzando a la del ex candidato norteamericano John McCain, pero fue allí mismo donde se multiplicaron los insultos y rumores contra Antanas. Eran ellos, los *trolls*. No había alternativa distinta a bloquearles el acceso y reportarlos ante Facebook. Rumores contra Santos también hubo, aunque jamás fueron difundidos por el equipo de trabajo de los Verdes. Esa era la única estrategia: jugar a la defensiva, nunca pasar al ataque. No por incapacidad, sino por principio (el fin no justifica los medios). Pero los *trolls* eran miles, cientos por minuto. Se metieron a los foros virtuales de los medios de comunicación, a los correos en cadena y a las páginas web. Eran incontrolables, perturbadores, insolentes. “A Mockus le gustaba bajarse los pantalones, pero ya no”. “Qué debates tan mediocres. Mockus era el futuro presidente, pero ya no”. “Mockus admiraba a Chávez, pero ya no”. Esos eran los mensajes de los *trolls*. Los mismas que repetían una y otra vez, sin derecho a réplica. Eran bombas de contradicciones que explotaban en la red. Como estas, encontradas en los foros de El Espectador:



<sup>37</sup> Ver El Tiempo. Encuesta CNC: Mockus 38, Santos 34, disponible en URL: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-3954974>



## ¿Baja la marea?

Era tal el triunfalismo que brotaba entre los Verdes, que hasta rechazaron coaliciones.

-Si votas amarillo en primera vuelta habrá coalición amarillo-verde en segunda vuelta- escribió el 6 de mayo el candidato Gustavo Petro en su Twitter.

-Yo creo que la gente quiere verde-verde y no verde con amarillo. La alianza que más rechaza la gente es la del Partido Verde con el Polo- respondió Mockus en su Twitter. Y para rematar, agregó que algunos militantes del Polo Democrático justificaban la lucha armada.

Eso indignó a los de la izquierda que pensaban votar verde en la segunda vuelta, o quizás en la primera. Ese fue el primer portazo a Petro, un absoluto acto de soberbia. Por eso fueron varios quienes reaccionaron contra Antanas. “No más Mockus. Su posición es de derecha...No puedo apoyar a quien considera cercana a la violencia la justicia social propuesta por Petro”, escribió en Facebook el periodista Antonio Morales.

El 8 de mayo comenzó otra racha de tragedias para el “profe”.

-Sergio Fajardo, nuestro vice, se accidentó esta mañana al terminar de hacer ejercicio en bicicleta. Le están operando cadera fracturada- lamentó Mockus en su Twitter ese 8 de mayo.

-Mockus era un candidato de “cuatro cabezas”. El eslogan era “la unión hace la fuerza”; vote uno, lleve cuatro. Al caerse Fajardo perdimos una estrella (la que mejor posicionada estaba en opinión pública después de Antanas) en plena campaña. Fue inmenso el daño porque Fajardo “traducía” en las regiones el complejo discurso de Mockus- dice Catalina Ortíz, quien se convirtió en gerente de movilización de la campaña verde.

La presencia de Fajardo haría falta para combatir la guerra de rumores impulsada por los *trolls* en Internet y por Familias en Acción o el Sena en el resto del país. Los rumores



pasaron de lo digital a lo real, de Internet a la calle, del correo al voz a voz. Faltando poco para la primera vuelta, Mockus se mostró inseguro, contradictorio, confundido. Nunca más supo responder en los debates ni en las entrevistas. Le impusieron la agenda: ya no salía a proponer soluciones, sino a desmentir rumores. Ya no explicaba un

programa, sino una rectificación. Ya no hablaba de educación, sino de *trolls* y “J.J”. Y en Colombia crecieron los rumores, las mentiras, los engaños: “Mockus va a acabar con Familias en Acción”, “Mockus va a cerrar el SENA y el ICBF”, “Mockus es ateo”, “Mockus extraditaría a Uribe”, “Mockus va a aumentar el IVA”, “Mockus va a desaparecer el Ejército”, “Mockus admira a Chávez”. El ingenuo equipo del “profe” nunca supo desmentirlos. Fue una trampa sin escape y sin salida.

-Héctor Riveros una vez me dijo que la campaña era como un partido de fútbol: cuando se va ganando, se patean el balón para los lados. Yo creo otra cosa: el que no tiene el balón, lo golean. Y eso nos pasó a nosotros. Nos dejamos imponer la agenda- dice Sandra Gutiérrez con la cara sonrojada por la rabia que le da no haber podido liderar el equipo de prensa de la campaña presidencial. Antanas fue presidente hasta que tuvo iniciativa- concluye.

El repunte de Santos y la caída de Mockus era la noticia faltando pocos días para las elecciones del 30 de mayo. En los Verdes se sentía con angustia y nerviosismo la aparente pérdida de electores, que ante la avalancha de críticas y contradicciones habían decidido jugársela en primera vuelta por Petro o Vargas Lleras, candidatos cuya mejor virtud era la consistencia.

-Conseguí que los colombianos dijeran: yo iba a votar por Mockus, pero ya no- reveló días después J.J. Rendón en entrevista para El Mundo<sup>38</sup>.

No era mentira, ni rumor. Tampoco eran *trolls*. Era cierto. La Ola Verde parecía tambalear en el peor momento, aunque las encuestas no lo confirmaran. El 13 de mayo, Santos apareció con un 38% y Mockus con el 36%, volviendo al segundo puesto en los sondeos, según el Centro Nacional de Consultoría<sup>39</sup>. Los más pesimitas pronosticaban un empate entre Santos y Antanas y un segundo tiempo a muerte en la última vuelta, que se jugaría el 20 de junio, donde las alianzas definirían la Presidencia. Mientras tanto,

<sup>38</sup> Ver El Mundo. *Conseguí que los colombianos dijeran: yo iba a votar por Mockus, pero ya no*, disponible en URL: [elmundo.es/america/2010/07/15/venezuela/1279147455.html](http://elmundo.es/america/2010/07/15/venezuela/1279147455.html)

<sup>39</sup> Ver Semana. *Santos 38% - Mockus 36% en primera vuelta, según encuesta del CNC*, disponible en URL: [semana.com/noticias-nacion/santos-38-mockus-36-primera-vuelta-segun-encuesta-del-cnc/138859.aspx](http://semana.com/noticias-nacion/santos-38-mockus-36-primera-vuelta-segun-encuesta-del-cnc/138859.aspx)

continuaron los debates por televisión.

-¿Cuál es el sueldo justo para un médico general?- preguntó un ciudadano en un debate realizado y transmitido el 18 de mayo por el canal NTN24.

-Es un millón de pesos, y si usted es administrador público y lograra contratar médicos de la misma calidad por algo menos, debería hacerlo- contestó Mockus, sin darse cuenta del pecado cometido.

Desde ese día casi todo el sector de la salud se declaró enemigo electoral del Verde. Para un médico un millón de pesos era una miseria. Más aún cuando Germán Vargas había dicho que el salario justo para ellos debía ser por encima de 3 millones y medio de pesos. A decir verdad, el salario de los médicos no lo determina el presidente, pero para Mockus esa intervención a pocos días del final fue definitiva.

-La preparación de los debates era un parto. Había muchos documentos, mucha información sobre la mesa y demasiadas personas, algunas con anhelo de reconocimiento. Todo el mundo daba órdenes durante 4 o 5 horas. Eran entre 7 y 10 asesores explicándole a Mockus qué tenía que decir el mismo día del debate- cuenta Diego Cancino.

Sólo hasta el 20 de mayo, faltando 10 días para la elección de la primera vuelta, la Silla Vacía encontró la prueba reina sobre los rumores digitales y los *trolls* en Internet: “Existen evidencias de que la campaña de Santos tiene usuarios fantasma. El rumor en Internet es imparable: Juan Manuel Santos ha contratado a personas a las que les pagan \$40.000 pesos al día por meterse a los distintos foros a hacer comentarios pro Santos. Lo que pudimos averiguar es que Ravi Singh, el 'gurú' que manejó la exitosa estrategia del presidente gringo Barack Obama, está en Bogotá trabajando con Santos”<sup>40</sup>, revelaba la investigación<sup>41</sup>.

Sin embargo, contra los pronósticos más pesimistas, el 23 de mayo Ipsos Napoléon Franco reveló la última encuesta y Antanas conservó el segundo puesto con el 32% de favoritismo, superado por Santos con el 34%. Pero esa encuesta no alcanzaba a reflejar el impacto de los últimos debates. En la sede de campaña de Mockus se sentía el descenso. La Ola Verde perdía su potencia.

Pero el 26 de mayo Mockus recibió una carta<sup>42</sup> que circuló por Internet. Se trataba del respaldo de 23 intelectuales a su candidatura. Jürgen Habermas, el filósofo alemán más

---

<sup>40</sup> Ver La Silla Vacía. *Estas son las evidencias e que la campaña Santos tiene usuarios fantasma*, disponible en URL: [www.lasillavacia.com/historia/13909](http://www.lasillavacia.com/historia/13909)

<sup>41</sup> En abril de 2011, según una investigación del portal de Internet [www.politico.com](http://www.politico.com), el consultor Ravi Singh nunca asesoró a Barack Obama. Ver artículo disponible en URL: <http://www.politico.com/news/stories/0411/53610.html>

<sup>42</sup> Carta de los intelectuales, disponible en URL: [semana.com/noticias-en-campana/23-intelectuales-respaldan-mockus-su-aspiracion-presidencia/139428.aspx](http://semana.com/noticias-en-campana/23-intelectuales-respaldan-mockus-su-aspiracion-presidencia/139428.aspx)

importante vivo, era uno de los firmantes. El premio Nobel Elinor Ostrom, los profesores Stephen Holmes, Doris Sommer y Jon Elster, entre otros, completaban la lista. En Colombia jamás había ocurrido algo semejante. Era el apoyo de los académicos más reconocidos y admirados por millones de estudiantes en el mundo.

-Cuando entrevistaron a Elster en La W, le preguntaron si creía que un tipo como yo, que parecía tan diferente a la clase política tradicional, podía gobernar este país. Y Elster respondió: “Mockus no parece diferente. Él es diferente”. Ese ha sido el mayor elogio de mi vida- cuenta Antanas con la voz entrecortada y una lágrima en sus ojos.

En la última semana las encuestas estaban prohibidas y con esa incertidumbre llegó el día de las elecciones.

-¿Ustedes creen que ganamos en primera vuelta?- preguntó Sandra Gutiérrez, sentada a las afueras de la sede del Partido, 24 horas antes de las elecciones.

-Sí- respondieron de inmediato cuatro o cinco jóvenes que estaban a mi lado.

-No, respondí yo- siendo un poco menos triunfalista.

-Yo sí creo- dijo por último Sandra, entre cansada y satisfecha por lo hecho durante tantos meses de trabajo.

## **Se ahoga la Ola Verde**

El domingo 30 de mayo durante nueve horas los colombianos acudieron a las urnas a votar. Era el comienzo del futuro. Atrás había quedado el Presidente Uribe, para bien o para mal. Ocho años después la Casa de Nariño tendría nuevo dueño, otro huésped: Santos o Mockus. No había duda. Las encuestas así lo predecían y el voz a voz lo confirmaba.

Hacia las 5 de la tarde, casi 5 mil personas se reunieron en el Centro de Bogotá en un salón repleto de bombas. La ansiedad y la incertidumbre se imponían. El lugar era un campo de tensión y nerviosismo incontrolable: uñas comidas, pies inquietos, sonrisas nerviosas y miradas perdidas. Eran los Verdes, menos triunfalistas que hace 15 días. Unos pocos sonreían, otros tantos tenían miedo. Ningún joven sabía disimularlo. ¿Cómo no sentir el pánico, si sus corazones se debatían entre el fin de un sueño y el amanecer de un nuevo porvenir?

Cuando la Registraduría Nacional emitió sus primeros boletines, todos callaron. Hubo total silencio en el salón. La tendencia era desastrosa para los Verdes. No se ganaría en primera vuelta. Santos arrasaba y a ese ritmo alcanzaría la mitad más uno que necesitaba para declararse presidente electo. Era la derrota electoral de la Ola Verde. Putumayo era el único departamento en el que Mockus obtenía mayoría de votos; en el resto Santos

lideraba. Ni en Bogotá ni en Medellín ganaban los Verdes, ciudades que habían sido administradas por Antanas y Fajardo en el pasado.

La tendencia nunca se invirtió. A las 7 de la noche esos mismos corazones dejaron de latir por un instante. El culpable era uno solo: Santos. Había ganado. De inmediato se produjo una catarsis ciudadana y el salón casi se estalla. Al conocerse la victoria del candidato de La U, la rabia de los Verdes se encendió. Parecían barras bravas. Asustaban. Los periodistas tenían ganas de correr. Eran 5 mil personas saltando a un solo ritmo, desahogando todo su dolor. “¡A mí no me pagaron, yo vine porque quise!”, gritaban una y otra vez. Ni el segundo puesto de Mockus los calmó. Santos había duplicado al “profe” en votos y eso les destruyó cualquier opción de gobernar. El Partido de la U barrió con sus rivales. Era el hundimiento de la Ola Verde.

Atrás quedaron las encuestas, el triunfo en Facebook y Twitter, el respaldo del filósofo Habermas, de los artistas y de los columnistas de opinión. Las únicas elecciones que ganó Mockus fueron las que se simularon por Internet. Nada de eso había servido para que Antanas cantara victoria en primera vuelta, pese a haber obtenido el privilegio de pelear un segundo y último *round*.

-Hemos alcanzado una meta que hace poco parecía imposible: pasar a la segunda vuelta. El escepticismo propio y ajeno sobrepasaba la esperanza. Sin embargo, la Ola Verde empezó a crecer y nos llevó a descubrir nuestra capacidad de acción. ¡A mí no me pagaron, yo vine porque quise!– gritó Mockus desahogándose, saltando en la tarima al mejor estilo de los *hooligans* o de las barras bravas argentinas. Ya no parecía un presidenciable, ni un posible estadista, sino un joven hincha furibundo. Así fue como los medios lo mostraron en horario familiar: como el pastor de una secta que a grito herido pronunciaba arengas.

Efectivamente era un logro que Mockus hubiera tenido la segunda votación presidencial más alta del país, superando de lejos a los tradicionales liberales y conservadores, pero los Verdes iban por el primer puesto y los resultados fueron recibidos al mejor estilo de un portazo: sorpresivo y doloroso. La “medalla de plata” para ellos era un consuelo que solo servía de maquillaje contra la tristeza.

## **Del triunfalismo al pesimismo**

Conocidos los resultados de primera vuelta, todas las firmas encuestadoras pasaron al desprestigio. Ninguna había pronosticado el sobrado triunfo de Santos, que conquistó más de 6 millones y medio de votos (46,67%), superando con ventaja a Mockus, quien obtuvo menos de la mitad (21,51%). Germán Vargas tuvo 1 millón y medio (10,11%), Petro 1 millón 300 (9,13%), Noemí 892 mil (6,13%), Pardo 636 mil (4,38%) y de ahí para abajo los otros tres restantes no alcanzaron ni los 35 mil votos.

Ya nadie creía en las encuestas; ni los medios de comunicación, muchos de los cuales dejaron de pagar para medir la intención de voto de los colombianos y con ello generar noticias. Vargas Lleras y Petro reclamaron ser los más perjudicados con los resultados de esas mediciones, pero el más damnificado era el “profe”, a quien las encuestas en menos de tres meses le crearon falsas expectativas de un triunfo que nunca llegó. Y no hay peor derrota que esa, en la que pierde quien se cree el cuento de ser el favorito.

-Las encuestas nos ilusionaron y la cruda realidad de las votaciones efectivas es la que cuenta. Si no hubieran existido encuestas, no nos habríamos creado la expectativa de ganar...- reconoció desconcertado Antanas el 31 de mayo.

Gerentes y directores de las firmas se excusaron afirmando que en la última semana, días que por ley la publicación de encuestas estaba prohibida, Antanas había perdido a muchos de sus electores.

-Las encuestas de la última semana hubieran reflejado la volatilidad de los electores, dijo César Valderrama, gerente de Datexco<sup>43</sup>.

-La última semana es crítica. Prohibir las encuestas es una aberración. Mockus sufrió el efecto espuma: en las redes sociales su candidatura crecía y crecía. Se produjo la ilusión de que era imparable- explicó el 3 de junio el encuestador Santiago Pérez.

-Cuando dicen que las encuestas se equivocaron, no se equivocaron. Mockus bajó en los últimos cinco días por sus contradicciones. El resultado del esfuerzo fue concentrado- agrega J.J. Rendón en su entrevista para El Mundo.

Al desprestigio de las encuestas se le sumó la frustración de la Ola Verde por el pobre impacto electoral de las redes sociales en Colombia. Jamás se sabría cuántos de los más de 700 mil seguidores virtuales habían votado por el candidato del Partido Verde, pero Mockus había pasado de la victoria en Facebook y Twitter a la derrota en las urnas, del triunfalismo generado vía encuestas y redes sociales al pesimismo producido por los pocos votos obtenidos realmente.

-Salieron menos de los que eran y eran menos de los que se preveían- cree el activista voluntario Benjamín Ardila sobre los “primivotantes”.

Las opiniones del periodista Daniel Coronell publicadas un mes antes en la revista *Semana* eran una profecía cumplida: “Una dosis mínima de triunfalismo puede convertir el boom de los verdes en girasol de un día. Crear la expectativa de una victoria en primera vuelta tiene un riesgo: si Mockus no la logra, el triunfo de pasar a segunda

---

<sup>43</sup> Ver RCN TV. Noticia: *Encuestadores se defienden de las críticas por desaciertos en resultados*, disponible en URL: [http://www.canalrcnmsn.com/noticias/encuestadores\\_se\\_defienden\\_de\\_las\\_cr%C3%ADticas\\_por\\_desaciertos\\_en\\_resultados](http://www.canalrcnmsn.com/noticias/encuestadores_se_defienden_de_las_cr%C3%ADticas_por_desaciertos_en_resultados)

vuelta puede terminar convertido en un fracaso que mine el entusiasmo de sus electores”<sup>44</sup>, predijo Coronell. No había mejor resumen que ese.

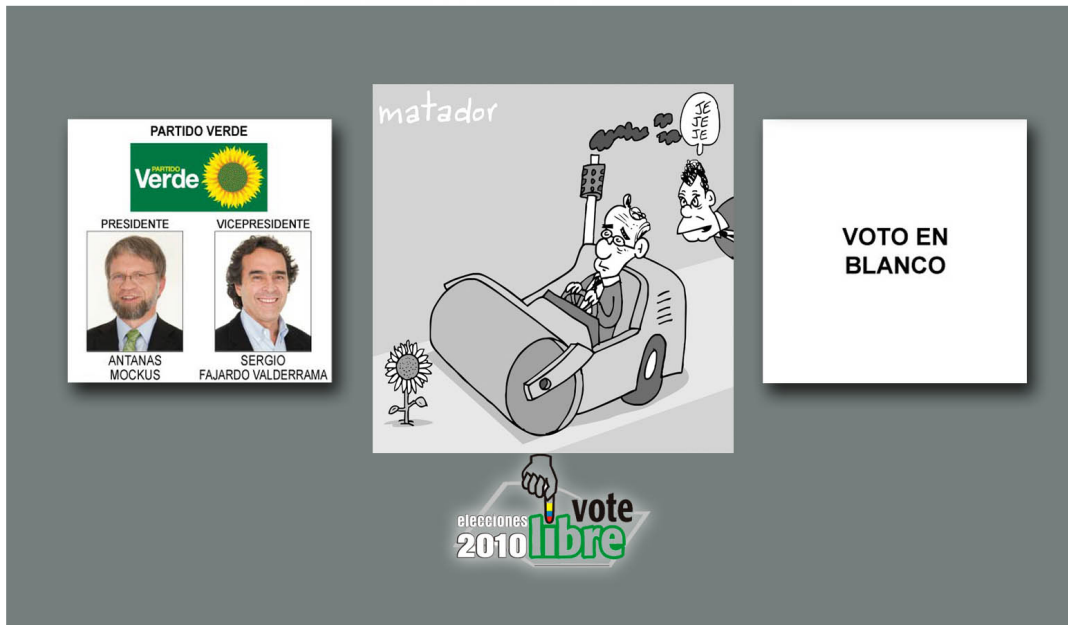
---

<sup>44</sup> Ver Coronell, Daniel. Columna: *Las seis semanas de Mockus*, disponible en URL: <http://www.semana.com/noticias-opinion/seis-semanas-mockus/138310.aspx>

## Capítulo 8



### De la Ola Verde a la Naranja Mecánica



Después del 30 de mayo nunca más me entrevistaron. Ya nadie creía en el poder de Internet. Facebook, Twitter, Youtube y la página web pasaron a un segundo plano y Mockus volvió a ser el “presidente para Dinamarca, no para Cundinamarca”.

Desde el 31 de mayo la sede en Bogotá del Partido Verde se convirtió en algo más parecido a una sala de velación. Los Verdes entraron en un eterno duelo que nunca superaron. Nadie hablaba ni sonreía. A la sede ya no llegaban casi voluntarios, y los empleados, de luto, agotados y desmotivados, ya no madrugaban ni trasnochaban con las mismas ganas. Era un velorio, no había duda: se había muerto su única esperanza. Nadie se explicaba el duro fracaso. Cada quien encontraba su culpable y su consecuencia: “por eso estamos como estamos”; “queremos más de lo mismo”; “los colombianos son muy godos”, repetían seguidores Verdes tratando de explicarse la derrota. Otros culparon a J.J. Rendón.

-Se perdió por J.J. Rendón y la incapacidad del Partido Verde. Fue un tema de publicidad. Todo le entra a este pueblo por el televisor- dice el joven activista Nicolás Rivera.

-J.J Rendón y los *trolls* propiciaron el derrumbe de Mockus, aunque el fracaso también estaba en marcha con las metidas de pata de Mockus y la falta de cancha de su equipo de campaña- opina el voluntario Benjamín Ardila.

## La Unidad Nacional

La primera semana de junio las agencias de publicidad (Aguayo, San Francisco y PHD) titularon la campaña de Mockus en segunda vuelta “Si lo soñamos, lo logramos”. La Casa de Nariño pintada de verde ya no era más que el sueño de unos pocos.

-Necesitamos alguien que trabaje en la sede en jornada nocturna. Alguien que se quede aquí bloqueando a los *trolls* de 10 de la noche a 5 o 6 de la mañana, que son las horas donde más “papaya” estamos dando. ¿Se le mide?– le dije a Benjamín Ardila una noche de junio en la sede de campaña.

-No, Daniel. Ya toca dejar de pensar tanto en Facebook. Los votos están en la calle. Voy a tomarme unas “vacaciones” en el trabajo para poder salir con los jóvenes todos los días a hacer campaña en las localidades, personalmente- respondió Benjamín, decidido a cambiar el computador por el “trabajo de campo”.

Los resultados de primera vuelta le habían demostrado a Benjamín y a muchos jóvenes activistas virtuales más, que las verdaderas elecciones no se ganaban por Internet. Salir a la calle era la decisión más obvia que podían tomar los Verdes. Pero ya era muy tarde. El nuevo pulso en segunda vuelta se jugaría en menos de 20 días y Santos barría con ventaja en las encuestas con una intención de voto del 65%, frente a un 28% para Mockus. Para intentar ganar había que buscar aliados. Había casi que multiplicar por tres los votos obtenidos en primera vuelta. Se necesitaban en promedio 8 millones de votos para gobernar.

En la baraja estaban los seguidores de Petro y del Polo, los de Vargas Lleras y Cambio Radical, los de Pardo y el Partido Liberal, los de Sanín y los conservadores, los del PIN<sup>45</sup> y los abstencionistas. Si los resultados hubieran sido más parejos, las coaliciones habrían sido a otro precio, pero quienes pierden en primera vuelta deciden unirse al favorito en la segunda. Eso asegura una tajada del poder; en la alianza imperaría el cálculo político. Eso lo sabían los Verdes y por eso tenían todas las de perder, otra vez.

Primero descartaron la unión con el PIN: no querían tener ningún nexo con un partido fundado por miembros investigados o relacionados con el paramilitarismo, el narcotráfico y la mafia. Vargas Lleras y su partido, más cercanos a Santos que a Mockus, se la jugaron por el primero. A los conservadores ni se les consultó: su candidato siempre había sido Santos, quien demostró ser mejor que Noemí. Pardo, ante el dilema de apoyar a quien representaba la continuidad del uribismo, al que su partido

---

<sup>45</sup> El Partido de Integración Nacional (PIN) es un partido político colombiano fundado en el año 2009, cuya personería jurídica le pertenecía al movimiento Convergencia Ciudadana, integrado por miembros que fueron investigados o condenados por vínculos con los paramilitares y otros delitos.

se había opuesto durante ocho años, decidió que dejaría a sus electores “libres”, y de inmediato la mayoría de políticos liberales comenzaron a hacer público su apoyo a Santos. Sólo quedaban el Polo y los abstencionistas.

Con Petro hubo suspenso. Con Mockus eran viejos amigos y se admiraban mutuamente, pero Antanas, por principio, le tenía fobia a las alianzas con fines burocráticos o clientelistas, y por prejuicio, le producía temor unirse con el Polo, que por la cuestionada Alcaldía de Bogotá había cogido fama de corrupto. Por Facebook y por Twitter la opinión se dividía: la mitad a favor y la otra en contra de la alianza: “Con el Polo NOOOOO, allá están Iván y Samuel Moreno. Las alianzas sólo con personas decentes, por favor”, decía un seguidor en contra de la unión. “Mockus, mi voto es por usted, pero el programa de gobierno de Petro es buenísimo. Hágale”, opinaba otro ciudadano a favor de una eventual alianza entre el Polo y los Verdes.

-“El Profe” está en reunión a puerta cerrada con Petro. Están redactando un acuerdo- comenzó a rumorarse la noche del 3 de junio en la sede de los Verdes.

La mañana siguiente se supo que Mockus tenía que someterse a los estatutos del Partido Verde: el documento sería discutido en grupo; la alianza con el Polo quedaría en manos de la Dirección Nacional, donde Enrique Peñalosa, Lucho Garzón y otros tantos tenían voz y voto. Y así, como en cualquier ejercicio democrático, se debatió. Y ganó el no. Por prejuicios, se negaron a acordar alianzas; prefirieron morir en su propia ley.

-El uribismo de Peñalosa derrotó a Mockus- sentenció Petro por Twitter en la tarde del 4 de junio.

-Cada loro en su estaca- le respondió Antanas.

Los Verdes, “con todas las apuestas en su contra, contra el poder del Estado y contra la maquinaria, decidieron que su candidato tendría que caminar solo la ruta de la derrota inexorable”<sup>46</sup>, dijo el periodista Coronell el 6 de junio en su columna “Tú también ayudaste”, donde le hizo una anticipada despedida a la ilusión que el “Profe” le había despertado por semanas.

-En la reunión, Petro reclamó no haberlo hecho parte de los “quíntuples”. Si eso hubiera pasado, su historia habría sido muy distinta. Si sólo de Antanas hubiera dependido la decisión, habría existido alianza con Petro en segunda vuelta, pero el Partido tomó la decisión contraria- revela hoy en día Liliana Caballero.

Algunos periodistas y activistas recordaron casos extraordinarios en la historia latinoamericana donde el favorito en la segunda vuelta se llevaba una sorpresa, pero Santos mientras tanto conquistaba coaliciones necesarias para volver a ganar arrasando. Consiguió las fotos con Germán Vargas, con Andrés Felipe Arias y con varios liberales.

---

<sup>46</sup> Ver Coronell, Daniel. Columna: *Tú también ayudaste*, disponible en URL: <http://www.semana.com/noticias-opinion/tambien-ayudaste/139891.aspx>

Le quedó faltando el Polo, que por principio ideológico no lo apoyaría. Hasta el PIN se sabía que tacharía la foto de su rostro en las urnas. En menos de 15 días formó hábilmente lo que llamó la Unidad Nacional: la unión de toda la clase política tradicional a su favor. No había aplanadora electoral más potente que esa. Era una locomotora, era la Naranja Mecánica. A su lado, el voto de opinión de los Verdes era una simple y débil minoría.

-Santos tenía una maquinaria burocrática perfectamente aceitada- dice Benjamín Ardila.

Los abstencionistas eran la última opción de Mockus, pero no por ello la peor. En la primera vuelta del 30 de mayo, el 51% del censo electoral no había ejercido su derecho al voto. La abstención había sido la gran triunfadora de la noche, por encima de Santos, pero esa derrota nacional no se tenía en cuenta. Era una tradición en la política colombiana. Eran más de 10 millones de personas. Con esa cantidad de gente los Verdes podrían volver a la pelea.

-Hay algo en común con los abstencionistas: somos anticlientelistas- repetía Antanas, ya intentando lo imposible. Hagamos una alianza ciudadana. Aquí no hay nada para repartir, sólo principios para compartir. Minga sí, piñata no- advertía una y otra vez, tratando de convencerlos.

“Multipliquemos nuestros votos: 3 verdes + 3 seguidores de otro candidato + 3 abstencionistas= 9 millones de personas”. Esa fue la fórmula que se intentó imponer en las redes sociales. Era simple matemática, pero ¿quiénes eran los abstencionistas? Se sabía que había unos radicales, otros perezosos, otros desplazados, otros tal vez desaparecidos. ¿Dónde estaban escondidas esas 10 millones de almas? Eran un misterio. Uno que otro seguidor de Facebook confesaba haber convencido a su padre, a su amigo o a su hermano abstencionista, pero ya nadie creía en Facebook. Ni los *trolls*, que desaparecieron lentamente. Los activistas voluntarios se fueron a la búsqueda de abstencionistas y antiguos seguidores contrincantes y convencieron a unos pocos, tal vez miles, pero si no eran por millones no servía para gobernar.

-El país ya había decidido, era tarde- cree hoy en día Nicolás Rivera.

-El error fue pensar que ellos iban a participar- explica actualmente Benjamín Ardila sobre la invitación a los abstencionistas.

## **Historia de un escándalo**

“¡Fraude!”, reclamaron días después en Internet. “¿Cuál Primera Vuelta? Hubo fraude”, repetían indignados los de la Ola Verde, que crearon un grupo en Facebook que en menos de una semana consiguió 40 mil seguidores. Uno y otro seguidor denunciaba fraude electoral el 30 de mayo. Les habían robado las elecciones a los Verdes. “¡Que se

anulen las elecciones. Que se repitan!”. Sin quererlo ni planearlo, ese era el escándalo que necesitaba Mockus. Por eso sus fanáticos, que sumaban más de 700 mil en Facebook y Twitter, propagaron el rumor al mejor estilo de los *trolls* de Santos.

Como era ya tradicional en las campañas, versiones sobre compra de votos circulaban en la calle sin mayores evidencias, pero en este caso existía lo que siempre falta: las pruebas. Activistas virtuales se habían puesto a revisar los formularios de votación (E14) entregados por los testigos electorales de la primera vuelta y publicados en la página web de la Registraduría, y se dieron cuenta de que a Mockus le habían borrado los votos. Cuando el resultado era, por ejemplo, 100 votos, en el formulario aparecía tachado el último dígito, quitándole 90 votos al Verde. Y así ocurría en varias mesas de votación del país. “Después de sumar y restar la diferencia de votos contabilizados en los E-14 llenados por los jurados y los votos reportados el día de elecciones, encontramos que en 1.010 mesas (cerca del 1,5% del total), a Mockus le ‘quitaron’ 858 votos y a Santos le ‘sumaron’ 659 votos”<sup>47</sup>, reveló la tarde del 10 de junio una nota periodística de La Silla Vacía. Eso tenía un solo nombre: ¡fraude!

The image shows a scan of an E14 voting form. On the left, the 'PARTIDO VERDE' (Antanas Mockus) has 147 votes, and 'JUAN MANUEL SANTOS' has 77 votes. On the right, a table lists candidates: NOEMÍ SANÍN (11), ANTANAS MOCKUS (47), JUAN MANUEL SANTOS (77), and VOTOS EN BLANCO (2). The number 47 for Mockus is circled in red, as is the number 147 for the Green Party on the left. A browser address bar at the bottom shows 'PR160011040000016.pdf'.

|   |     |
|---|-----|
| POLO DEMOCRÁTICO ALTERNATIVO<br>GUSTAVO PETRO           | 033 |
| MOVIMIENTO APERTURA LIBERAL<br>JAIRO CALDERÓN CARRERO   | 001 |
| PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO<br>NOEMÍ SANÍN           | 011 |
| PARTIDO VERDE<br>ANTANAS MOCKUS                         | 147 |
| PARTIDO SOCIAL DE UNIDAD NACIONAL<br>JUAN MANUEL SANTOS | 077 |

|     |                    |    |
|-----|--------------------|----|
| 007 | NOEMÍ SANÍN        | 11 |
| 008 | ANTANAS MOCKUS     | 47 |
| 009 | JUAN MANUEL SANTOS | 77 |
| 996 | VOTOS EN BLANCO    | 2  |

*Ejemplo de un formulario E14 que fue difundido en Internet*

El escándalo motivó a las autoridades a iniciar las investigaciones. Ese era el poder de la Ola Verde. La Registraduría y el Consejo Nacional Electoral tendrían la última palabra. “¡Que se anulen, que se repitan!”, escribían seguidores. Hasta que por fin habló el Registrador: “El preconteo publicado sólo es informativo y no arroja resultados vinculantes en el plano jurídico. El preconteo de votos se realiza con base en transmisión de datos voz a voz, a través de teléfonos fijos, móviles o satelitales, razón por la cual es posible que se presenten diferencias con los formularios E14. El escrutinio oficial se hace con base en las actas suscritas por los jurados y no con el preconteo”<sup>48</sup>, informó Carlos Ariel Sánchez el 10 de junio de 2010. Ese fue el fin del escándalo. Ese día los Verdes volvieron a perder.

Quedaban sólo 10 días para la segunda vuelta. La Ola Verde no había calculado que sus escándalos cargados de rumores no conquistarían a ningún abstencionista. Muchos de ellos confesaban serlo por desconfianza en la política. “Eso está comprado”, decían. Y si

47 Ver La Silla Vacía. *Sospechas sobre las elecciones presidenciales*, disponible en URL: <http://www.lasillavacia.com/historia/15704?page=21>

48 Ver El Nuevo Siglo. *Diferencia entre preconteo y formularios no implica fraude*, disponible en URL: <http://elnuevosiglo.com.co/politica/politica-nacional/5237-diferencia-entre-preconteo-y-formularios-no-implica-fraude.html>

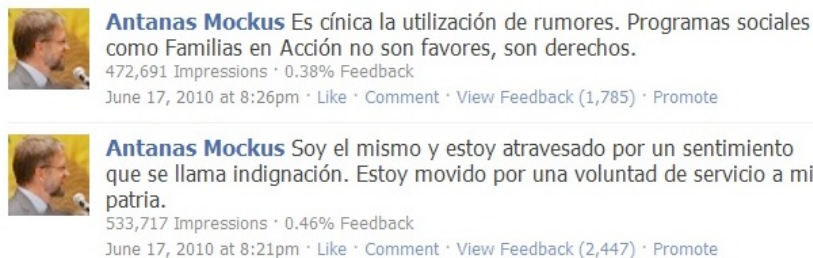
se enteraban de un supuesto fraude, pues mucho menos votarían. Esos eran los errores de los Verdes. Desesperados, jugaban con la estrategia más equivocada a pocos días del final.

## ¿Mockus I o Mockus II?

Por los resultados del 30 de mayo y por las críticas más frecuentes, el problema de Mockus pasaba por la comunicación. Debía evitar contradicciones y le tocaba mejorar en los debates. Los Verdes despidieron al gerente Héctor Riveros y contrataron a Juan Maresca, un estratega argentino que había asesorado a la presidenta Cristina Fernández de Kirchner. Con su ayuda, Mockus intentó ser más agresivo, criticó con más potencia los escándalos de su contrincante y quiso desmentir los rumores en su contra.

-¿Estoy frente a Mockus 1 o Mockus 2?- preguntaba ahora Santos con cierto sarcasmo en los debates.

-Dentro de la campaña ha aparecido de manera cínica y descarada la utilización de rumores, que me han llevado a ser mucho más drástico en mi distanciamiento frente a usted, doctor Santos- dijo Antanas en el último debate de televisión. En Facebook también se intentaron desmentir rumores, pero era ya muy tarde; faltaban tres días para la segunda vuelta, como consta en esta imagen:



En las pocas encuestas de segunda vuelta Santos siempre se mantuvo con más del 60% de intención de voto. Mockus nunca se recuperó. Y así, en ese clima electoral, desfavorable para los Verdes, llegó el día de las elecciones.

-Los colombianos escogerán entre estos dos caminos: la continuidad de resultados sin importar los medios -la del todo vale- o la de resultados sin sacrificar principios éticos ni legalidad. Queremos ganar pero no a cualquier precio, queremos gobernar pero no de cualquier manera- repitió insistentemente Antanas antes del último duelo en las urnas contra Santos.

## ¿Cuál segunda vuelta?

El domingo 20 de junio en Bogotá llovía sin pausa alguna. El sol, escondido entre las nubes profundamente grises, no daba ninguna señal de vida. Los noticieros nacionales reportaban un día lluvioso en todo el país y mal pronóstico climático durante todo el día. Y para rematar, en la tarde se jugarían algunos partidos del mundial de fútbol que se celebraba en Sudáfrica. “Eso puede desmotivar a los electores de Santos. Los Verdes son más comprometidos y saldrán a votar”, pensé mientras cogía un taxi directo al puesto de votación, a unos 30 minutos de mi casa.

-¿Va a votar? – le pregunté al taxista, tratando de conseguir un voto más.

-¡No! En la primera vuelta voté por Vargas Lleras. Eso ya ganó Santos. Mockus hubiera renunciado y dejar que Vargas compitiera; eso sí hubiera sido una verdadera segunda vuelta- respondió el señor mientras manejaba por la Autopista Norte de Bogotá.

La opinión del taxista era un sentimiento generalizado: segunda vuelta nunca hubo. Se llevó a cabo por simple reglamento. El triunfo de Santos fue tan contundente que sorprenderlo o asustarlo era imposible. Y Mockus era quien había propuesto construir unos colegios con la plata que pudiera ahorrarse si los colombianos se evitaban la segunda vuelta. Vaya paradoja. Pero renunciar no era una opción. Los Verdes rezaban para no hacer el ridículo consiguiendo menos votos en el desempate.

Por la noche los Verdes volvieron a reunirse en el centro de convenciones del norte de Bogotá donde habían celebrado la victoria del 14 de marzo. Estaban preparados para la derrota. Sabían que en política no hay milagros. Todo estaba cantado. Era un salón pequeño, sin mayores pretensiones, donde no cabían más de dos mil almas, mientras Santos celebraba al calor de una gran fiesta en el coliseo cubierto El Campín de Bogotá, ante unas 15 mil personas.

En menos de dos horas la Registraduría anunció los resultados, o al menos la tendencia. No existía ya ninguna expectativa. Ya no se vivía la ilusión de un triunfo que en semanas se perdió. Santos era presidente. Y no cualquiera. Era el presidente con más votos de la historia colombiana: 9.028.943. Había casi triplicado a los 3,587.975 votos del profesor, había hundido a la Ola Verde en la mejor y la peor de sus tormentas. El gran sueño, sueño fue, pero poderoso también fue. En tres meses los Verdes tocaron el cielo y el infierno, gozaron la victoria y sufrieron la derrota, fueron uno y tres millones. Y así acabó su historia. “¿Y ahora qué?, preguntó Mockus. ¡Ahora TODO!”, gritó en su despedida.

-Los colombianos se asustaron en las urnas. La gente votó por prudencia. Era muy novedoso un anticlientelista en el poder”- cree Antanas.

*FIN*

## Análisis

La anterior reconstrucción de los hechos narrados incluyó un esfuerzo personal por mantener mis opiniones al margen del relato, pese a la aclaración explícita de que haber participado en la campaña presidencial del Partido Verde pudo en ocasiones afectar mis juicios, memorias e impresiones. El siguiente análisis toma distancia de ese intento permanente por la imparcialidad periodística, y a modo de conclusión, valoro algunos de los hechos descritos previamente.

En la campaña presidencial del 2010, en Colombia cambió la forma de hacer política. Gracias a las nuevas tecnologías, se supo que la plaza pública, la radio o la televisión no eran los únicos escenarios donde había que conquistar los votos. Mockus y su Ola Verde obligaron a los otros candidatos a tener que descubrir lo que pasaba en Internet, transformando la relación entre electores y políticos, propiciando la comunicación en doble vía, el diálogo entre iguales, el intercambio de argumentos y la rendición de cuentas.

Las redes sociales e Internet, al convertirse en la principal fuente de información de la ciudadanía juvenil, también cambiaron el destino de la campaña. De no ser por su impacto, quizás los resultados electorales habrían sido muy distintos, pues cuando se trató de medios masivos, Mockus no supo responder en los debates por televisión, ni manejar hábilmente una entrevista en radio, como quedó demostrado cuando afirmó que admiraba al presidente Chávez.

No se equivocan quienes dicen que la Ola Verde nació y creció en las redes sociales. Que de no ser por ellas y su fuerza, los medios de comunicación habrían ignorado a Mockus en su lucha por la presidencia<sup>49</sup>. Pero se ha comprobado en esta crónica que el surgimiento de ese movimiento no fue gratuito, ni de la nada. No fue la Ola quien provocó una estrategia virtual, sino al contrario. Que con el tiempo ese fenómeno hubiera superado y rebasado la capacidad de su partido para organizarlo y traducirlo en millones de votos, es otra discusión. La Ola Verde no fue un simple producto de la victoria del “profe” en la consulta popular del 14 de marzo, como algunos aseguran. No. La campaña digital de Antanas comenzó en el año 2008, mucho tiempo antes que la Ola Verde arrasara en Internet y fuera primera página del mundo.

Tampoco fue un mero montón de cibernautas que ni tenían cédula, como se burlan otros. No. Según estadísticas oficiales de Facebook, sólo el 11% de los más de 700 mil seguidores virtuales de Mockus eran menores de edad, mientras el 75% eran usuarios entre 18 y 35 años. Eso significaba que unas 70 mil personas que seguían al profesor en esta red social no podían votar en las elecciones. Ese dato lo sabía el Partido Verde. Según esas cifras, se calculaba que unos 600 mil cibernautas votarían por Antanas. Jamás sabremos cuántos de ellos realmente acudieron a las urnas, ni cuántos de ellos

---

<sup>49</sup> Ver León, Juanita. *La política 2.0*, disponible en la siguiente URL:  
<http://www.semana.com/vida-moderna/politica-20/140950-3.aspx>

finalmente votaron por otro candidato, pero el Partido Verde logró más de tres millones de votos en la primera vuelta presidencial. Por eso yo también “creo que todos los fans de Mockus en Facebook salieron a votar. Y que convencieron a por lo menos otros dos de hacerlo”<sup>50</sup>. Perdieron un duelo electoral, sí, confirmando que la reducida cobertura de Internet en el país impidió repetir victorias como la de Obama, pero lograron la mayor votación de una fuerza independiente en Colombia.

Se equivocan quienes dicen que Mockus se creyó Presidente tras ganar en Twitter y Facebook; que nunca hizo campaña más allá de las redes sociales ni compitió por fuera del mundo digital; que nunca trabajó para traducir el triunfo por Internet en votos en las urnas<sup>51</sup>. En esta crónica relatamos episodios como la caravana por la Carrera Séptima de Bogotá o los eventos multitudinarios en las plazas públicas más emblemáticas de Colombia, donde se comprobó que la Ola Verde no fue un movimiento exclusivamente virtual, que las expectativas se elevaron a medida que las encuestas reflejaron en menos de tres meses un aumento sorprendente de favoritismo por el profesor. Por eso Mockus no sólo ganó en redes como Twitter y Facebook, ni fueron éstas las únicas causas de su triunfalismo. Los resultados de las encuestas, el respaldo de artistas y líderes de opinión, la participación voluntaria y el poder de movilización también fueron victorias de los Verdes.

El éxito de la estrategia digital de Mockus no fue producto de una costosa campaña de propaganda. Desde el año 2008 hasta el 2010, en Facebook no se invirtieron más de 10 millones de pesos en pauta publicitaria, y a Twitter no se le pagó un solo peso. La Ola Verde fue un movimiento conformado en su mayoría por jóvenes voluntarios, inconformes, creativos y cansados de la política tradicional, a quienes Mockus y su equipo mantuvieron informados a través de las redes sociales. Quizás, esa ciudadanía activa y crítica impidió que los falsos rumores sobre Antanas se difundieran con más fuerza.

Mockus y su equipo ganaron en Internet porque creyeron en él sin importar ni conocer cuál era su poder en el país. No les bastó con hacer presencia en las redes sociales; en ese caso la garantía era el fracaso, como lo comprobaron en la *web* algunos otros candidatos. Antanas y su equipo comprendieron que la democracia digital empoderaba a las personas, que las tecnologías no podían ser simples canales unidireccionales de propaganda para alimentar el ego. Por eso invitaron a la participación, a debatir, a pensar, a la acción política no violenta, a despertar conciencia y a liderar la causa. Y lo lograron. Dirán, en su contra, que mientras Juan Manuel Santos perdió en Facebook, ganó las elecciones en todo el país, sí, pero Mockus fue Presidente en Internet, y allí dio ejemplo de lo que podría haber sido su gobierno. Una revolución.

---

<sup>50</sup> Ver León, Juanita. *La política 2.0*, disponible en la siguiente URL:

<http://www.semana.com/noticias-vida-moderna/politica-20/140950.aspx>

<sup>51</sup> Ver Galán, Ricardo. *La Ola Verde, Antanas Way's*, disponible en URL:

<http://libretadeapuntes.com/%E2%80%9Ccla-ola-verde-antanas-way%E2%80%99s%E2%80%9D/>

## Referencias

- Caracol Radio. *Fracasa coalición de los quintuples*. En: <http://www.caracol.com.co/nota.aspx?id=855574>, consultado en diciembre de 2010.
- Caracol Radio. *Se creó el Partido Verde*. En: [www.caracol.com.co/nota.aspx?id=889357](http://www.caracol.com.co/nota.aspx?id=889357), consultado en octubre de 2010.
- Coronell, Daniel. Columna: *Las seis semanas de Mockus*. En: <http://www.semana.com/noticias-opinion/seis-semanas-mockus/138310.aspx>, consultado en septiembre de 2010.
- Coronell, Daniel. Columna: *Tú también ayudaste*. En: <http://www.semana.com/noticias-opinion/tambien-ayudaste/139891.aspx>, consultado en septiembre de 2010.
- Coronell, Daniel. *Las seis semanas de Mockus*. En: <http://www.semana.com/noticias-opinion/seis-semanas-mockus/138310.aspx>, consultado en septiembre de 2010.
- El Espectador. *Antanas Mockus reconoce posible candidatura*. En: <http://www.elespectador.com/node/133429/video-giraldo-vuela-roma>, consultado en octubre de 2010.
- El Espectador. *Juan M. Santos sigue arriba, mientras Mockus pasó a Noemí en encuestas*. En: <http://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo197332-juan-m-santos-sigue-arriba-mientras-mockus-paso-noemi-encuestas?page=4>, consultado en noviembre de 2010.
- El Nuevo Siglo. *Diferencia entre preconteo y formularios no implica fraude*. En: <http://elnuevosiglo.com.co/politica/politica-nacional/5237-diferencia-entre-preconteo-y-formularios-no-implica-fraude.html>, consultado en septiembre de 2010.
- El Nuevo Siglo. *No me crucifiquen por tener Parkinson*. En: <http://elnuevosiglo.com.co/component/content/article/1732-no-me-crucifiquen-por-tener-parkinson-mockus.html>, consultado en octubre de 2010.
- El Mundo. *Conseguí que los colombianos dijeran: yo iba a votar por Mockus, pero ya no*. En: [www.elmundo.es/america/2010/07/15/venezuela/1279147455.html](http://www.elmundo.es/america/2010/07/15/venezuela/1279147455.html), consultado en septiembre de 2010.
- El Tiempo. *Reforma política es 'clientelista, puestera y excluyente', dicen presidenciables independientes*. En: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5237268>, consultado en octubre de 2010.
- El Tiempo. *Candidatura de Fajardo 'desinfló' fuerza política de los 'Quintuples'*. En: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5636507>, consultado en diciembre de 2010.
- El Tiempo. *Mockus asegura tener información según la cual la ponencia del referendo es negativa*. En: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7113867>, consultado en noviembre de 2010.

- El Tiempo. *Llegar hoy a 400 mil seguidores en Facebook, meta de los seguidores de Mockus*. En: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7638568>, consultado en octubre de 2010.
- El Tiempo. *Encuesta CNC: Mockus 38, Santos 34*. En: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-3954974>, consultado en septiembre de 2010.
- Faciolince, Héctor Abad. *Mockus y Fajardo: ¡únanse!* En: <http://www.elespectador.com/columna195396-mockus-y-fajardo-unanse>, consultado en enero de 2011.
- Forero, Alvaro. *Demasiada Verdad*. En: <http://www.elespectador.com/columna-210697-demasiada-verdad>, consultado en diciembre de 2010.
- Garzón, Luis Eduardo. *Y Mockus, ¿qué?* En: <http://www.elespectador.com/opinion/columnistasdelimpreso/luis-eduardo-garzon/columna140698-y-mockus>, consultado en noviembre de 2010.
- Hoyos, Juan José. *Escribiendo historias: el arte y el oficio de narrar en el periodismo*. Editorial Universidad de Antioquia, 2003.
- La Silla Vacía. *Diez razones por las que Antanas Mockus tiene éxito en Internet*. En: <http://noticias.latam.msn.com/co/especiales/elecciones/mockus-en-internet.aspx>, consultado en noviembre de 2010.
- La Silla Vacía. *¿Cuáles Quintuples? Fajardo no juega*. En: <http://www.lasillavacia.com/historia/3395>, consultado en noviembre de 2010.
- La Silla Vacía. *Lo que va de un verde en consulta a un azul*. En: <http://www.lasillavacia.com/historia/8201>, consultado en diciembre de 2010.
- La Silla Vacía. *Sospechas sobre las elecciones presidenciales*. En: <http://www.lasillavacia.com/historia/15704?page=21>, consultado en septiembre de 2010.
- La Silla Vacía. *Estas son las evidencias e que la campaña Santos tiene usuarios fantasma*. En: [www.lasillavacia.com/historia/13909](http://www.lasillavacia.com/historia/13909), consultado en septiembre de 2010.
- Léon, Juanita. *La política 2.0*. En: <http://www.semana.com/noticias-vida-moderna/politica-20/140950.aspx>, consultado en diciembre de 2010.
- Medellín, Pedro. *El voto por Antanas*. En: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7755323>, consultado en noviembre de 2010.
- Orozco, Cecilia. *El unanimismo de hoy lo hubiera envidiado Álvaro Uribe*. En: <http://www.lasillavacia.com/historia/el-unanimismo-de-hoy-lo-hubiera-envidiado-alvaro-uribe-20829?page=1>, consultado en febrero de 2011.
- Orduz, Rafael. *El Partido Verde y la confianza ciudadana*. En: <http://www.elespectador.com/columna195849-el-partido-verde-y-confianza-ciudadana>, consultado en enero de 2011.

- Rueda, María Isabel. *Antanas, ¿y usted en qué anda?* En: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4896173>, consultado en octubre de 2010.
- RCN TV. Encuestadores se defienden de las críticas por desaciertos en resultados. En: [http://www.canalrcnmsn.com/noticias/encuestadores\\_se\\_defienden\\_de\\_las\\_cr%C3%ADticas\\_por\\_desaciertos\\_en\\_resultados](http://www.canalrcnmsn.com/noticias/encuestadores_se_defienden_de_las_cr%C3%ADticas_por_desaciertos_en_resultados), consultado en septiembre de 2010.
- RCN Radio, *Enrique Peñalosa lidera la consulta por el Partido Verde*. En: <http://www.rcnradio.com/node/18387>, consultado en octubre de 2010.
- Radio SantaFe, *Encuesta Ipsos-Napoleón Franco: Santos sigue a la cabeza*. En: <http://www.radiosantafe.com/2010/03/28/encuesta-ipsos-napoleon-franco-santos-sigue-a-la-cabeza/>, consultado en octubre de 2010.
- Samper, Daniel. *¿Hubo fraude?* En: <http://www.semana.com/noticias-opinion/hubo-fraude/140200.aspx>, consultado en diciembre de 2010.
- Semana. *Mockus: mejor imposible*. En: <http://www.semana.com/noticias-politica/mockus-mejor-imposible/136378.aspx>, consultado en noviembre de 2010.
- Semana. *Mockus-Fajardo: Los más y los menos en la alianza de los matemáticos*. En: [www.semana.com/noticias-elecciones-2010/mockusfajardo-menos-alianza-matematicos/137234.aspx](http://www.semana.com/noticias-elecciones-2010/mockusfajardo-menos-alianza-matematicos/137234.aspx), consultado en noviembre de 2010.
- Semana. *Fiebre en Facebook*. En: <http://www.semana.com/noticias-confidenciales/fiebre-facebook/137764.aspx>, consultado en octubre de 2010.
- Semana. *Mockus 38% - Santos 29%, según encuesta de Ipsos - Napoleón Franco*. En: [www.semana.com/noticias-elecciones-2010/mockus-38-santos-29-primera-mockus-50-santos-37-segunda/138145.aspx](http://www.semana.com/noticias-elecciones-2010/mockus-38-santos-29-primera-mockus-50-santos-37-segunda/138145.aspx), consultado en noviembre de 2010.
- Semana. *Santos 38% - Mockus 36% en primera vuelta, según encuesta del CNC*, disponible en URL: [www.semana.com/noticias-nacion/santos-38-mockus-36-primera-vuelta-segun-encuesta-del-cnc/138859.aspx](http://www.semana.com/noticias-nacion/santos-38-mockus-36-primera-vuelta-segun-encuesta-del-cnc/138859.aspx), consultado en septiembre de 2010.
- Semana. *Carta de los intelectuales*. En: [www.semana.com/noticias-en-campana/23-intelectuales-respaldan-mockus-su-aspiracion-presidencia/139428.aspx](http://www.semana.com/noticias-en-campana/23-intelectuales-respaldan-mockus-su-aspiracion-presidencia/139428.aspx), consultado en septiembre de 2010.
- The Economist. *Las matemáticas de una revolución verde*. En: [www.wordpress.com/2010/05/01/the-economist-las-matematicas-de-una-revolucion-verde/](http://www.wordpress.com/2010/05/01/the-economist-las-matematicas-de-una-revolucion-verde/), consultado en septiembre de 2010.

## Anexo #1

### Tabla cronológica sobre los eventos o sucesos más relevantes incluidos en “La victoria digital y la derrota electoral de la Ola Verde”.

Página= Número de página en la que se encuentra esa referencia en el trabajo de grado

| <b>Evento o suceso</b>   | <b>Día</b> | <b>Mes</b> | <b>Año</b> | <b>Página</b> |
|--|------------|------------|------------|---------------|
| Ingreso como voluntario al Movimiento Visionarios por Colombia   | 20*        | Mayo       | 2008       | 8             |
| Se crea la página de seguidores de Antanas Mockus en Facebook.   | 1          | Julio      | 2008       | 12            |
| Se crea la cuenta en Twitter de Antanas Mockus.  | 2          | Marzo      | 2009       | 13            |
| Antanas Mockus, en entrevista para El Tiempo, abre las puertas de una eventual candidatura presidencial.   | 23         | Marzo      | 2009       | 14            |
| El país conoce a los “Quíntuples” (Antanas Mockus, Lucho Garzón, Marta Ramírez, Sergio Fajardo y Enrique Peñalosa).  | 20         | Mayo       | 2009       | 16            |
| Marta Ramírez se retira de los “Quíntuples”.   | 3          | Agosto     | 2009       | 18            |
| Sergio Fajardo se retira de los “Quíntuples”.  | 10         | Agosto     | 2009       | 18            |
| Lucho Garzón se emborracha.  | 27         | Sept.      | 2009       | 19            |
| Se realiza el Congreso Extraordinario del Partido Verde Opción Centro y se crea el Partido Verde.  | 2          | Oct.       | 2009       | 21            |
| Se acuerda realizar una consulta popular entre Antanas Mockus, Lucho Garzón y Enrique Peñalosa.  | 10         | Dic.       | 2009       | 23            |
| Comienza la campaña por la consulta del Partido Verde.   | 7*         | Enero      | 2010       | 24            |
| Antanas Mockus anuncia por Twitter que tiene información según la cual la ponencia del referendo sobre la reelección de Álvaro Uribe es negativa.                        | 3          | Feb.       | 2010       | 26            |
| Se invita a un reto digital: llegar a los 100 mil seguidores de Mockus en Facebook.  | 9          | Feb.       | 2010       | 26            |
| Mockus consigue tener la página política en Facebook con más seguidores del país.  | 9          | Marzo      | 2010       | 27            |
| Antanas Mockus gana la consulta popular del Partido Verde.   | 14         | Marzo      | 2010       | 29            |
| Se disparan las estadísticas de crecimiento en redes sociales a favor de Antanas Mockus.   | 15         | Marzo      | 2010       | 31            |
| Una encuesta revela que Mockus tiene el 9% de intención de voto, ubicándose en el tercer lugar de las preferencias electorales, superado por Sanín (17%) y Santos (36%). | 28         | Marzo      | 2010       | 34            |
| Mockus anuncia su fórmula vicepresidencial:  | 3          | Abril      | 2010       | 36            |

|  |    |       |      |    |
|--|----|-------|------|----|
| Sergio Fajardo   |    |       |      |    |
| Con un 22%, Antanas Mockus aparece en segundo lugar de las preferencias electorales para presidente, superando a Sanín (20%) y por debajo de Santos (37%).             | 8  | Abril | 2010 | 39 |
| Antanas Mockus revela en radio que padece el Mal del Párkinson.  | 9  | Abril | 2010 | 39 |
| Se realiza multitudinaria “caravana” en la Plaza de Bolívar a favor de Antanas Mockus. La marcha fue convocada por Internet.   | 11 | Abril | 2010 | 40 |
| Antanas Mockus es considerado el “Rey de Internet”.  | 17 | Abril | 2010 | 41 |
| Las encuestas revelan primer empate técnico entre Santos y Mockus.   | 22 | Abril | 2010 | 43 |
| Por primera vez en la historia, según encuestas, Mockus es el favorito para ganar las elecciones presidenciales, con un favoritismo del 38%, superando a Santos (29%). | 26 | Abril | 2010 | 43 |
| Mockus, en entrevista con Ernesto Yamhure, afirma que “admira a Chávez”.   | 26 | Abril | 2010 | 46 |
| Juan Manuel Santos anuncia que contrató al publicista J.J. Rendón y reestructura su campaña.   | 3  | Mayo  | 2010 | 47 |
| Sergio Fajardo se accidenta en su bicicleta.   | 8  | Mayo  | 2010 | 49 |
| Mockus y Santos vuelven al empate técnico, según encuestas.  | 13 | Mayo  | 2010 | 50 |
| En debate por televisión, Mockus responde que el salario justo para un médico general es un millón de pesos.   | 18 | Mayo  | 2010 | 51 |
| La firma Ipsos Napoléon Franco revela la última encuesta de la primera vuelta: Santos 34% y Mockus 32%.  | 23 | Mayo  | 2010 | 51 |
| 23 intelectuales, entre ellos Jurgen Habermas, anuncian que respaldan la candidatura de Mockus.  | 26 | Mayo  | 2010 | 52 |
| Juan Manuel Santos gana con amplia ventaja la primera vuelta presidencial y Mockus logra pasar a la segunda vuelta.  | 30 | Mayo  | 2010 | 53 |
| Mockus rechaza una alianza con Gustavo Petro y el Polo Democrático Alternativo.  | 6  | Junio | 2010 | 58 |
| La Registraduría desmiente supuesto fraude electoral alertado vía redes sociales por los seguidores de Mockus.   | 10 | Junio | 2010 | 60 |
| Juan Manuel Santos gana las elecciones.  | 20 | Junio | 2010 | 62 |

\*Día aproximado

## Anexo # 2

### Tabla cronológica sobre el crecimiento de seguidores de Antanas Mockus en Facebook y Twitter

Convenciones:

-Fecha: mes, día/año o mes/año.

-Facebook: cantidad promedio de seguidores de Mockus en Facebook para esa fecha.

-Twitter: cantidad promedio de seguidores de Mockus en Twitter para esa fecha.

-Total: Suma promedio de los seguidores Facebook y Twitter de Mockus para esa fecha.

-Aumento: Crecimiento promedio del total de seguidores en Facebook y Twitter de Mockus con respecto a la fecha inmediatamente anterior.

-Página: Número de página en la cual se encuentra esa referencia en el trabajo de grado.

| FECHA       | FACEBOOK | TWITTER | TOTAL   | AUMENTO | PÁGINA |
|-------------|----------|---------|---------|---------|--------|
| Julio 3/ 08 | 0        | N/A     | 0       | 0       | 12     |
| Nov./ 08    | 5.000    | N/A     | 5.000   | 5.000   | 12     |
| Marzo 2/ 09 | 10.000   | 0       | 10.000  | 5.000   | 13     |
| Julio 27/09 | 13.000   | 1.000   | 14.000  | 4.000   | 18     |
| Octubre/ 09 | 14.000   | 2.000   | 16.000  | 2.000   | 22     |
| Enero/10    | 18.000   | 2.500   | 20.500  | 4.500   | 24     |
| Feb.,3/10   | 19.000   | 3.000   | 23.000  | 2.500   | 25     |
| Marzo 9/10  | 50.000   | 6.000   | 56.000  | 33.000  | 27     |
| Mar. 15/10  | 70.000   | 7.000   | 77.000  | 21.000  | 31     |
| Mar. 26/10  | 120.000  | 14.000  | 134.000 | 57.000  | 34     |
| Abril 3/10  | 230.000  | 15.000  | 245.000 | 111.000 | 37     |
| Abril 21/10 | 376.000  | 17.000  | 393.000 | 148.000 | 41     |
| Mayo 6/10   | 500.000  | 30.000  | 530.000 | 137.000 | 48     |
| Mayo 30/10  | 680.000  | 48.000  | 728.000 | 198.000 | 54     |
| Junio 6/10  | 690.000  | 50.000  | 740.000 | 12.000  | 60     |

**Resultados más importantes en Facebook:**

- La página de seguidores en Facebook de Antanas Mockus se ubicó como la séptima página con más seguidores a nivel mundial en la categoría política.
- La página de seguidores en Facebook de Antanas Mockus fue la página política que más creció en el mundo en el mes de abril (16 mil adhesiones diarias en promedio), superando a la página de Barack Obama.

**Resultados más importantes en Twitter:**

- Antanas Mockus fue el político con más seguidores Twitter en Colombia.
- Las palabras “mockus” y “ola verde” se ubicaron como unas de las cuatro palabras más usadas en el mundo a través de Twitter.