



**DIPLOMADO VIRTUAL PARA AMÉRICA LATINA**

# **PARTIDOS CONECTADOS**

**LOS NUEVOS DESAFÍOS DE LA POLÍTICA  
TRABAJOS FINALES**

**Participantes:** Gerson Álvarez; Vanessa Calderón; Karen Guevara

## **Introducción**

En el siguiente trabajo final se presentan tres premisas en línea con el Módulo I de la primera semana: “Política y Vocación”. Gracias a este espacio de convergencia dentro del diplomado pudimos entender que el tema que nos mueve de esta semana es “La noción del servicio en la política”. Éste mismo, tiene un lado a nivel personal, en tanto a la vocación política y de servicio del ser humano de manera innata; mas al mismo tiempo la sociedad y los partidos determinan qué tanto se promueve la política como vocación, y una de servicio, para que ciudadanos la desarrollen y entiendan, pero también exijan ese estándar en los servidores públicos que eligen. En este intercambio surgieron bajo este tema la juventud, la mujer, ciudadanos cristianos que influyen y juegan un rol preponderante en la construcción del concepto y la vivencia de la política con la noción de servicio para el bien común y la calidad de vida de todos.

**Premisa 1:** La política es el vehículo para la participación estratégica de la juventud al servicio del país.

### **¿Por qué la premisa es importante?**

En los países latinoamericanos la juventud representa más del 40% de la población económicamente activa, pero en situación de vulnerabilidad social, educativa, económica y ambiental. No obstante, sólo una minoría ocupa puestos de influencia y participación real en instancias de toma de decisiones legislativas, municipales y partidarias. Así mismo, se ha evidenciado que la mayoría de legislaciones no priorizan leyes, políticas ni acciones destinadas específicamente al empoderamiento real para la construcción de presentes y futuros de progreso. Es por esto que se pierde la oportunidad de utilizar la política para que los jóvenes se coloquen al servicio y representatividad de los intereses de la juventud.

### **¿Cómo llegaron a ella?**

Llegamos a ella a través de lo observado empíricamente en cuanto a la participación ciudadana, reflexiones propias y datos de políticas nacionales de juventud, en capítulos de diagnóstico.

## **¿En qué sentido es importante?**

El servicio como principio y valor en la sociedad es estratégico llevarlo como política para la construcción de sociedades más solidarias justas y equitativas. Así mismo, fortalecer y poner en práctica el servicio dentro de las plataformas políticas conlleva a una dignificación de la misma y a modelar conductas de solidaridad, unidad, enfoque de equipos para el bienestar de múltiples colectivos. Finalmente, se genera un efecto de humanización del progreso en medio de las crisis globales.

## **¿Qué desafíos impone?**

Desafío1: Implementar estrategias de sensibilización y educación de la juventud, en materia del ejercicio de la ciudadanía y sus derechos políticos como plataforma de servicio para los más vulnerables.

Desafío 2: Hacer advocacy con los políticos en puestos de decisión para fomentar el servicio de la juventud a nivel legislativo, municipal y partidario.

Desafío 3: Promover como sociedad civil micro proyectos de incidencia política al servicio de las necesidades de los jóvenes y sus familias.

**Premisa 2:** La mujer en su participación en la toma de decisiones desde cargos de elección popular fortalece la democracia y a la sociedad en general.

## **¿Por qué la premisa es importante?**

Latinoamérica se conoce por la influencia y la cantidad mayoritaria de mujeres en una comunidad. Aunque las mujeres han logrado avances notables en muchas profesiones, la política no es una de ellas. De hecho, en todo el mundo, las mujeres han brillado por su ausencia en la adopción de decisiones y en la formulación de políticas públicas. Sin embargo, la mujer se encuentra en la lucha no de vocación, pero sí de espacios dentro de la política. Las mujeres deben promover la adopción de nuevas leyes y la introducción de reformas

constitucionales para garantizar un acceso equitativo de las mujeres a las esferas políticas, como votantes, candidatas, representantes electas y funcionarias públicas. También colaborar con los equipos con la sociedad civil en programas de gestión electoral para impulsar que en las elecciones se respeten los derechos de las mujeres, incluido el derecho a votar y a defender sus candidaturas electorales sin sufrir violencia. La mujer

siempre se ha calificado por ser organizada, dar un punto más emocional a la sociedad, y envolver a ésta en un conjunto de bienestar. La vocación siempre quedará corta, pero surge una pregunta: ¿El verdadero patriotismo consiste en hacer política y hacerla bien?, de ser así, se deberá de incluir e involucrar conscientemente a la mujer en la situación no solo de crisis de vocación si no en la construcción de la oportunidad.

### **¿Cómo llegaron a ella?**

Llegamos a esta premisa siendo uno de los temas y estudios primordiales sobre la ONU y la participación de la mujer en la política, y entendiendo en reflexión de nuestros conocimientos de la vivencia en política a través de la observancia, de cómo la vocación se ha transformado en una crisis cuando no hay equidad de oportunidades.

### **¿En qué sentido es importante?**

Es importante por el simple hecho de que urge la paridad y alternancia de los puestos políticos y poderle brindar a la sociedad no solo la perspectiva si no la vivencia única de la igualdad de puestos y derechos observables y evidenciables.

### **¿Qué desafíos impone?**

Desafío1: Ofrecer capacitación para ayudar a las candidatas políticas a desarrollar sus capacidades, e impartir formación cívica y electoral relacionada con la igualdad de género.

Desafío 2: Disponer de un fondo de apoyo disponible para mujeres en sus campañas electorales. Surge un desafío de conectividad internacional también en este punto: entre mujeres de países con recursos poder construir alianzas de apoyo económico a colegas candidatas en otros países menos desarrollados.

Desafío 3: Promover como sociedad el respaldo de los defensores y defensoras de la igualdad de género, para que se cumplan con las obligaciones de fomentar el empoderamiento de la mujer en política y observar su participación visible e incluida en el fortalecimiento de las sociedades y la política.

**Premisa 3:** La política es un vehículo fundamental para edificar la ciudadanía y la actividad del hombre.

## **¿Por qué la premisa es importante?**

Esta premisa considera la política como esa vocación de servicio para lo cual está hecha, en el sentido de llevar a cabo el respeto fundamental de la vida, la libertad y la dignidad de las personas. No como una forma meramente lucrativa, mas como una verdadera forma de amar al prójimo, al hermano que está cerca y necesitado, al ciudadano común que pide se hagan valer sus derechos.

## **¿Cómo llegaron a ella?**

Después de escuchar el mensaje del Papa Francisco en el que menciona lo siguiente: “La política, si se lleva a cabo en el respeto fundamental de la vida, la libertad y la dignidad de las personas, puede convertirse verdaderamente en una forma eminente de la caridad”, estamos convencidos que hemos cristianos llamados a hacer política, pero una política guiada por sus valores y principios, que sea correcta y como verdadera vocación de servicio.

## **¿En qué sentido es importante?**

Es importante por el alcance que pueda tener hacia la comunidad, siempre pensando en el BIEN COMÚN, si lo vemos desde un punto de vista individualista vamos a encontrarnos con toda esa clase de politiqueros, que solo buscan su beneficio y destruyen la verdadera vocación de servicio que yace dentro de la política para trabajar por el desarrollo, la calidad de vida y el bienestar de los integrantes de la sociedad.

## **¿Qué desafíos impone?**

Desafío 1: La participación política del cristiano, siempre que sus acciones vayan encaminadas por sus principios y valores.

Desafío 2: La visión política de las personas que vaya pensada en el hermano, el ciudadano del día a día, con el más necesitado, buscando cubrir la brecha de desigualdad que existe.

Desafío 3: Ver reflejado en el trabajo político esa vocación de servicio a la que estamos llamados con actitudes, acciones y un legado de liderazgo visible y coherente al servicio de los ciudadanos.

## **Conclusiones**

Dentro del tema base “la noción del servicio en la política” identificamos que los jóvenes, las mujeres y los cristianos tienen la posibilidad de influir positivamente en la construcción del concepto y la puesta en práctica de entender la política como ese vehículo de servicio para trabajar por el bien común. Partimos de esa vocación innata o desarrollada en cada ciudadano que entienda y viva la política desde el sentido del espacio para estar al servicio de las poblaciones. He ahí la importancia del rescate del concepto de política al servicio del desarrollo humano, sostenible, enfocado en el bienestar y la calidad de vida de las personas. Concluimos, que en el caso de los que se dedican a ella “no la viven como un servicio a la comunidad humana, puede convertirse en un instrumento de opresión, marginación e incluso de destrucción” como lo describe el Papa Francisco en su Mensaje para la 52a Jornada Mundial de la Paz.

**Participantes:** Geraldine Nancy Canasas Gutiérrez; Julián Andrés Daza Méndez; Shirley Franco Rodríguez; Jairo Alejandro Ríos Murillo; Yohana Araceli Sánchez López

### **Premisa 1: Vocación La Vía Contra La Corrupción**

Pues en el sentido más amplio, la vocación es un llamamiento para orientar nuestra vida, fuerza y energía. Es el placer de servir con devoción a un bien mayor, en este caso a la sociedad. Al buscar la vocación favorecer un interés superior, se contrapone de forma inmediata a cualquier cuestión que pueda corromper el objetivo más grande, que es servir con fervor a la gente de una comunidad, por lo tanto, nunca velará por un interés particular.

La vocación es aquello que nos lleva a buscar nuestro desarrollo personal y también es el motor que basado en los principios de igualdad, transparencia, equidad y bien común nos guía para lograr servir a aquellos que lo necesitan más.

En este contexto, el político es quien vincula el manejo del Estado para beneficio general y no personal, pues esta es una de las profesiones más loables puestas al servicio, donde gracias al poder que nos otorga representar al Pueblo, podemos solucionar sus problemas y apoyar la construcción instituciones más equitativas, donde todos tengan las mismas posibilidades y oportunidades de crecimiento donde el político sea quien ayude al que más lo necesita.

El gran problema de poder lograr este trabajo armónico son aquellos políticos que ponen sus intereses individuales sobre los colectivos, así que todos, desde nuestros barrios y organizaciones políticas, debemos trabajar mancomunadamente para crear valores comunes donde el político y quien participe en la política, trabaje no por él y su desarrollo individual, sino por el desarrollo colectivo de su comunidad, haciendo con esto sociedades más equitativas y unidas que creen un Estado más equitativo y fuerte.

### **Premisa 2: Malas Motivaciones Para Entrar En Política**

*¿Por qué ser político hoy en día?* Una cuestión es aspirar a servir al bien común, a administrar los recursos públicos o a hacer justicia y otra es la motivación psicológica para

querer estar en las instituciones públicas. No encontramos ninguna buena razón, salvo las más románticas e idealistas, que resultan cursis y melosas. Respuestas como querer ayudar a la gente, cambiar al país o acabar con la corrupción, parecen sueños encantadores, pero que no corresponden al verdadero motor.

Muchos aspirantes a un cargo político quieren el poder para beneficiarse del mismo y dicen que desean hacer algo por el país o por los demás, pero en realidad es una especie de autoengaño; el poder es atractivo y seductor, te da prestigio, posición social y sobre todo lujos y beneficios muy pronto, a través del encanto personal y las buenas relaciones.

Existen soñadores y realizadores, por eso, nos parece que los malos políticos son gente que concreta proyectos personales de una manera astuta e inteligente. Son realizadores, porque mientras venden 'espejitos' y esperanza, escalan posiciones y escaños de una manera efectiva. Y al mismo tiempo logran que sus bolsillos se llenen poco a poco hasta ir incrementando su ansiado patrimonio.

Varios psicólogos insisten en que la motivación real para aspirar al poder es la codicia. Otros no estarán de acuerdo con ello y dirán que es el espíritu que induce a buscar el bienestar de la comunidad. ¿Será posible que, en algunos políticos el apetito por el poder nace desde su egoísmo? O ¿realmente son nobles caballeros que tienen intenciones filantrópicas?

Hay entonces, una involución política, intelectual, institucional, jurídica y moral — distorsión de valores— en la sociedad. Para comprender la gravedad de esto, debemos recordar la raíz de la política, que es el arte de administrar el poder, de utilizarlo para servir y ocuparse por el bien común.

### **Premisa 3: Los Nuevos 'Elegidos' Dentro De La Política**

Resulta interesante analizar el tema religioso vinculado a la política. Mucho se habla de cómo nace la vocación de servir y esta, apunta muchas veces a un tema vinculado a la religión.

En las últimas elecciones, hemos visto (al menos en Latinoamérica), líderes políticos que han enarbolado sus creencias religiosas para hacer más creíbles sus propuestas. Esto claro, en el supuesto que sea la connotación religiosa, aquella que le otorga a la persona un 'plus' por sobre los demás. Sin embargo, este tipo de discurso no vuelve más idóneo al candidato y tampoco hay una mística repentina que deba ser tomada en cuenta.



¿Por qué analizarlo? Primero porque resulta conveniente ver cuantos partidos confesionales han crecido en nuestro continente. En muchos, la idea de hacer política responde a un nexo de otro mundo: “Si Dios es mi padre y es el rey soberano, yo que soy su hijo, soy el príncipe, entonces, puedo cogobernar con él”. Romántica la afirmación, pero a todas luces un mal chiste. Increíble para quienes analizamos el discurso, pero revelador para quienes, cegados por la fe, eligen a políticos bajo este criterio.

No está mal creer, es más, es correcto que de pronto sean más personas y de diversos sectores, los que se interesen en hacer política, el detalle es que estas fórmulas en el tiempo son insostenibles. Frente a una hambruna, ninguno de estos políticos multiplicará el pan.

Por otro lado, la religión está llena de símbolos, aquel lenguaje que penetra mucho más rápido en el receptor, pues está salpicado de mensajes subliminales, por lo tanto, no es ético acuñar un mensaje a la colectividad con estos recursos. La religión no es un arma, es un dogma de fe y por lo tanto debe ser manejado desde un espacio diferente.

**Participantes:** Karla Muñoz Ramírez; Adrian Martínez Gopar; Emanuel Arias; lidanis Sierra; George Hidalgo Pocco.

**Premisa 1:** La corrupción es la enfermedad más grave que desvincula la política de la vocación pública.

La corrupción es definida por Transparencia Internacional como el abuso del poder público para obtener un beneficio privado (Amparo, 2016, 11) y se ha catalogado como una de las prácticas más perniciosas para la confianza en la política y la fe pública.

El fenómeno de la corrupción tiene un “pernicioso efecto sobre el ánimo nacional, sobre la legitimidad y credibilidad del Estado y sus representantes, sobre la supervivencia de la democracia, sobre el desempeño de la economía nacional, sobre la desigualdad y sobre el bienestar de las familias” (Amparo, 2016, 10).

Bernardo Kliksberg señala que eludir esa relación entre la corrupción y la pérdida de la confianza en la democracia, como ha sucedido en la América Latina en las últimas décadas, significa crear el terreno propicio para que el vacío de discusión ética favorezca a que se desplieguen sin sanción social los valores antiéticos que encabeza la corrupción, continuando hacia el egoísmo exacerbado y la insensibilidad frente al sufrimiento de tantos. El corrupto no sólo daña por lo que roba a la sociedad, sino también, por el mensaje que transmite.

A raíz de estos hechos, los avances de distintos gobiernos en materias tan relevantes como la pobreza o la desigualdad, han sido eclipsados por los casos de corrupción de alta connotación pública en Latinoamérica, generando resultados socioeconómicas negativos y un malestar generalizado (OECD, 2020:16). No son pocos los países que durante el 2019 protagonizaron grandes movilizaciones sociales en donde la corrupción era un elemento constante del malestar. Ejemplo de ello fueron las movilizaciones en países como Puerto Rico Colombia, Haití, Honduras, Chile, Irak, Líbano y Egipto, protestas que arraigaban entre sus causas, los altos niveles de corrupción.

El Latinoamérica el desafío es a gran escala ya que la región es una de las más corruptas del mundo y las prácticas antiéticas han permeado a diversas instituciones públicas y privadas.

Un mayor control institucional y social frente a las malas prácticas es clave. La sociedad no debe olvidar que hay políticos que se someten a elecciones populares y es el momento en que la ciudadanía evalúa su accionar. Una mayor profesionalización de los organismos contralores y el desarrollo de normativa que establezca mayores niveles de transparencia se convierte en una necesidad que los gobiernos no pueden eludir si valoran la democracia y el pleno desarrollo de sus pueblos.

**Premisa 2:** La importancia de la ética pública, formación académica-política y su importancia en el ámbito público.

## I. Ética Pública.

Cuando se habla de Ética Pública, no es que se trate de una ética singular para los asuntos de gobierno y de la misma Administración Pública, más bien se refiere ingenuamente a la ética aplicada y puesta en práctica en el ámbito público, por tanto la ética en los servidores públicos implica un cambio esencial en las actitudes de cada individuo, lo cual se traduce en actos precisos que orienta hacia el interés público. Es lo que Weber determinó como “Ética de la responsabilidad”.

“La Ética Pública puede entenderse como un hacer colectivo, un proceso en el que la colectividad y los individuos van generando aquellas pautas de conducta y aquel carácter que permiten un mejor desarrollo de la convivencia y una mayor expansión de la autonomía y libertad del ser humano.”(Villoria:200,19).

El estudio de la Ética Pública es esencial por que esta disciplina auxilia respecto a lo que es idóneo o perjudicial para la colectividad. Es decir, da referencia al dictamen que debe tener el servidor público para realizar sus actividades con eficacia y eficiencia para la comunidad. Por tanto la ética pública da al servidor público un conocimiento que le permite actuar correctamente en cada situación por difícil que esta sea, ofreciéndole criterios para encontrar soluciones adecuadas.

Ante esto, la razón por la que la ética es un instrumento necesario radia en que está se orienta al estudio de las acciones humanas por lo cual las explicaciones a las distintas conductas giran en torno a esta disciplina.

## li. Formación Académica-Política.

Los antiguos griegos sostenían que para ocupar un cargo público eran necesarias al menos tres condiciones de las cuales son, Capacidad para el cargo, Lealtad para la constitución y virtud y justicia. es decir, cuando cualquier servidor público adquiere estos elementos adquiere lo que se le conoce como un servidor público de carácter profesional e idóneo para integrar el buen funcionamiento del ejercicio del poder y por otra parte la operación de la Administración Pública.

Por su parte, Max Weber, al referirse a las características de quién aspira a la vida pública escribió. “La política consiste en una dura y prolongada penetración a través de tenaces por lo que ser requiere así como también fervor y mesura; es completamente cierto, y así lo prueba la historia, que en este mundo no se consigue nunca lo posible si no se intenta lo imposible una y otra vez” (Weber, M.)

La combinación Académica- Política es fundamental, necesaria y se mueven dentro de la misma dimensión la política no puede operar acertadamente sin la formación académica-política lo mismo pasa con la ética pública.

Por tanto la formación académica- política no deben ser ignoradas por los que ejercen el ejercicio del poder ni los que operan dentro de la Administración Pública ya que orienta hacia lo que es conveniente y justo para la comunidad política, es decir auxilia para la toma de decisiones, ejercita la mente mediante la deliberación.

Sin embargo, la formación académica-política y la ética pública coadyuvan a que la misma función pública sea eficaz, eficiente. De igual manera ayudan a reivindicar la imagen del funcionario, del gobernante, del político y en general de aquellos que se encuentran en el ámbito del servicio público. Ningún gobierno tendrá un verdadero éxito si antes no integra los pilares de formación académica- política en la formación de su personal.

**Premisa 3:** La Política Como vocación y la Importancia de la Participación Ciudadana.

Me centro directamente en la realidad sociocultural en la que mi país se ve envuelto, tras 35 años de dictadura con el régimen Stronista se ve reflejada una tímida vista hacia los

temas sociales en vista de esto, la gente prefiere vivir en su realidad trabajar, llevar el sustento a su casa. Me topé con mucha indiferencia al hablar de política.

Cambiar la realidad en la que vivimos, después de casi de tres décadas de democracia “La sociedad”, se ve alejada e incierta a la realidad de nuestro país. Con una clase política ignorante, fanática, Tradicionalista. Los dos Partidos (ANR) partido Colorado, (PLRA) partido Liberal, se incrustaron en el estado no habiendo ninguna competencia política, me veo en obligación de agarrar y llevar como vocación la Política.

En mis dos años de activista del Partido Patria Querida, aprendí lo que es ser un verdadero político (Ayudar a los más necesitados) esta es la definición que tomo por hacer política, me encontré con la gran antipatía, de la gente. Que no le interesa su bienestar social, este es mi caso, estamos trabajando por mi ciudad San Lorenzo del Campo Grande, un Distrito del departamento Central, donde los Políticos que gobiernan esta ciudad. Están hace 6 periodos serian 30 años, esta es mi Pregunta dónde están los Jóvenes con la vocación de ser factores de cambio, lastimosamente encima de todo mi ciudad es denominada “LA CIUDAD UNIVERSITARIA” por qué abundan universidades y esta el campus de la Universidad Nacional de Asunción, recorrí en total 28 barrios de los 56 que tiene SanLo, escuche de todo, pobladores que fueron olvidados por la comuna sufriendo de todo por las paupérrimas condiciones de las calles, y me enfrente a otro sector que vive desinteresado por estos temas.

Hoy estoy trabajando por mi ciudad para las elecciones del 2021 por la intendencia no me candidato, pero voy para ser Diputado en el 2023, en este momento estoy

trabajando para ser de motivación y motor, para que los Jóvenes entren en la cancha política para generar un cambio positivo. Soy Presidente del equipo Joven PQ en SanLo buscamos estrategias, como Política a la Parrilla una actividad donde nos reunimos a comer asado y a debatir de política, también un segmento especial para Mujeres Café y Política donde mujeres debaten temas políticos relacionados a nuestra ciudad

Así buscamos generar conciencia de ser contralores de lo público y involucrarnos en Política. La sociedad Paraguaya, al menos la de mi generación se dan cuenta que necesitamos verdaderos autores en la política y que todos los ciudadanos tengamos algún interés en los sectores de la educación y salud, donde se vio la asquerosidad del robo que cometieron durante esta pandemia, Los gobernante de turno.

La política se tiene que renovar y ser atractiva para un interés más fuerte y conseguir así un bienestar social completo.

**Premisa 4:** El dilema en el que se ven envuelto los políticos venezolanos.

En la vocación política hallamos la tranquilidad de conciencia que nos otorga el poner la vida al servicio de los demás, no es un secreto que en Venezuela esto se ha convertido en un dilema debido a la persecución por parte del régimen de Nicolás Maduro, en los últimos años el incremento de la persecución política en el país alcanzó niveles inéditos en la historia reciente de Venezuela.

La persecución política se profundizó a partir del 2014 año caracterizado por grandes manifestaciones en contra de este gobierno opresor, así como el nacimiento de nuevos líderes políticos y el resurgimiento de otros tantos.

Mientras pasa el tiempo, son más las violaciones que se comenten, para continuar, es importante resaltar que en Venezuela se ha dado origen a un régimen de represión política en ascendencia, mediante acciones que se pueden clasificar en ocho patrones específicos de persecución.

1. Apertura de procedimientos judiciales
  2. Persecución a través de medios de comunicación
  3. Destitución de cargos públicos a políticos disidentes
  4. Allanamiento irregulares a la propiedad privada (Sin orden judicial)
  5. Allanamiento de la inmunidad parlamentaria
  6. Inhabilitación política
  7. Usurpación de las funciones públicas
  8. Aquiescencias de actos violentos en contra de dirigentes políticos
- Todos estos son violaciones a los derechos humanos.

Lo cierto es que la persecución se ha convertido en el desafío más grande de los dirigentes políticos, pero también grandes desafíos para los periodistas venezolanos y en la actualidad a los trabajadores sanitarios.

Ellos le llaman "Control Social" y "Regulación de información"

Todo para aparentar en la actualidad que tenemos los medios necesarios para mantener una vida digna en medio de la situación que representa el Covid-19, el 2020 ha Sido un año duro para el mundo pero más para los venezolanos, existen más de 386 personas que se encuentran privadas de su libertad por "razones políticas".

Mientras siguen las persecuciones para sembrar miedo, pero el coraje es superior.

Esa tranquilidad de conciencia que ejercemos día a día a través de la vocación política es nuestra mayor motivación y el desafío que se convertirá en algún momento en la oportunidad más grande que tenemos los venezolanos cuando logremos la libertad y el país de oportunidades para todos, dónde los derechos humanos se respeten, dónde la decencia y la buena fe de quienes nos gobiernen se convierta en la rutina más exitosa de todos los ciudadanos.

**Premisa 5:** Vocación para servir, más no a servirse

La política es el arte de gobernar, y en conjunto con la democracia es la capacidad de lograr que un individuo o un grupo de estos, tengan como función gobernar a un país, el poder de decidir el futuro de toda una sociedad, todo un país; sin embargo estos individuos a los cuales empezaremos a llamarlos políticos, sufren de constantes críticas, algunas con fundamento y otra no, sobre su actuar debido a que la población muchas veces dudan de su actuar dentro de los poderes del estado, siendo acusados constantemente a servirse a ellos mismos, mas no, al pueblo.

Este hecho nace a raíz de la actual inexistencia de una clase política, dispuesta a gobernar y sobre todo capaz de hacerlo, por ejemplo, en Perú, la política esta dominada por grandes empresarios en búsqueda de legislar o gobernar a sus intereses personales, personas de la farándula que solo buscan tener un ingreso fijo, personas con proceso judiciales buscando la ansiada inmunidad parlamentaria o presidencial o simplemente personas que buscan llenar sus bolsillos a costa de su pueblo.

Por lo que se necesita la creación de una clase política, con ideales y valores, políticos que buscan servir al pueblo mas no a sus intereses, se necesita apostar por los jóvenes, ya que la indiferencia, se puede convertir en indignación y la indignación se puede convertir en acciones, y si esas acciones se enrumban por buen camino, y con junto a doctrina firme, se pueden formar buenos políticos, políticos comprometidos por su gobierno local, regional, o nacional, jóvenes políticos de cambio, con vocación de gestión y de servicio.

En conclusión, la política no es el problema, el problema son los políticos sin vocación de servicio, por lo que necesitamos generar un clase política involucrada y renovada, con real vocación de servicio, citando a Manuel Gonzales Prada “Los viejos a la tumba, los

jóvenes a la acción”, y tal como se titula este texto, deseo terminarlo, necesitamos vocación para servir y no para servirse.

### **Bibliografía.**

Weber, M. (1984). El político y el científico. Alianza editorial: Madrid.

Villoria, M. (2000). Ética pública y corrupción. Universidad Pompeu Fabra: Madrid



**Participantes:** Ana Maria Luna Martinez; Mateo Sebastián Flores Calderón; María Estrella Ortiz Ayala; María Gabriela Samudio Pérez; Nelson Andres Molero Gandica.

## Introducción

La política como vocación es un gran dilema que viven los líderes y en general quienes se desenvuelven en dicho ámbito. La política representa una lucha de poder, una encrucijada de acciones y de decisiones que en ocasiones va más allá del fin primero, que es el de servir y buscar el bien común de todos. Sin embargo, como expresa Nicolás Maquiavelo en el libro de *El Príncipe*, "Cuando se trata, pues, de juzgar el interior de los hombres, y principalmente el de los príncipes, [...] es preciso atenerse a los resultados: así lo que importa es allanar todas las dificultades para mantener su autoridad; y los medios, sean los que fueren, parecerán siempre honrosos y no faltará quien los alabe" [1]. Con lo anterior haciendo creer que el fin justifica los medios, es probable que, en este transitar de ideas y voluntades, se puede ir disfrutando del ejercicio del poder logrado, derivado del cumplimiento de los objetivos y metas a su cargo o actividad desempeñada, así como el de obtener la tranquilidad de conciencia que otorga el poner la vida al servicio de una causa es trascendental.

## 1. Política y comportamiento ético

El desarrollarse de manera profesional en cualquier carrera o profesión, siempre debe ser realizada con la ética como fundamento inicial. El servir político o el ser político no debe ser indiferente a esta, es más, aquí la ética debe tener una mayor importancia debido a que es en esta profesión donde la vida y futuro de muchas personas depende de unos pocos por lo que se requiere que los profesionales que se encuentran en estos lugares de decisión, sean personas justas, que entiendan que llegaron a esa posición por su don de servir a grupos vulnerables y personas en situación de riesgo.

Al referirnos al político lo primero que una persona debe pensar es, "tiene el don de servir", siempre prioriza ayudar a quien lo necesita por encima del auto reconocimiento personal o mediático que sus acciones puedan tener. Eso es lo que un político siempre debe ser, por esta razón y analizando lo expuesto anteriormente se puede concluir que una de las bases que toda persona debe tener más aún si desea participar en política es la ética, poder discernir entre lo correcto y lo malo para poder servir a sus ciudadanos con

integridad es necesario, sin ética nuestra sociedad estarían sumidas en la anarquía aprisionando los sueños y esperanzas de las personas.

Quienes manejen asuntos públicos y quienes ejecutan las decisiones deben ser transparentes, si carecen de valores éticos para lograr sus objetivos y resultados en la política y gestión pública no podrán servir de la manera íntegra y no podrán gozar de la credibilidad y conducta moral que los hombres y mujeres buscan para representarlos y es precisamente una de las causas que ha provocado la desconfianza en las instituciones y en los políticos.

## **2. Buenas vs. Malas motivaciones para entrar en política**

Como en toda profesión o trabajo las personas siempre analizan los pros y contras de la misma para poder tomar una decisión de que si quieren seguir un carrera u otra o por otro lado para aceptar un trabajo o no, en política es exactamente igual para que una persona decida incursionar en ella realiza el mismo análisis anterior y mira el por qué debería empezar a desarrollar una carrera política, habrán personas que lo hacen desde la perspectiva correcta, porque ven en la política como un espacio de servicio a los ciudadanos, una posición en donde ellos pueden ser el puente entre los problemas y necesidades de las personas y la solución a ellos, lo ven como una oportunidad de contribuir en sus comunidades, ciudades o país desarrollando espacios de crecimiento en igualdad de oportunidades.

Esta debería ser siempre la perspectiva que las personas tengan si desean iniciarse en la política, pero como en toda historia siempre hay dos caras de la moneda, una en donde los valores permiten tener espacios reales de crecimiento pero también hay otro lado malo en donde se ve a la política como una oportunidad de servirse a costa de los ciudadanos, una oportunidad de enriquecerse con dinero público pensando que al estar en un cargo de poder se está por encima de la ley y se puede hacer y deshacer según su voluntad, lastimosamente en Latinoamérica esta última perspectiva se repite en varios de nuestros países y genera cada días más desconfianza y desinterés en la política ya que los malos políticos han superado a los buenos, aumentando su perspectiva de que la política es mala alejándola cada vez más de su esencia verdadera.

Algunos conceptos y premisas del pensamiento de muchos políticos nos ayudan a esclarecer la coyuntura política por la que estamos atravesando actualmente como

sociedad y esto hace que siga creciendo la aspiración a participar en el poder o influir en la vida política.

Actualmente muchas personas sienten que en pocas palabras la política es la manera en la que los hombres y mujeres se organizan para obtener, distribuir y utilizar el poder a su conveniencia.

### **3. Política como profesión (Vivir de política y para la política).**

La política está sujeta a constantes cambios, por eso al hacerla te adhieres a diversas transformaciones, entre ellas su modo de ejecución. Al paso del tiempo el término “político” ha pasado de ser una expresión que transmite respeto y admiración a ser un sinónimo peyorativo, esto se debe al uso que le dan las personas que se mueven dentro de la esfera política, dentro de ella esta quienes usan la política para fines sociales y sin retribución, estos son los que viven “para” la política, normalmente son personas con un sentido social que a través de cargos de elección popular o activismo buscan beneficiar a un conglomerado de habitantes.

Por otra parte están quienes utilizan la política para fines lucrativos dejando a un lado el sentido social que esta implica, estos son los que viven “de” la política, debido a ello el término “político” está cada vez más demonizado. La palabra “política” viene del ejercicio del poder orientado al beneficio de una población, por ello cuando hablamos de política, lo hacemos partiendo de un enfoque social, esto hace que cuando se utilice para beneficio de un solo individuo sea visto como un término degenerativo.

***“Los partidos y los políticos que carecen de ideas recurren únicamente a la ecuación pragmática individual para maximizar el poder; de esta manera, una política sin ideas y peor aún, sin ideales, se convierte en pura ambición personal que muy rara vez, por no decir nunca, se traduce en una mejor realidad para los demás” [2]. (Rodríguez Doval, 2017).***

***“Uníos, hombres del Ecuador: capitalistas y proletarios, pobres y ricos. Comprended que vuestra redención está en vuestras manos. Preparad vuestros espíritus, deponiendo el egoísmo brutal y los odios antagónicos, y sabed que todo lo que habéis perdido lo volveréis a ganar. Sois ahora hijos del fracaso, pero podéis ser mañana rectores de vuestra felicidad. Permitid todos el desarrollo de una vida racional, no volviendo los ojos atrás, en busca de recriminaciones recíprocas, sino***

***fijándolos en la Luz que, como los frutos de la tierra, es para cada uno y para todos los hombres. Uníos en la fraternidad.***” [3]. (Partido Social Cristiano, 1951)

En el ejercicio de la política no hay una profesión establecida, esto hace que las personas puedan ejercer desde cualquier carrera o posición social, puesto que se puede hacer desde cualquier ámbito, partiendo de esto nos damos cuenta que la política más que ser una profesión es “el arte de servir al pueblo”, define a las personas que trabajan a favor de una comunidad establecida ya sea desde un cargo de elección popular, desde una veeduría o trabajo independiente por un grupo poblacional.

Existen personas que logran ver que la vocación política se puede dar en aquellos casos que se dispone de patrimonio, que no los obliga a depender o recurrir a esos ingresos derivados de toda actividad política.

La política va mucho más allá que un ejercicio profesional, es una necesidad humana y no una profesión en busca de una remuneración, lo que la define es el compromiso, la solidaridad y la pasión que nos lleva a trabajar a favor del pueblo.

### **Bibliografía.**

[1] Maquiavelo, Nicolás. *El Príncipe*. Florencia; Italia, Espasa Calpe, 1532.

[2] Rodríguez Doval, F. (2017). *El PAN y su identidad política*. Ciudad de México: Panorama.

[3] Manifiesto a la Opinión Pública, Partido Social Cristiano del Ecuador, Quito, Ecuador, 1951 La política como vocación, Max Weber, 1919

**Participantes:** Felipe Ignacio Crespo Avendaño; José Pablo Mesén Gamboa; Ana Cristina Burgos Robles; Lily Elena Huaman Conde; María Inés Vázquez Miquilena.

## **Introducción**

El presente trabajo final consiste en obtener una retroalimentación del tema de la semana 3, de parte de este grupo, así como también promover el intercambio de ideas entre participantes con intereses comunes, y conocer las reflexiones, inquietudes e intereses de jóvenes que militan en partidos políticos de Latinoamérica.

## **SUB-TEMAS:**

- Disciplina partidaria versus personalismos.
- Organización de Partidos Políticos.
- Financiación de Partidos Políticos.
- Democracia interna dentro de los Partidos Políticos.
- Participación de mujeres y jóvenes.
- Partidos y rituales (“liturgia”).

## **Premisas Relacionadas Al Tema:**

### **1. El impacto de las redes sociales y juventud en tiempos de elecciones.**

¿Qué son las redes sociales?

Las redes sociales podrían definirse como estructuras formadas en internet por personas u organizaciones con intereses comunes, esto a la vez crearía lo que llamamos “comunidad virtual”, la cual va formando patrones de preferencia en el usuario a través de la big data.

La constante evolución y profesionalización de la política, el desarrollo de procesos electorales más competitivos y variados han convertido a los candidatos en potenciales productos frente a un mercado global; no es casualidad que todo personaje público o

actor político tenga cuentas en Facebook , Instagram, WhatsApp o Twitter, estas redes pueden aumentar la popularidad en muy poco tiempo si está muy bien administrada, pudiendo convertirte en una figura en ascenso en poco tiempo como también desaparecer toda una carrera con un comentario.

Existen diversas campañas exitosas en redes sociales, Barack Obama obtuvo un gran apoyo durante la primavera árabe, Donald Trump realizó una campaña arrasadora en Twitter que le generó muy buenos resultados, el partido político Podemos fue un fenómeno en España por el uso de las plataformas digitales y su gran cantidad de seguidores -algo único en su tiempo- , Jair Bolsonaro logró un apoyo significativo gracias al poder y rapidez de difusión en WhatsApp y por último y no menos importante la campaña de Jorge Muñoz en Facebook donde se logró un gran número de voto arrastre.

Fueron tan potenciadas las redes digitales en las campañas electorales que comenzó a iniciarse la publicidad negativa digital y el sobreuso de la campaña dirigida; Facebook y Cambridge Analytic fue uno de los casos más sonados a nivel mundial porque usaban los datos personales del usuario con fines políticos.

En aquel momento, Facebook no fue capaz de controlar la situación y detectar las campañas que lanzan mensajes políticos, por eso en los últimos meses ha renovado su "Política de transparencia Publicitaria" controlando y previniendo el abuso de mensajes políticos, principalmente durante los periodos de campaña, auditando la cantidad de inversión utilizada y obteniendo más información del anunciante mediante el descargo de responsabilidad; a efectos prácticos, a partir de ahora debemos identificarnos como anunciantes de contenido político, de no hacerlo realizarán de forma automática todo contenido, sin posibilidad de reclamo.

Esto tal vez se te haga un poco complicado, por eso te recomendamos 3 cosas a tener en cuenta:

- TIEMPO: Los anuncios se revisarán de forma más minuciosa, por ende, demora más tiempo en salir. Toma tus medidas de precaución sobre todo en las campañas relámpago.

- **INFORMACIÓN:** Recuerda que debes revisar siempre tu contenido, pues además de identificarlo como publicidad también se detallará al anunciante.
- **BIBLIOTECA DE ANUNCIOS:** Existe una biblioteca de anuncios políticos que identificará al anunciante y la inversión de manera más detallada, recuerda que tú también puedes acceder a ella.

Fuente: Elaboración propia, recopilada a partir de varias lecturas, Mesén José, 2020.

A estas alturas del partido, no se puede negar la importancia de las redes sociales a nivel global, este fenómeno seguirá siendo el preferido de las siguientes generaciones, una sociedad cada vez más digitalizada, dependiente de la tecnología y la rapidez de comunicación, incluso en la actualidad podemos observar como el trabajo remoto es una gran alternativa laboral durante el confinamiento por la emergencia sanitaria.

El continente Latinoamericano, ha logrado un gran avance en cuanto a la digitalización, pero aún tiene muchas deficiencias en el ámbito político quedándose atrapados en la campaña directa. Por eso el día de hoy Goberna, firma especializada en campañas electorales, les darán algunos tips básicos en redes sociales:

- **LA ESTRATEGIA:** Es necesario que el candidato no actúe solo sino con un conjunto de asesores especializados en el tema – war room-, todo contenido publicado en redes sociales debe seguir una línea o narrativa estratégica la cual también será seguida por tu equipo, no puedes flaquear en tu postura.
- **CONTROL:** Debes mantener un monitoreo constante de la actitud de la gente, lo que dicen en redes y las tendencias, por eso hay que saber que dicen de ti dando seguimiento a las palabras clave, hashtags, frases y hasta memes.
- **EXPRESIONES:** tus expresiones deben ser consistentes en toda la publicación, no debes cambiar los tonos en tus respuestas. Debes escoger una posición y mantenerla ya sea positiva, crítica o de opinión.

- TIPO DE CLIENTE: define tu audiencia ideal, que tipo de cliente quieres para tu campaña, escúchalo, responde consecuentemente y con respeto.
- CONTENIDO: Tu contenido debe ser cuidadoso, breve, creativo, consistente y positivo, debes crear una imagen y reputación para el candidato.

Por último, una vez hayas alcanzado el tan ansiado curul, no puedes detenerte, recuerda que la campaña no solo dura en las épocas de elecciones sino en todo momento.

Las democracias Latinoamericanas son muy volubles, las campañas son pasajeras, pero si un candidato se mantiene pendiente de lo que están comunicando en redes y se mantiene vigente, es mucho lo que puede construir en términos de imagen y comunicación estratégica.

Hoy en día el hablar de redes sociales es muy común y más aún en tiempos tan complejos que vivimos en la actualidad.

Este tema es de suma importancia ya que permite generar una concientización acerca de la importancia de las redes en el proceso electoral, es decir, hoy en día no se gana votos por medio de visitar casas, hacer campañas en las plazas públicas como decimos acá en Costa Rica, sino que también existe un alto grado de importancia en este sector, la red social.

Se llega a esta premisa dado el alto grado de importancia generado no solo en las lecturas de esta semana sino también en las noticias a nivel mundial que se ha embarcado en este proceso de aprendizaje y como este ha impactado de forma positiva o negativa según el sector y según los partidos políticos y cómo estos partidos se han ido transformando a lo largo del tiempo.

El mayor desafío hoy en día es cómo abordar de una mejor forma dicha situación de impacto de la red social y que se logre alcanzar ese cambio que se requiere hoy en día para lograr un mejor acercamiento a la población.

En el caso de la red social Facebook se logra visualizar esa interacción de la parte política en procesos electorales y cómo esta red social influye, tal como se describe a continuación en las siguientes imágenes:



## “Mi uso va a menos”

facebook.

**83%** de internautas usa Facebook

### Edad

**73%** tienen más de 25 años  
**31 años** de media (igual que en 2011)

### Antigüedad

**49%** tiene cuenta hace más de tres años

### Evolución del uso

**17%** “Cada vez lo uso menos”  
Y desciende el porcentaje de usuarios que creen que su uso va a más

Base Tiene cuenta y utiliza Facebook: (1290)

### Uso principal

**73%** “Ver las actualizaciones de mis contactos” (con frecuencia)  
**42%** “Compartir fotos con mis contactos” (con frecuencia)

### Relación

**66%** “Es mi red principal y la que más uso”  
**56%** “Estoy totalmente satisfecho con el uso de esta red social”

### Relación con marcas

**78%** han tenido contacto con alguna empresa o marca

## Distintos segmentos de edad, diferentes perspectivas

facebook.

“No sé para qué querría tener Facebook, a lo mejor para la familia...”



**Público adolescente**  
(14-17 años)

**Cierta limitación en proyección de futuro**

**El Core de la red**  
(18-40 años)

**Tiende al valor funcional**



“Al principio era un vicio, ahora me meto menos, para ver las actualizaciones de mis contactos y los grupos o marcas que sigo”

**Público maduro**  
(41-55 años)

**La emocionalidad emerge más clara**



“Me meto por las noches, veo lo de mis amigos, cotilleo y las cosas de los grupos en los que estoy”

Partiendo de las preguntas generadoras es acá donde se logra evidenciar ese gran desafío de los partidos políticos, el lograr identificar a la población previamente y como lograr alcanzar esa meta de publicación y de cambio de la persona a que vote es es el gran desafío que sea partícipe de ese gran privilegio que se tiene de poder votar y poder elegir a nuestros representantes.

Es por ello que a modo de cierre personal y laboral uno de los grandes desafíos es ser partícipe de este cambio generacional de participar en los diferentes procesos

electorales, no podemos permitir que seamos nosotros mismos la juventud de elegir a nuestros representantes; si queremos ser parte del cambio debemos de aprender a leer

con cuidado las diferentes publicaciones, informarse previamente, ser participe de algun partido politico y permitir un mejor intercambio de opinión bajo el margen del respeto, tolerancia y lo más importante uno mismo es el propio arquitecto de su propio destino.

## **2. Incentivar y construir una mayor participación de jóvenes y mujeres en los comandos/directivas de los partidos para encontrar mejores formas de conectar con los ciudadanos.**

Al haber una mayor participación de los jóvenes y mujeres en puestos directivos de los partidos puede introducir un frescor a la forma de hacer política al partido, ya que se incluyen nuevas interpretaciones y perspectivas de pensamiento, además, la posibilidad de inducir innovaciones que puedan mejorar el acercamiento del partido a la población y tener una mayor comprensión de sus necesidades. Al observar la relación actual de los partidos y la opinión que el público en general tiene acerca de ellos, se hace notar la necesidad de encontrar nuevas formas y maneras de mejorar la conexión entre los partidos y los ciudadanos. Como jóvenes podemos notar los problemas e idear soluciones y crear alternativas para mejorar esta conexión y la situación de nuestras regiones con la nueva mirada que le podemos dar, de la mano del consejo y acompañamiento de los veteranos en este ámbito. Este tipo de propuesta involucra desafíos como la generación de cambios dentro de los partidos, que normalmente se suele mostrar cierta reticencia a los cambios en general y los partidos son más propensos a mantener las costumbres y modos de tiempos pasados, lo cual no quiere decir que hay que descartarlos por completo, pero tiempos con diferentes características significa tener la capacidad de adaptarse a éstas.

## **3. Si se generan más mecanismos en los partidos para incentivar la participación de la sociedad civil, podría causar más identificación de parte de la población a los partidos y una participación real.**

Al ser la sociedad civil y la población en general la principal y la base de la vida política y en los procesos electorales, es sano y beneficioso para los partidos establecer alianzas y mantener relaciones estables con éstos, si de parte de los ciudadanos consideran que para tener más confianza en los partidos y sus gestiones es tener políticas más abiertas, es una buena opción a considerar. Se pudo llegar a esta premisa en la conferencia de la semana de este tema, como observación y sugerencia del ponente Germán Blanco. Se consideró relevante a la situación actual y un buen paso a tomar para fortalecer la presencia y la reputación de los partidos en la región.

## Reflexiones:

### 1. El impacto de las redes sociales y juventud en tiempos de elecciones.

#### 1.1 Reflexión 1:

Investigaciones actuales señalan que los jóvenes son entes pasivos, con alto grado de desconfianza, desmotivación y desinterés por participar en la vida política. Sin embargo, su participación se refleja en causas sociales, ONGs o movimientos. El mundo *online* y *offline* permiten a la juventud participar mediante las principales redes sociales, por ejemplo el famoso tuit colectivo (esfera de debate) que pueden generar manchas o manifestaciones en las calles. Por ello, los partidos políticos han optado por sumarse al nuevo canal de las redes sociales, en los últimos tiempos han propiciado que la población juvenil se involucre más en la vida política, dejando de lado el sistema electoral tradicional o la forma tradicional de entender la política, permitiendo así el ingreso de los jóvenes a una fase más institucional de la política. Las redes sociales amplían la participación social activa de la juventud logrando ocupar, influir y transformar el espacio. Las redes ofrecen plataformas eficientes y fáciles de usar desde tres aspectos: Información, consulta y participación digital. De esta manera la

información se encuentra al alcance de todos, dando nacimiento a la e-participación, volcándose así distintas instituciones, partidos y centros de estudios a las redes sociales, principalmente en la entrega de información y en sus convocatorias, intentando llegar a la mayor cantidad de personas posibles, apuntado, por cierto, al público joven que más utiliza este tipo de plataformas. Como vemos las redes sociales nos ofrecen múltiples herramientas de participación inmediata, sin embargo partidos políticos, población juvenil y otros agentes se enfrentan a los nuevos desafíos y retos que presentan el uso de las nuevas tecnologías, como por ejemplo, la creciente ola de las denominadas “*fake news*” en campaña electoral.

#### 1.2 Reflexión 2:

El aislamiento y distanciamiento físico producto de la pandemia, multiplicó los contenidos en redes sociales y por cierto que la opinión de los temas públicos también, propiciados por la generación nacida con internet, jóvenes que dieron inicio a una nueva era de interacción, activando sus derechos y análisis de los mismos, es decir, a la denominada “Web 2.0”. Cada vez es más frecuente el periodismo ciudadano y la inmediatez en la

información, dando voz a distintos emisores y que vienen a ampliar el panorama en elecciones y recopilar experiencias en los diferentes países. Actualmente los jóvenes juegan un rol importante en las redes sociales y la política, estos contribuyen a la consolidación del nuevo sistema democrático. El escenario online, es el canal idóneo para llegar a los jóvenes abriendo campo a la reflexión y preocupación. Los jóvenes lograron ser visibles en redes sociales y hoy son protagonistas. Ejemplo; hace unos días en Perú, jóvenes creando cadenas de impacto por las principales redes sociales salieron a las calles ante la crisis política del país, logrando alzar la voz; jóvenes que usualmente eran apáticos con la política, salieron a las calles. Visibilizando en sus marchas que la política necesita un cambio acorde a los tiempos, también los medios de comunicación. Situación que se repite también en los distintos países de América Latina respecto a su

acontecer nacional y los distintos hechos que han ocurrido en el último tiempo. No es casual que TikTok o Instagram sean las fuentes de información favoritas de esta generación o que se informen a través del uso de “memes”.

### 1.3 Reflexión 3:

Nos encontramos en nuevos contextos electorales en los países de América Latina, el voto de la juventud representa un alto índice porcentual y se vuelve mucho más importante. Los partidos políticos deben orientarse en dar más oportunidades a los jóvenes en cargos. Deben asumir el compromiso de su militancia, integrar a los jóvenes en la toma de decisiones -escucharlos-, renovar estructuras. Es importante que los partidos no se olviden de la juventud y que no los consideren solamente para actividades simples en lo político-electoral, como un voluntario más, sino que como principales colaboradores que pueden aportar directamente y con capacidad de influencia y de voz en los distintos espacios en los cuales éstos se desenvuelven. La renovación en los cargos es vital no solo para el propio partido sino que también para el sistema político y su validez. La pandemia obligó a muchos a tener presencia en redes sociales, estableciendo la e-democracia (e-activismo, e-campaña, e-voto, e-legislación, e-civismo, e-participación) que llegó para quedarse. La tecnología de la comunicación digital ya ha ido teniendo un gran efecto en la política, sobre todo en el ejercicio de la democracia que puede debilitarla a través de las redes sociales, como: (1) desinformación y manipulación, (2) polarización política y lucha de poder y (3) surgimiento del populismo. Efectos que pueden influir y afectar también a la juventud, por lo que no cabe duda que el internet trae múltiples desafíos. Sin embargo, debemos ponderar en estos escenarios actuar de manera

responsable, informarse de fuentes veraces y saber identificar los fake news y no perdernos de lo que realmente es el servicio, la vocación pública y un actuar en miras al bien común.

## **2. Incentivar y construir una mayor participación de jóvenes y mujeres en los comandos/directivas de los partidos para encontrar mejores formas de conectar con los ciudadanos.**

### 2.1 Reflexión 1:

#### MARCO LEGAL

Un marco legal de fácil acceso para los jóvenes es crucial para permitir la participación política de la juventud. En un tercio de los países, las leyes estipulan que la edad requerida para presentarse a elecciones parlamentarias es de al menos 25 años, lo cual crea una brecha entre la edad de mayoría legal y/o la edad de votación, por un lado, y la edad de elegibilidad en la cual una persona puede presentarse a cargos electivos.

Dado que los gobiernos y parlamentos nacionales pueden revisar sus marcos legales, ellos podrían considerar:

1. Nivelar la edad mínima para votar y la edad mínima de elegibilidad para presentarse a cargos electivos;
2. Introducir cuotas de jóvenes y de mujeres en las leyes electorales; e
3. Identificar y abordar las barreras legales para la participación de los jóvenes que son específicas al contexto, como puede ser el facilitar el registro de organizaciones encabezadas por jóvenes.

Las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) y los partidos políticos podrían: 1. Revisar y discutir el marco legal para la participación de la juventud;

2. Considerar propuestas para un marco legal de fácil acceso para los jóvenes; y 3. Hacer campaña a favor de cambios.

#### PERIODO PRE-ELECTORAL

El periodo pre-electoral es crucial para alentar y apoyar a la juventud a participar en los comicios. El compromiso cívico de la juventud y partidos políticos de fácil acceso para los jóvenes son pilares importantes, dado que la educación para una ciudadanía activa

es más efectiva si los alumnos no sólo leen manuales al respecto sino que también la experimentan por ellos mismos.

## 2.2 Reflexión 2:

La participación de las mujeres y los jóvenes en política es fundamental, pues estos sectores de la comunidad cuentan con ideas nuevas y renovadas, las cuales contribuyen a la democracia. Se dice que, para sanar la democracia se necesita la participación de los jóvenes y de las mujeres. En la actualidad, nuestras sociedades latinoamericanas cuentan con el porcentaje más alto de jóvenes, juventud muy interesada en la política, pero no en partidos políticos, por obvias razones. Los ciudadanos ya no creen en partidos políticos, están cansados de las mismas promesas vacías de los candidatos actuales y se han vuelto intolerantes a los políticos. Nos toca a nosotros, los jóvenes y mujeres que participamos en política y pertenecemos a un partido, incentivar a otros jóvenes y mujeres, a formar parte de un partido político y aumentar la cuota de participación activa en nuestros partidos. ¿Quién mejor que una mujer o un hombre joven, para entender cuáles son las necesidades de las mujeres y los jóvenes en nuestras sociedades actuales? Tanto las mujeres como los jóvenes le dan fuerza al partido político, permiten que este renazca y se modernice. Como jóvenes es nuestro deber trabajar en políticas públicas que mejoren la realidad de los jóvenes y las mujeres en nuestra sociedad, eso es la democracia. Está en las manos de los jóvenes y las mujeres acabar con la corrupción empezando desde nuestros partidos políticos y no permitir que los políticos corruptos escalen y sigan siendo los políticos que nos representen. Los jóvenes y las mujeres tenemos que trabajar de la mano para que los ciudadanos perciban que buscamos el cambio que ellos quieren, cambio que solo llega cuando la juventud toma la iniciativa de modificar lo que ya estaba viejo, obsoleto y que no estaba funcionando. Darle oportunidad a un joven o a una mujer para que exponga sus ideas y sea escuchado, hablar de diversidad, hablar de un cambio positivo y eso es lo que la ciudadanía necesita ver. Un partido político renovado se apoya en los jóvenes, en las mujeres y trabaja con nosotros, para entender qué es lo que realmente necesita la sociedad moderna.

## 2.3 Reflexión 3:

Hoy día, los jóvenes y más en el caso de las mujeres jóvenes, continuamos luchando por ser tomadas en serio dentro de la vida política e inclusive dentro de nuestros partidos. En Latinoamérica, necesitamos que se dé ese relevo generacional, que contribuya al cambio de los Partidos Políticos, pues es una realidad que en la mayoría de nuestros países los Partidos Políticos han perdido credibilidad. A fin de poder ganar credibilidad con la ciudadanía, se requiere que se le den oportunidades a jóvenes y a mujeres para

demostrar sus capacidades y habilidades. Me gustaría enfocarme aquí en el tema de paridad. En América Latina ha aumentado la participación de mujeres y hemos visto cómo muchos países han aprobado leyes de paridad y como muchas mujeres han logrado posicionarse en puestos de directiva dentro de sus países. Sin embargo, aún nos cuesta muchísimo más que a un hombre escalar. A lo largo de la historia, mujeres sufragistas y lideresas han luchado para que las mujeres de hoy podamos tener el derecho a votar, a candidatizarnos, a formar parte de puestos de mando, de directivas, de comisiones, de pensar en llegar a ser senadoras, diputadas e inclusive presidentas. Vemos como la cuota de mujeres dentro de partidos políticos ha aumentado, sin embargo, aún seguimos luchando por formar parte de puestos dentro de las directivas de nuestros partidos, seguimos sufriendo de violencia política desmedida por el simple hecho de ser mujeres, se esperan que nos quedemos calladas. La paridad sigue siendo un desafío en Latinoamérica; para que una mujer pueda convertirse en la presidenta de su partido o formar parte de la directiva de su partido tiene que trabajar el doble o el triple más que un hombre. Aún nos sorprendemos al ver a una mujer logrando llegar a una posición de mando, y más si es joven, pues consideramos que no está preparada o que no tiene las aptitudes o actitudes necesarias para dicho rol ni mucho menos para mandar o dirigir el partido. Como mujeres, nos cuesta

muchísimo escalar dentro de nuestros propios partidos, no obstante, vemos como las luchas van dando frutos y nos regocijamos al ver que en otro país una mujer, hoy día, puede llegar a ser presidenta, vice-presidenta, senadora, representante y demás. Todavía nos falta, pues me gustaría ver como la cámara de representantes o la asamblea legislativa de un país cuenta con un porcentaje mayor de mujeres jóvenes que de hombres. Es necesario que los partidos políticos modifiquen sus estatutos y permitan la participación igualitaria de hombres y mujeres en las directivas de los partidos. De esta forma, impactar y contribuir con la paridad y que más mujeres tengan la capacidad de aspirar a posiciones de importancia pública y atraer a otras mujeres a involucrarse en el proceso de toma de decisiones.

**3. Si se generan más mecanismos en los partidos para incentivar la participación de la sociedad civil, podría causar más identificación de parte de la población a los partidos y una participación real.**

### 3.1 Reflexión 1:

La realidad es que la sociedad y los ciudadanos son los más afectados por las políticas públicas y decisiones que toman los políticos de turno en cada país. Se necesita reactivar la participación ciudadana y que sea justamente el pueblo quien audite a los gobernantes, que sea el pueblo quien emita su opinión sobre las leyes a implementarse o que ya están implementadas. Hay que ser conscientes que los partidos políticos también forman parte de la sociedad civil y como sociedad civil es nuestro deber emitir opiniones y críticas relacionadas a los actos realizados por el gobierno. Los ciudadanos se percatan mucho sobre las opiniones y la posición que toman los partidos políticos referente a un tema importante de actualidad que aqueja al país. Como partidos políticos, que aspiramos a gobernar el país en las siguientes elecciones, es nuestro deber estar presentes inclusive si no somos los gobernantes de turno. La sociedad necesita sentirse apoyada y escuchada por los políticos de los partidos que en

cada elección dicen que son el cambio, que van a hacer un mejor trabajo que los gobernantes anteriores. La sociedad necesita de los partidos políticos estén presente siempre, no solo cuando ganan una elección. Es precisamente cuando no se está gobernando que el partido político debe incentivar la participación ciudadana y entender los problemas que tiene la sociedad para trabajar en ello cuando se asuma el poder. Sin los partidos políticos y sin las diferentes ideologías que tenemos, no hay una democracia ni una participación real.

### 3.2 Reflexión 2:

Debido a la crisis sanitaria actual, desencadenada por la pandemia del coronavirus (Covid-19), las formas de participación ciudadana y de activismo se han tenido que modificar, para combatir el Covid-19 y proteger a la población. Sin embargo, esto ha hecho que nazcan nuevos mecanismos de participación, como lo es el ciberactivismo. Vemos cómo todo se ha transformado, y me atrevo a decir que ahora nos es hasta más fácil llegar a más personas. Por medio del ciberactivismo, utilizamos las redes sociales para compartir nuestras ideas. De este mismo modo, los partidos políticos tienen la capacidad de renovarse y ampliar sus espacios participativos para atraer y apoyar la participación ciudadana. La población quiere ser escuchada y merece ser escuchada, los partidos políticos y los ciudadanos son los actores principales, quienes se verán privilegiados o afectados con respecto a las políticas estatales. Con este cambio que se está dando en el mundo, el partido político que no quiere desaparecer debe crear



espacios en donde el enfoque sea centrado en la sociedad civil, creando un mayor dinamismo por medio de ideas nuevas que atraigan la participación de la ciudadanía. Una idea sería crear una mesa de trabajo entre la sociedad civil y los partidos políticos, contar con la participación de diferentes grupos de la sociedad civil y luchar contra la corrupción, que se ha desatado aún más, de la mano de la pandemia, y en consecuencia, fortalecer los lazos entre los ciudadanos y el partido político, coadyuvando a la ampliación de las filas del partido político.

### 3.3 Reflexión 3:

Muchos de los partidos políticos con ideología social cristiana, nacieron en las universidades, con los jóvenes, cuando cada país estaba pasando por un tiempo difícil y decisivo en donde se veía la necesidad de contar con ideas nuevas y luchar contra los políticos y los problemas que estaban acabando con nuestros países y con nuestro futuro. Durante ese momento, la participación de la ciudadanía y de los jóvenes comprometidos con cambiar la realidad de su país, contribuyó a la formación de grupos políticos que hoy son los partidos políticos a los que pertenecemos; partidos políticos que tienen una ideología en donde la persona es el eje de todo. Lastimosamente, muchos de los partidos políticos actuales han perdido el camino de su ideología, inclusive muchos ya no cuentan con estas ideologías y en vez de ser partidos políticos ideológicos son partidos políticos electorales, que solo están interesados en ganar una elección. Como partidos, hace falta que capacitemos a nuestra gente, debemos comenzar por nuestra gente. Si los miembros del partido político no entienden, no conocen la historia de su partido, su ideología, el partido dejará de existir pues sus miembros no están en el partido por las razones correctas y tampoco tienen la capacidad de atraer a otras personas, que posiblemente cuenten con la misma ideología que el partido o que compartan esta. Hay que comenzar por el núcleo del partido político y permitir que la sociedad entienda y conozca quienes somos y qué es lo que buscamos, de esa manera ganar confiabilidad y contar con una participación real y activa, no solo tener más miembros que otro partido político.

**Participantes:** Diego Ariste; Marco Castillo; Gabriella Garcete; Karla Dueñas; Melissa Hidalgo; Atilio Sánchez; Perla Vallecillo

**Premisa No 1:** Los partidos políticos dentro de sus estatutos internos deben establecer porcentajes del uso de sus recursos para la capacitación y formación de la persona joven, para garantizar la conciencia y activismo partidario como principal eslabón entre el ciudadano y el partido político.

¿Por qué la premisa es importante?

A raíz de las necesidades existentes en la sociedad, los partidos políticos se encuentran en la obligación de adaptarse a las mismas, es por ello que consideramos que esta premisa es importante por dos vertientes. La vertiente número uno, obedece a la formación continua interna en capacitación de cada partido político, el cual debe tener como prioridad fomentar los liderazgos desde las bases, para que posteriormente haya un relevo generacional consolidado, así mismo para que estos jóvenes cuenten con capacidades aptas para la toma de decisiones que representen los intereses de la agrupación, ya sea desde los gobiernos locales, diputaciones, senadores y demás, profesionalizando la política y profesionalizando al joven político bajo valores éticos en el que se desenvolverá para el bien común. La vertiente número dos obedece al interés que le genera al electorado (llámese persona que solo emite el sufragio, pero que no tiene una participación activa en los partidos políticos) el hecho que estas agrupaciones cuenten con casas de formación para los jóvenes que son militantes activos, porque les da una mayor tranquilidad de que quienes son parte de estas, estén capacitados para la toma de decisiones, así mismo es importante destacar que en muchos países los padrones electorales tienen un alto porcentaje en votantes jóvenes, por ello hay una mayor inclinación para el votante, emitir el sufragio a favor de las agrupaciones que tienen altos porcentajes de participación activa de los jóvenes.

¿Cómo llegaron a ella?

Es menester indicar que muchos jóvenes integrantes de este grupo pertenecemos a agrupaciones políticas de forma activa, es por ello que a partir de vivencias y

carencias que observábamos dentro de las agrupaciones de las cuales somos parte, pensamos que la formación política, doctrinal y partidaria en los jóvenes es trascendental.

A partir de lo estudiado en este curso, traemos a colación lo que externó un expositor al decir que los partidos políticos tienen un futuro, sin embargo, se les olvida que hay un presente, extraer al contexto actual esto es de mucha importancia, porque las carencias que tienen actualmente los partidos políticos con relación al contexto político-cultural limita los alcances de los partidos políticos que no logran adaptarse a los cambios, siendo un legado negativo que dejan a las nuevas generaciones políticas, por lo que requieren de reformas tanto internas como reformas enfocadas hacia fuera del partido (sociedad civil); sin embargo las propuestas de reformas vienen acompañadas de desafíos, ya que muchos jóvenes desconocen la organización interna de sus partidos políticos, producto de esa falta de capacitación o formación política, resultando negativo para ésta, terminando en el desinterés o abandono de la militancia joven, como también el desconocimiento del mismo partido con respecto a los ciudadanos que no son partidarios, pero sí podrían apoyar, siempre y cuando este partido sea visible todo el momento y no sólo en etapa electoral.

¿En qué sentido es importante?

La capacitación política dentro de las agrupaciones partidarias son importantes porque fortalecen la institucionalidad de los partidos políticos, es bien conocido que en la actualidad el concepto de político ha venido en deterioro, y les han asignado palabras peyorativas, etiquetando al político como algo negativo, producto en su mayoría de malas gestiones que muchos individuos han realizado a lo largo de la historia política en los diferentes países latinoamericanos, donde muchos llegan a una agrupación sin conocer el aparato estatal y su funcionamiento. Por lo que, consideramos que, si hay una verdadera formación política, podría mejorar la imagen del político y dar una imagen diferente para el votante, que lo vea en términos de una vocación profesional y del servicio para la colectividad. Siendo el partido político un semillero de futuros liderazgos jóvenes, conscientes de las

necesidades de la sociedad e impulsando la profesionalización de la política en el sentido del bienestar social y de manera no proselitista, como generalmente se realiza.

Así mismo creemos que la formación política en los jóvenes sería un parámetro que podría venir a disminuir el abstencionismo, porque las personas tendrían mayor tranquilidad y credibilidad que ha existido toda una trayectoria de involucramiento de esa persona con la vida pública, de modo tal que conoce lo que líneas atrás mencionábamos la administración pública.

¿Qué desafíos impone?

Podríamos resaltar los desafíos desde dos posiciones, una intra partidaria y la extra partidaria.

En la posición intra Partidaria, uno de los desafíos mayores sería el hecho de que las personas más antiguas de las estructuras internas partidarias dejen de ver a los jóvenes como una competencia, o que estos los quieren desplazar de sus espacios, como también que vean a los jóvenes como escalones para lograr sus objetivos, desplazándolos después al olvido; sino que nos vean como una situación natural de cambios generacionales que siempre se tienen que dar, una interacción entre la experiencia y los nuevos políticos y saber que, si desde temprana edad apuestan en la formación de los jóvenes, están apostando en realizar un proyecto país, porque serán estos jóvenes al final de cuentas quienes tomarán las decisiones futuras del rumbo de sus países y prolongarán la existencia de sus mismos partidos a largo plazo.

Así mismo hemos estudiado que en muchos países los partidos políticos se financian de recursos públicos, sería importante que el ente fiscalizador estatal que tiene como tarea el giro de esos recursos, establezca vía ley o reglamento porcentajes en los cuales los partidos políticos deban gastar en capacitación a través de Escuelas de Formación Política, y no sea un tema facultativo de las estructuras internas de cada partido si quieren o no apostarle a la capacitación de

los jóvenes, de esta manera tener políticos mejores formados con horizontes mejores definidos para sus sociedades.

En cuanto a la posición extra partidaria, el desafío principal es lograr que la sociedad civil recupere nuevamente la credibilidad de los partidos políticos como canalizadores de sus demandas entre el estado-sociedad y que exista una interacción constante entre partido político y ciudadano, sin necesidad de condicionar intereses electorales ni prebendales.

Premisa No 2: La participación de mujeres y jóvenes, una imperiosa necesidad para un mejor desarrollo de la democracia en Latinoamérica.

¿Por qué la premisa es importante?

Desde hace algunas décadas en todo el mundo, la participación de jóvenes en política ha sido foco de discusión en diversos ámbitos. En este sentido se ha afirmado que ya no participan en política con la misma intensidad con que lo hacían los jóvenes de generaciones anteriores.

En cambio, la participación de la mujer ha tenido avances importantes que se ven reflejados en las últimas elecciones realizadas. La intervención de la mujer en el mundo de la política le abre el paso a la aplicación de todos aquellos derechos que se han peleado, a una equidad de género y por tanto erradicar esas ideas machistas, aun en nuestros días y después de todo consideran que la mujer debe estar en casa para atender al esposo y a los hijos.

La participación de la mujer en lo mencionado anteriormente es una manera de demostrar que somos igual de capaces que los hombres, no alterando un poco la situación, inclusive podemos hacer las cosas mejor. El no permitir la participación en actividades de este tipo genera discriminación de género. La verdadera importancia de la mujer en la vida política radica en que las mujeres constituyen la mitad de la población mundial y, por ende, su voz debe ser escuchada en el proceso democrático. Pues es el fin de la democracia es escuchar los intereses y las voces de todos los ciudadanos.

¿Cómo llegaron a ella?

La participación de las mujeres y los jóvenes en la vida política se ha ido fortaleciendo; pero aún queda un largo camino que recorrer, para alcanzar una verdadera participación, lo que conlleva a una democracia. Es importante que las mujeres y los jóvenes se posicionen como verdaderos actores sociales y políticos en cada uno de los ámbitos sociales. Aumentando sus espacios de poder en la sociedad, ya que de esta manera podrán acceder a los lugares de decisión y así poder incidir políticamente.

La representación de las mujeres y los jóvenes en las diferentes instancias de las estructuras de los partidos políticos y de gobiernos es importante, relevante y necesaria ya que marca una diferencia, se ha comprobado que cuando las mujeres se encuentran en los espacios de decisión política, se promueven políticas públicas, leyes y cambios que

impactan de manera favorable en la sociedad. Además, es una apuesta por la concreción de un proyecto de sociedad, de nuevos sentidos y prácticas de la política desde los cuales la voz, propuestas y acciones de las mujeres y jóvenes, sean recibidas y valoradas adecuadamente.

Los espacios de participación de las mujeres y jóvenes se ven en su mayoría en programas y proyectos de las organizaciones no gubernamentales, comités pro - mejoramiento, organizaciones comunitarias y comités de desarrollo comunitario y no así en espacios políticos partidarios.

¿En qué sentido es importante?

Las mujeres y jóvenes pueden asumir un papel que le permita desarrollarse en los distintos ámbitos, en donde ya no sean uno más, sino “parte de”, en donde las mujeres y jóvenes tenga la oportunidad de mejorar sus condiciones económicas, en donde tenga acceso a un trabajo digno y a capacitarse, que se compartan responsabilidades familiares, que las mujeres y jóvenes adquieran conciencia y que eleven sus niveles de autoestima y seguridad en sí mismos. Esto solo se logra a través de su participación real, protagónica e incidencia en espacios de toma de decisiones políticas.

La salud de la democracia depende, en gran parte, de las mujeres y jóvenes. Con más de 1.800 millones de personas entre los 10 y los 24 años, la juventud es hoy el gran pulmón de la sociedad. Nunca antes ha habido en el mundo tanta gente joven. En las últimas décadas ha crecido el interés por su participación política.

¿Qué desafíos impone?

Las mujeres y los jóvenes pueden ser –en el marco de la actual construcción de la sociedad del conocimiento– «actores estratégicos del desarrollo», dado que están infinitamente más y mejor preparados que los adultos para lidiar con la permanencia del cambio y con la centralidad del conocimiento, dos de las principales reglas de juego del mundo del siglo XXI.

Por tanto, el «protagonismo» juvenil y el de las mujeres es clave para el propio desarrollo de nuestras sociedades y no solo una justa «aspiración» de un sector poblacional «crítico», y ello debiera guiar la gestión pública (en todos los niveles) en el futuro. En realidad, las opciones que se tomen en este terreno determinarán los éxitos y los fracasos que se obtengan en nuestra actualidad y en nuestras próximas generaciones, y eso

justifica la necesidad de identificar «buenas prácticas» y de evitar «enfoques equivocados» que ya han provocado fracasos estrepitosos en varios casos concretos a lo largo de la historia y en muy diversos contextos territoriales.

Premisa No 3: Los partidos políticos se forman a partir de una serie de similitudes culturales o intereses que el grupo en cuestión tiene, bien en la búsqueda del poder o alcanzar logros políticos que les convengan. Razones étnicas, laborales, derechos civiles; todos son elementos básicos para la formación de un partido político.

¿Por qué la premisa es importante?

Vemos importante que todos los partidos políticos deben desarrollar el manejo del Estado a través de una gestión eficiente y eficaz, demostrando que la gestión y el bien social es parte de los valores y principios que pregona ese partido que se encuentra en gestión, demostrando el rol y compromiso que tiene tanto con su gente

que simpatiza y por supuesto con aquel sector ciudadano que no los apoyó, pero viendo que una buena gestión termine cambiándoles de opinión. Para ello es importante dejar plasmado la identidad del partido político y su relación con la sociedad civil, así mismo estar conscientes que los tiempos cambian y las instituciones políticas están llamadas a actualizarse, ello no quiere decir que olvide los principios fundacionales. Todo lo contrario, reconocer como partidos la esencia por el que se crea la institución política y debe ser un activo constante en nuestra narrativa, acción y propuesta política.

En este contexto, es loable destacar la presencia de los partidos políticos religiosos que comienzan a ganar adeptos y por ende el crecimiento de su estructura política en los diferentes países latinoamericanos, con una presencia a nivel local y nacional en muchos casos, con una creciente participación en los procesos electorales y sus respectivos representantes en los parlamentos, todo esto precisamente por los trabajos constantes realizados y como una alternativa a los partidos políticos tradicionales que tienen una imagen gastada políticamente o de aquellos partidos de ideologías radicales, por lo que los partidos cristianos discretamente relacionan su presencia política con sus actividades y discursos orientados a un bienestar cristiano, que atraen a la gente, indecisa principalmente.

¿Cómo llegaron a ella?

Es importante destacar los roles de los partidos políticos dentro de una sociedad, la identidad que genera un partido conlleva ese relacionamiento entre el ciudadano y los ideales que se plasmará en las demandas ante el Estado, generando esa identidad y consciencia entre los miembros. Sin embargo, esta situación se ha visto mermado por actitudes erróneas que se alejan del espíritu de un partido político que han opacado el trabajo y papel que desenvuelve, desmereciendo los esfuerzos y los trabajos que se realiza, por mejores intenciones que se tenga. Esto nos lleva al desgano de la ciudadanía en formar parte de una organización política, agrupación ciudadana, partido político o un simple emprendimiento en pos de la sociedad, así también como en etiquetar a aquella organización política como inútil o poco confiable, generando la apatía de participar en elecciones o de identificarse con el partido, por lo que se resalta como una gran debilidad, el hecho de no atraer al ciudadano hacia el activismo político.

¿En qué sentido es importante?

Es necesario que los partidos políticos busquen posicionar su presencia en la gestión y fuera de ella también, puesto que como mencionamos anteriormente en anteriores premisas la presencia del partido debe trascender más allá de lo electoral, siendo una participación constante con la sociedad como con las actividades al interior del partido, por lo que es importante manejar una buena comunicación política, un buen desarrollo de la liturgia que identifique los logros de aquél partido, para que la sociedad sepa del esfuerzo por el que se ha desarrollado la iniciativa, actividad o en todo caso si es un partido político en gestión la importancia de resaltar los logros importantes en el que se ha trabajado de manera sobria y no dogmática. De esta manera posicionar la presencia del partido político en sus respectivas localidades, además de lograr la aceptación e identificación de la sociedad, afianzando de esta manera la existencia y participación del partido político en sus sociedades correspondientes.

¿Qué desafíos impone?

Sin duda la aceptación y el etiquetamiento es uno de los desafíos que los partidos políticos conllevan hace ya varias décadas en especial los partidos políticos de corte "liberal" que, a diferencia de los partidos izquierdistas, maneja la liturgia como una identidad más profunda y coercitiva.



La ciudadanía ve con cierta incredulidad las intenciones que un partido político propone que busca realizar actividades más allá de las intenciones proselitistas, por lo que posicionar al partido político con buenos ojos es una tarea dura producto del prejuicio y el etiquetamiento, por lo que los partidos deben comenzar a trabajar en sus distintos niveles de organización estatal (central y local) para que sus actividades tengan incidencia y ganen la confianza de la ciudadanía y estos sean más abiertos en comentar sus necesidades, todo esto generará una pronta identidad y simpatía con respecto a ese partido, haciendo suyo la sigla, los símbolos y lo más importante difundiendo sus ideales.

Por otro lado, uno de los desafíos que surgen los partidos políticos es no dejarse llevar por los excesos, refiriéndonos a los caudillismos que se generan dentro los partidos políticos y que se exterioriza en la gestión pública (si es que estuviesen en gobierno), puesto que existen partidos que manipulan e imponen de mala manera sus simbologías a niveles dogmáticos, lo que suele ser en muchas situaciones antiéticos y poco democráticos.

**Participantes:** Cristina Burgos Robles; Lily Elena Huaman Conde; María Inés Vázquez Miquilena.; Windy María Concepción Martínez Ortega; Cielo Ivonne Palomeque; González Andrés Etcheverry Aguerre; Ismael Souza Santos

## **Premisas**

1. ¿Las redes sociales construyen o destruyen reputaciones? ¿Puede un partido político sacar provecho de un escándalo?
2. Crisis sanitaria mundial y la nueva normalidad: cyberpolítica
3. Partidos conectados con la sociedad.

¿Las redes sociales construyen o destruyen reputaciones? ¿Puede un partido político sacar provecho de un escándalo?

Lanzar una noticia falsa para afectar la imagen entre partidos políticos, ya no es tan difícil de hacerla circular para que llegue a los lectores. La guerra sucia entre contendientes partidarios fluye con una velocidad increíble, todo por los medios actuales de comunicación, gracias al internet, estos aparatos electrónicos llamados singularmente Smartphone permean la vulnerable y debilitada imagen de los partidos políticos, que de no aprovechar estos medios actuales de comunicación paulatinamente con el paso del tiempo están marcados a la extinción. Lo anterior, nos lleva a analizar que hay una oportunidad para fortalecer las estructuras de los partidos políticos, a renovar la construcción de proyectos, de las propuestas de trabajo y por su puesto, de la imagen pública de estos.

Hay que recordar que, todo lo que haga alusión a una réplica se definirá durante las 24 horas próximas de estallada la crisis. Y es ahí precisamente, donde las acciones coherentes, el buen actuar, la legalidad y los buenos representantes políticos, suman a la reputación de los partidos, lo que los auxiliará de las llamadas “noticias falsas” que rondarán sobre ellos para desacreditar todo buen trabajo realizado, es por eso donde será el momento de dar frente y renacer ante el caos

Crisis sanitaria mundial y la nueva normalidad: cyberpolítica

En definitiva, el COVID-19 ha cambiado nuestras vidas, la manera en la que realizábamos actividades, nuestro comportamiento del día a día y ha repercutido en nuestro pensar. Probablemente el ocio haya ido en aumento para los estratos sociales más jóvenes, quienes con un solo clic visualizan cualquier nueva regulación o cambio en la política de sus respectivos países y para los más adultos la cuestión tecnológica ha caído de espanto por un choque meramente cultural: el cambiar lo físico por lo virtual. ¿Será que la nueva forma de ahora hacer cyberpolítica ha generado una crisis comunicacional de los partidos políticos con la ciudadanía de los estratos sociales más adultos? Algo que, si sabemos, es que la juventud ciudadana es más fácil de convencer, de que esté atenta ante los cambios ocasionados a raíz de alguna crisis comunicacional y de que sea la que más interactúe vía redes sociales con sus respectivos representantes políticos.

La polarización vía internet también ha venido a jugar un papel interesante en los últimos meses, al menos para los partidos de centroderecha esta no puede ser un camino hacia la democracia. Hoy el reto de los partidos humanistas es construir espacios para que se pueda converger sin caer en dogmas comunes, pero de una manera práctica que permita crear en la o el lector virtual un impacto preferentemente positivo y no solo a favor del partido político, si no que se logre establecer óptimamente el mensaje.

Hoy en día te das cuenta de que la propagación de información está frente a tu monitor o tu Smartphone, pero no hay que olvidar que la realidad sigue estando afuera, pero

que un manejo apropiado de las redes sociales, los medios de comunicación y las herramientas tecnológicas han venido a formar parte de nuestras decisiones político-electorales.

La crisis generada por la pandemia presente ha obligado a luchar ante la problemática de una manera inimaginable, pero la tecnología está salvando a la población del destierro. Hoy en día las campañas electorales de los partidos políticos luchan por ocupar un espacio en tu Smartphone, dejémonos de momento de las lonas, los volantes y el papeleo propagandístico, lo del momento es interactuar a velocidad luz con el ciudadano a través de un Storytelling, de un like, de un fav, de un retweet, de un comentario virtual, de una videoconferencia, de un chat, de un sticker. Hoy los partidos políticos, literalmente están conectados no solo entre ellos mismos si no con la ciudadanía a través de un clic, pero lo que suele alarmarnos es ¿cómo es el tipo de impacto que se está creando y qué se está haciendo con ello?

Partidos conectados con la sociedad.

Podría llegar a sonar obvio para muchas y muchos, pero en los tiempos que corren, es de vital importancia para los distintos partidos políticos estar conectados con su sociedad. En Latinoamérica encontramos distintos tipos de Partidos, desde aquellos llamados “catch all” o con amplio espectro que permea entre las diferentes capas de la sociedad de un país, podríamos poner como ejemplos al Partido Nacional de Uruguay o al Partido Conservador de Colombia. Estos partidos logran comunicar con tal efectividad sus propuestas, ideas y postulados que conectan con toda la sociedad, atrayendo votantes de todos los niveles de esta.

Por otro lado, tenemos a partidos que tienen su “nicho” y apuntan a públicos definidos con mensajes que podrían llegar a ser más radicales para algunos o que sitúan sus propuestas en temas específicos de interés que preocupan solamente a determinados ámbitos de la sociedad, en este caso podríamos nombrar a los partidos medioambientalistas del continente como, por ejemplo, el partido Verde del Brasil.

Teniendo esto claro, podemos decir que todos los partidos que deseen y pretendan abarcar una porción del electorado, y perpetuarse en el tiempo de manera exitosa siendo de referencia para su sociedad, deben contar con un mensaje claro, simple, entendible que apunte al público objetivo al que desea llegar.

Las posibilidades son infinitas y siempre dependerá del equipo de comunicación de cada partido seleccionar una estrategia de comunicación que les permita potenciar sus atributos y minimizar aquellas debilidades. Ser atractivos, estar actualizados, mantener canales de diálogos de ida y vuelta con la sociedad, no perder el contacto con la realidad del votante de a pie, que los líderes y lideresas sean cercanas, accesibles son aspectos vitales hoy en día.

La sociedad actual está más informada, posee mayor dinamismo y por positivo que parezca esto, es un arma de doble filo para los partidos políticos, ya que la inmediatez, la abundancia de distintas fuentes de información, la facilidad de dar “la opinión” sobre algún tema, en definitiva, la vorágine constante en la que la sociedad vive transforma en un enorme desafío la comunicación partidaria.

Hace unos años atrás, durante su discurso de asunción del presidente José Mujica en Uruguay, refiriéndose a los principales desafíos que encararía su gobierno dijo: “Sin

pretensiones de verdad absoluta, hemos dicho que deberíamos empezar por cuatro asuntos: educación, energía, medio ambiente y seguridad. Permítanme en pequeño subrayo: educación, educación, educación”. A pesar de estar en las antípodas del pensamiento del presidente Mujica, quien escribe entiende que, sin pretender la verdad absoluta, de la variedad de asuntos que deben atender los partidos políticos, permitan subrayar que, sin comunicación, sin hacerles saber a los votantes que esta haciendo, o que hizo, o como se van a hacer determinadas acciones, la batalla comienza muy rezagada, por la tanto: ¡Comunicación, comunicación, comunicación!

**Participantes:** Gustavo López; Luz López; Romero Méndez

## **1. Los partidos políticos deben tener claro su electorado objetivo para comunicarse eficazmente con ellos.**

Vivimos en una época en la que las tecnologías de la información son relevantes, pues permiten la interconexión y un diálogo de doble vía; sin duda, la pandemia de COVID-19 ha impulsado a que los habitantes de todos los países entremos de lleno en el mundo digital.

Según los expertos de marketing digital, para establecer una verdadera estrategia de audiencia es necesario definir a una audiencia para que se maximice toda inversión publicitaria; de la misma manera, los partidos políticos requieren ubicar a la parte del electorado que será su objetivo para enviar su mensaje a ellos.

En ese sentido, según la Dra. Carmen Fernández en su exposición, identificar a quién le hablan los partidos políticos es importante porque permite direccionar nuestros esfuerzos en aquellos que son persuasibles, es decir que están dispuestos a escuchar nuestros mensajes y propuestas.

Cuando los partidos políticos empiezan a entender con profundidad al electorado que los escucha, sus áreas de comunicación se convierten en espacios de verdadera inteligencia, porque desarrollarán materiales con mensajes que satisfarán las expectativas de los ciudadanos. Solamente así, podremos tener un mensaje eficaz.

Sin embargo, no podemos pretender que las campañas políticas son simples ejercicios de mercadotecnia digital, pues sin bien es relevante establecer una comunicación directa y efectiva con el ciudadano, los proyectos políticos son la piedra angular en caso de ganar una elección, pues los resultados formarán parte de las preferencias electorales en la siguiente contienda en las urnas.

Dicho lo anterior, es importante que no abandonemos el contacto directo con los ciudadanos, sino que lo prioricemos. No basta con invertir grandes cantidades en agencias digitales porque lo que los partidos políticos ofrecemos no es un producto

milagro, sino propuestas para solucionar problemas comunes que nunca dejan de ser complejos.

**2. Las redes sociales han ido enriqueciendo las formas de acceso a la política con el intento de que los ciudadanos puedan participar, organizarse e interactuar, más no es sinónimo de triunfo.**

En la actualidad y con un fenómeno como lo es la pandemia que vivimos a nivel mundial, las redes sociales han representado la mejor herramienta para el acercamiento y acceso a diferentes temas, uno de ellos es los partidos políticos. Pueden significar una gran ventaja para los quienes se dedican a la política, partiendo de que a través de las redes pueden circular información rápidamente y, de manera más sencilla, y volver viral cualquier tipo de publicación.

Resultan un punto clave para el aseguramiento de simpatizantes, sin embargo, esto no significa un triunfo, pues muchas veces una publicación solo representa una vitrina donde se exhibe al candidato, si bien es cierto, que mucha gente tiene acceso a estas publicaciones, y que a través de las diferentes redes sociales pueden llegar a conocer las propuestas de los actores políticos, no se debe dar por hecho que un “like” es sinónimo de un voto.

Lo que se cuestiona sobre esto, es su poder determinante en el triunfo de una elección, ninguna plataforma digital posee, por si sola de garantizar un triunfo. El desafío real será que toda la propaganda que se realiza en redes será efectiva cuando se construya como un puente de comunicación e interacción con los ciudadanos, formando con esto un plan de acción que les permita a estos organizarse, interactuar, y, sobre todo, participar.

**3. Las redes sociales representan una oportunidad para generar consciencia, formación y participación en la ciudadanía, en torno a temas sociales, económicos, políticos y culturales.**

En la actualidad somos testigos del crecimiento e impacto social que generan las redes sociales en las personas, sin importar su edad. Es más, se llega a considerar que las personas que no hacen uso de ellas no están inmersas “en el siglo XXI”. Y por supuesto, han sido utilizadas como mecanismos de difusión de información, entretenimiento, formación y capacitación, dialogo y hasta una manera de participar ciudadanamente exigiendo variedad de demandas sociales.

Por ser un medio de vida importante para las personas, se debe considerar como una herramienta política, para generar diálogo, conversación y debate, pero más que ello, consciencia de las diferentes realidades que se viven, formación política para ser críticos y desarrollar mecanismos de participación y articulación verdadera, que impulse a la ciudadanía a involucrarse y comprometerse con el desarrollo de sus entornos.

Es importante en el sentido que la vida política es indispensable para repensar y construir mejores oportunidades y futuros, y por supuesto, gran tiempo de la vida de las personas se encuentra en las redes sociales y la virtualidad, de allí la importancia de aprovechar su funcionamiento, interacción y facilidad para generar impacto.

Como todas las herramientas implica una serie de desafíos constantes que se ven enmarcados en los contextos de pobreza y desigualdad que se vive en Latinoamérica, y que provocan una brecha digital amplia; y por supuesto en el analfabetismo funcional que lo vemos presente en nuestras sociedades. Sin embargo, la creación de contenido político llamativo y responsable puede ser una realidad cercana que invite a las y los ciudadanos a comprometerse con los ideales humanistas necesarios para la construcción de mejores futuros.



**Participantes:** Jesús Soto. Venezuela; Ana Rosmery Riquiac Lux; Claudia Patricia Jaimes Carvajal; Ana Grace Cabrera; Juan Goñez; Alejandro Fabara Torres.

La clave para ganar cualquier elección popular, consiste en el buen manejo de una campaña electoral. Estas campañas deben poseer un gran equipo multidisciplinario que acompañen al candidato en la consolidación de su elección. Para llegar a la conformación de este equipo, se debe tener en cuenta cuál será el espacio político que se quiere asumir, y, con ello, sobre la población que se trabajará. Para esto último, los datos estadísticos son de vital importancia. Conocer cuáles son los gustos de los ciudadanos, las edades, los extractos sociales; pero, sobre todo, cuáles son las demandas o necesidades de la mayoría, es allí donde el candidato debe enfocar su campaña. Saber cuál es la popularidad del partido político y sus líderes, para esto se debe trabajar con las encuestas en todos los niveles (virtuales, presenciales). El mayor desafío que se puede enfrentar en una campaña electoral, sin duda, sería la falta de recursos, por ello es de suma importancia contar desde un inicio con suficiente financiamiento, de manera que no exista preocupación por los gastos que se tendrá y esto limite la capacidad de acción electoral. Pero si el presupuesto de campaña es reducido, se debe abocar a buscar recursos y usar las herramientas que se tiene en mano como por ejemplo las redes sociales, haciendo una masiva y seguida movilización con fotos, videos y textos sobre las propuestas del partido y del candidato, y las actividades realizadas por este. Otro punto importante son las alianzas que realice el candidato, lo cual favorezcan su compañía en el escenario político, estos líderes deben ser personajes que hubieran realizado un excelente trabajo en la función pública, esto es acercamiento y soluciones a las comunidades, participación ciudadana en diferentes proyectos que busquen el interés social.

El mensaje político debe ser entendido desde la perspectiva que se esté planteando; es decir, si se está trabajando en una campaña electoral, sin duda que el principal fin, es un mensaje para ganar la elección. Se debe tener sumo cuidado con lo que se quiera informar, pues existen diferentes tipos de electores, los que ya conocen el candidato, el partido, y están convencidos en votar por esa opción. Por otro lado, se tiene los electores que están indecisos, esto quiere decir que no saben por quién votar, acá es donde el mensaje debe estar mejor construido y enfocado, la mayoría de estos ciudadanos votaran

por el candidato que les presente mejores propuestas a sus necesidades, por el que vean más empático, ó, con el que se sientan más identificados en la manera de hacer política. El otro tipo de mensaje, es el de gobierno. Cuando ya se está ocupando cualquier cargo de elección popular, y se debe comunicar la gestión que realiza. Para esto, el foco debe estar en los principales medios de comunicación, ya sea a nivel municipal, regional o nacional. El mensaje constante por las redes sociales, juega un papel fundamental en estos tiempos de globalización. El mayor desafío que se pueda enfrentar, es la censura o tener poderosos medios de comunicación en contra del gobierno en turno, además de las conocidas fake news que tratan de denegrir la imagen de un candidato o partido con noticias falsas, que después se vuelven virales.

El storytelling es una herramienta de real importancia en el quehacer político previo o en medio a una elección ya que esta es la formación de la historia creada sobre un candidato, este funciona moviendo los sentimientos de los pobladores, estas historias deben ser más acerca de sentimientos que de la realidad; es ese momento donde crecen las expectativas; queramos o no, las emociones se encuentran en el mismo lado del cerebro donde se procesa la información de índole político. la cual si es bien elaborada puede ser un punto positivo para su futuro político, pero si no lo es, puede resultar en un fracaso, Para llegar a ello se tiene que elaborar una historia del candidato, recurriendo a las virtudes y acciones destacadas de este, en el pasado, y además que estas vayan en concordancia con sus actuales propuestas, esta impone una serie de desafíos, ya que, si esta historia no es bien elaborada, puede ser un punto negativo, para el candidato, y terminara perjudicando. También puede pasar que esta historia o imagen del candidato no sea creíble por la opinión pública y los mismos ciudadanos. Otro desafío es el modo por el cual van a reaccionar los medios de comunicación con esto, ya sea la televisión, el radio y principalmente las redes sociales, que dependiendo de su actuar puede llegar a ser una amenaza para el éxito del storytelling.

**Participantes:** Facundo Santiago; Thábata Almeida; Raquel Tatiana Marín Cerdas; Silvia Elizabeth Álvarez González; Néstor Martínez.

1. Renovación de Partidos Políticos hacia un enfoque que permita atraer al segmento joven.

La crisis y la pérdida de credibilidad de los partidos políticos han alejado a los jóvenes de la actividad política provocando un rechazo en asumir una militancia partidaria; porque no encuentran el espacio necesario para expresar sus ideas y posiciones frente a las necesidades de nuestra sociedad.

La juventud actualmente representa un porcentaje alto del electorado en la mayoría de los países latinoamericanos y los partidos políticos no tienen estrategias concretas para atraer a este segmento de la población que ya está eligiendo a sus representantes. Entonces llegamos a la pregunta de ¿Cómo llegar al público joven?, que no es una pregunta fácil de responder porque las necesidades de los jóvenes son más exigentes, requieren respuestas concretas y posiciones claras.

Los jóvenes ya no se ven representados con candidatos de elección popular de mayor edad; buscan que sus representantes tengan sus mismos ideales, que se identifiquen y abanderen sus causas como igualdad de género, ecologismo, la diversidad, etc.; piden dignificar la política y no quieren ser considerados rellenos en sus partidos.

Es tiempo de reinventarse y adecuarse a la realidad actual, el avance de la tecnología, una nueva visión de sostenibilidad, incluso tomar en cuenta la pandemia; para abrir canales de verdadera participación para los jóvenes; debemos re-perfilar a los candidatos, tener lugares para formación constante y fomentar el crecimiento de los líderes partidarios.

Los jóvenes deben ser partícipes de la política, asumir el reto de tomar el destino del mundo en sus manos y ser forjadores de grandes cambios sociales; entendiendo que la política es este vehículo que necesitan para mejorar el entorno, reafirmar derechos, luchar por sus causas y consolidar libertades.

Es oportuno compartir las palabras del poeta español Antonio Machado:

“haced política, porque si no la hacéis, alguien la hará por vosotros y probablemente contra vosotros”.

2. La construcción de un mensaje político que permee en la sociedad civil e influya en el electorado.

La construcción de un mensaje político es fundamental para que las personas se vean atraídas a votar por el candidato, desde tomar en cuenta que se debe hacer uso de un lenguaje entendible y sencillo para que todas las personas reciban el mismo mensaje, pero del mismo modo, para sentir cercanía con el candidato.

El mensaje debe ser atractivo, debe infundir esperanza en el electorado, ser inspirador y motivar al cambio, porque cada persona tiene una historia que contar, pero debe buscar la forma de transmitirla adecuadamente, para que se apodere de la historia porque el mensaje despertó emociones, y no debe ser algo que suceda una vez, sino como las historias o cuentos que las cuentan más de una vez.

En la actualidad se puede hacer uso de diferentes herramientas tecnológicas que permitan que los mensajes se divulguen de forma constante para que el mensaje permee en el diario vivir del electorado.

Es necesario, saber a qué segmento se está dirigiendo el mensaje para que su construcción tome en cuenta distintas necesidades e intereses, dado que el relato debe ser como una novela que logre influenciar en el electorado a través de las emociones que puede demostrar a través de su mensaje, porque es una forma exitosa de convencer al electorado. Estas historias no deben ser una estrategia para engañar a las personas con ideas falsas, sino contar historias que realmente generen un impacto emocional que captive al electorado, que provoque ilusiones y

obtenga la atención de la ciudadanía partiendo de información confiable, sustentada y que no pueda ser desmentida.

Las historias pueden crear un lazo con el candidato por haber vivido situaciones similares, logrando simpatizar con el electorado por su simple forma de ser y la construcción de su mensaje político.

3. El valor de la cercanía tiene que funcionar como piedra angular para la construcción de un candidato político.

La construcción de un candidato político tiene varias fases importantes, como la imagen, el discurso y la simpatía, fundamentales para construir un candidato político para presentarse en una elección.

La imagen es muy importante porque hace referente a lo que proyecta visualmente, lo que el votante ve, su vestimenta, lo que inspira al electorado al que va dirigido tiene que ser algo que cale en la comunidad y lo haga ver distinto, pero al mismo tiempo tenga cercanía a lo que la gente quiere ver.

El tema de la imagen es fundamental para un candidato, cuando hablamos de imagen no es solo el cómo te veas, sino también el cómo se comporta el candidato, lo que transmite como persona, sus valores arraigados, dado que eso dice mucho del candidato y lo que representa como político responsable para las comunidades y el electorado.

El discurso es fundamental para la construcción de un mensaje del candidato, la oratoria, la seguridad al expresarse a sus electores, usar un lenguaje sencillo y entendible dependiendo del sector de su electorado al que se dirigen, pero siempre teniendo la misma línea del mensaje original del candidato, no es fingir sino saber expresarse en sitios distintos para diferentes votantes. Es muy importante porque

con a través del discurso se convence al electorado, aparte de la imagen, que las dos agarradas de la mano hacen una fórmula triunfadora.

Sin duda alguna todo eso ligado con el carisma de la persona, la simpatía que debe tener el candidato que es muy importante para crear una conexión con el electorado más allá de un discurso y una imagen. Es el ser simpático con los que te rodean, eso crea un lazo afectivo con el votante y concreta las 3 fórmulas ganadoras para visibilizar un candidato político y llevarlo a ganar.

**Participantes:** Irma Berenice Maldonado Juárez; Elva Teresita Escobar Martínez; María Belén Hualde; Diego Antonio Campaña Díaz; Cristian Negri.

*“Claves para una campaña electoral exitosa”.*

Estamos en una nueva época de modernización y participación, los estilos y los métodos asumen gran importancia donde realizar una campaña electoral como anteriormente se hacía es imposible. Nuestra nueva realidad nos ha llevado a tener que ser diferentes en estas campañas que se avecinan después del 2020; ya no será lo mismo; adiós mítines, hola a las redes sociales y el uso del 100% de las 3 “S: suela, sudor y saliva”. Hemos llegado a una etapa donde un partido o un candidato que sigue en lo antiguo, y que no se renueva, no comprenderá los cambios sociales que están ocurriendo ni los nuevos grupos que están surgiendo, no sabrán cuales son los distintos intereses nuevos que tiene la ciudadanía. Un partido o candidato que no comunica lo que propone, que no está en los medios de comunicación y que además no se relaciona con los ciudadanos en forma permanente, es una organización que no cumple su rol en la democracia.

Se debe tener un objetivo realista con una estrategia que deba ayudar a maximizar ganancias o reducir pérdidas en lo que a la campaña electoral refiera.

Tener una campaña exitosa se va a basar en su mayoría de nuestro mensaje político que le demos a la ciudadanía, de nuestra imagen y del buen manejo de redes sociales. Desde esta perspectiva, las campañas electorales constituyen un conjunto de nuevos desafíos para los candidatos y los partidos: entender al ciudadano de este tiempo, conocer lo que quiere, dialogar con ellos y hacerlos sentir partícipes constituye parte de la gran tarea que los políticos deben afrontar. Debemos prepararnos para hacer lo mejor que podamos, sobre todo concientizar a los ciudadanos que nuestros partidos son la mejor opción que pueden tener, que nuestros candidatos son los mejores preparados para gobernar bien. La clave está en nosotros, empecemos desde ahí y llevemos a cabo la mejor campaña que hayamos realizado.

Los votantes han mutado a través de las décadas y hoy la cercanía, la empatía, los cómo y por qué el votante tiene que darnos su voto, se han transformado en una relación 1 a 1. Las políticas de masas y de los grandes medios de comunicación ya han caducado. Hoy con internet y las redes sociales, el ciudadano está más cerca que nunca, a un click de

distancia, pero esta cercanía es peligrosa. El comportamiento de las personas ha cambiado, ya no son cautivos de ciertos mensajes, hoy desde un celular se accede a información de todo el mundo y el poder de leer, escuchar y prestar atención, ahora solo lo tiene el público. Saber qué y cómo comunicar, nos va a dar como resultado un proceso efectivo de comunicación con la población.

*“La comunicación política es la columna vertebral de las campañas electorales”*

La comunicación política es el espacio en el que se intercambian los discursos de los actores que se expresan públicamente sobre política tales como políticos, periodistas y la opinión pública.

A través de la comunicación política se logra establecer una relación directa con el ciudadano. Tener cercanía es sumamente importante, que la gente nos conozca, que vea que somos de carne y hueso, y para lograr eso debemos tener en cuenta la audiencia, a través de qué canal llegaremos a ellos y el mensaje clave adecuado para cada audiencia a la que queremos alcanzar. La comunicación en política es sumamente importante porque lo que no se comunica es como si no se hubiera hecho, no existe. Además, a través de ella pretendemos vender ideas, propuestas y la imagen de nuestro candidato.

Estará determinada por el proceso de repetición que se logra hacer, a través de publicidad, noticia, voz a voz, etc. Comunicar en política es todo un desafío, habiendo tanta información cuesta lograr que la gente se enfoque en nuestro mensaje.

El desafío sería aumentar la CREDIBILIDAD y que los ciudadanos vayan a votar. Si hacemos bien el trabajo la gente estará de nuestro lado y ganará nuestro candidato. Tenemos que tener en cuenta que distintos factores en general afectan a la comunicación política, como ser las variables sociodemográficas, el tipo de sistema político, el sistema electoral e incluso las diferencias culturales de la opinión pública. El mostrar un candidato cercano y creíble, solo se logra con una planificación comunicacional. Planificar los públicos, los tiempos, las formas, condicionan que los mensajes lleguen al público esperado.

Para ello hay que tener bien definidos los escenarios en los que un candidato tendrá que desempeñarse, ya que para mostrarse cercano deberá moderar su estilo de comunicación verbal y no verbal para conectar mejor con sus audiencias.

*“El cerebro humano está en capacidad de procesar hasta 15 mensajes cada día”*

Para lograr que nuestro mensaje sea uno de esos 15 debe ser algo “mágico” que atrape a la gente, auténtico, único, que conecte a los ciudadanos con nuestro candidato.

Una herramienta realmente importante para construir un buen mensaje es escuchar, entender lo que busca el elector. La gente espera que los argumentos que se utilicen en las campañas por las que tiene que escoger sean lo más cercanos posible a sus necesidades. Una estrategia sumamente poderosa es la de visitar las comunidades, in situ, casa por casa, de corazón a corazón. Otra manera sería apoyarnos en estudios de opinión para saber lo que la gente está pensando.

En los últimos años, el Storytelling se ha venido usando con fuerza en la política para transmitir mensajes. El gran éxito que tiene este tipo de práctica en la transmisión del mensaje político es la confianza que hay reflejada en él; las personas creemos cuando visualizamos algo que ya pasó.

Debemos armar una buena narrativa para ir contando cómo es realmente nuestro candidato, logrando generar empatía con gente que tenga una vida similar a la de él y/o la de su familia. También es importante analizar a nuestros adversarios, conocerlos, ver lo que están transmitiendo “mal”, no cometer los mismos errores, es decir, presentar mejores propuestas que ellos.

Nuestro mensaje debe generar confianza, que la gente escuche y crea que es cierto lo que estamos diciendo, además de ser creativo, emotivo y sencillo para que lo entiendan todos, logrando de esta manera cumplir con el desafío de lograr que nuestro mensaje se posicione de manera sólida en la mente de nuestros potenciales electores y ciudadanos en general.



**Participantes:** Benitez, Florencia Haydee Davalillo García; Inés María Guevara Flores; Jezabel Alejandra Palacios Bustamante; Cristian Andrés Seminario Nalvarte; Emanuel Alberto

## **La escucha activa como herramienta: *importancia de escuchar al elector***

Para los psicólogos la escucha activa es una de sus herramientas de trabajo más importante, debido a sus múltiples beneficios: nos ayuda a conocer como la otra persona percibe su realidad, puesto que por más que creamos que lo sabemos todo, cada ser humano representa una nueva historia que solo él/ella conoce, pero además contribuye a construir un espacio de seguridad, favorece la motivación y estimula a que las personas se sientan valoradas porque cuenta con el apoyo de otro.

En comunicación y marketing político hay diversas técnicas que nos ayudan a entender la visión del electorado y de manera indirecta nos permiten escucharlos, estas prácticas conllevan a obtener conocimiento sobre su visión y pensamientos y a partir de allí poder elaborar una estrategia comunicacional. Carlos Andrés Perez en su libro Comunicación y Marketing político (2016) nos dice que los estudios de opinión nos dan la posibilidad de saber en qué dirección están enfocadas las personas y cuáles son sus necesidades para incluirlas dentro del programa de gobierno y, lo que es aún más importante en los momentos de campaña: en el discurso del candidato.

Pero ¿Qué ocurre cuando ya no se logra que las personas se sientan identificadas con el discurso y se ha perdido la confianza en los líderes políticos? En Venezuela se tiene una realidad: un mensaje que cada vez encuentra mayores desafíos para hacerse común entre los habitantes de este país, que más que generar certezas, genera nuevas incertidumbres, una creciente desconfianza y distanciamiento entre la dirigencia y la ciudadanía. Ante esta realidad, más allá de los estudios de opinión que nos ofrece la ciencia política, nos toca, como dirigentes, ser oídos antes que boca y poner en práctica herramientas tan básicas como la escucha activa, pero que tienen un poderoso efecto en el otro.

Las personas son historias y antes de escuchar, necesitan ser escuchados, con interés genuino, acompañado con la simpleza de unos ojos que observan y una actitud empática que nos permita comprender su marco de referencia, llevando el

vínculo con nuestro interlocutor a niveles más profundos, porque el ser escuchados nos hace sentir importantes, tomadas en cuenta, esto tiene un efecto tranquilizante en las personas y estimula un ambiente de confianza en el que ponemos en práctica valores como el respeto, la tolerancia y la autenticidad, situación que no es ajena para quien nos habla y que prepara el terreno y abre los caminos para que nuestras ideas puedan ser recibidas.

### **El enamoramiento y la seducción en el mensaje son pilares fundamentales para convencer al votante**

Un mensaje frío y sin sentimiento, no resulta seductor, y por ende no capta la atención del público. Así como la escucha activa es importante a la hora de construir el mensaje que llegará a los votantes, también es importante la forma de transmitirlo y comprenderlo fácilmente. Estos elementos harán que el mensaje tenga el efecto deseado.

El espectador desea escuchar un mensaje en el que se sienta identificado y sea acorde con los tiempos y realidades del momento; pero también requiere que el político sea capaz de identificar y expresar los sentimientos que esas realidades producen en cada uno de los ciudadanos. Cuando el mensaje logra enganchar al oyente, es posible ir moldeando la imaginación del público, logrando transmitir de manera eficiente las propuestas. Las enseñanzas que busquemos dejar en la audiencia, dependerá en gran medida de cuán empático llegue el expositor, para que el sentimiento quede guardado en la memoria de quienes lo escuchan.

Esto nos hace reflexionar, de cómo el populismo ha entendido muy bien esta figura, que no solo propone cosas sobrenaturales y mágicas o se presentan como mesías y salvadores, sino que han logrado entrar al imaginario de las personas y quedarse ahí por ser los grandes narradores de historias y cuentos llenos de sentimientos que sobrecogen todas las necesidades del pueblo.

Pero ¿Cómo no caer en un mensaje populista? Esta quizás es una de las interrogantes que más incomodidad ha generado en especial dentro de los partidos de centro derecha y derecha, que en varias ocasiones han preferido un mensaje colegiado. Ahí está la respuesta, el mensaje debe enganchar con las emociones positivas, y retener a la audiencia generando confianza. Para lo cual, es importante que la imaginación no sobrepase los límites llegando al populismo, sino que la obliguemos a aterrizar anclándola a las propuestas reales y concretas que serán las que generen confianza en los votantes.

De esta manera, el desafío está en lograr el perfecto equilibrio entre la seducción y los argumentos para que el mensaje no sea acartonado.

### **El populismo, ¿mejor estudiante del marketing?**

Latinoamérica es una región que se caracteriza por haber tenido regímenes populistas de todos los colores e ideologías políticas y casi todos ellos con mucho éxito al momento de alcanzar al poder. Tanto es así que muchos de ellos inclusive mantienen seguidores e instituciones hasta la actualidad; un ejemplo de esto es el partido justicialista de Argentina, el régimen de Juan Domingo Perón mantiene influencia hasta nuestros días<sup>1</sup>.

En este sentido y tomando lo mencionado en el presente artículo, se puede llegar a la conclusión de que el populismo ha cumplido con muchos principios aplicados en el rubro del marketing para lograr éxitos electorales o legitimaciones de tomas de poder. En efecto, la estrategia del populismo es más que decirles a las personas lo que quieren escuchar, fundamentan su éxito en estrategias de comunicación y marketing político bastante efectivas. A continuación, desarrollaremos algunas:

*Escoger el momento adecuado para lanzar un mensaje:* de la misma manera en la que las empresas escogen fechas favorables para la venta de sus productos y/o servicios, los líderes populistas han sabido bastante bien como identificar los momentos para iniciar con la predica de sus mensajes. Ernesto Laclau en su libro *La razón populista* (2005) hace mención al llamado “momento populista”. Esto es la circunstancia en la que la noción de insatisfacción por parte de la ciudadanía se enfrenta a un statu quo existente<sup>2</sup>, lo cual genera un momento de alta frustración y descontento que es perfectamente aprovechable por los líderes populistas.

*Dirígete a tu público objetivo:* los líderes populistas tienen claro que su mensaje no es para todos, por lo tanto, identifican bien a la audiencia a la que dirigirán sus mensajes. Como ejemplo, Juan Domingo Perón dirigió sus mensajes a los grupos sindicales de Argentina, conociendo que su discurso, propuestas y políticas encontrarían tierra fértil en dicho público objetivo. El error de muchos líderes políticos es que dan mensajes muy generales que no logran penetrar en ninguna audiencia.

---

<sup>1</sup> <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-50063735> (consultado el 10 de noviembre de 2020) .

<sup>2</sup> Laclau, Ernesto. (2005). *“La razón populista”*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica

*Defínete a través de tus adversarios:* en este principio se aplica mucho lo mencionado respecto a la escucha activa, ya que los líderes populistas saben identificar en que se basan las frustraciones de las personas para crear “villanos” o culpables de los problemas de las personas. De esta manera se busca crear una identidad del público objetivo a la propuesta política, muchas veces, esta identidad es denominada como “pueblo”.

*Ofrece una solución al problema:* los principios antes mencionados no servirían de mucho si el líder populista no ofreciera una solución al problema que afecta a su público objetivo y a las personas que han quedado plenamente identificadas con su proyecto político. Las grandes campañas de marketing muestran a sus productos o servicios como la solución a un problema muchas veces cotidiano.

Es necesario que los partidos políticos que no han contado con éxito electoral en la región Latinoamericana, evalúen estos principios y los éxitos de sus adversarios para replantear sus estrategias y adecuarlas con los nuevos medios de información para de esa manera poder tener mayores oportunidades para lograr sus objetivos.

**Participantes:** Alejandra García; David Alejandro Peñuela; Héctor Espinoza; Johana González; Saskya Mora, Venezuela

***“La fundamentación de las estructuras organizacionales es primordial en el desarrollo de los partidos políticos modernos”:***

Antiguamente, las estructuras políticas se basaban en pocas personas, en pequeños espacios de toma de decisiones donde se llevaban a cabo las grandes discusiones políticas de los partidos. En la actualidad, los partidos necesitan ser más abiertos, escuchar a sus bases, y no sólo escucharlos, sino garantizar los medios para que las mismas formen parte de las decisiones gruesas de sus políticas. Aquí es donde las estructuras organizacionales son fundamentales para que esta comunicación interna y esta retroalimentación de ideas y políticas pueda llevarse a cabo de la forma más sencilla y expedita.

Un ejemplo de esto es el partido Voluntad Popular Activistas de Venezuela (Fundado por Leopoldo López). Desde su fundación, han tenido como consigna que las decisiones se toman “de abajo hacia arriba”, esto lo han hecho a partir de 2 diferentes estructuras organizacionales:

**1. Redes Populares:** Son organismos de base que trabajan coordinadamente para resolver los problemas de su comunidad y ser garantes en las elecciones, ya que se conforman con personas que pertenecen a un mismo centro electoral. Lo atractivo y novedoso de esta estructura es que no todos deben ser activistas (militantes) del partido, pueden ser vecinos que realizan actividades sociales y políticas y que simplemente son afines a las ideas del partido. Las redes populares funcionan como una conexión con la comunidad y también como un sistema de captación.

**2. Movimientos Sociales:** Son agrupaciones de individuos y organizaciones de la sociedad civil que articulados, inciden en la lucha por la reivindicación de sus derechos fundamentales y la modificación de las políticas públicas. Algunos de estos son Gremios, Juventudes, Cultura, Ecología, Juventud Prolongada, Pro Inclusión, etc. Estos movimientos fueron la base para la fundación del partido.

## ***“Los partidos políticos deben enfrentar el entorno impuesto y construido por las redes sociales”***

Las redes sociales definen un entorno en el que también se debe desarrollar de manera práctica la política, esta situación se ha visto profundizada por la pandemia del COVID 19. Desde marzo de 2.020, el accionar político se ha volcado totalmente a las redes sociales.

Hay una serie de desafíos impuestos por las redes sociales para los políticos y las democracias, dado que a través de ellas se puede llegar a electores y militantes con distintos mensajes positivos y negativos para el futuro de las naciones. La legitimidad de las democracias puede ser erosionada por la ciberpolítica, fake news o psicossociales, que se pueden esparcir fácilmente a través de las redes sociales.

Yuval Harari, afirma que, en los próximos años, dados los cambios tecnológicos, sociales y ambientales, los ciudadanos necesitaremos estabilidad emocional y mental para convivir con el cambio constante y la capacidad de reinventarnos continuamente. Asimismo, los algoritmos que rigen las redes sociales levantan datos de cada uno de nosotros, información con que descifran nuestros deseos, anhelos, patrones de consumo, posiciones políticas, y también crean distintas necesidades que los seres humanos no experimentábamos antes de los años 80. La irrupción de las redes sociales ha contribuido en el ámbito político a la extrema polarización de los votantes, provocando que los espacios de centro se reduzcan dramáticamente, como se ha visto en las distintas manifestaciones políticas en los Estados Unidos, Europa y América Latina. Las redes sociales constituyen otro espacio en el que los partidos políticos deben intervenir de manera estratégica para impactar positivamente en el bien común de nuestras sociedades.

Por todo esto, los políticos debemos adquirir competencias necesarias para enfrentar el contexto de las redes sociales, los algoritmos y la inteligencia artificial.

## ***“El debate necesario sobre el parlamentarismo como una opción política viable para América Latina”***

Más allá de hablar sobre el parlamentarismo y sus virtudes versus los sistemas presidencialistas en América Latina, es necesario sentar las bases para el debate entre estos sistemas. Y, ¿Por qué sería más importante el debate que la idea en sí? Para

responder esta interrogante necesitamos entender que hay algunos problemas para comparar los sistemas parlamentarios y presidencialistas:

- No hay casos exitosos o al menos bien implementados de sistemas parlamentaristas en América Latina: Y de aquí que la comparación la hacemos con sistemas antiguos, implementados en sociedades diferentes, con más diferencias que similitudes.
- Falta de estudios más completos y profundos sobre el presidencialismo: No significa que no hay buenos estudios, pero faltan aún muchos más sobre todo para entender más de manera integral, y no sólo la imagen que tenemos del presidencialismo.
- La refundación de las democracias: Obviamente el interés por hablar y explorar nuevos sistemas de gobierno es conseguir triunfar donde otros han fallado, el problema es que el triunfo de un sistema no depende del sistema en sí mismo, sino que depende de la eficiencia del gobierno, la estructuración del Estado, el funcionamiento de la burocracia y la adaptación de esos factores con respecto al desarrollo socioeconómico.  
Entonces, más allá de la determinación de un sistema sobre otro, cabe la posibilidad de la experimentación, de la apertura, de la adaptación de sistemas a nuestras sociedades, y no que las sociedades se adapten a los sistemas. Un sistema de gobierno óptimo debe ser aquel que se pueda anticipar a los problemas de la sociedad, y ser eficiente en la búsqueda y la implementación de las soluciones a esos problemas, llevando a las instituciones y a la política a su carácter básico, humano y, sobre todo, cambiante

**Participantes:** Gerson Quintero; Mauricio Urrutia; Juan Ignacio Pintos; Natalia Martins.

## **El mundo parece estar frente a una “recesión democrática” protagonizada por el auge de los populismos a nivel mundial**

La evidencia empírica demuestra que los últimos años no han sido los mejores para la democracia a nivel mundial. La consolidación de las autocracias en países como Venezuela, Nicaragua o Turquía, el ascenso de los populismos a nivel mundial, ya sea ganando elecciones o creciendo como oposición, la reciente proliferación de conflictos bélicos a nivel mundial, las recientes crisis políticas y sociales vividas en América Latina, todos estos parecen ser síntomas de una “recesión democrática” a nivel global. Para todos aquellos que creemos que la democracia liberal no es el menos peor de todos los sistemas de organización social si no que sin dudas, es el mejor, estos son tiempos de grandes desafíos. Dentro de todos estos problemas, la amenaza del populismo aparece en este siglo de una manera novedosa, utilizando las herramientas que nos da la democracia representativa acceden a lugares de poder despotricando en contra de las instituciones que les permite ser electos. Y desde el poder utilizan esas mismas instituciones para debilitar y acallar a cualquier fuerza, ya sea política o institucional, que busque ser su contrapeso. ¿Como nosotros, los demócratas, los liberales, los que creemos en la importancia de la institucionalidad y la legitimidad republicana podemos hacerle frente a esta nueva amenaza? ¿Cómo competir contra alguien que no se atiene a las reglas? La respuesta por supuesto no la tenemos. Pero es un deber ineludible tanto para la política como para la academia combatir al populismo anti republicano que tanto parece estar comprometiendo el futuro de nuestras democracias.

### **“Las democracias no mueren de la noche a la mañana”**

Es importante tener en cuenta los signos que las democracias muestran cuando empiezan a debilitarse, ya que este un proceso largo en el que se pueden tomar los correctivos para evitar la ruptura total de la democracia. Todas las formas de democracias que sufrieron esta ruptura terminando en el populismo y/o autoritarismos mostraron a su debido tiempo síntomas o alarmas de lo que pasaría: leves desgastes



que fueron aumentando con el pasar del tiempo, pero la clase política no le dio la importancia suficiente. Es imperativo evitar y prevenir que este desgaste democrático avance hasta su punto máximo. El reto como políticos está en identificar a tiempo cuales son alarmas que deben encender la conciencia de los ciudadanos para prevenir la ruptura total de la democracia y no permitir que formas de poder como el populismo encuentre tierra fértil en estos debilitamientos y desgastes para sembrar polarización. Para ello hay que fortalecer los sistemas de partidos y gobiernos que le apuesten a la democracia, también es necesario fortalecer los valores democráticos de la dirigencia política, debemos proteger la institucionalidad y mantener un vínculo cercano con la ciudadanía para evitar el divorcio con las causas populares.

**“Existe un cambio generacional significativo sobre los valores democráticos en los últimos 20 años.”**

Entre las nuevas generaciones existe una crisis de legitimidad democrática. Los “nuevos ciudadanos” son hoy mucho más críticos con los líderes políticos y más descreídos sobre la democracia como un sistema sustentable, y en consecuencia hay un crecimiento del apoyo a alternativas autoritarias. Tal como lo señala Foa, las generaciones nacidas en periodos de entreguerras, consideran la democracia como esencial, mientras que los millennials comenzaron a revertir ese carácter sacro. En este sentido, el descreimiento del sistema democrático y su sostenibilidad hace que los jóvenes se involucren menos políticamente creando una brecha de “apatía política” con las generaciones mayores, como la denomina Foa.

Destaca esta apatía política en los jóvenes con el crecimiento de otros movimientos sociales. como las organizaciones humanitarias, sociales, medioambientales, entre otras, que generaron que el compromiso militante de los jóvenes se encuentre más disperso. Todo esto constituye una advertencia para los partidos políticos, los gobiernos y las instituciones democráticas. Las democracias no desaparecen de un día para el otro, pero sí, el grado de debilitamiento de las mismas puede llevar a un fracaso total del sistema.

Alerta el aumento de los regímenes autoritarios que continúan en auge, y nuestro desafío es motivar a las nuevas generaciones a involucrarse políticamente para sostener estos valores democráticos. Tal como señala Roberto Foa, las personas pueden tener una lealtad hacia la democracia que se contradice, al mismo tiempo, con que presentan un rechazo a determinadas normas que son base para sostener un sistema democrático. Por eso este planteo y desafío es aún más difícil y nos invoca a profundizar más aún en las

nuevas generaciones que son quienes deberán sostener el sistema democrático, que quizá como indica Foa, la verdadera razón por la que existe este desinterés es porque nunca han visto el sistema bajo una real amenaza.

**Participantes:** Oscar Bermudez; Federico Cermelo; Ana Victoria Cassola.

**Premisa 1: La sociedad exige nuevas y progresivas demandas a los gobiernos de turno.**

Los gobiernos de la actualidad enfrentan nuevas demandas de la sociedad que tienen que ver con la amplitud y progresividad de los derechos humanos, en donde ya contamos con cuatro generaciones bien delimitadas y hasta con una quinta y sexta que representan necesidades colectivas más abstractas pero no por ello menos importantes.

Las nuevas tecnologías, la diversidad cultural, la sustentabilidad; son algunas de las razones que han motivado la aparición de nuevos derechos humanos y, por ende, la aparición de nuevos colectivos sociales, su empoderamiento y posibilidad de reclamo ciudadano.

Los gobiernos tienen el desafío de adaptar sus agendas a estas necesidad universales, plurales, complejas y diversas, para lo que requieren contar un equipo integral e interdisciplinario que les permita tener una mirada global de cada una de ellas y, en consecuencia, implementar respuestas que puedan estar a la altura de las circunstancias.

La complejidad de las nuevas demandas de la sociedad amerita también, a generar gobiernos democráticos representativos y no delegativos de la voluntad popular. Por lo cual, se impone la necesidad de generar ámbitos de participación ciudadana, así como convenios públicos y privados para la búsqueda de consensos que permitan legitimar las políticas públicas.

Indudablemente, interpretar la realidad de esta manera permite a muchas fuerzas políticas realizar esfuerzos para formar coaliciones de gobierno y poder así, representar distintas miradas y valores que tienen más puntos en común que disidencias. Las nuevas demandas de la sociedad generan la necesidad de nuevos estilos de gobierno con más participación ciudadana a través de diversos marcos de acuerdo y entendimiento.

**Premisa 2: La polarización de la información genera desinformación y desconfianza social.**

La polarización en la información que circula en redes sociales más allá de enriquecer el diálogo y el debate, provoca desinformación y a la vez desconfianza generalizada de la sociedad. Este fenómeno es importante porque la política es percibida como una de las instituciones menos confiables.

Hay ciertamente, una fuerte dicotomía entre las agendas o demandas sociales y las agendas políticas. Esta desinformación causada por polarización en redes se traduce en una falta de contención de las demandas sociales por parte de los actores políticos y de los gobiernos y, a la vez trae como consecuencia escepticismo social, es decir, que la sociedad pierda credibilidad y confianza en las organizaciones políticas pues siente que sus nuevas necesidades no son tomadas en cuenta ni atendidas.

En este sentido el lograr convencer y atraer a la gente hacia un determinado proyecto político se vuelve una tarea complicada, lo que nos lleva a una crisis de representación. Y a la vez, reduce el debate y la complejidad de los problemas y demandas sociales a una visión binaria y poco útil para como los partidos que requieren incluir y modernizar sus planes y estrategias.

El punto central de identificar este problema es el de encontrar una solución; ésta radica en fortalecer la información de calidad desde las organizaciones políticas. En una sociedad donde hay confianza en lo que se comunica es mucho más fácil que esa comunicación sea duradera. El apoyarse en medios de comunicación de calidad hará que lo que comuniquemos tenga un carácter más serio y genere confianza en quienes reciben este mensaje.

### **Premisa 3: Latinoamérica necesita soluciones, no confrontación**

Durante el 2019 y el 2020, más la llegada del covid-19 al subcontinente, Latinoamérica ha vivido jornadas intensas de protesta en varios países: Chile, Ecuador, Colombia, Venezuela, Perú. Las razones son contextuales y responden a una variedad de demandas y necesidades que la población solicita ser atendidas por el Estado. En este sentido, lo ideal sería llegar a consensos (como bien hizo Chile con la aprobación a la redacción de una nueva constitución); sin embargo, hay un elemento que en gran medida ha obstaculizado los puntos de acuerdo para minimizar el nivel de conflicto: la polarización.

Utilizada como punta de lanza en los discursos populista y enalteciendo los sentimientos de rencor, contrariedad y culpables en el otro bando, la polarización ha alejado a los

actores civiles y políticos de las soluciones, haciendo que empujen sus propuestas por encima del resto de la opinión pública o de otros grupos. Es una constante medición de fuerzas para derrotar al otro e imponer las ideas; elevando el debate a una guerra ideológica (y en ocasiones física), olvidando por completo que las sociedades alcanzan su pleno desarrollo a través de la cooperación y no por la fuerza.

El desgaste como consecuencia del enfrentamiento anteriormente mencionado no solo impacta directamente en la sociedad, que se frustra ante las demandas incumplidas, sale a protestar y perpetua el ciclo del conflicto, sino que además aleja por sí el encuentro de las soluciones requeridas. Por lo tanto, como miembros activos de la sociedad civil y política tenemos el deber fundamental de ser puentes de consenso en nuestras zonas de influencia y ayudar a canalizar las demandas en soluciones reales que involucren a todos los actores sociales. Solo de esa forma se podrá garantizar respuestas acordes que además perduren en el tiempo con solo la necesidad de ser mejoradas de acuerdo al contexto requerido.

**Participantes:** Aneleymar Rosales Fernández; Edgar Jesús Moo Montalvo; Marcelo Félix Pinto Aguirre.

*“Planificación de políticas ecología según las posibilidades económicas y sociales del acuerdo de París”*

El acuerdo de París es un órgano internacional que busca aumentar la capacidad de los países de hacer frente a los efectos del cambio climático, logrando una inversión y cooperación internacional en tecnología, planificación y apoyo internacional para disminuir los gases de efecto de carbono, debido a esto los países del mundo se comprometieron a crear un fondo de apoyo a los países vulnerable; un caso ejemplar de vulnerabilidad es lo que paso el año pasado en Brasil, Bolivia, Peru y Ecuador con el incendio de la amazonia.

Si los partidos humanistas generan una bandera de recuperación ambiental, estarían llegando al principal grupo de presión regional, además permitiría políticas de planificación económicas en utilizar nuevas tecnología para la distribución de carga eléctrica regionalizadas como la energía solar, eólica y sumideros ecológico permitiendo un cambio total de la política de extracción Latinoamérica y se daría más respeto a las zonas verdes como un nuevo factor económico de peso, para lograr este cambio de pensamiento.

Los políticos deben hacer un reforma en las leyes nacionales y debe ser impulsada por los partidos humanistas por su responsabilidad con las nuevas generaciones y la vida; implementar como bandera política de cumplimiento del acuerdo de París, como un espacio para la integración regional en la defensa de la amazonia, porque América Latina es el principal pulmón del mundo, y nuestros países han descuidado la aplicabilidad de las políticas ecológicas, como un plan macro de cambio de la formulación de medidas económicas y sociales.

*“La apuesta a la agenda verde debe desarrollarse desde el plano municipal”*

Nuestro mundo se encuentra inmerso en los últimos años a diferentes situaciones climatológicas que han afectado duramente a la población: huracanes y sismos más intensos, los veranos son más calurosos e inclusive se ha mencionado en diversas ocasiones que la pandemia del COVID-19 es “en buena parte debido a que hemos debilitado los ecosistemas que nos protegen”.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Begoña Rodríguez Pecino , *COVID-19 y cambio climático: cinco lecciones que nos deja la pandemia*, Ayuda en acción (12 de mayo de 2020) <https://bit.ly/370CGdX> (23 de noviembre de 2020)

Mucho se ha hablado de los compromisos que los Estados han asumido a fin de mitigar los efectos del cambio climático, pero los resultados que se generan es escaso o nulo; ya que, a consideración propia, se le sigue apostando al desarrollo industrial antes que al cuidado del medio ambiente; se siguen priorizando la construcción de viviendas antes de darle valor a los estudios de impacto ambiental; en México, la construcción del “tren maya” ha hecho que parte de las selvas mexicanas se vean destruidas.

Esto impone un importante desafío al desarrollo sostenible, nuestra sociedad se encuentra sumida en una era de egoísmo anteponiendo el que hoy debemos disfrutar de lo que tengamos sin importarle o tomando en consideración los intereses de las generaciones venideras, no estamos pensando en el mundo que le habremos dejar a nuestros hijos y nietos.

Ahora bien, consideramos que la efectividad de una agenda verde o en otras palabras, de darle vida al tema del medio ambiente, debe ser realizado desde la comunidad local, los gobiernos municipales, que son la autoridad más cercana al ciudadano, deben crear mayor conciencia sobre este tema, campañas de adopción de árboles o reforestación en espacios públicos hacen que sean los propios ciudadanos que se involucren sobre este tema y además, los comprometen al cuidado del medio ambiente y de crear ciudades más verdes y amigables para las siguientes generaciones.

*“Modernización del Estado, como método para fortalecer la democracia”.*

Los pilares de esta época moderna son la innovación y la tecnología, como principales motores de la 5ª revolución industrial, generando un cambio en todos los factores para una vida digna, ahora el acceso a internet es un derecho humano, las relaciones personales y comerciales se transformaron a relaciones digitales, interactivas e inclusivas sin importar las distancias.

Entendiendo la política como la representación de la sociedad, debemos lograr codificar y utilizar las nuevas herramientas para hacer cambios positivo en las instituciones, uno de esos cambios que se incentiva por las Naciones Unidas es el gobierno abierto; el cual se considera como la creación e implementación de nuevas acciones, métodos, productos, procesos y servicios para mejorar los resultado de la administración pública con principios de eficiencia y calidad de las políticas del Estado.

Los políticos tienen la obligación de adaptarse a esas nuevas realidades, y esto es un reto para los partidos tradicionales cambiar los métodos de llegar a la población por las redes sociales, comunicar de manera eficaz y eficiente las políticas o proyectos para llegar a mayor cantidad de personas y así generar movimientos sociales de apoyo a esta organización política, ideal o proyecto en el tiempo determinado.

Los partidos deben generar una doctrina política de modernización donde el principal objetivo sea recuperar la democracia participativa, uno de esos métodos de innovación publica es el gobierno abierto, donde la ciudadanía colabora en la creación de políticas, la transparencia en los procesos e información sea constante para una mayor claridad en la rendición de cuentas en los funcionarios públicos.

Estas mejoras se pueden hacer a lo interno del partido y en las instituciones del estado con tecnología de información, blockchain, big data entre otras formas de utilizar la modernización

a favor de la política; casos de éxito que podemos mencionar puede ser la obtención de documentos de forma digital, disminuyendo los procesos en entes públicos, la solicitud de citas para procesos internos de cedulaación o pasaporte, o consulta de participación ciudadano sobre algún proyecto de ley o política publica.

Así se motiva a la libertad de opinión y expresión de los ciudadanos en los asuntos públicos, por medios de estrategias digitales y llevando nuestras organizaciones a la web permitirá llegar a otros sectores, y dar a conocer las políticas y propuestas de un partidos en otros espacios, lo cual será un beneficios en un proceso electoral, aprovechando que gran parte de las campañas hoy en día se hacen desde las redes sociales.

Podemos concluir que unos de los principales procesos de innovación es llevar nuestras instituciones a espacios digitales para aumentar la participación y el acceso a la información.



**Participantes:** Antonella Delli Carpini; Rodrigo Martin Ramos Suarez; Andrea Morales; Lucero Sobrino; Nilo De La Rosa, Karla Dueñas

**Primera premisa: Los partidos políticos humanistas son fundamentales para el fortalecimiento democrático.**

El humanismo cristiano se caracteriza por tener como centro a la persona humana, pero realizándose en sociedad, en comunidad, tomando como base el diálogo y no la confrontación, sino la solidaridad.

Los partidos políticos deben ser instituciones, por ende, que trabajan porque la persona individualmente tenga todos los elementos y factores para desarrollarse, pero buscando que los ponga también al servicio de la sociedad en donde se mueve.

La búsqueda del bien común desde los espacios individuales y desde los partidos políticos es una bandera que nos debe mover para que la democracia prevalezca. Para ello, es necesario que, sin dejar (los partidos políticos) los intereses personales es importante generar diálogos que conlleven a consensos para que los desacuerdos prevalezcan.

La institucionalidad que se genera a partir del sistema democrático es importante preservarla, creando confianza de las personas que la conforman, conectando con la población a la que se representa y dialogando para llegar a acuerdos de bien común.

**Segunda premisa: La principal característica de la democracia es crear instituciones que no destruye**

Una de las principales instituciones del sistema democrático son los partidos políticos y deben ser, de manera permanente, los canales de comunicación y cercanía con la población, no sólo de su electorado, sino del total de personas que en un momento determinado pueden llegar a representar.

En la actualidad, la democracia se ve afectada de manera mayoritaria en varios países de la región por expresiones autoritarias que provienen desde las autoridades o representantes de partidos políticos. Estas voces lo que generan es polarización no sólo

entre actores políticos, sino en la sociedad y se tiene tiempo ya en que se habla de izquierdas y derechas o vencedores y vencidos en términos absolutos. No hay matices.

Los partidos políticos juegan un papel importante entonces en no contribuir a generar esta polarización, sino ser puentes para lograr diálogo, acuerdos que se traduzcan en igualdad en la sociedad.

**Tercera premisa: Fundamental lograr la construcción de centro político.**

Hablar de desacuerdos, conflictos, falta de diálogo por ideologías es no entender la importancia de los acuerdos democráticos.

Se está consciente de la complejidad de llegar a acuerdos por los diversos intereses de índole político, social o económico que se puedan tener, pero si se enfoca en el bien común, tomando en cuenta que es importante tener un espacio plural, que construye y rompe brechas de desigualdad, se puede lograr.

Los partidos políticos deben ser el faro para alcanzar estos acuerdos democráticos que hagan prevalecer los valores como la dignidad humana, la solidaridad y que sean ejemplos de instituciones democráticas, que a pesar de los distintos pensamientos, busquen el punto medio y no hacer caer a la población en extremos que no contribuye a la democracia.

**Participantes:** Rayssa dos Santos Moura; Michelle Estefanía Ribadeneira López; Lucero Nieto Romero; Paloma Servin Paredes

## 1. Alianzas para fortalecer el multilateralismo.

Los desafíos globales a los que se enfrenta la comunidad internacional, ya sea el cambio climático, pobreza, desigualdad, migración, violencia, entre otras están aumentando y afectando a países desarrollados y en vías de desarrollo por igual. Por eso se dice que estamos atravesando una crisis mundial, la cual se torna más visible en países tercermundistas.

Los desafíos que actualmente se viven requieren de acciones inmediatas y colectivas, esto quiere decir que no nos queda mucho tiempo y si la comunidad internacional no trabaja en conjunto no podremos sobrellevarlos. Es por eso que el multilateralismo juega un papel sumamente relevante. Unir al mundo para defender los derechos fundamentales, mantener la paz y a la vez promover el desarrollo sostenible es la única forma en la que aseguremos un futuro digno, en el cual todos tengamos una mayor calidad de vida,

Es evidente que el multilateralismo se enfrenta a una crisis: la disminución del apoyo concreto, las burocracias en incremento, la poca seguridad jurídica de muchos países en vías de desarrollo, el proteccionismo, entre otros, han desafiado a la cooperación internacional en todos sus niveles. Estos obstáculos han disuadido al mundo de resolver desafíos complejos que afectan especialmente la vida de los más vulnerables.

El papel que deben asumir las nuevas generaciones en los diferentes países es complejo, pero una tarea fundamental es la de generar redes de contactos las cuales permitirán a la sociedad civil iniciar con las tareas de cooperación.

## 2. Cooperación entre partidos.

La diversidad de partidos políticos genera un gran conflicto en temas relacionados con la economía, medio ambiente, acuerdos comerciales, entre otros, lo que provoca un debilitamiento del multilateralismo en el mundo.

Para tratar de lograr una alianza por el multilateralismo global, es necesaria la cooperación entre los partidos políticos. Los países con los mismos valores democráticos y de derechos humanos deben estar unidos y conectados.

Esta cooperación no será fácil, ya que requiere superar algunos desafíos. Por ejemplo, una gran cantidad de partidos políticos en un país o bloque, como la Unión Europea y Brasil (que tiene 33 partidos), terminan generando muchos conflictos, muchas veces provocados por las diferentes ideologías.

Un ejemplo a destacar es la influencia de los partidos políticos de la UE para ratificar el Acuerdo Comercial Mercosur-UE. El Partido Verde, por ejemplo, por su bandera de protección ecológica y ambiental, está preocupado por el incumplimiento del Acuerdo de París, firmado por ambos bloques. Esta preocupación está relacionada con los recientes incendios en el Amazonas. Son temas que generan un gran conflicto interno entre las partes.

Cuando se trata de cooperación y multilateralismo, también es necesario ser conscientes del papel de Rusia, China y Estados Unidos. China, por ejemplo, tiene sus intereses y usa su poder económico para influir en otros países. Estos tres poderes globales influyen enormemente en la decisión de los partidos políticos sobre cualquier tema relevante.

El momento es muy difícil para cerrar un trato. El mundo atraviesa una situación delicada con la pandemia de COVID 19 y los partidos políticos deben cooperar para que, juntos, el mundo pueda superar este desafío y los próximos por venir.

### 3. Fortalecimiento de instituciones. Democracias.

Es imperioso que nuestros gobiernos se rijan según principios democráticos para poder actuar de forma multilateral. Igualmente, consideramos que el fortalecimiento de las instituciones es clave para avanzar en este proceso.

Entendemos que para que el multilateralismo sea efectivo, los gobiernos deben estar en consonancia respecto a propósitos en común, y en este caso, el punto de partida debe ser el avance hacia la consolidación de las democracias de la región.

La humanidad vive en estos momentos, la universalización de la democracia como sistema político, y a la vez esta ola de democratización plantea un desafío para los gobiernos de nuestra región: hacer que las instituciones democráticas recién consolidadas

sean independientes, transparentes, resistentes a la manipulación, y que garanticen derechos fundamentales.

El fortalecimiento de la democracia por su parte, exige que sus instituciones y sus prácticas políticas sean instrumentos efectivos de inclusión social y bienestar económico. Las instituciones débiles y la mala gobernanza imponen enormes y persistentes desafíos en nuestra región, es por ello que creemos que todo nuestro esfuerzo debe enfocarse en corregir estas debilidades para dar mayor coherencia e integración al proceso de desarrollo.

Finalmente, y conforme hemos discutido durante todo el desarrollo del diplomado, consideramos que las fuerzas de la democratización a escala nacional e internacional pueden reforzarse mutuamente y de esta manera lograr avanzar hacia una agenda de gobernanza global.

**Participantes:** Ivannia Rivera Porras; Miguel Hernández Peñaflor; Nicolás Anglas Gallardo; Raúl Alexander Vélez Tamayo; Romer Ángel Rubio Flores.

## Introito

En palabras de Giovanni Sartori un partido “es cualquier grupo político identificado con una etiqueta oficial que se presenta a las elecciones, y puede sacar en elecciones (libres o no), candidatos a cargos públicos” (Sartori 1980: 91), por su parte Maurice Duverger definió a los partidos como “una comunidad de una estructura particular, caracterizada principalmente por las relaciones internas entre los miembros de la comunidad” (Duverger, 1957: 11). Ambos hacen referencia a la existencia de un colectivo, basados en una organización, pero sin hacer mención, al menos en estas notas, sobre sus fines y formas.

En la actualidad, a pesar de la crisis de los partido, no se puede imaginar un sistema político democrático sin la existencia de institución. Los partidos políticos son el fundamento de la democracia y tienen la obligación de poseer una visión prospectiva frente a las políticas públicas y de gobierno en la insaciable búsqueda del bien común. Esto último asociado a la necesaria construcción social y política del Estado. Este concepto debe estar en las entrañas programáticas de los partidos, ya que, son ellos los pies y manos de la democracia, son las herramientas para construir una sociedad más incluyente, con vocación de servicio y con responsabilidad cívica.

Ante ello, se deben tener en cuenta que los desafíos políticos, económicos y sociales deben estar intrínsecamente relacionados a las acciones de gobierno, es decir, se traduce al como los representantes gubernamentales, asumen las riendas estatales, en base de sus competencias pero también en atención a la participación ciudadana como elemento legitimador de la gestión pública, necesitando así la existencia de partidos políticos sólidos, con ideas claras y una prospectiva de poder que busque y permita el desarrollo y bienestar colectivo.

De esta manera, los partidos políticos deben tener claro su rol en las democracias que en muchas ocasiones es el ejercicio del poder político como autoridad suprema del constructo social o el denominado “contrato social”, pues ambos deben ir ligados permanentemente en su ideario, discurso y programa. Es de gran importancia que posean el sustento de estatutos partidistas sometidos a la democracia y que den razón de su

complejidad, pues, es en la diversidad de pensamientos donde se construyen comunidades fuertes, plurales y solidarias, y de igual forma, donde se entiende que la sociedad está comprendida por espectros de poder institucional o Estatal, y que es responsable de coordinar el desarrollo y surtir herramientas para la convivencia ciudadana.

Los partidos deben ser escuelas de planeación donde se enrole las realidades sociales, culturales, económicas y políticas a la gestión de lo público ya que esto permite construir una estrategia política, así como todo su andamiaje ideológico, sin embargo, también implica que los partidos políticos se conviertan en actores fundamentales del Desarrollo. El avance de la sociedad ante los experimentos institucionales sufridos por el Estado marcan y dejan en evidencia algunas cuestiones de relieve, por ejemplo: a) la crisis de los partidos políticos en las democracias modernas, los cuales tienen cada vez más dificultades para representar y agregar intereses sociales, pues, responden a las utilidades de sus elites internas; b) el imperativo de redefinir los alcances y los límites de las esferas del Estado y la sociedad, pues, en contraposición emergen nuevos actores así como movimientos sociales; y c) la pérdida de eficacia de las fórmulas tradicionales de gestión económica y social con orden corporativo y clientelar así como el cuestionamiento público de la figura de los políticos por motivos de corrupción y nepotismo (Cárdenas, 2008: 140).

Un particular llamado de acción política y social tienen los partidos de origen socialcristiano. Para estos la política es la máxima expresión de la caridad. De allí que el servicio público se torna en el eje principal de estos movimientos, de larga tradición latinoamericana y global. Y para servir en el futuro, deben comprender las relaciones de la sociedad actuales y mirar las problemáticas que las afectan.

Estos partidos deben asumir que los valores de la libertad, la justicia social, la vida en comunidad, la solidaridad y la democracia sean alcanzables para los ciudadanos y ciudadanas que esperan respuestas desde el sistema político en conjunto, es decir de la institucionalidad que buscan detentar los partidos.

### ***Partidos Políticos y Poder Político.***

Aquí hay varios elementos a discutir, primero hay que conceptualizar los partidos políticos. ¿Qué son?, ¿Para qué existen?, ¿Cuáles son sus fundamentos ideológicos?, este tema hay ponerlo en discusión, porque son ellos los responsables de lograr el equilibrio social y

político. Sin embargo, el concepto de Poder político es muy extenso, yo creo que hay que buscar una manera para que este tema sea más digerible, es decir, no hablar directamente de poder político, sino hablar de autoridad de discernimiento y decisión, debemos reducirlo a algo más afín a temas sociales y económicos.

Los partidos reflejan una diferencia de principios y proyectos más allá de una facción, es decir, de los intereses personales de sus miembros. Burke, por su parte, define el partido como un conjunto de hombres unidos para promover, mediante su labor conjunta, el interés nacional sobre la base de algún principio particular acerca del cual todos están de acuerdo; al igual que Bolingbroke, distingue el partido de la facción al considerarlo como una organización con fines superiores a los puros intereses mezquinos por obtener puestos y emolumentos, pero a diferencia de aquél, Burke concibe al partido como una partición que ya no se produce entre súbditos y soberano, sino entre soberanos. (Cárdenas, 2008).

Este breve resumen de lo que es un partido político nos motiva a asimilar la búsqueda del poder político como el objetivo principal de los partidos, siendo éste concepto la máxima función de la administración del poder, como autoridad, para el beneficio común, representado en la institucionalidad Estatal, por ello, el Estado es regentado por políticos avalados por partidos, quienes son los llamados a administrar los derechos fundamentales, respetando siempre las libertades individuales pactadas en el contrato social: constitución y demás normas.

Los partidos políticos deben ser el motor que propicie igualdad y equidad, crear políticas públicas para este fin, para esto se debe conocer las necesidades sociales, problemas no resueltos y causas que originaron los mismos.

La ideología como conjunto de postulados y creencias cuyo objetivo es justificar un determinado orden político, actualmente existente o de aplicación futura, incluyendo los métodos de acción para mantenerlo o establecerlo, es un elemento básico para legitimar la autoridad y por tanto mantener su gobierno (Auba, Mercedes, 1978).

Por lo cual cada partido debe permanecer en su ideología, fortalecerla, sin dejar de lado que la ideología con la cual trabaja o se desarrolló el partido, no significa que no deba evolucionar e ir haciendo modificaciones internas en su estructura y fortalecerla para no conservar el estatus quo y lo que no quieran conservar, desarrollar políticas públicas que busquen el bien común.



## ***Desafíos reales de los partidos políticos en el desarrollo económico y social.***

Son los partidos políticos los que engranan asuntos de interés colectivo, en este caso; el cierre de brechas sociales, la consolidación de economías sólidas y fuertes, el fortalecimiento institucional y la participación democrática directa de todos los miembros. La acción política debe ser algo más real, algo enfocado en temas de la ausencia de legitimidad de los partidos políticos en los estados latinoamericanos, esto implica una crítica a los partidos como caverna burocrática y no como luz de la democracia. Debemos buscar la manera que los partidos políticos ejerzan realmente su filosofía de escuela de poder y liceo de democracia.

En la actualidad, bajo la premisa de adaptación, los partidos políticos deben empezar a englobar las diferentes aristas que se dan a nivel mundial sobre cambios en los cuales estén todos los actores involucrados tanto para dar ideas y sugerencias, así como para crear políticas que abarquen a la población en general. Los nuevos usos de tecnología como Big data el cual

proporciona gran cantidad de información, que

pueden ser moldeados o probados de cualquier manera que se considere adecuada,

con lo cual las organizaciones son capaces de identificar los problemas de una forma

más comprensible, las economías circulares, acciones contra el cambio climático, si deben ir incorporando la realidades actuales en sus planes de trabajo.

## ***Relación de los partidos en la planeación política del Estado***



## *IMAGEN 1: CONSTRUCCIÓN PROPIA*

Es bastante importante entender los desafíos de los partidos políticos en temas sociales: educación, cultura, recreación, seguridad, salud; y económicos: estabilidad, inversión, mercado, empleo, para poder consolidar una planeación política más no no proselitista dentro de los Partidos Políticos. De estos elementos debemos construir una bandera propia y *ad hoc*, pues, técnicamente es la premisa más importante porque es la finalidad de los partidos políticos, es decir, su función social y la planeación, el desafío de los partidos políticos es tener visión, prospectiva y planeación de un programa de Estado, sometido, en todo caso, por sus ideas y principios.

Un desarrollo integral en una democracia real requiere políticas públicas que ejecuten lo planificado y, a su vez, planifiquen lo accionado; gobiernos y administraciones responsables, representados que voten buenos candidatos y expulsen a malos gobernantes, que los representantes que atiendan las prioridades de la gente y no la de los dirigentes para diagnosticar y decidir participativa y políticamente, también dirigir y difundir con productividad y transparencia, sin sinergias ni demagogias, para continuar lo bueno a pesar del autor.( Emilio GRaglia,2018).

A su vez, además de tener en consideración la construcción y explicación teórica de los Partidos Políticos, es importante considerar el contexto social en el que se sitúa su participación, pues de este no sólo depende el tipo de acciones y propuestas que se hagan, sino también su planteamiento y forma de ejecución, ya que el compromiso no es sólo con la ciudadanía sino también con el respeto a sus idearios políticos y consultivos. Esta acción puede significar, incluso, un ejemplo frente a grupos adversarios, es decir; el ejecutar una actuación coherente no sólo con los principios identitarios del partido sino también con las necesidades sociales, económicas e incluso políticas.

Desafortunadamente la llegada al poder de gobiernos populistas ha desalentado no sólo la participación política ciudadana, también la división social y confusión de las posturas ideológicas, incluso ha mermado la credibilidad de los partidos políticos como instituciones de responsabilidad y representación política pese a que, estos mismos ya acarreaban una deslegitimación previa ya sea por la toma de decisiones complejas o por el abuso de poder. Hoy día, se presenta un escenario político partidista complejo, pues no hay una coherencia entre acciones y concepciones hasta el punto de dañar la legitimidad del trabajo político gubernamental; la cosmovisión conjunta de principios y acciones es una tarea compleja que se debe tratar de manera cautelosa pues no sólo no debe dañar

la imagen partidista, incluso por encima de ello, no deben dañarse las demandas enfocadas al desarrollo económico y sociales, como por ejemplo el desempleo, la pobreza, las inversiones de capital nacional y extranjero, el mercado internacional, etc.