



la *mockus*política...
celebrities y activismo de internet

omar rincón

orincon@uniandes.edu.co

www.c3fes.net

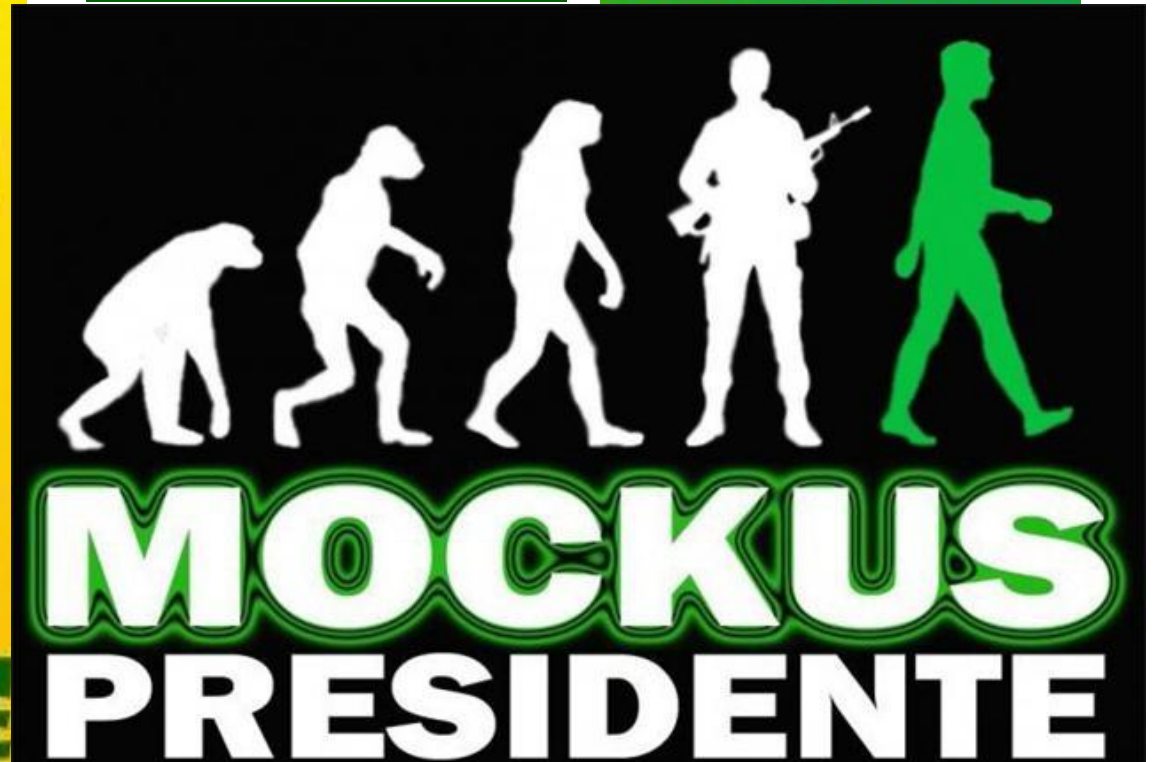


FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG

POLÍTICA 2.0 / Mockus

- @ **Fenómeno mundial:** The New York Times, The Washington Post, The Economist, Libération, Die Zeitung, Clarín
- @ **la gran historia** de esta campaña: personaje
- @ **Fenómeno open source:** la campaña de todos = movimiento de código abierto.
- @ **Hecho comunicacional:** internet y las redes “sociales”
- @ **“estrategia”** más interactiva
- @ **mensajes** menos unificados y más creativos, que fueron reproducidos, reversados y aumentados por los seguidores verdes.
- @ **El sitio 'web' de Mockus** es uno de los diez portales de internet que registran mayor crecimiento a nivel mundial.
- @ **Fenómeno Facebook:** Mockus es el séptimo personaje a nivel mundial con 684.341 fans. El único latinoamericano entre los 15 nombres iniciales de esta lista.
- @ **Fenómeno Twitter:** 67 mil seguidores
- @ **Fenómeno red:** 200 grupos a favor
- @ **Sin la fuerza en las redes** internet, los medios de comunicación no lo habrían seguido ignorando

CAMPAÑA *OPEN SOURCE* / Mockus





PARA SEGUIR FALSOS POSITIVOS
SANTOS
PRESIDENTE



CAMPAÑA OPEN SOURCE.

1. **Hecha por la gente** a partir de **un código compartido** (un país que respetara la ley) y un **saber estar en la web** (producir comunicación y estar en redes “sociales”)
 2. Descentralización y horizontalidad
 3. Auto-organización
 4. para compartir información
 5. **crear campaña**: elaboran y donan piezas publicitarias para la campaña, como afiches, volantes, jingles, incluso mensajes de televisión y todo un cancionero político.
 6. **organizar flash-mobs** / convocar marchas o actos
 7. ser activista de calle / convencer a otros en la vida diaria
 8. **discutir ideas** / la gente está interactuando con la información
- = los **seguidores-web** se tomaron la campaña en sus manos/mentes + un sentido de pertenencia y de comunidad

EL FRACASO MOCKUS

1. **Internet:** Santos usó el internet centralizado y vertical + El rumor en Internet es imparable: + usuarios fantasmas: contrataron 80 personas para contrarestar la ola verde en internet
2. **Campaña negativa de Santos:** difundir infundios / crear agenda
3. Mientras Obama supo reaccionar a la campaña negativa en FIGHT THE SMEARS, Mockus no pudo
4. **Gobierno Uribe**
5. Las encuestas
6. **Medios (vs Periodistas)**
7. **Todos con Santos /** políticos tradicionales
8. Sistema electoral
9. **Excesivo rigor sobre el mensaje**
10. **Somos teve más que internet:** en Estados Unidos 78%, en Colombia el 35%.
11. **Militantes vs Ingenuovotantes**
12. **Debilidades de campaña: exceso de confianza en las redes sociales y en el internet + Falta de organización + Ausencia de estrategia + sin base social**



Cultura política

internet (30%) vs tradición (70%)

Cultura internet

- @ En Colombia: usuarios de Facebook de 9.741.060
- @ La edad de los usuarios de las redes sociales entre los 18 y 35 años.
- @ nivel de educación alto
- @ gastan más tiempo navegando por Internet
- @ saben comunicarse a través de este tipo de redes
- @ son multiplicadores voluntarios
- @ Internet funciona para jóvenes + urbanos + que comprenden la lógica de la web: una conversación en dos direcciones...

Cultura política:

- @ Clientelista
- @ marcos de sentido tradicionales (religión, patria, estado mental, magia)
- @ Mediática / televisiva
- @ nuevas formas de lo público pero con baja conciencia del voto
- @ los jóvenes mucha web y poco voto

APRENDIZAJES

“Mockus tuvo éxito en la red casi por las mismas razones que fracasó en televisión:

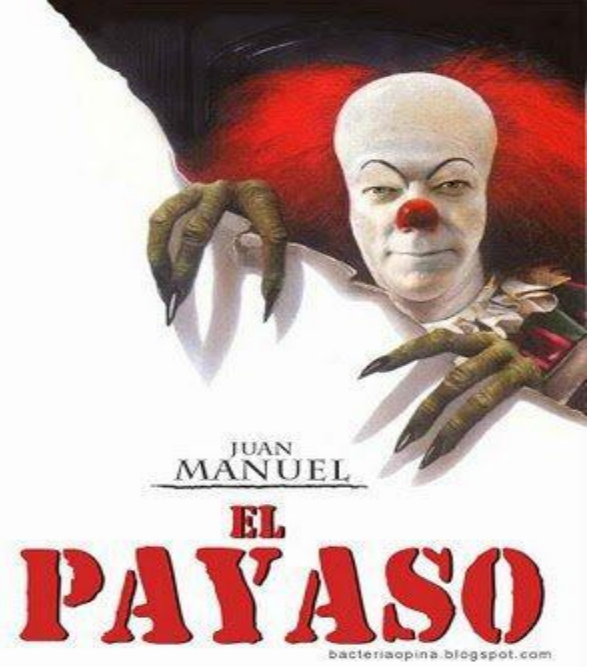
1. porque no piensa de manera lineal sino que ofrece links a otros temas ... abre más que cerrar las ideas
2. no establece fronteras entre lo público y lo privado
3. usa imágenes y símbolos
4. es transparente
5. mas que ofrecer soluciones desde arriba estimula la acción colectiva

= Mockus piensa como internet

= Mockus tuvo éxito porque , como Obama, es una celebridad, alguien que no es como los otros, que es original, y en la red solo triunfa el que logra llamar la atención por su excepcionalidad” JUANITA LEÓN (lasillavacia.com)

@ Bien para CONVOCAR pero no para PARTICIPAR

@ RED sí, SOCIAL no tanto



Por la compra de su muñeco diabólico reclame un Angelino

