

¿Qué pasó con la ola verde?

Por: Juanita León, Mar, 2010-06-01 00:47



A pesar de que los resultados de los verdes hubieran sido considerados increíbles hace unos meses, el 21% de los votos que obtuvieron parecen una derrota ante las predicciones de las encuestas. Foto: Laura Rico Piñeres

Era una ficción mediática, dice Piedad Córdoba. Era una ilusión construida por niños en Facebook sin ningún asidero en la realidad, dicen otros. Era un invento de los encuestadores para luego destruirla en las urnas, aseguran los más paranoicos. ¿Qué era la ola verde y en qué se convirtió?

Primero, un poco de perspectiva. La ola verde sí existió. Con muy poca maquinaria, Antanas Mockus obtuvo 3.120.000 votos y pasó a la segunda vuelta. Los verdes duplicaron en un mes y medio la votación de la consulta interna del 14 de marzo. La adhesión de Sergio Fajardo fue fundamental para meterle un turbo a la candidatura verde, pero eso por sí mismo no explica el aumento de votos, pues en las legislativas Compromiso Ciudadano tan solo sacó 183 mil votos.

Los verdes le ganaron al Partido Conservador y al Liberal, al Polo y a Cambio Radical. Germán Vargas Lleras, considerado hoy como uno de los grandes ganadores de la jornada, sacó la mitad de los votos de Mockus.



La adición de Fajardo, le metió turbo la candidatura de Mockus, porque la gente sigue sobre todo a los seguidores. Sin embargo, Uribe logró quitar los ojos de la ola y ponerlos solo sobre Mockus.

Foto: Laura Rico Piñeres



Después de que se supieron los resultados del domingo, Mockus estuvo con su familia animando a sus seguidores.

Foto: Laura Rico Piñeres

El Partido Verde obtuvo la primera o segunda mayor votación en todas las grandes ciudades del país, salvo las de la Costa Atlántica donde quedó de tercero después de Petro. Es decir, que Mockus, Garzón y Peñalosa, que hace unos meses parecían un fenómeno completamente bogotano, lograron cautivar ciudadanos en todo el país.

Y Mockus se volvió triunfador después de varias debacles electorales. Hace cuatro años cuando su grupo Visionarios con Antanas se lanzó al Senado no pasó el umbral en las legislativas y su candidatura a la Presidencia con el aval de la ASI obtuvo tan solo 146.583 votos, equivalentes al 1,23% de la votación total.

Cuatro años antes, su lista de los ‘apóstoles’ ni siquiera pasó el umbral por lo cual decidió adherirse a Noemí Sanín, con quien sí fue un fenómeno de opinión importante al obtener el 27 por ciento de la votación.

En conclusión, que Mockus lograra pasar a la segunda vuelta es un triunfo, y no una derrota. Y en cierta forma, es una proeza. Lo obvio es que hubiera ganado Juan Manuel Santos en la primera vuelta. Todo esto, claro, si uno jamás hubiera visto una encuesta ni las manifestaciones en las calles.

Del lado de Santos

Lo obvio es que Santos hubiera ganado en primera vuelta porque el Presidente Álvaro Uribe lleva ocho años con una popularidad por encima del 70 por ciento, lo cual significa que por lo menos dos de cada tres colombianos sienten que hoy sufren menos que hace una década y que por lo tanto, no tendrían demasiados incentivos para cambiar. La mayoría de esos colombianos votaron de manera libre e inteligente por Santos, que les prometía seguir avanzando por el mismo camino y que además era creíble porque estaba detrás de éxitos contundentes contra la guerrilla.

Además de la popularidad del uribismo, el Presidente intervino abiertamente a favor de Santos, repitiendo la metáfora de su gallinita Doña Rumbo y sus huevitos, en conversatorios universitarios todas las semanas durante los últimos dos meses y en sus alocuciones radiales a radios comunitarias por todo el país.

Y si eso no bastaba, el aparato del gobierno le fue funcional a la campaña santista. Varios de los contratistas de Acción Social, que son muchos, concientizados de que programas como Familias en Acción y otros podrían reducirse en un gobierno más responsable fiscalmente se encargaron de contarle a los millones de beneficiarios del riesgo que corrían si no ganaba Santos.

El director del Sena le envió un correo a toda su base de datos de más de tres millones de personas alertando sobre el peligro que ‘algunos candidatos’ quieran acabar con los parafiscales justo unos días antes de que Santos le preguntara a Mockus en un debate sobre la educación técnica (financiada con parafiscales). Y luego, mostraron el video del Presidente diciendo lo mismo en clase.

En el Seguro Social se regó el chisme que a Mockus tampoco le gustaba la institución porque la gente estaba ahí ‘por palanca’.

En la Federación de Municipios, que no es del Estado pero es como si lo fuera porque maneja recursos de los contribuyentes y es uno de los principales lobbistas en el Congreso, el director Gilberto Toro reunió a toda la planta del personal (solo 300 en Bogotá) el viernes pasado y les recomendó votar por Santos ‘porque hay que cuidar la papita’ y a Sergio Fajardo no le gusta la Federación.

Estos son solo algunos casos que reportó La Silla Vacía y que se suman a los denunciados por otros medios donde desde los altos funcionarios del Estado se sembró el temor en los empleados de perder su puesto. Y todavía no se sabe por qué estaban policías pidiendo resultados de la votación en las urnas o por qué el jefe del sindicato de la Registraduría se reunió con Juan Manuel Santos el día anterior a

las elecciones.

La maquinaria se movió

A todo esto, hay que sumarle el hecho más relevante. Y es que en estas elecciones –como era predecible pero los medios no lo reportamos lo suficiente- volvió a operar la coalición del Frente Nacional, esta vez unido bajo la sombrilla de la U. La maquinaria del Partido Liberal unida a la maquinaria del Partido Conservador unida a la maquinaria de Cambio Radical se unieron bajo la sombrilla de la U para elegir a Santos en primera vuelta.

El pegante de esta coalición –fuera de su propia supervivencia política amenazada por la fuerza que estaba cogiendo el candidato antipolítico- fue la lógica de la Guerra Fría que aún impera en Colombia. Evidencias de que la culebra de la guerrilla sigue viva y la amenaza siempre latente del proyecto expansionista de la revolución bolivariana de Chávez calma cualquier mala conciencia producida por la deslealtad al propio partido. Uribe les dio el lenguaje y el objetivo para dar el paso, la seguridad democrática como fin último.

¿Pero, y el empate técnico?

Pero todo esto ya existía y aún así, contrariando todas las lógicas, las encuestas daban un empate técnico entre Santos y Mockus. Y en menos de ocho días, el candidato de la U le sacó 25 puntos. ¿Qué le pasó a la ola?

La explicación, por lo menos por ahora, es que Santos hizo varias cosas bien y Mockus y su campaña hicieron muchas mal.

Santos logró frenar la ola. Ante el entusiasmo creciente por la candidatura de los Verdes, Santos decidió reenfocar su campaña y volverla un plebiscito sobre el uribismo. Ligando su suerte a la de Uribe, usando los logos de la U, regionalizando la campaña, promoviendo marchas de agradecimiento al Presidente, presentándose humildemente como su continuador, imitando incluso su voz, y eliminando el Santos de los afiches, el candidato de la U logró borrar sus diferencias frente al Presidente y dejar claro que él era la mejor versión posible de Uribe. Un veinte por ciento no le creyó y votó por Vargas Lleras o Noemí Sanín, pero casi un cincuenta por ciento aceptó la versión.

Por otro lado, cuando Mockus metió en la agenda de la campaña el tema de la corrupción, donde Santos salía perdiendo pues implicaba necesariamente criticar al gobierno, la campaña de Juan Manuel Presidente hábilmente logró crear dudas sobre la competencia de Mockus para gobernar.

Una entrevista por parte de Rafael Guarín, mano derecha de Rodrigo Rivera, el director político de Santos, en la que se indujo a Mockus a decir que si la Constitución lo exigía Mockus extraditaría a Uribe, aunque preferiría no tener que hacerlo, bastó para comenzar a crear la idea de que el candidato verde no conocía realmente la ley que decía defender.

Mockus cayó y luego volvió a caer solito con su comentario de que admiraba a Chávez por haber sido elegido democráticamente. Y luego, con que era ateo, y luego con que no lo era. En fin, la campaña de quien pocas semanas antes había dicho ‘que solo los imbéciles no cambian de posición’ explotó con la ayuda de los medios estos titubeos y rectificaciones, que unidos a lo del Parkinson, crearon en muchos recién convertidos mockusianos la idea de que después de todo, elegir a Mockus era un salto al vacío.

La campaña verde, inexplicablemente, no logró sacar a relucir los logros de Mockus como administrador dos veces de la ciudad más compleja de Colombia. Ni siquiera cuando en el debate de CitiTV y El Tiempo hablaron de cultura y todos los candidatos prometieron hacer bibliotecas, Mockus cobró que él y Fajardo habían hecho la red de bibliotecas más grandes del país.

En solo un mes, Mockus perdió 20 puntos en intención de voto en Bogotá después de decir que era ateo y que podría extraditar a Uribe. En la encuesta Ipsos Napoleón Franco del 26 de abril, Mockus lideraba la intención de voto en Bogotá con el 50%. Le llevaba 19 puntos a Santos, quien registraba el 31% de intención de voto. Y un mes después, el 22 de mayo, los puestos ya habían cambiado: Mockus tenía ahora el 32% de intención de voto en la capital, y Santos el 42%. Todo el uribismo que Mockus había logrado morder en la capital, lo perdió con esas declaraciones. Y así se reflejó en las urnas el domingo.

También perdió a aquellos colombianos que vieron cómo la campaña de Santos anunciaba de frente que traía a J.J. Rendón, experto en rumorología, y a los pocos días comenzó a aparecer la campaña sucia, y Mockus no hizo nada por defenderse. En un país gobernado durante ocho años por el ‘más macho’ ver a un candidato que ponía la otra mejilla creó desconfianza en su capacidad de defender al país de una agresión mayor.

Más que errores, posturas

Los errores de Mockus le hicieron perder impulso a la ola, pero lo que verdaderamente la desinfló fueron posturas que son realmente el resultado de convicciones profundas del candidato, pero que sacaron de tajo a sectores enteros del electorado y crearon la sensación de que de pronto la ola no era tan incluyente como parecía.

Los comentarios contra Gustavo Petro alienaron a la izquierda que lo acompañaba, y ya el rumor de que era ateo había tenido mucho efecto entre los cristianos y los sectores más religiosos y conservadores (la encuesta de Napoleón Franco decía que el 53 por ciento estaría menos interesado en votar por alguien que no creyera en dios).

El comentario sobre el salario de un millón o menos de los médicos en el debate de La Silla Vacía movilizó a todo el sector de la salud en su contra, un sector que normalmente es apolítico y que en circunstancias normales quizás lo habría acompañado. Su postura en este tema no fue un error, él realmente cree en la regulación del mercado. Lo mismo su reiteración sobre la necesidad de cobrar más impuestos y hacer una reforma tributaria estructural, en lo que también cree él y cualquier economista responsable, incluidos los dos principales asesores económicos de Juan Manuel Santos.

Pero para millones de colombianos, si Mockus cree que un médico debe ganar un millón o menos y además promete en campaña subir los impuestos, ¿qué le espera al bolsillo de los que tienen menos grados?

Como alguien le dijo a La Silla Vacía, Mockus ha demostrado que “ningún candidato que no cree en Dios, admira al mayor enemigo del país y promete subir los impuestos puede llegar a la Presidencia.”

La otra cara

Y sin embargo, las mismas razones por las que a algunos no les gusta Mockus son las mismas por las que muchos otros lo siguen a ciegas. “No roba, no miente, Antanas Presidente”, gritaban el domingo sus seguidores.

Mockus a veces actúa más como un visionario o un profeta que como un político, y allí radica su mayor debilidad y también su mayor fortaleza. La fuerza de sus ideas y la transparencia de su comportamiento lo llevó a donde está pero la falta de experticia política le arrebató quizás de manera irremediable la Presidencia.

Jorge Londoño, el encuestador de Invamer Gallup, ya le había advertido a la campaña que en los barrios de varias ciudades se notaba gran volatilidad en el electorado en los últimos días y aún así la campaña no parece haber hecho nada con esa información. Incluso, teniendo la experiencia de la derrota de Fajardo que se desinfló en pocas semanas, el discurso no cambió ni las estrategias de comunicación. Ni siquiera cuando ya sabían el domingo el resultado hubo un viraje. La alocución de Mockus parecía más un ritual de un culto que la oportunidad para tender puentes con los perdedores.

Hace unos meses trajeron al consultor político mexicano Julio Madrazo, y Mockus nunca lo escuchó. Mientras Santos cuenta con algunos de los mejores consultores del Estados Unidos, como Jack Leslie, responsable del triunfo de Virgilio Barco cuando nadie daba un peso por él, y a James Carville, que puso en la Casa Blanca a Bill Clinton (sin contar a J.J.), Mockus sólo escucha un reducido grupo de asesores, ninguno de los cuales es experto en ganar elecciones. Él se guía sobre todo por su intuición cuando existe un conocimiento técnico que puede resultar valioso. La campaña no hace encuestas internas, no testea las propuestas antes. Tampoco aprovecha a la cantidad de académicos y expertos que se han ofrecido ayudarlos.

A tres semanas de las elecciones definitivas, la campaña de Mockus aún no ha hecho una oferta programática sólida para sectores específicos, ni siquiera para Bogotá en donde los tres alcaldes demostraron de sobra su conocimiento. Santos aboga por el metro, ¿y cuál es la propuesta de Mockus? La mayoría de la gente no lo sabe.

Y no es que Mockus, Peñalosa, Lucho y Fajardo no tengan una propuesta para las ciudades. Es que Mockus, para quien todas las decisiones tienen que pasar por el tamiz ético, considera que no es decente prometerle a la gente que construirá tantas casas o hará tantas rutas sin estar en el gobierno y tener en cuenta todas las variables necesarias para tomar una decisión responsable.

Por ejemplo, la campaña discutió hasta el último minuto si era ético ofrecer transporte el día de las elecciones. Mockus se preguntaba si conducir a la gente hacia el puesto de votación restringía de alguna forma su libertad de elegir. Al final, decidieron que ofrecerían transporte así no votaran por Mockus. Pero la decisión tardó tanto en tomarse, que al final, ya las demás campañas tenían monopolizado el transporte.

En el Valle, Santos tenía buses, busetas, y taxis llevando gente, con rutas bien establecidas. Mientras tanto, la campaña verde tenía una red de voluntarios en carros particulares, muchos de los cuales llegaron a recoger votantes pero otros no. Y eso que ese fue uno de los departamentos que más plata recibió para logística el día de elecciones.

La campaña desde Bogotá no dio directivas claras sobre organización y logística en el día de elecciones, no había un plan centralizado y al final el resultado quedó en gran parte en manos de voluntarios, a los que lo que les sobraba en emoción les faltaba en experiencia en elecciones.

Aún así, la campaña logró interesar a miles de jóvenes que hasta ahora desdeñaban la política. Logró poner de moda temas como la legalidad y la decencia. Logró cuestionar prácticas tradicionales de ejercer el poder. Logró emocionar a tres millones de colombianos con un país diferente. ¿Logrará ganar?

Aún contando con que la mayoría de los petristas, de los liberales, de los noemicistas y de los vargaslleristas se dejen seducir por las ideas de Mockus, es altamente improbable que los verdes logren remontar a Santos en las próximas tres semanas. Pero se sabrá si fue imposible solo hasta el 20 de junio.

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

URL de origen: <https://archivo.lasillavacia.com/historia/15107?page=1>