

# Los jóvenes que desafían la abstención en Colombia

[elpais.com/internacional/2018/05/04/colombia/1525449207\\_526265.html](http://elpais.com/internacional/2018/05/04/colombia/1525449207_526265.html)

May 3, 2018



Una frase aparece de manera recurrente en la campaña de Colombia: "Si todos los jóvenes votaran, pondrían un presidente". Los menos optimistas, rebajan las expectativas: "Si la mayoría de jóvenes acudiera a las urnas se produciría un cambio". El 27 de mayo, en la primera vuelta de las elecciones, unos 12 millones de colombianos de entre 18 y 28 años están convocados para elegir un nuevo mandatario de un censo de más de 36 millones de electores.

Samuel Rojo, 25 años, campaña Humberto de la Calle

Las elecciones presidenciales de Colombia se discuten en las calles, pero también en las redes. “Son las más digitales de nuestra historia”, dice Samuel Rojo, coordinador de jóvenes de la campaña de Humberto de la Calle, candidato por el Partido Liberal. Es en las redes dónde están los primivotantes, los que acaban de cumplir 18 años y pueden votar por primera vez. Y es en Twitter, el lugar en el que este joven bogotano licenciado en Ciencia Política ha conseguido con su equipo viralizar una de las campañas que más se acerca a los jóvenes: Una pola con De la Calle (pola es cerveza en Colombia).



“Una conocida periodista colombiana escribió un trino con mala intención con una foto que mostraba a Humberto solo en un aeropuerto tomando una cerveza”, recuerda. Un grupo de jóvenes contestó con el *hashtag* #UnaPolaConDeLaCalle para mostrar su apoyo y se convirtieron en *trending topic*. “Explotamos la idea y trasladamos la estrategia a la escena pública. La campaña no les paga su cerveza, cada uno se compra la suya. Humberto puede estar más de dos horas hablando”.

Esta es una de las iniciativas que, en opinión de Rojo, está ayudando a que el candidato de mayor edad, 71 años, vinculado al *establishment*, esté rompiendo con el estereotipo.

Los cinco candidatos que sobreviven en la carrera electoral se han armado de un ejército de voluntarios para conquistar nuevos fieles entre un sector de la población que reproduce las prácticas abstencionistas de sus mayores. Solo cuatro de cada 10 jóvenes votan en Colombia, según datos del Ministerio del Interior. “La mitad de la población que puede votar no lo hace. Hay casi tres generaciones de familias colombianas que no tienen esta práctica como un rito”, explica Fabián Hernández, coordinador de la Misión de Observación Electoral (MOE), una institución independiente en Colombia. “Cuando los papás no votan, los hijos tampoco. Hemos perdido ciudadanos para la democracia”.

Los jóvenes tampoco acuden a las urnas porque no confían en las instituciones democráticas (seis de cada 10) y porque consideran que a los gobernantes no les interesan sus opiniones ni necesidades (siete de cada 10), según el Barómetro de las Américas realizado por el Ministerio del Interior y el Observatorio de la Democracia de la Universidad de Los Andes.

“Los políticos son una mierda; yo le doy mi voto a quien me dé algo; yo voto por el que menos robe, porque todos roban; para qué votar, si todos son unos corruptos”, son algunas de las respuestas que recopiló Luis Ernesto Gómez Londoño, viceministro del Interior, durante su travesía en moto por Colombia promoviendo la campaña #RutaContraLaAbstención.

Durante casi tres días recorrió 897 kilómetros entre Bogotá y Turbo, en el oeste del país, para conversar con unos 300 jóvenes en más de 20 municipios. Se encontró con chicos y chicas que creen que los partidos tradicionales monopolizan las elecciones.

### Carlos Flores, 27 años, campaña Iván Duque

Con 25 años, Carlos Flores, licenciado en Derecho, consiguió los votos para ser edil de Usaquén, una localidad de la capital de Colombia. Nació en Santa Marta, en la costa Caribe, es hijo de militar, y desde el colegio se ha involucrado en iniciativas ciudadanas. “Empecé organizando marchas en contra de las FARC y en defensa de los secuestrados”, cuenta.

Cuando llegó a Bogotá para estudiar en la universidad, comenzó a vincularse con el Centro



Democrático, el partido del expresidente Álvaro Uribe, del que es candidato Iván Duque. Ahora, es uno de los coordinadores del grupo de juventudes en la capital de Colombia. “Hacemos actividades en calle, foros y debates estudiantiles en universidades”, explica. “Hemos organizado una maratón digital en redes contando las propuestas de Duque y así revertir las mentiras de las otras campañas”.

El principal reto de Flores y el resto de voluntarios es dar a conocer a un candidato con escasa trayectoria política en Colombia. “Vemos en él un candidato de renovación política”, asegura. “Que se identifica con los jóvenes que quieren emprender, que tienen ideas innovadoras para Colombia”.

“No se puede clasificar a todos los jóvenes de una sola manera”, apunta Hernández, de la MOE. “Los que viven en zonas rurales tienen un acercamiento mucho más precario a la democracia y barreras físicas que no hay en las ciudades”. La Misión ha analizado que en 300 municipios de Colombia las urnas están a unas seis horas de distancia de los electores. “Así se desincentiva la participación”, afirma el coordinador, que recuerda que el poder del clientelismo, es decir, la compraventa de votos en el interior del país, es determinante para elegir presidentes y para terminar de corromper la democracia y a los futuros electores.

La esperanza que albergan los candidatos está en la cifra de participación de las elecciones al Congreso del pasado marzo. El 49% del censo acudió a las urnas, cuando el promedio en una votación de este tipo está en el 45%. Dos meses y medio después de esta convocatoria, aumentó la inscripción de documentos de identidad en la Registraduría, el requisito para votar en Colombia. “En este período de tiempo se registró el equivalente al 67% del total de cédulas

inscritas durante 10 meses para las elecciones legislativas”, explican desde la MOE. “Aún no podemos predecir si esto será determinante en la elección de un candidato o si subirá la participación”.

## El parche democrático

Leida Alejandra Colmenares es una joven líder del departamento del Casanare, en el este de Colombia, que lleva meses organizando *parches* democráticos con jóvenes de esta región tan olvidada por el Estado. Un *parche* es un grupo de amigos que se reúnen para pasarlo bien. En este caso, para aprender y debatir por qué es importante votar.

### Felipe Melo, 23 años, campaña Sergio Fajardo

Felipe Melo renunció a su trabajo de consultoría como ingeniero civil para dedicarse a ser coordinador nacional de jóvenes de la campaña de Sergio Fajardo. En su tarea tiene un precedente, la ola verde de Antanas Mockus. La mayor movilización de jóvenes en unas elecciones presidenciales, las de 2010, conseguida por un candidato independiente, con un resultado desesperanzador: los primovotantes que se movilizaron durante meses no fueron a llegar a las urnas.



Para revertir esta tendencia, no solo alientan a la participación en la campaña, sino que contemplan estrategias concretas para el 27 de mayo, el día de la elección. “Fajardo ya ha empezado a enviar este mensaje y nos estamos ayudando de personajes influyentes para que transmitan esta idea en redes”, explica.

Su bandera es la lucha anticorrupción. “En un año, la corrupción ha supuesto un desfalco de 50 billones de pesos. Nuestro mensaje es que con ese dinero acabamos el hambre de La Guajira. Así mostramos la importancia de la política: ¿Y si no se lo robaran, qué oportunidades podríamos tener?”.

La iniciativa forma parte de la campaña No se lo dé a cualquiera, promovida, entre otras instituciones, por la Fundación Mi Sangre del cantante colombiano Juanes. “Somos una red de jóvenes independiente, no le hacemos campaña a ningún partido. Nuestro propósito es la participación y movilización social de los jóvenes”, aclara Colmenares.

La dinámica del *parche* consiste en organizar juegos para ganarse la confianza de los futuros votantes. “Tenemos uno que se llama *¿En qué te vas a gastar la platica?*”, explica Leida Alejandra Colmenares. “En dos rondas, con un tiempo concreto, nos tienen que decir cómo

distribuirían 100.000 pesos en temas como el empleo digno, el medio ambiente o la educación si fueran presidentes”.

Con estas prácticas, sin entrar en debates políticos, van cautivando a chicos y chicas que no han tenido acceso a este tipo de información. “Usamos otro juego con tarjetas, cada una contiene datos concretos sobre temas que hemos estudiado que les afectan”, relata, “por ejemplo sobre el sector rural, les explicamos el escaso acceso a la tierra que tienen los campesinos en Colombia y los niveles de pobreza en el campo. Les llama mucho la atención y proponen alternativas”. Comienzan a aparecer jóvenes líderes en el territorio.

Por el momento, han organizado 151 *parches*, con la participación de más de 5.000 personas en 10 departamentos de Colombia. Y ya han obtenido los primeros resultados: “En las elecciones al Congreso hicimos un ejercicio en dos veredas del Casanare para que la pedagogía no se quedara en el parche, que llegaran a votar. Ese día nos mandaron fotos a WhatsApp con el tarjetón electoral y con su resguardo de haber votado. Imágenes con sus mamás y abuelas. Salieron con la idea de que son el cambio y consiguieron que sus familias se involucraran”.