

CONCEJOS

EN

CONTACTO

No. 10

Revista trimestral del Gobierno Nacional para los Concejos Municipales

COLOMBIA, UN PAÍS

Joven



- ▶ Los Consejos Locales de Juventud
- ▶ Experiencias en Antioquia y Bogotá
- ▶ Control Social Juvenil
- ▶ Oferta Institucional

SEPARATA
PROCESO ELECTORAL 2006

ISSN 1692-6889 / DISTRIBUCIÓN GRATUITA • TARIFA POSTAL REDUCIDA ADPOSTAL NO. 387 VENCE DIC. 31 DE 2006



Presidencia
República de Colombia



Ministerio del Interior
y de Justicia
República de Colombia

Libertad y Orden

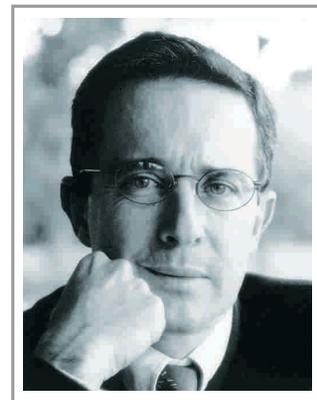


Georgetown
UNIVERSITY
Programa Colombia



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

Constructores de País



Celebro esta décima edición de la revista Concejos en Contacto, una eficaz herramienta para la profundización de la democracia y el acercamiento a nuestros gobernantes regionales.

Mensaje del Presidente de la República, Doctor Álvaro Uribe Vélez, para los lectores de la revista *Concejos en Contacto*. Bogotá, D.C., Febrero 10 de 2006

La historia de Colombia ha sido construida con el esfuerzo principal de los jóvenes. La independencia fue un movimiento forjado en el Colegio del Rosario y en la Expedición Botánica. El primer ciclo comienza con el fervor de Carbonel en 1810 y se cierra con la muerte en el cadalso, a sus 24 años de edad, del joven intelectual antioqueño Liborio Mejía.

Los gobiernos liberales de la década del 50, en el siglo XIX, contaron con el respaldo doctrinario de la juventud universitaria agrupada en la Escuela Republicana. Ella propugnó por la abolición de la esclavitud, la vigencia de las libertades y el voto universal. Después, el gobierno progresista de Olaya Herrera fue la respuesta a una de nuestras crisis más profundas. Universitarios como Gaitán, Lozano y Lozano, Arciniegas, Gabriel Turbay, Gerardo Molina, Roberto García Peña, entre muchos otros, animaron un programa que dejaría atrás la confrontación sectaria, el clientelismo y la corrupción.

En la actualidad, los jóvenes deben asumir una actitud espontánea, libre de amarguras y

resentimientos. Signado el mundo contemporáneo por la diversidad, se convierte en escenario diario de conflicto entre opiniones diferentes, que puede ser destructivo al desembocar en la confrontación antagónica o constructivo al escoger la cooperación creadora.

Tenemos que predicar el rechazo a la lucha violenta de clases, lo que no implica renunciar a la crítica. Cuando ésta va acompañada de la reacción violenta se genera un bloqueo en la mente individual y en la acción colectiva, que empeora los problemas y no deja ver la luz de las soluciones. De la crítica surgen las semillas que demandan suelo enriquecido por la disposición anímica de construir.

Precisamente, asumir y ejercer liderazgo es lo que los mayores esperamos de la juventud. Miramos con ilusión las nuevas generaciones, porque su preparación, franqueza y el fuego de las dificultades nacionales que han fundido su formación, los convierte en el punto de quiebre para avanzar hacia una Nación con transparencia, crecimiento vigoroso, equidad sin egoísmo, “calor de hogar sin cicatrices y pan sin llanto”.

Una revista trimestral del Gobierno Nacional para los Concejos Municipales y las Entidades Territoriales

COMITÉ EDITORIAL

Presidencia de La República

Félix Alfázar González Mira
 José Obdulio Gaviria

Ministerio del Interior y de Justicia

Marcos Daniel Pineda García
 Andrés Iván Buritica Albarracín

Escuela Superior de Administración Pública- ESAP

Mauricio Arias Arango
 Juan Carlos Franco Duque

Asesores Externos:

Universidad de Georgetown

Gerard Martin
 Adriana Colmenares

Nexos Municipales: Edición y Diseño

Ricardo Nanclares Torres
 Redacción: Boris Castillo

Diseño Gráfico: Melquisedec Pinzón

Caricatura: Kekar

Impresión: Panamericana Formas e Impresos S.A.

Presidencia de La República

Carrera 8 No. 7 - 26 Bogotá
 Tels.: 562 93 00 Ext. 3550 - 3551 Fax: 565 97 93

Ministerio del Interior y de Justicia

Av. Jiménez No. 8 - 89 Bogotá
 Tel.: 444 3100 Ext. 1500 - 1575 Fax: 599 79 17

Escuela Superior de Administración Pública- ESAP

Diagonal 40 No. 46ª - 37 CAN Bogotá
 Tel.: 220 27 90 Ext. 7022 - 7302 Fax: 222 43 56

Universidad de Georgetown Programa Colombia

Washington: Fax: 1-202-687-2532
 Bogotá: Tel.: 320 83 20 Ext. 4787 - 4576
 Cali: Tel.: (092) 886 13 66

Nexos Municipales

Calle 19 N° 4 - 88 Oficina 1003 Bogotá
 Tel.: 283 15 81 Fax: 283 02 21

E-mail Revista Concejos en Contacto

nexosmun@colnodo.org.co

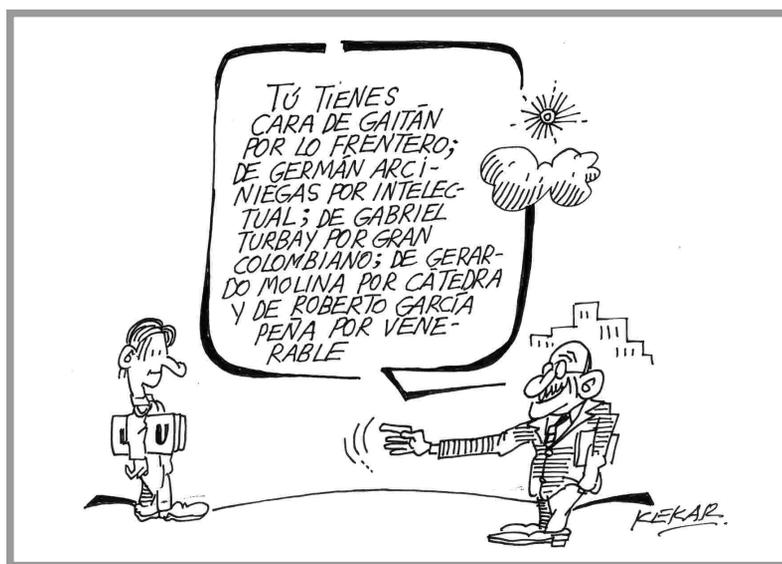
"La Revista Concejos en Contacto es financiada por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, la Universidad Georgetown, la Escuela Superior de Administración Pública y el Ministerio del Interior y de Justicia, con el apoyo de la Presidencia de la República. Son 12.000 ejemplares entregados por correo certificado a todos los concejales del país y 4.000 ejemplares más a las minorías étnicas, funcionarios de las entidades territoriales, organizaciones privadas, academia y especialistas en temas regionales".



Llame gratis a nuestras nuevas líneas de Atención al Cliente

018000-915525
018000-915503

Visite nuestra página web
www.adpostal.gov.co



C O N T E N I D O

EDITORIAL

• Presidente de la República	2
• CORREO DEL LECTOR	4

CONSTRUYENDO JUVENTUD

• El avance de la Política Pública de Juventud / Presidencia de la República	5
• Hacia una nueva generación de líderes / Ministerio del Interior y de Justicia	6
• Jóvenes artífices de la esperanza y el desarrollo Escuela Superior de Administración Pública	8
• ¿Qué es ser joven en Colombia?	9
• Los Concejos Municipales de Juventud	10
• Las Oficinas de Juventud	12
• Check List de Juventud	13

CONCEJOS EN ACCIÓN

Experiencias exitosas

• Entrevista con la Asesora de Juventud de Bello- Antioquia / Nexos Municipales	14
• Entrevista a los Consejeros Locales de Juventud de Bogotá / Nexos Municipales	16

Oferta Institucional

• ¿Qué ofrecen a la juventud el SENA, ICBF, ICETEX y los ministerios de Educación y Agricultura? / Nexos Municipales	17
--	-----------

INVITADOS EN CONTACTO

• Hitler Rousseau Chaverra / Director de Colombia Joven	20
• Control Social Juvenil	21

LA PÁGINA DE FENACON

Artículo de la Federación / Antonio Galán Sarmiento - Presidente	22
--	-----------

HISTORIA Y ARTE DE LOS CONCEJOS COLOMBIANOS

El Concejo más joven del país, Coveñas- Sucre / Nexos Municipales	23
---	-----------

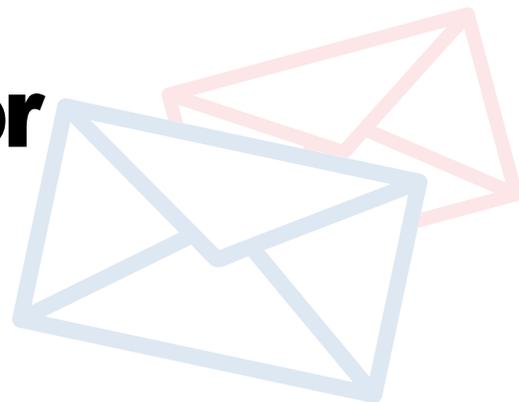
SEPARATA ELECTORAL

• Ley de Garantías	24
• Plan de Garantías Electorales	29
• Calendario Electoral: Congreso y Fórmula Presidencial	31

Las opiniones expresadas en esta publicación corresponden a sus autores y no reflejan necesariamente los puntos de vista de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional - USAID-

CORREO del lector

La Revista *Concejos en Contacto* le invita a participar en el Correo del lector, una sección creada para publicar las cartas y correos electrónicos que remiten nuestros lectores desde todos los rincones de la geografía nacional.



Soy concejal del Municipio de Paz de Río, y deseo consultar lo siguiente: Si un concejal declina la postulación a ocupar algún cargo en la mesa directiva, existe algún ordenamiento jurídico que lo obligue, aun en contra de su propia voluntad. ¿Es de forzosa aceptación el nombramiento en los cargos para mesa directiva de los concejos?. ¿Incurro en alguna infracción disciplinaria, cuál?. Agradezco se pueda dilucidar el asunto consultado.

Atentamente,
Elisa Avellaneda Vega
Concejala de paz de Río (Boyacá)

R:/ Uno de los vicios del consentimiento es la falta de voluntad. No existe norma alguna que obligue a nadie a actuar en contra de su propia voluntad.

Reciban un cordial saludo y muchas felicitaciones. Mi consulta es: Dado que no pertenecemos a la administración descentralizada ni centralizada, entendiéndolo además que no administramos y no somos funcionarios públicos: ¿será necesario renunciar a la curul para aspirar a la Personería y será que al no renunciar se está incurriendo en alguna inhabilidad o incompatibilidad?. Agradecería si pudieran donarme material bibliográfico y jurisprudencia al respecto.

Cordialmente,
Daniel Alberto Rojas Suárez
2o Vicepresidente
Concejo de La Cumbre - Valle

R:/ Debido a la incompatibilidad de los concejales para desempeñar otro cargo en la administración pública y teniendo en cuenta que éstas duran seis (6) meses, los concejales que pretendan aspirar a

un cargo deben renunciar a su cargo con más de seis meses de anticipación. Artr. 47 Ley 136 de 1994

Gracias por la publicación de su Revista ya que es un medio muy importante para la gestión de todos los concejales del país. Esperamos que el envío de ella sea continuo y que podamos ser partícipes de su valiosa información.

Cordialmente
Leonardo Castilla Castro
Presidente Concejo de González-Cesar

Le escribe un concejal del Municipio de Tola en el Departamento de Nariño. Tenemos un gran problema en la corporación, que si bien tiene su autonomía administrativa, solicitamos nos aclare a quien le corresponde afiliarnos a los respectivos seguros de vida y servicio de salud, o si debemos incluir este concepto en el presupuesto municipal.

Muchas gracias,
Concejo Municipal de Tola - Nariño

R:/ Los concejos deben autorizarán al alcalde para que contratar con cualquier compañía de seguros legalmente autorizada. Artículo de la Ley 136 de 1994

Solicito su colaboración para despejar esta duda: en noviembre se eligió la mesa directiva del Concejo para el próximo año y las mayorías, mediante proposición, delegaron la facultad a la misma de nombrar las comisiones por resolución. Yo considero que dicha facultad no se puede otorgar a la mesa directiva hasta tanto no se haya posesionado, lo que pasará

apenas hasta enero de 2006. Agradezco de antemano su valiosa colaboración

Atentamente,
Mauricio Domínguez
Concejo de Girón - Santander

R:/ La Mesa Directiva no puede ejercer funciones hasta que no se haya posesionado.

En nombre del Honorable Concejo Municipal de Togüí me permito manifestar un cordial saludo a tan eficiente grupo de trabajo, que con su valioso aporte llevan a cabo la publicación de la revista *Concejos en Contacto*. Cada que llega a mis manos tengo el agrado de leer los importantes temas que en ella se publican. Me permito solicitar a ustedes me envíen un ejemplar adicional para incorporarlo a la biblioteca del cabildo, pues su contenido es muy importante. Sugiero que incluyan una sección con temas dirigidos a los Secretarios y Secretarías de los Concejos.

Atentamente,
María Esther Sánchez
Secretaria Concejo Municipal
de Togüí - Boyacá

Concejos en Contacto

está interesado en recibir y hacer eco de sus sugerencias, comunicados y demás cartas que envíen a nuestras manos.

Contáctenos en el e-mail:
nexosmun@colnodo.org.co
o escriba a la dirección en Bogotá:
Calle 19 número 4-88
oficina 1003 Nexos Municipales.

EL AVANCE DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE JUVENTUD

Maritza Zabala Rodríguez
Asesora Secretaria Privada
Presidencia de la República



Con la aprobación del Plan Nacional de Desarrollo 2003-2006 “Hacia un Estado Comunitario”, se estableció como compromiso que: “se diseñará e implementará la Política Pública Nacional de Juventud con una visión a diez años, con base en la concurrencia de la población joven para su diseño y construcción, vinculando los procesos locales y municipales.

En consecuencia, teniendo en cuenta que el diseño e implantación de las políticas públicas no debe ser una respuesta temporal a compromisos clientelistas sino una garantía para que los ciudadanos puedan ejercer sus derechos y libertades fundamentales establecidos en la Constitución, se avanza en esta línea de trabajo.

En Colombia casi el 51% de los habitantes son menores de 25 años y 11 millones están entre los 14 y los 26 años de edad. Aproximadamente dos millones de niños están fuera del sistema escolar. El 63% de las personas capturadas por la comisión de delitos están entre los 18 y los 30 años de edad. La correlación entre juventud y criminalidad aumenta cada día. Mientras tanto, el promedio del desempleo en Colombia ronda el 13% y entre los jóvenes que están entre 19 y 25 años, el desempleo llega al 25.9%. El porcentaje de personas menores a los 40 años aumentó 1.6% entre 1997 y 1999, pasando de 9.9% a 11.5%, indicador asociado al aumento de las muertes violentas.

Las cifras no mienten. Por esto y en consecuencia, la Política Nacional de Juventud responde al trabajo concertado, que busca logros positivos en cuanto a

la creación de un marco general que oriente la actividad del Estado y de la sociedad de cara a los múltiples requerimientos de la población joven colombiana.

Es necesario cumplir varios objetivos: contar con un Sistema Nacional de Información sobre Juventud que permita tomar decisiones informada y responsablemente; diseñar y articular una estrategia de apoyo a la gestión territorial, que garantice la sostenibilidad de las acciones en beneficio de la juventud; identificar las herramientas técnicas para elaborar agendas intersectoriales mediante las cuales se pueda vislumbrar el Plan Decenal de Juventud, que aglutine los esfuerzos y acciones que se adelantan desde las diferentes instituciones de la administración pública y cuyos destinatarios principales, directa o indirectamente, son los jóvenes.

Todo esto en pos de consolidar las condiciones necesarias en el Estado y disponer de una política transversal a sus distintas responsabilidades sectoriales, que de forma paralela beneficie a la sociedad para que los jóvenes participen en la configuración del entorno en el que viven, al mismo tiempo que buscan su perfeccionamiento y realización como personas.

La formación de ciudadanos que gocen de sus derechos civiles, políticos, sociales, económicos y culturales y que participen activamente en la vida social y política de su localidad, su municipio y su Patria, debe ser la meta de toda política social integral y democrática. Desde el Gobierno se busca que toda la política pública garantice la universalidad

de derechos, la satisfacción de las demandas en la medida de sus posibilidades, la sana concertación gobierno, sector privado, organizaciones de la sociedad civil y la asignación democrática y participativa de los recursos públicos con los que cuenta.

Tener claro esto, nos ayuda a entender que como tal no existe un mundo juvenil, independiente, externo e incomprensible. No debemos crear para ellos un mundo diferente, sino integrarlos a la realidad de nuestra Patria. Contamos con algunas experiencias que demuestran el avance en este tema: alfabetización en colegios, gobiernos escolares, personerías estudiantiles, pensiones, seguridad social, salud sexual y reproductiva y trabajo entre pares, son algunas muestras de las funciones que como Estado, se adelantan para visionar una Colombia cimentada sobre los intereses, aportes y necesidades de las personas más jóvenes, donde se hace necesario garantizar la coordinación interinstitucional e intersectorial a nivel nacional y la permanente creación de herramientas para la gestión en materia de juventud.

Aún falta mucho por hacer: el tema de las políticas públicas de juventud está en construcción, cualificación y transformación.

La política de juventud debe ser ampliamente divulgada por los medios de comunicación nacionales y regionales, contar con diversas estrategias de comunicación, entregar información y elaborar encuestas públicas que permitan hacerle seguimiento y evaluación juiciosa a los diversos programas, según la diversidad de nuestros jóvenes.

¹ Plan Nacional de Desarrollo 2002-2006, capítulo II, sección C: Construir Equidad Social.

² Con información de Ley 375 de 1997 o de Juventud

HACIA UNA NUEVA GENERACIÓN DE LÍDERES



Luis Hernando Angarita Figueredo
Viceministro del Interior

Hoy en día el mundo experimenta cambios abruptos, desde los más íntimos valores individuales hasta las más complejas de las relaciones políticas y económicas. De tal forma, es imprescindible educar jóvenes bajo las nuevas modalidades de liderazgo como herramienta fundamental en la creación de una nueva realidad.

Las nuevas tecnologías de información, la interdependencia global, la desaparición de fronteras, la integración cultural, los avances tecnológicos y hasta los cambios en nuestro hábitat, nos adentran en una nueva era, una era revolucionaria, que avanza a pasos agigantados, que trae dificultades y oportunidades, que es justa para unos e injusta para otros.

Sin importar cuáles sean sus características, lo más importante es reconocer que nos encontramos en una nueva etapa de la evolución humana, que nos exige más esfuerzos y reta nuestras propias creencias y convicciones.

En esta oportunidad quisiera compartir algunos concejos prácticos que hacen más llevadero el esfuerzo y el sacrificio que realizamos a diario en esta carrera hacia el futuro. Pero más aún, llevar un mensaje de cambio en los paradigmas de la socialización a aquellos jóvenes líderes hacedores y promesas de nuestra sociedad, en todos los lugares de la Patria.

Por siglos enteros muchos teóricos del liderazgo se enfrascaron en un círculo vicioso que se ciñe a la praxis de la política. Afortunadamente, hoy contamos con una concepción del liderazgo más amplia, que abarca cambios y creación de valores, cualidades, habilidades y por sobre todo otra forma de “ser” humano.

Aún con sus múltiples cualidades para movilizar masas, el líder tradicional sólo se distingue y concentra sus esfuerzos en imprimir a la gente el afán de necesidades que ni siquiera existen. Ellos son los poseedores de la satisfacción, posicionados ante la sociedad para cumplir sus propios intereses. La nueva concepción del liderazgo se concentra en transformaciones profundas del “yo”, que conllevan primero en hacerse líder de sí mismo y luego ante los demás.



Para ello, es necesario que nuestros jóvenes con cualidades de líderes cultiven y mantengan sus condiciones de sujetos transformadores de la realidad, a través de un cambio en los paradigmas del liderazgo, un cambio

de mentalidad y un cambio en sus convicciones.

Para llevar a feliz término dicho proceso transformador es importante seguir los siguientes pasos y aplicarlos

en todos los escenarios sociales. Son consejos orientados al cambio en la percepción del “yo” y luego de las organizaciones, como escenarios omnipresentes en la construcción de futuros líderes:

1. Conozca su entorno, el contexto donde se desenvuelve y constrúyalo usted mismo; no permita que lo guíen.
2. Aprenda de todo, provenga de donde provenga y cualquier cosa que sea; esto le brindará un amplio bagaje de la realidad. Un líder extrae lo que le sirve de todas las cosas que aprende, permitiéndole construirse a sí mismo y no que el mundo lo haga por él.
3. No acepte las cosas tal y como son, eso es conformismo. Dé rienda suelta a su imaginación y visualice cómo podrían ser esas cosas de la mejor forma posible.
4. No tema equivocarse, los errores son oportunidades. El líder se hace a través de la experiencia y ella conlleva cometer errores. Lo importante es no detenerse a lamentarse, de lo contrario cultivará miedos. Reflexione sobre el error y abstraiga lo que le sirva; para ello es importante tomarse el tiempo necesario.
5. Confíe en sí mismo, siga sus instintos, escuche esa voz interior, defienda su posición; esto le dará confianza y le permitirá expresarse con libertad. Estas son condiciones innatas del ser humano.
6. Despréndase de la autoridad jerárquica y opte por una autoridad moral basada en el prestigio profesional, (claridad en la misión y visión) que cree confianza, solidaridad y colaboración.
7. Convenza a su grupo de trabajo y seguidores y no opte por la simplicidad de dar órdenes. Esto reforzará el compromiso, generará empoderamiento y por ende proactividad.
8. Anime a su equipo de trabajo, no pierda tiempo en buscar culpables. ¡Enséñeles a trabajar!
9. Jamás pierda de vista que lo más importante es el recurso humano; ayúdeles a crecer, ello refuerza y legitima su condición de líder.
10. No se preocupe por los conflictos, véalos como oportunidades, como impulsores de cambios.

Ministerio del Interior y de Justicia / Dirección de Asuntos Políticos y Electorales
Av. Jiménez N° 8-89 - Piso 4 - Bogotá D.C. Tel: 444 31 00 Ext: 1500 – 1575
Página Web: www.mininteriorjusticia.gov.co



LEY DE LA JUVENTUD

- ▶ Para fines de participación y derechos sociales de los que trata la presente Ley, se entiende por joven la persona entre 14 y 26 años de edad. Esta definición no sustituye los límites de edad establecidos en otras leyes para adolescentes y jóvenes, en las que se establecen garantías penales, sistemas de protección, responsabilidades civiles y derechos **(Ley 375 de 1997, Art 3).**
- ▶ Todo joven tiene derecho a vivir la adolescencia y la juventud como una etapa creativa, vital y formativa **(Ley 375 de 1997, Art 7).**
- ▶ El Estado colombiano reconoce y garantiza a la juventud de las comunidades afrocolombianas, indígenas, raizales y campesinas el derecho a un proceso educativo, a la promoción e integración laboral y a un desarrollo socio cultural acorde con sus aspiraciones y realidades étnico culturales **(Ley 375 de 1997, Art 8).**

Juventud y Participación Política

LOS JÓVENES COLOMBIANOS, ARTÍFICES DE LA ESPERANZA Y EL DESARROLLO

Valentina Moreno Giraldo¹
Escuela Superior de Administración Pública

Ser joven significa luchar por un mundo más humano, protestar ante la injusticia, comprometerse con los procesos sociales, brindar una mano al necesitado y apostar a contribuir al desarrollo del país desde su liderazgo, así como su gestión y poder de representatividad.

La juventud es una etapa privilegiada en la vida, con grandes sueños, ideales y proyectos. Es una motivación para formar parte activa en la sociedad con esperanza de un futuro mejor, más oportunidades en la construcción de un país, con participación amplia, tendiente a la contribución de la justicia social e igualdad entre sus ciudadanos. Estos son anhelos inherentes por los cuales la juventud debe trabajar.

Es en este ciclo cuando se toman grandes decisiones y donde se encuentra el potencial biosociosocial para afrontar los avatares de la vida cotidiana en favor de la paz y la convivencia en nuestra patria. Los jóvenes son importantes interlocutores para el diálogo, en el respeto legítimo por el otro.

Los jóvenes colombianos deben ser actores protagónicos en la construcción de ciudadanía en el ámbito comunitario, nacional, regional y local. Por eso no pueden ser apáticos y desinteresados frente a los problemas que aquejan la sociedad.

Es el momento de comenzar a ocuparse de ella, mostrando presencia y participación a través de la intervención política. Ésta, no sólo se determina asumiendo la responsabilidad y el derecho de elegir a los gobernantes por medio del voto, sino integrando una organización social, que ofrezca un rol determinado.

En este contexto es esencial la consolidación y el fortalecimiento de un tejido asociativo de jóvenes, que sea capaz de responder a las necesidades de la Nación, sin importar que las asociaciones estén integradas por miembros de diferentes tendencias ideológicas, políticas, religiosas, culturales, sociales y étnicas. Colombia es un país de jóvenes, uno de cada dos

colombianos está pasando por esta etapa, considerada semilla de un país democrático, con visión hacia el progreso social, económico, político y cultural. Es fundamental reconocer que la historia de nuestra sociedad depende en gran medida de las manifestaciones juveniles.

Ser joven no es sólo estar entre los 14 y 26 años de edad como lo estipula la Ley de la Juventud (375 del 4 de julio de 1997). Significa ser dueño de nuestro presente y estar dispuesto a desafiar el porvenir. Aceptar las dificultades y los problemas que padece el país, luchar por él asumiendo los riesgos y las consecuencias. Abrir nuevos caminos ejerciendo en cada momento nuestra libertad, la perseverancia de los triunfadores y la disciplina para llegar al éxito.

También es prescindir de cualquier tipo de vicio, manipulación, esclavitud o sometimiento que degrade nuestro ser y vincularse y participar activamente en la vida nacional, cultural, social, económica y política. Ser joven es fortalecer la capacidad de ser actores de nuestra propia vida.

Amigos concejales jóvenes: ustedes deben buscar espacios para organizarse y plantear los problemas y proyectos que hagan viable los sueños de paz y convivencia en pro de un mundo mejor para nuestros congéneres. Primero, porque ustedes serán los que probablemente dirigirán este país en algunos años y segundo, porque son el punto de referencia en sus comunidades y son los que tienen la oportunidad para pensar cómo nos gustaría ver a Colombia.

¹ Asesora de la dirección Nacional. Escuela Superior de Administración Pública E.S.A.P. Economista empresarial, estudiante de Especialización en Administración Pública Contemporánea-ESAP.



¿Qué es ser joven en Colombia?

ENTRE LA HETEROGENEIDAD Y LAS DESIGUALDADES

Manuel Roberto Escobar*

Los y las jóvenes contemporáneos despiertan en un país como Colombia creciente interés. Desde múltiples perspectivas se los considera de vital importancia para nuestra sociedad y se les reconoce como sujetos con intereses, cosmovisiones y culturas particulares. Se exaltan sus especificidades y diferencias, al tiempo que se les invita permanentemente a integrarse al modelo social vigente. Así, hablar de la juventud colombiana como algo homogéneo resulta cada vez más difícil. Quizá deberíamos pensar mejor en las múltiples formas de ser joven hoy, en los diferentes contextos y estratos de la sociedad colombiana.

Para definir a los jóvenes hay que determinar el segmento de edad al que pertenecen. Si bien la Ley de Juventud (375 de 1997) declara como joven al colombiano o colombiana entre los 14 y los 26 años, el Código del Menor considera que la minoría de edad se acaba a los 18 años, momento en que el sujeto asume la “adultez” de una ciudadanía con todas las responsabilidades legales. Resulta obvio que la precisión de la condición juvenil desde la perspectiva del rango de edad es arbitraria y cubre una gama variada, que va desde los llamados adolescentes hasta otros que podríamos considerar casi como “adultos jóvenes”.

En esta franja de edad no homogénea hay entonces muchas juventudes. Un ejemplo pueden ser las múltiples culturas juveniles que se expresan haciendo unos jóvenes muy diferentes de otros, en

particular en nuestras ciudades más grandes. Así, en un mismo barrio o colegio podemos encontrar grupos cuya identidad se enuncia desde la cultura hip hop, las diferentes ramas de la música y la cultura metal o tal vez desde la visión de los llamados skin head (cabezas rapadas, no siempre violentos y xenofóbicos). Estas culturas, apodadas “juveniles”, suelen ser desconocidas por el mundo adulto e institucional que pretende “formar” a la juventud colombiana. Con frecuencia padres y madres de familia, docentes e incluso funcionarios estatales, recurren al estereotipo y al prejuicio para juzgar expresiones, símbolos, vestuarios y estéticas que simplemente desconocen. Cada consumo musical o simbólico está justificado; obedece a una perspectiva que los jóvenes construyen respecto de nuestra sociedad.

Pero la variedad de la juventud colombiana no se reduce a estas corrientes culturales, la problemática también los diferencia. Si bien algunos gozan de conexiones virtuales como Internet o televisión por cable, la pobreza afecta notoriamente las juventudes de Colombia (el informe de la CEPAL 2004 “La Juventud en Iberoamérica”, reporta 57% de pobreza en los jóvenes menores de 25 años en Colombia al finalizar la década de los 90). No todos están escolarizados y son muchos los que engrosan las filas del desempleo o son vinculados voluntaria o forzosamente a la guerra.

Diferentes imágenes construimos como sociedad colombiana para describir los

jóvenes. Circulan en los medios de comunicación, en las prácticas educativas y en las intervenciones y planes de juventud, conceptos que nos hacen verlos como peligrosos, portadores de muerte y de inestabilidad social. A veces recalamos su vulnerabilidad como sujetos proclives al riesgo, a quienes hay que proteger. En ocasiones pasamos de culparlos de los males sociales a encargarles la reparación del país. Les endosamos la responsabilidad de solucionar el futuro olvidando que nosotros no hemos resuelto en el presente las dificultades que arrojan a miles de colombianos a la inequidad y la marginalidad.

Los retos son enormes. Urge proveerles un presente más digno y con mayores oportunidades. Tal vez una opción sea generar políticas de juventud que no se limiten a la inclusión juvenil, a tolerarlos y a propiciar su expresión. Hemos apostado por la participación mediante mecanismos formales e institucionalizados, considerándola clave para el ejercicio de la ciudadanía; pero ¿cómo solucionar las grandes problemáticas que les afectan?. Pensar en el bienestar y el desarrollo de los y las jóvenes colombianos es el principio para lograr un país más equitativo y generoso con todos.

(*) Coordinador Línea de investigación en jóvenes y culturas juveniles, Universidad Central Director Línea de investigación en subjetividades contemporáneas, Universidad de la Salle.

Teléfono: 326 68 20 Ext: 56 - 57 Bogotá

Veeduría eficiente a la gestión pública

LOS CONSEJOS MUNICIPALES DE JUVENTUD

La instancia propicia para la expresión de las inquietudes de los jóvenes en Colombia, su vinculación a la vida pública, la representatividad y la formación como futuros líderes del país es el Consejo Municipal de Juventud. La Revista *Concejos en Contacto* dialogó con la doctora Margarita María Ocampo, Consultora Presidencial en el Área de Gestión de la Política de Juventud, para aclarar las responsabilidades y alcances de estos consejeros a quienes ella cataloga como fundamentales para ejercer veeduría a la administración en los municipios y departamentos colombianos.

¿Qué es un Consejo Municipal de Juventud?

Es el ente asesor de las administraciones municipales. Fueron creados con la Ley 375 como una forma de promover la organización juvenil y la participación en los procesos de desarrollo del país. Sus orígenes se remontan a una iniciativa de las organizaciones juveniles en Medellín, que lo crearon con el apoyo de la administración, convocando a elecciones abiertas para escoger entre sus miembros a los representantes de sus inquietudes. Ante la acogida de esa iniciativa, muchos jóvenes que participaron en el proceso de construcción y formulación de la Ley de Juventud tomaron el ejemplo de Medellín como modelo para reglamentarlos con el objetivo de garantizar el derecho a la participación de la comunidad joven en las decisiones del país.

¿Quién avala los Consejos?

Los Consejos de Juventud pueden ser creados por los alcaldes mediante Decreto, por el Concejo Municipal mediante Acuerdo e incluso por iniciativa de la misma comunidad joven en concertación con la administración. Su periodo es de tres años, con posibilidad de reelección para sus integrantes siempre y cuando cumplan los requisitos necesarios que son: vivir en el municipio, no tener más de 26 años y en el caso de representar una organización juvenil, ésta debe estar legalmente constituida, incluyendo las de las minorías étnicas o los jóvenes rurales, mínimo seis meses antes de la primera elección y un año antes de la reelección.

Es clave que la conformación del CMJ responda a la evolución y la madurez de las organizaciones que representa y además que la administración entienda la importancia de la participación de los jóvenes en la toma de decisiones que los afectan.

¿Los Consejos han recibido apoyo?

Hemos visto como algunos alcaldes cuando están en campaña avalan la creación del Consejo de Juventud, pero ni los jóvenes entienden la magnitud real del compromiso ni el mandatario, una vez electo, les otorga la importancia que merecen como instancia de control social.

Caso contrario en otros municipios donde la organización juvenil ha crecido, evolucionado y proyectado hacia la comunidad y los jóvenes quieren subir un nivel en sus aspiraciones para

convertirse en un órgano asesor de la administración. Allí el carácter es distinto, son más comprometidos y tienen más experiencia para negociar. Lo ideal es que cuando se cree un CMJ haya un arraigo verdadero en la organización y no se utilice para improvisar la figura y termine minando la confianza entre los muchachos y sus gobernantes.

De ahí que cuando en la administración no existe una conciencia de la importancia de la participación juvenil, los jóvenes chocan contra una barrera generacional y de conceptos para administrar el Estado.

¿Cuál es el sentido de estos consejos?

El CMJ hace parte de los procesos de modernización y transparencia del Estado, con mayor participación y más democracia, hacia la franja poblacional más grande y estratégica del país. La idea es que los representantes en el Consejo Municipal de Juventud sean los voceros de sus electores y a la vez hagan veeduría a la gestión pública, más colaborativa que inquisitiva, pues casi siempre la relación entre la administración y el CMJ se rompe porque éste se dedica a ensañarse contra ella y criticar todo lo que hace y la experiencia nos dice que es más fructífera cuando hay colaboración, crítica constructiva y propuestas, sin establecer rivalidades.

¿Cómo se elige un CMJ, por cuánto tiempo y cuáles son sus facultades?

Los CMJ pueden tener entre 5 y 15 integrantes, dependiendo del tamaño del municipio. Es común que el número de

concejales y consejeros sea el mismo. Eso se acuerda al interior del municipio o con un censo avalado por la Registraduría para determinar cuántos jóvenes tiene el municipio y establecer el porcentaje. Son elegidos por votación popular y lo ideal es que el organismo electoral conforme un comité de acompañamiento del proceso antes, durante y después de los comicios.

Destaco además la importancia de las organizaciones juveniles legalmente constituidas, que hacen parte del espíritu de la Ley 375, que ordena que un 40% del total de consejeros provengan de estas instancias y el restante 60% del sector independiente, cuyos candidatos deben estar respaldados por las respectivas firmas certificadas ante la organización electoral.

En cuanto a los recursos para financiar la elección de los consejeros, todo depende de la voluntad de la administración municipal para aprobarlos, pues la Ley no obliga a los municipios a crear los CMJ pero sí recomienda su existencia para garantizar los procesos de participación democrática. Es necesario además que les ofrezcan acompañamiento en formación de gestión pública y manejo de relaciones, pues su madurez cronológica les impide a veces hacer claridad sobre algunos temas.

Si un municipio quiere crear su CMJ debe empezar promoviendo la conformación legal de las organizaciones juveniles, porque casi en todas las comunidades éstas existen pero reunidas en torno a proyectos culturales, deportivos, educativos, sociales o de medio ambiente. La idea es que la administración los organice y forme para que asuman más compromisos.

¿Cuál es el alcance real de un Consejo Municipal de Juventud?

El Consejo está creado como un ente asesor de la administración en los temas de juventud. En esa medida sus integrantes pueden ampliar las funciones de la figura y crear un reglamento territorial y definir las funciones del CMJ en cuestiones tan explícitas como el periodo de reunión con los gobernantes y la participación de uno de sus miembros en instancias claves como el Consejo de Política Social, el Consejo Territorial de Planeación, el Plan de Desarrollo o las transferencias municipales por regalías. Si estos jóvenes son tan representativos como para ser elegidos, que bueno sería abrirles los espacios para que contribuyan al desarrollo territorial. Esa es la manera real de ayudarlos a cumplir su papel.

Es necesario aclarar que los CMJ no tienen poder de decisión sobre asuntos presupuestales, solo pueden recomendar e interpellar. Además, son consejeros que no manejan presupuesto ni cobran honorarios, están en pleno proceso de formación personal y política y deben respetar las instancias superiores que son el Concejo Municipal y la Alcaldía. Más bien, si alguno de los consejeros cree que su vocación está en la vida pública, se le debe apoyar y facilitar las herramientas para perfeccionar su aspiración.

¿Podemos decir que todo este proceso empieza y germina según la buena voluntad de la administración municipal?

Exacto, la buena administración, que no solo cree el CMJ sino que haga real la voluntad de tenerlo, se traduce en abrirle espacios en instancias decisivas como el Consejo Territorial de Planeación y otras de las que hemos hablado. Tenemos que partir de la verdad que muchos de nuestros jóvenes consejeros aún no tienen el bagaje para opinar sobre temas generales. Sin embargo, en lo relativo a temas de juventud sí hay que exigirles que se preparen. También sería importante que más que entrar a decidir u opinar sobre la labor del Concejo Municipal, se establezca con éste un lazo educativo para que los concejales orienten a los consejeros sobre la forma correcta de hacer las cosas. El papel expedito de los CMJ es la actitud estudiosa y comprensiva, de acercamiento a la realidad del municipio, antes que la intervención en la toma de decisiones, excepto en el tema de juventud.

Eso sí, le corresponde a la administración, las ONG, las fundaciones empresariales, la iglesia y todo el que juega un papel en el funcionamiento del municipio, acompañar al CMJ a comprender la realidad para que una vez sepan como funciona el municipio, su papel cobre relevancia y puedan debatir con argumentos. Mientras exista una administración madura y unos jóvenes organizados y capacitados, la convocatoria y conformación del CMJ será fortalecida.

¿Podemos decir que esta formación llevaría a que los consejeros de hoy sean los concejales de mañana?

Lo que queremos es que sean los líderes de mañana, bien sea en la Alcaldía o el Concejo, pero también los grandes líderes cívicos y empresariales de la región. Lo importante es que asuman una conciencia especial de liderazgo, de renovación y de optimización de las instancias gubernamentales en las regiones.

¿En la escala departamental cómo funcionan los Consejos de Juventud?

Para que exista el Consejo Departamental de Juventud, debe haber Consejos Municipales en la mitad más uno de los municipios del departamento. Éste es un órgano asesor de la administración departamental que a futuro, cuando la mitad más uno de los departamentos tengan su CDJ conformado trascenderá al Consejo Nacional de Juventud, según lo estipula la Ley 375. Invito a las administraciones municipales a hacer la alianza con la administración departamental para promover la creación de los Consejos. La Registraduría por su parte, debe asesorarlos en todos los temas electorales. El Programa Presidencial Colombia Joven también está a disposición para prestarles asesoría técnica y resolver todas sus inquietudes. Estamos proponiendo a las administraciones departamentales la creación de espacios de capacitación a escala subregional, donde ayudemos a los municipios para formar a los jóvenes como los próximos consejeros de juventud.

¿Cuál es el mensaje para las administraciones municipales y para los jóvenes que lideran o quieren vincularse a los Consejos Municipales de Juventud?

A las administraciones les digo que la Política Nacional de Juventud reconoce los derechos y deberes de los jóvenes y en principio, el CMJ responde a esos derechos de participación en las regiones. También señala que son sujetos claves del desarrollo, que no se deben marginar del mismo sino ayudar a expandir su alcance, para que sean capaces de trabajar para ellos mismos y sus comunidades. Los jóvenes no solo tienen derechos sino que los necesitamos, porque es inminente e impostergable su vinculación a los procesos de desarrollo y una de esas oportunidades es la creación y el fortalecimiento del Consejo de Juventud.

Para ellos, esta es una de las instancias claves para canalizar todas las ganas y el deseo de cambio. Cualquier joven de este país que haya pasado por un CMJ siempre salió más fortalecido como ser humano y como ciudadano, porque es un espacio donde defienden sus intereses colectivos y al mismo tiempo aprenden a relacionarse con el poder y a negociar.

Programa Presidencial Colombia Joven
Area de Gestión de la Política de Juventud
Diana María Angulo
dianaangulo@presidencia.gov.co
Calle 10 # 1-15 Bogotá
Tel: (1) 599 90 94 / 599 90 97 Fax: 599 90 93
Página Web: www.colombiajoven.gov.co

¿Necesidad o embeleco?

OFICINAS MUNICIPALES DE JUVENTUD

Margarita María Ocampo / Consultora Presidencial de Juventud



Hasta hace unos años (finales de los 60) la denominación de jóvenes no existían en Colombia. Un individuo nacía y al llegar a la adolescencia se le trataba como un adulto que debía asumir responsabilidades y volverse serio. No había conciencia sobre las diferentes necesidades, expectativas y potencialidades que presentaban los hombres y mujeres de 14 a 26 años respecto a los demás. El Estado consideraba que los ciudadanos jóvenes debían mantenerse ocupados combatiendo el ocio, los vicios y forjando cuerpo y mente sanos. En esa línea, en 1968 se creó una dependencia para asuntos de juventud y deporte (Coldeportes) y sólo hasta 1990 se impulsó la creación y el fortalecimiento técnico de instancias especializadas en juventud a nivel nacional, departamental y municipal, ofreciendo una mirada integral a la condición juvenil y su tratamiento.

Hoy, el panorama ha cambiado en favor de los jóvenes. Las instancias estatales deben asumir responsabilidades derivadas del mandato de la Constitución Colombiana, que en su Artículo 45 reconoce sus derechos. Los municipios se encuentran ante el reto de asumir sus competencias como entes descentralizados en cumplimiento de dichas disposiciones, pese a sus propias limitaciones de tipo presupuestal (Ley 375 de 1997, Código del Menor, Política Nacional de Juventud: Bases para el Plan Decenal de Juventud y Plan Decenal de Infancia y Adolescencia).

Y aunque hay avances en ciudades como Bogotá, Bello, Cali, Manizales, Cúcuta, Pasto y Medellín, no ocurre igual en la gran mayoría de municipios del país, donde la atención y promoción de los jóvenes es discreta y los dirigentes ven las oficinas de juventud como un lujo o un embeleco en momentos de profundas crisis fiscales. En esta línea otros consideran que la realización de eventos puntuales de tipo cultural, recreativo o educativo, el apoyo a pequeñas iniciativas de los jóvenes y el asistencialismo, son suficientes para cumplir con los compromisos constitucionales y de ley. En otros casos, los dirigentes sólo ven las oficinas o dependencias de juventud como necesarias cuando ya es muy tarde y se han elevado las cifras de delincuencia, vinculación a grupos al margen de la ley, embarazo precoz, enfermedades de transmisión sexual, alcoholismo u otras adicciones. En estos casos las administraciones se limitan a la atención de estas situaciones desde los diferentes sectores, que ofrecen acciones generalmente aisladas y discontinuas.

No obstante que las administraciones atienden por sí mismas a los jóvenes desde los diferentes sectores (especialmente educación, salud, cultura y deporte), una administración moderna, que los reconozca no como víctimas o victimarios, sino como sujetos de derechos y actores claves de desarrollo municipal, debe reconocer que contar con una dependencia responsable de juventud es una necesidad.

Para que sea viable y sostenible, dicha instancia debe corresponder con

los recursos de la administración. Los municipios crean según sus posibilidades, desde secretarías de despacho hasta direcciones, unidades, oficinas, programas de juventud o simplemente designan un funcionario de un sector afín con responsabilidades específicas para la coordinación intra e interinstitucional de las políticas, planes y programas. Al respecto, el Programa Presidencial Colombia Joven ofrece a las administraciones la asistencia técnica que requieran para la creación y el fortalecimiento de dicha instancia.

Para mejorar el impacto de la gestión dirigida a los jóvenes es necesario la construcción conjunta de una visión estratégica de ellos frente al desarrollo del departamento, la definición conjunta de prioridades de atención (Política Municipal de Juventud) y la coordinación y cooperación intersectorial e interdisciplinaria para la gestión y el monitoreo de dicha política. Este papel requiere de un profesional idóneo, que desde una dependencia pública especializada en juventud ejerza dicho papel y no solo sea observador en los municipios o mero ejecutor de programas y eventos para los jóvenes.

De esa forma, las instancias especializadas en juventud no son un lujo o un embeleco. Constituyen una potente herramienta de gestión para lograr eficiencia en el gasto y sobretodo, más impacto en las condiciones de vida de los jóvenes y por ende de su municipio.



Check List de Juventud

AGENDA DEL CONCEJO MUNICIPAL PARA LA PROMOCION DE LA JUVENTUD

Nexos Municipales

El Estado, las organizaciones juveniles, los movimientos de la sociedad civil, los departamentos y los municipios, son actores fundamentales en la concertación de las políticas y planes para la promoción social, económica, cultural y política de los jóvenes. Herramientas como las listas de control son de gran ayuda para el

cumplimiento de las metas y objetivos establecidos en los planes de desarrollo, pues es responsabilidad de los concejos ejercer la función de control a la administración municipal, apoyar las propuestas de promoción juvenil y monitorear los resultados de los proyectos que en este sentido se aprueben durante su gestión.

DESDE EL CABILDO

Para lograr una actitud constructiva, el Concejo Municipal puede hacer seguimiento y verificación de los siguientes aspectos (sugiriendo acciones concretas en las que considere débiles los esfuerzos realizados):

	SI	NO
1. ¿El municipio cuenta con suficientes directrices de política juvenil?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ¿El municipio facilita la participación de los jóvenes en la planeación del desarrollo local y el posicionamiento de la juventud en las políticas de los sectores municipales?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ¿En el municipio funciona el Sistema de Información Juvenil y está conectado con la realidad que se vive en la región?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ¿El municipio desarrolla una oferta programática para los jóvenes, ejecutada a través de instituciones gubernamentales del orden nacional, departamental o local y las organizaciones no gubernamentales?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ¿En el municipio hay un programa de formación humana y otro para los jóvenes organizados en materia de gestión de programas y proyectos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ¿En el municipio existen alianzas con entidades del sector privado para facilitar proyectos de emprendimiento?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ¿Existen recursos asignados para el funcionamiento de los Consejos Locales de Juventud?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



PROGRAMA DE PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS DE LOS JÓVENES

- ▶ Las políticas en materia de promoción y protección de los Derechos Humanos de los jóvenes serán orientadas por el Defensor del Pueblo, con la asesoría de la Defensoría Delegada para los Derechos de la Niñez, la Juventud, la Mujer y los Ancianos y las demás Defensorías Delegadas y Direcciones Nacionales, las cuales serán adoptadas por las Defensorías Regionales y Seccionales. **(Resolución 846 de 1999, Art 3)**
- ▶ Las Defensorías Regionales y Seccionales del país elaborarán planes y programas para la protección y promoción de los derechos humanos de los jóvenes coordinadas con las oficinas municipales de juventud. Dicha labor también será coordinada con las entidades estatales y Organizaciones No Gubernamentales que estudien las problemáticas de este rango de la población, según los parámetros que defina el Programa **(Resolución 846 de 1999, Art 6)**.
- ▶ Los recursos de inversión necesarios para financiar las acciones, tareas, programas y proyectos de Juventud que deban desarrollarse de acuerdo con lo ordenado en el Artículo 28 de la Ley 375 de 1997, provendrán de las fuentes determinadas en el Artículo 43 de la misma Ley **(Resolución 846 de 1999, Art 11)**.

La Importancia de las Organizaciones Juveniles de Base

Margarita Toro
Asesora de Juventud para el
Municipio de Bello-Antioquia



En el Municipio de Bello, uno de los que circunda la capital antioqueña, no existe aún el Consejo Municipal de Juventud. Hacia el año 1996 se hizo el primer intento para conformarlo y la conclusión fue que se convirtió en la herramienta para propagar la politiquería y “quemar” a los jóvenes en su intento por ingresar a la vida pública, además de generar desconfianza entre los electores, sus mismos integrantes, la comunidad e incluso frente a los gobernantes de turno.

Aprendida la lección, ahora los jóvenes de Bello agrupados en asociaciones, trabajan desde la base de estas organizaciones para capacitarse y formar una verdadera conciencia sociopolítica, que a futuro les imprima la madurez necesaria que requiere un verdadero Consejo Municipal de Juventud.

En el año 1995, Bello era un municipio caótico. Estaba ubicado entre las siete ciudades más violentas del mundo. Ello generó la preocupación de los estamentos públicos, privados y las ONG. Inicialmente el ICBF se vinculó con la proyección hacia los jóvenes cuando congregó 20 Clubes Juveniles. Al año siguiente se amplió a 50 clubes, que son los que existen en la actualidad, integrados por unos mil jóvenes de estratos uno y dos que habitan las comunas y que no obstante las condiciones precarias en las que viven,

son líderes natos que realizan actividades de proyección desde los sectores cultural, deportivo y ecológico, entre otros.

Al mismo tiempo, la UNICEF ingresó a Bello trabajando con programas para la niñez y después para la juventud, logrando en el 2003 la conformación de mesas comunales para diagnosticar la situación general del municipio. De ahí surgió la Política Pública de Juventud, elaborada sin afanes políticos, con sustentabilidad, continuidad y sostenibilidad, permitiendo el empoderamiento de la comunidad joven y la vinculación sería de entidades gubernamentales, privadas y organizaciones no gubernamentales.

UNICEF apoya en la actualidad el proceso desde la parte logística y de asesoría técnica. Inicialmente se conformaron 10 mesas de trabajo correspondientes al número de comunas del municipio, una más por el sector rural y otras especiales para las minorías étnicas, comunidad discapacitada, con problemas de adicciones, vinculados al conflicto y la delincuencia, desplazados e incluso una con los internos e internas de la prisión local. Luego se definió el proceso de la política pública y la perspectiva de los derechos de los jóvenes y se creó la Alianza para el Proceso de Desarrollo de la Adolescencia y Juventud, experiencia exitosa en la que participan cerca de 40 instituciones municipales con programas, proyectos y actividades para los jóvenes de la región. Mensualmente se reúne la

Alianza para analizar la situación real de los muchachos y se publica una oferta amplia de servicios para que ellos escojan lo más conveniente. Cada año se realiza una feria de servicios donde los jóvenes escolarizados y no escolarizados consultan la oferta y deciden el camino a tomar, bien sea porque llena sus expectativas o porque simplemente les gustan las opciones.

Los resultados de las 10 mesas fueron convalidados en otra instancia llamada “Por el Derecho al Derecho”, cuyos resultados promovieron la convocatoria a una gran mesa central que sirvió para recopilar todos los ejercicios anteriores y concluir que existían falencias de atención y cubrimiento en los sectores de educación y salud.

Así las cosas, fueron convocadas todas las autoridades en la materia para buscar solución a los problemas y una vez elaboradas las conclusiones, se integró un comité técnico permanente para hacer seguimiento. En julio de 2004 el Consejo Municipal aprobó finalmente la Política Pública de Juventud, encargada de escuchar y atender a los jóvenes bellanitas, así como el desarrollo de la municipalidad desde diversos ángulos. La Política Pública sirvió además para adelantar un ejercicio de concientización en las entidades gubernamentales y de divulgación en los medios de

Experiencia

EXITOSA



Consejeros Locales de Juventud de Bello - Antioquia

comunicación que a la fecha, un año de vigencia de la norma, continúa sin descanso.

Ahora se está aplicando la Política de Juventud en marcos operativos como la red juvenil para trabajar en las comunas, por medio de tertulias que agrupan a los jóvenes y en general, a toda la comunidad en torno a eventos culturales, pedagógicos, artísticos, deportivos y recreativos.

Se trabaja con los niños para que asimilen la Política Pública, para que cuando les llegue la adolescencia ya la entiendan y puedan empoderarse de la misma. También se trabaja con los adultos para que la entiendan y colaboren en su ejecución.

Actualmente se lleva a cabo la última etapa de convalidación del Plan de Desarrollo Juvenil y se espera que a finales de enero de 2006 el documento sea terminado para presentarlo a los jóvenes y luego al Concejo Municipal.

Paralelamente funciona la Sala Situacional, encargada de atender la problemática que surge día a día y este año se realizó la Quinta Versión de la Jornada de la Juventud, donde se convalidó la Política Pública de Juventud.

Ahora el trabajo se centra en propiciar espacios para que los jóvenes vuelvan a organizarse y en ese intento participan las universidades, empresa

privada, ONG y el sector oficial. Todos los días se busca perfeccionar el proceso para volverlo exitoso y actualizado porque la idea es edificar una verdadera política a 10 años para los jóvenes.

LA LABOR DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL

Tanto desde la Alcaldía como desde el Concejo Municipal está demostrado el esfuerzo logístico y humano. En cuanto al apoyo presupuestal proviene en su mayoría de la UNICEF, pues Bello hasta hace poco atravesaba por serios problemas fiscales que obligaron a liquidar de la nómina oficial unos 600 funcionarios entre el 2003 y el 2004, so pena de convertirse en municipio inviable. No obstante, la Alcaldía ha destinado ingentes recursos, sobretudo en el renglón educativo y de salud, para combatir la problemática en estos sectores.

Lo importante es la gran alianza que existe entre el sector público, privado y la cooperación internacional.

LÍNEAS DE ACCIÓN PARA LA POLÍTICA PÚBLICA DE JUVENTUD

El documento redactado en Bello obedece a las necesidades y los derechos vulnerados de los jóvenes, desde la perspectiva de derechos y equidad de géneros, así:

1. Familia como eje para el desarrollo individual y colectivo
2. Cultura de los derechos y deberes, compromiso de todos
3. Educación con calidad
4. Fomento de las potencialidades individuales y colectivas
5. El joven productivo
6. Libre movilización, desplazamiento y desarrollo de la personalidad
7. Participación comunitaria, ciudadana y democrática
8. Ambientes sanos y propicios para el desarrollo
9. Sexualidad responsable
10. Convivencia, control y autocuidado
11. Bello, un municipio en igualdad de condiciones.

Del tal forma, el proceso de capacitación juvenil es bastante amplio, desde la organización juvenil y los procesos de liderazgo, para que de aquí al 2007 tanto los futuros votantes como los elegidos, puedan conformar un verdadero Consejo Municipal de Juventud, que funcione y no sea utilizado como mensajero de los políticos de turno.

Margarita Toro
Alcaldía Municipal de Bello
Teléfono: (4) 452 1000 Ext.: 431 - 429

Experiencia

EXITOSA

LA PERCEPCIÓN DE LOS CONSEJEROS LOCALES DE JUVENTUD EN BOGOTÁ

La capital del país está dividida en 20 localidades y exceptuando la de Sumapaz que es rural, las 19 restantes se ubican en la ciudad y su perímetro urbano. En cada una de ellas existe un Consejo Local de Juventud, representado a su vez ante la administración del Alcalde Luis Eduardo Garzón, por el Consejo Distrital de Juventud. La Revista *Concejos en Contacto* se acercó a estos consejeros locales para interpretar lo que piensan respecto a su trabajo, el entendimiento con la administración distrital y su futuro en una instancia que nació como alternativa de democracia participativa.

Como todos los jóvenes, están llenos de esperanza y de expectativa ante a los retos que les impone a diario la vida. Reconocen la oportunidad y la responsabilidad que tienen como líderes cívicos, pero al mismo tiempo recuerdan que la convocatoria para escogerlos no fue divulgada ampliamente y el día de las votaciones, aunque se inscribieron muchos jóvenes, votó apenas un 5%. Sin embargo, están de acuerdo que toda la motivación una vez elegidos, debe ser personal.

Los Consejos Locales de Juventud, como órganos asesores y de consulta, no ejecutan presupuesto pero sí vigilan los recursos para ejecutar proyectos en favor de la juventud y una de sus propuestas es velar porque les entreguen estos dineros a las organizaciones juveniles con los mejores programas. Los consejeros están convencidos que deben trabajar unidos para lograr que los nuevos proyectos de



Consejeros Locales y Distritales de Juventud de Bogotá

desarrollo juvenil sean incluidos en el Plan de Desarrollo de Bogotá y solicitan el apoyo institucional de la administración para cubrir necesidades básicas como el costo del desplazamiento a los sitios de reunión o en algunos casos, una sede física donde puedan encontrarse.

En Colombia la participación juvenil está reglamentada en la Constitución Política y la Ley de Juventud, pero aplicarla no es lo mismo que leerla. Existe diferencia real entre la democracia participativa y la democracia representativa, pues la primera es la que abre espacios verdaderos para todos mientras en la segunda solo intervienen los funcionarios elegidos por voto, que “no siempre representan” las necesidades de sus electores. Los Consejeros Locales de Juventud están convencidos de que primero deben fortalecerse las asociaciones juveniles para que los elegidos en su cargo sean verdaderos representantes. Piden a la Alcaldía, las Juntas Administradoras Locales y el Concejo Distrital, que los reconozcan como agentes verdaderos de la democracia y llaman la atención sobre la formación integral del joven, trabajando desde el pensum de los colegios, donde debe incluirse una materia de formación política.

UN PRINCIPIO DE ACERCAMIENTO

Para facilitar el trabajo mancomunado entre la administración y los CLJ,

el Departamento Administrativo de Acción Comunal destinó este año unos 350 millones de pesos para que los Consejos vigilen programas de fortalecimiento de las organizaciones. Cada Consejo recibirá 12 millones de pesos para sacar adelante una iniciativa encaminada en esta dirección. Así mismo, el DAAC trabaja capacitándolos para asimilar la política pública de juventud que las entidades distritales construyen actualmente. Una vez elaborada ésta, es deber de la administración divulgarla a través de los medios alternativos de comunicación y conformar redes juveniles que multipliquen los esfuerzos.

Dentro de las iniciativas los Consejeros piden reglamentar la Defensoría del Joven, (creada por la Ley 375) pero al mismo tiempo reconocen que hay que exigirle a todos los jóvenes de Bogotá, empezando por ellos, compromiso con la política pública de juventud. Es la única forma de callar a quienes dicen que les han otorgado espacios a los jóvenes pero ellos nunca hacen algo. Por eso, tienen claro que su tarea es hacer que los Consejos sean reconocidos y legitimados por la comunidad, pues ello les imprime legalidad, autoridad y poder ante las instituciones.

Sirley González
Consejo Distrital de Juventud - Bogotá
Teléfono: (1) 424 5555
E-mail: sirleygon@yahoo.com



Oferta institucional

TRABAJANDO DE LA MANO CON LAS REGIONES

Nuestro país cuenta con una oferta institucional variada para la atención de jóvenes. Es importante que los Concejos Municipales conozcan estas herramientas para aprovecharlas y garantizar que sean aplicadas y ejecutadas desde los municipios y las regiones. De esta manera, estas herramientas pueden convertirse en verdaderas opciones de educación, empleo y desarrollo personal y profesional de los jóvenes en todo el territorio nacional

CLUBES JUVENILES Y PRE-JUVENILES (ICBF):

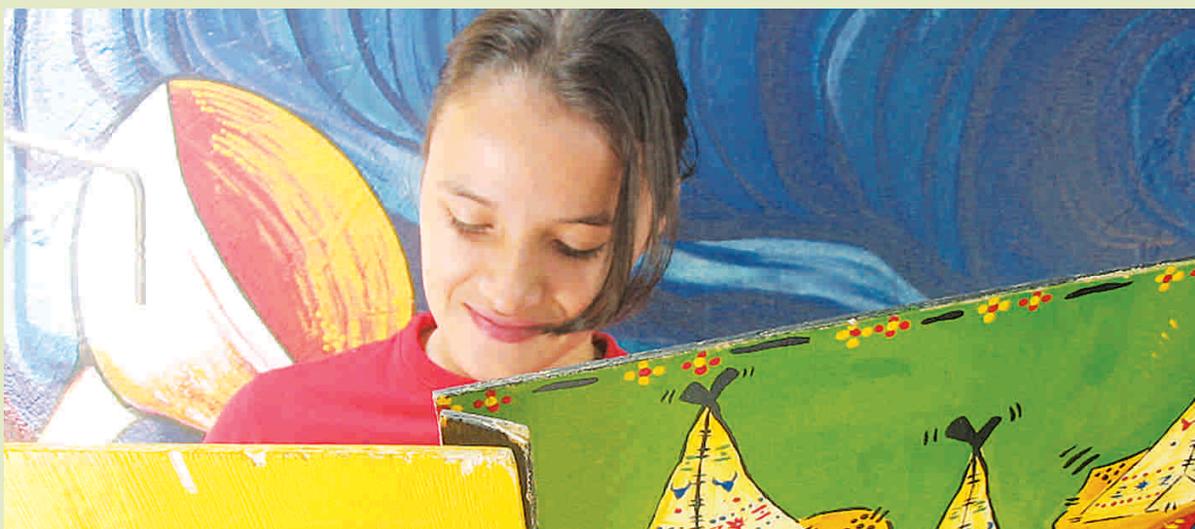
Dentro del paquete de servicios para los jóvenes, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar desarrolla procesos integrales de atención de grupos poblacionales para ampliar y crear espacios de participación y organización juvenil. El ICBF se focaliza en particular sobre el 39% de los jóvenes colombianos que pertenecen a los estratos 1 y 2, ya que son población prioritaria para los programas de Estado dada su vulnerabilidad, condiciones de pobreza e indigencia. Este grupo también refleja una tasa más alta de mortalidad por delitos como homicidios, lesiones personales, violencia intrafamiliar, delitos sexuales, desplazamiento y afectación por el conflicto armado. En 1995 fueron creados por el ICBF los Clubes Juveniles y Prejuveniles, como propuesta de organización y participación de jóvenes interesados en experiencias formativas de grupo, que brindan oportunidades de crecimiento y reflexión en torno a su cotidianidad. Ese año fueron creados 710 Clubes, con una cobertura de 10.650 niños y jóvenes. Los Clubes Juveniles y Prejuveniles son agrupaciones de niños, niñas y jóvenes entre 7 y 18 años, procedentes de estratos socioeconómicos 1 y 2, en condiciones de vulnerabilidad social,

económica y cultural, escolarizados y desescolarizados. Los Clubes organizan a estos jóvenes y les definen espacios de encuentro para identificar colectivamente intereses, necesidades y aspiraciones, que les permitan construir sus proyectos de vida y valores de convivencia.

Para apoyar estos Clubes en proyectos deportivos, artísticos, culturales, productivos, ecológicos y políticos, los gobiernos municipales pueden integrar recursos humanos, técnicos, comunitarios, económicos y de investigación, a través del Consejo de Política Social o el Comité de Juventud.

Cuando un municipio asume el programa “Clubes Juveniles”, este funciona nueve (9) meses con recursos del ICBF y debe ser concertado con los cofinanciadores públicos o privados. El valor real de un club lo constituye el aporte ICBF más la cofinanciación, que en general es del municipio y debe ser mínimo del 20% y hasta el 30%. Dicho aporte puede ser en efectivo, bienes, servicios o recurso humano. Una vez establecido, un Club se puede financiar totalmente con recursos aportados por los entes territoriales, donaciones, convenios de cooperación internacional, nacional y entidades del sector privado. Mientras funcione, el ICBF prestará la asesoría técnica necesaria para garantizar su funcionamiento.

Instituto Colombiano de Bienestar Familiar
Teléfono (1) 437 76 30 Bogotá Ext: 3201
Dra. Martha Caipa
Correos electrónicos:
Martha.Caipa@icbf.gov.co
Carlota.Marquez@icbf.gov.co
afadec@hotmail.com
Sitio Web:
www.icbf.gov.co/ESPANOL/tramites11.htm



APOYO A JÓVENES DEL SECTOR RURAL (MINISTERIO DE AGRICULTURA)

En la Ley de Juventud, Capítulo VIII, Artículo 49, que aborda el tema de las líneas de crédito para la juventud del sector rural, está involucrado directamente el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural con un programa que ofrece capacitación para jóvenes de escasos recursos, en zonas estratégicas de orden público, para evitar que sean absorbidos por grupos ilegales o cualquier manifestación violenta que los aleje de la sociedad productiva.

Uno de esos frentes de trabajo es el “Proyecto Jamaica”, iniciativa de la embajada de ese país para capacitar en la enseñanza y práctica del inglés a doscientos cuarenta (240) jóvenes del departamento de Sucre, en los municipios de Sincelejo, San Onofre, Coveñas, Tólu y Tólu Viejo. Reglamentado por el “CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN TÉCNICA Y CIENTÍFICA” entre las Repúblicas de Colombia y Jamaica, firmado en Bogotá el 20 de abril de 1994 y aprobado mediante Ley 460 del 4 de agosto de 1998, el Proyecto Jamaica agrupa el trabajo de ASOJUVENTUD como ejecutor, miembro y promotor a nivel regional de la RED YES COLOMBIA (Youth Employment Summit) o red nacional que lidera en el país la “Campaña Global de Acciones por el Empleo Juvenil 2002–2012” y la Embajada de Jamaica en Colombia. Las entidades cofinanciadoras de esta iniciativa o cualquier otra dedicada a estimular la reactivación de la economía y la sociedad con manos de obra joven son la Secretaría de Educación Departamental, las alcaldías municipales y el Proyecto de Apoyo al Desarrollo de la Microempresa Rural –

PADEMÉR. La Embajada de Jamaica ayuda a formar capital humano en el Departamento de Sucre con las habilidades lingüísticas suficientes para atender en calidad de guías al turismo internacional y multiplicar la enseñanza del idioma inglés en los establecimientos educativos públicos. La capacitación no se limita a la enseñanza del inglés sino que los orienta para que atiendan en su idioma a los extranjeros que llegan a esa bella región de nuestro país. De esta forma se mejora la calidad ocupacional y el nivel de ingresos de los habitantes de la región, que a su vez se convierten en multiplicadores de lo aprendido.

Ministerio de Agricultura
Dirección de Desarrollo Rural:
Dra. María Eugenia Osorio
Teléfono: (1) 334 11 99 Ext: 324
Secretaría Técnica
- Red Yes Colombia (Bogotá)
Avenida Jiménez # 7-65 piso 4
- Juventud Rural
Teléfono: (1) 334 11 99
Ext: 382 / Fax: (1) 281 6560
Correo: red_yes_colombia@yahoo.com

PROYECTO ACCES (MINISTERIO DE EDUCACIÓN E ICETEX)

El sistema de Educación Superior en Colombia está organizado según la Ley 30 de 1992. Su objetivo es capacitar recurso humano para cumplir las funciones profesionales, investigativas y de servicio social que requiera el país. Así mismo, incentivar la creación, el desarrollo y la transmisión del conocimiento, garantizar la calidad educativa, promover la formación y consolidación de comunidades académicas y aportar al logro de objetivos de unidad nacional y cumplimiento de la Constitución y la ley, entre otras.

En la última década se pasó de una cobertura bruta en la educación superior del 13% en 1990, a 21.8% en el 2000. Para mantener ese dinamismo fue estructurado el Proyecto “Acceso con Calidad a la Educación Superior” –ACCES-. El objetivo de éste es aumentar el número de estudiantes matriculados en programas técnicos, tecnológicos y universitarios en Colombia, favoreciendo aquellos con ingresos limitados y dirigiéndolos a programas de gran demanda por parte del sector productivo.

ACCES opera a través de un sistema de créditos estudiantiles amplio, que financia los costos de matrícula a los estudiantes más pobres asegurando su ingreso y sostenimiento en el sistema a largo plazo. Actualmente, el proyecto ACCES ofrece a más de 55.000 jóvenes la posibilidad de acceder a estudios profesionales gracias a un crédito con excelentes condiciones financieras: tasas bajas con respecto al mercado (12% para estratos 1 y 2, y 16% para los demás estratos); largo plazo para el pago (un año de gracia y el doble del período de estudios financiados, para amortizar); adjudicación preferencial de crédito para quienes demuestran buen desempeño académico; prioridad para las regiones apartadas del país e incentivo para la formación técnica y tecnológica, y lo más importante, subsidio para estudiantes de estratos 1 y 2 registrados en el SISBEN entre los niveles 1 y 4, que finalicen exitosamente sus estudios.

En la actualidad el ICETEX ha suscrito convenio con 309 instituciones de educación superior, en las que los estudiantes son admitidos con crédito educativo de la línea ACCES. Algunas de ellas ofrecen subsidios del 25% del valor de la matrícula o crédito en las mismas condiciones del programa



ICETEX-ACCES. Considerando que no todos los estudiantes pueden desplazarse a las ciudades donde se ofrecen los programas, el Ministerio de Educación Nacional e ICETEX apoyan la iniciativa de los Centros Regionales de Educación Superior, que lleva la oferta educativa a las localidades. Allí, ICETEX ofrece a través de la línea ACCES crédito al 100% de los jóvenes inscritos en los CRES y ha gestionado la suscripción de alianzas estratégicas con municipios, departamentos e instituciones de educación superior, logrando el aporte de recursos dirigidos a la financiación de la matrícula en estos centros educativos en forma de subsidios o créditos de largo plazo para los estudiantes.

Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios en el Exterior
Programa Crédito ACCES:
Dra. Adriana Hernández
Tels.: (1) 382 16 70 – (1) 338 72 70 Bogotá
Correo electrónico: aherandez@icetex.gov.co
Página Web: www.icetex.gov.co

FONDO EMPRENDER, INCUBADORAS DE EMPRESAS Y JÓVENES RURALES (SENA)

El Servicio Educativo Nacional de Aprendizaje lidera varios proyectos para la juventud colombiana en un esfuerzo conjunto con las entidades territoriales, para abrir en Colombia nuevos espacios y contribuir con el desarrollo y la verdadera revolución educativa del país.

Fondo Emprender

Se ocupa de impulsar las nuevas iniciativas empresariales que permiten el surgimiento económico del país. Trabaja con los gobiernos municipales y departamentales que deciden multiplicar sus esfuerzos y recursos para apoyar programas

relacionados con generación de empleos y legalización de empresas. De esa forma, se amplía la base empresarial de la región en actividades económicas con alto potencial para generar desarrollo y bienestar de los jóvenes colombianos. El Fondo Emprender fue creado por la Ley 789 de 2002, Art 40, el Acuerdo 004 de 2005, que legaliza el convenio administrativo con el SENA y el Acuerdo 007 de 2005, para definir el reglamento interno del Fondo. Los alcaldes, gobernadores y entidades públicas o privadas interesadas en colocar recursos en el Fondo, deben firmar una adhesión al Convenio marco entre el SENA y FONADE. Para esto, el ordenador del gasto debe presentar un Certificado de Disponibilidad Presupuestal con destinación al Fondo Emprender y una fotocopia del acta de posesión en el cargo, del respectivo funcionario. El Fondo garantiza que por cada peso aportado por el municipio o departamento, destinará un monto adicional igual o mayor hasta tres veces, que será ejecutado exclusivamente en proyectos desarrollados en la región en la cual tiene cobertura el adherente. Por ejemplo, si un alcalde decide adherirse al Convenio SENA-FONADE, el Fondo garantiza que los recursos públicos más su aporte adicional, serán invertidos en iniciativas empresariales jóvenes, ejecutadas en el municipio.

Incubadoras de Empresas

Acelera el proceso de creación, crecimiento y consolidación de empresas innovadoras, a partir de las capacidades emprendedoras de los ciudadanos y transfiere a los jóvenes emprendedores el pensamiento empresarial.

Desde 1999 el SENA apoya estas iniciativas empresariales promoviendo la creación de Incubadoras de Empresas en Colombia, por medio de la aplicación que por efectos de la Ley 344 de 1996, Artículo 16, obliga a la entidad a destinar el 20% de los recursos en actividades de innovación y desarrollo tecnológico. En el marco del Plan Estratégico 2002-2006, el SENA promueve la creación de 40 incubadoras en el país, 31 de las cuales están operando actualmente.

Las Incubadoras son organizaciones sin ánimo de lucro, conformadas con un carácter tripartito, a través de alianzas ente el sector público, privado y educativo. Son socios o promotores de estas instituciones Entidades de Formación (Técnicas, Tecnológicas y Universitarias); Empresas Públicas y Privadas; Gobiernos locales (Gobernaciones y Alcaldías); Gremios, Cámaras de Comercio y en algunos casos Sindicatos.

Desde agosto de 2002 a marzo de 2005, se obtuvieron los siguientes

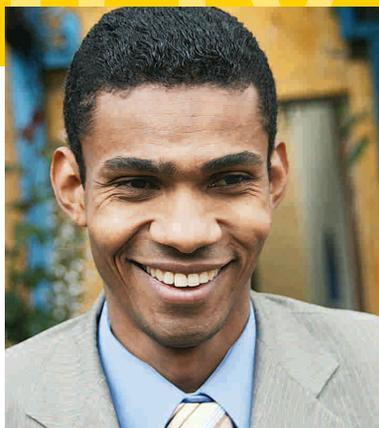
resultados en el país: 605 nuevas empresas incubadas, que generaron 5.737 empleos y reportaron ventas por 92.342 millones de pesos, demostrando resultados contundentes en este proceso.

Programa Jóvenes Rurales

Inició en 2004 para desarrollar con los Centros de Formación Profesional del SENA, programas de ocupación para jóvenes del sector rural, mejorando su perfil laboral, incidiendo en los niveles de contratación y facilitando su entrada al mercado de trabajo. Beneficia a sus asociados entre 16 y 25 años, que pertenezcan a los estratos 1 y 2 con registro del SISBEN, que no estén inscritos en otros programas de formación del SENA ni tengan más vínculos laborales formales.

Gracias a las alianzas con las alcaldías y gobernaciones, que destinaron recursos para garantizar la cobertura en atención, transporte y refrigerios, fue posible desarrollar los contenidos del programa en cuanto a capacitación técnica, teoría, práctica y formulación de planes de negocios, todo esto dirigido a la juventud campesina en áreas del sector agrícola, pecuario, pesquero y artesanal. Todos los proyectos de formación fueron concertados con los centros provinciales, las autoridades regionales y locales, los gremios y el sector productivo. La oferta de cursos de formación abarca desde trabajador agrícola, agricultor orgánico y mayordomía, hasta manejo de producción bovina, productor sostenible de champiñones y elaborador de productos cárnicos, entre otras 12 opciones adicionales. En las regiones o municipios del país donde se iniciaron procesos de desmovilización a través de la Oficina del Alto Comisionado Para la Paz, las personas que se acojan a este programa ingresarán a una lista para ser atendidos a través del mismo. Para tal fin, la Dirección de Empleo del SENA informará oportunamente a sus Direcciones Regionales el lugar de la desmovilización para priorizar la atención de los interesados. Una evaluación a 2004 concluyó que el programa Jóvenes Rurales cubría 1.013 de los 1.099 municipios en los 32 departamentos del país.

Servicio Educativo Nacional de Aprendizaje
Dirección General – Bogotá
Calle 57 N° 8-69 Plazoleta la Previsora
PBX: (1) 546 15 00 Fax: (1) 546 15 51
Líneas nacionales gratuitas de información
018000 911149 / 018000 910270
Correos electrónicos:
emprendimiento@sena.edu.co
cacruzg@sena.edu.co
cfarfán@sena.edu.co
Portal en Internet: www.sena.edu.co/portal
www.sena.edu.co/portal/regionales



Nacido en Valledupar hace 33 años, abogado especializado en derecho público, con amplia experiencia en políticas públicas de juventud, Hitler Rousseau Chaverra llegó a Bogotá en 1990 y actualmente se desempeña en la dirección del Programa Presidencial Colombia Joven, donde trabaja por este sector de la comunidad colombiana, vital para el desarrollo del país. En su oficina, ubicada en el sector histórico de La Candelaria en Bogotá, *Concejos en Contacto* logró una aproximación a las responsabilidades que este ilustre vallenato se ha propuesto como metas frente a la misión que el Gobierno Nacional le delegó.

¿Cuál es su propuesta como director de Colombia Joven?

Yo considero que para que haya Política Pública de Juventud en Colombia hay que allanar el camino avanzando en fortalecer el área de gestión de la misma en “Colombia Joven”, mejorando los canales de comunicación con los departamentos y las alcaldías, para que la agenda joven de la Presidencia y las entidades territoriales, sea coherente y articulada en sus recursos humanos, físicos y financieros, con el protagonismo de los Consejos Municipales de Juventud.

Hablemos sobre las posibilidades de acción de estos Consejos de Juventud...

La única alternativa que tenemos para que estos consejos no se conviertan en una

REALIZANDO LOS SUEÑOS DE LA “COLOMBIA JOVEN”

reproducción de la politiquería es capacitarlos. Por eso he propuesto una alianza estratégica con la Escuela Superior de Administración Pública y la Corporación Andina de Fomento, que ya tienen programas de formación de líderes.

Un tema fundamental es la asistencia técnica al empleo productivo...

La idea es convertir al área de asistencia técnica para el empleo productivo en un Consultorio Joven sobre el Emprendimiento para que desde las oficinas en Bogotá podamos orientar a los emprendedores en sus proyectos y en el renglón descentralizado, a través de los encuentros jóvenes de productividad.

¿Desde Colombia Joven cuál es la percepción del Documento 2019?

Es necesario difundirlo. “Colombia Joven” trabaja para entregar este texto en lenguaje sencillo a nuestros jóvenes para que se apropien de él en las universidades, colegios y sociedad civil. Les estamos diciendo que este no es un documento acabado y si bien fue juiciosamente elaborado por el Departamento Nacional de Planeación, está abierto a discusión por nuestro país joven.

¿Cómo ve la vinculación práctica de concejos, alcaldes y gobernadores en su empresa?

En general los he encontrado bastante dispuestos. Se me ocurre que esta alianza es inaplazable y urgente. Para hacerla eficaz, “Colombia Joven” definió con gobernaciones y alcaldías qué aporta y qué necesita. Queremos que aporten el

compromiso, sea del gobernador, de la secretaria encargada o del funcionario responsable de la agenda joven en la región. Para garantizar la efectividad del diálogo, “Colombia Joven” ofrece dos estrategias: la primera es la apertura en nuestra Página Web de un capítulo especial para atender a través del área de política pública de juventud a los municipios. La segunda es una alianza estratégica con el SENA y la ESAP, aprovechando su plataforma virtual, para realizar teleconferencias una vez al mes donde invitaremos a gobernadores, secretarios de despacho encargados de la agenda joven y los Consejos Municipales de Juventud.

¿Y donde apenas existe la buena fe de los jóvenes y las administraciones para organizarse, qué orientación puede ofrecerles Colombia Joven?

Tenemos la fortuna que el SENA llega a los 32 departamentos del país y que gracias a la comunicación virtual la Presidencia de la República escucha y atiende a los jóvenes. También ofrecemos asistencia técnica a los concejos y alcaldes dentro de nuestras limitaciones de presupuesto, dividiendo los esfuerzos en tres regiones: norte, centro y sur del país. En cada una hay consultores para atenderlos personalmente. Cuando el tema es muy puntual o la capacitación es compleja, ellos se trasladan al municipio para dialogar frente a frente con la juventud. Ahí es donde cobra relevancia la capacitación que queremos obtener de la ESAP y la Corporación Andina de Fomento.

Hitler Rousseau Chaverra
Teléfono: (1) 599 9094 Ext.: 201
Fax: (1) 599 9093
Hitlerchaverra@presidencia.gov.co



ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS CONSEJOS DE JUVENTUD

► Los Consejos de Juventud son organismos colegiados de carácter social, autónomos en el ejercicio de sus competencias y funciones e integrantes del Sistema Nacional de Juventud que operan en los departamentos, distritos y municipios y en la escala nacional, conforme a lo dispuesto en la Ley 375 de 1997 y de acuerdo con los criterios, reglas y orientaciones del presente Decreto. (Decreto 089, Art 1)

Control SOCIAL JUVENIL

El Programa Presidencial “Colombia Joven”, a través del Área de Proyección Social, promueve y garantiza los espacios y mecanismos democráticos de representación de la juventud en las diferentes instancias de participación, ejercicio, control y vigilancia de la gestión pública, según lo consagrado en el Artículo 17 de la Ley 375 del 04 de julio de 1997. La idea es que la sociedad reconozca en estos proyectos la importancia de la participación ciudadana a la hora de vigilar la gestión y los recursos públicos.

SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE MASIVO:

El Proyecto de Control Social Juvenil al SITM se abordó con especial interés, diseñando dos tipos de estrategias o líneas de acción para su desarrollo:

de los procesos de gestión en construcción, calidad de obras y eficiencia en la prestación del servicio de transporte masivo. Para ampliar esta información puede comunicarse con:

Ramiro Padilla
Tel.: (1) 599 9094 Ext.: 119
ramiropadilla@presidencia.gov.co

UNA JUGADA MAESTRA

Miles de jóvenes de comunidades apartadas y barrios periféricos, enfocan la energía que genera el fútbol para hacer del deporte más popular del mundo una fiesta de integración y convivencia. “El Golombiao” nació de la necesidad del Gobierno de llegar a regiones conocidas como de conflicto o post-conflicto, para unir a los jóvenes en torno a la resolución pacífica de diferencias, discusiones y enfrentamientos. Esta metodología no se

economías, genera desarrollo y crea imperios. Es el área que reúne los conocimientos relativos a la creación del empleo desde su génesis, pasando por los estudios para el fortalecimiento, (conocidos como competitividad) permanencia y mejoramiento del mismo. Asociados a ella se encuentran los siguientes términos:

Emprendimiento: (Espíritu Empresarial) Actitud del ser humano para el desarrollo de iniciativas individuales o grupales, con características de personalidad que incluyen: liderazgo, deseo de superación y progreso, capacidad de identificar oportunidades, visión de futuro, aceptación y propensión al cambio, iniciativa, libertad, autonomía, autogobierno, capacidad para tomar decisiones, habilidad creadora, actitud mental positiva, compromiso, constancia, perseverancia, coraje, capacidad de



1. Voluntariado juvenil: Entendido como la capacidad de acciones desinteresadas de los jóvenes, es vital para desarrollar la apropiación y el compromiso social hacia los SITM en cada ciudad. Durante el último trimestre de 2005 se desarrollaron actividades de sensibilización con algunos colegios de bachillerato en Barranquilla, Cali, Cartagena y Bogotá, promoviendo los valores necesarios para implantar en la comunidad conciencia y cultura ciudadana entorno a los SITM. Se vincularon al proyecto 1.511 jóvenes representando 148 comités de Control Social, focalizados hacia la construcción de una nueva ciudad y los principios básicos para consolidar el desarrollo de la misma.

2. Vigilancia y control: Se concretó la vinculación de establecimientos de Educación Superior en Barranquilla, Cali, Cartagena y Bogotá, que actuaron como dinamizadores técnicos en el desarrollo del Control Social Juvenil a los SITM, en lo que atañe a la vigilancia

quedó en un mensaje optimista sino que se convirtió en todo un suceso y en su primera etapa (Octubre 2003-Enero 2005) llegó a 19.000 jóvenes de 39 municipios. Para la Fase 2 se espera establecer alianzas entre los sectores públicos, privados y las organizaciones civiles existentes en las diversas regiones y municipios. Acompañan al Programa Presidencial Colombia Joven en este trabajo la Agencia de Cooperación Alemana GTZ y UNICEF. Para más información puede consultar:

Gina Auxiliadora sarmiento
Tel.: (1) 599 9095 Ext.: 126
www.colombiajoven.gov.co/golombiao.htm
alejandroarenas@presidencia.gov.co
golombiao@presidencia.gov.co

EL CONCEPTO DE EMPRESARIALIDAD

Este término y sus conexos están validados por más de 30 años de investigación en Colombia, demostrando que el término “empresarialidad” se convirtió en un tema cultural, que mejora

realización y administración de recursos, productividad y capacidad de control.

Empleabilidad: Son los estudios sobre el empleo, su consecución, selección, mejoramiento, surgimiento y desaparición del mismo, sus indicadores y demás términos diferentes a crearlo. Empleo es la actividad física o intelectual por la cual se recibe remuneración económica y Trabajo es el conjunto de actividades por las cuales no siempre se recibe remuneración.

Productividad: Es la convicción de que las cosas se pueden hacer hoy mejor que mañana, con un esfuerzo continuo para adaptar las actividades económicas a situaciones que cambian. Es el convencimiento del progreso. Si desea ampliar esta información puede comunicarse con:

Wilson Garrido
Tel.: (1) 599 9096 Ext.: 118
wilsongarrido@presidencia.gov.co
encuentrosp@presidencia.gov.co
Oficina de Comunicaciones
comucolj@presidencia.gov.co

Programa del Ministerio de Educación
y la Alianza Educativa por Colombia

EDUCACIÓN BÁSICA Y MEDIA PARA CONCEJALES, EDILES Y LÍDERES DE LA COMUNIDAD

Antonio Galán / Presidente de FENACON

Gracias al Convenio Interadministrativo 397 de 2005, se unieron el Ministerio de Educación Nacional, las universidades Pedagógica, Nacional Abierta y a Distancia UNAD y la Escuela de Administración Pública, para realizar un pilotaje sobre una población de 3.500 alumnos aspirantes al programa de bachillerato orientado a la gestión y administración del poder público municipal y regional para educar a concejales, ediles y líderes de la comunidad que no tienen formación académica en básica y media. Actualmente están en el proceso de matrículas y las clases se inician en el mes de marzo y terminan en diciembre de este año.

Este proyecto hace parte del Plan de Fortalecimiento Institucional de los Concejos de Colombia, propuesto al Gobierno Nacional, el Congreso de la República y el país en general, por la Federación Nacional de Concejos-FENACON, para desarrollar nuevas relaciones de los cabildos con sus comunidades frente a un Estado social de derecho, democrático y participativo.

OBJETIVOS

- Desarrollar un programa educativo de bachillerato orientado a la gestión y administración del poder público municipal, regional y nacional, para efectuar un piloto con 3.500 concejales y líderes de la comunidad de los departamentos de Cundinamarca, Boyacá y Santander.
- Asegurar la equidad de género con la vinculación en un 50% de mujeres líderes al grupo de alumnos del proyecto.
- Producir los materiales educativos necesarios, coherentes con la metodología de la educación a distancia, los perfiles de formación y las potencialidades de los concejales y líderes de la comunidad.
- Capacitar los docentes vinculados al proyecto en el uso de los materiales educativos físicos y virtuales, así como

en la comprensión y manejo de la tecnología que se utilice.

- Desarrollar el sistema administrativo y operativo del piloto y el proyecto completo, identificando lo mejor de las relaciones alumno-docente y optimizando la eficiencia financiera.
- Desarrollar el sistema de seguimiento, información y evaluación

La idea es que el objetivo planteado en este proyecto, tanto para la muestra de 3.500 estudiantes, como para la población objetivo total de 54.900 líderes a nivel nacional que se beneficiarán de la formación académica con énfasis en administración del poder público, se relacione directamente con las tres políticas del Plan de Desarrollo Sectorial 2002-2006, así:

- Ampliar la cobertura educativa
- Mejorar la calidad de la educación
- Mejorar la eficiencia del sector educativo

Desde el punto de vista de ampliación de la cobertura educativa, el proyecto beneficiará a la población con programas de educación y alfabetización de adultos y formación de las poblaciones rurales, tomando como base los resultados de la Revolución Educativa¹.

Cada 50 alumnos tendrán un docente facilitador y un monitor bachiller, concejal o líder de la comunidad, por cada 10 alumnos. La población objetivo se organizará en unidades grupales de diez (10) alumnos y entre una (1) y diez (10) unidades grupales por municipio, ubicados en cuarenta y cuatro (44) municipios que se relacionan a continuación, de los departamentos de Boyacá, Cundinamarca y Santander. La conformación de unidades grupales de ese tamaño permite la integración, bien sea de las cabeceras municipales o de sus zonas rurales, en forma modular.

Boyacá: (21 municipios) Guateque, Almeida, Chivor, Guavatá, La Capilla, Somondoco, Sutatenza, Tenza, Moniquirá, Arcabuco, Chitaraque, Gachantivá, Ráquira, Sáchica, San José de Pare, Santana, Santa Sofía, Sutamarchán, Tinjacá, Togui y Villa De Leiva

Cundinamarca: (7 municipios) Chocontá, Machetá, Manta, Sesquilé, Suesca, Tibirita y Villapinzón.

Santander: (16 municipios) Vélez, La Paz, Chipatá, Bolívar, Sucre, Guavatá, El Peñón, Puente Nacional, Güepsa, Jesús María, San Benito, La Belleza, Albania, Barbosa, Florián y La Aguada.

En términos generales la población objetivo corresponde a líderes de estratos socio-económicos 1 y 2, con una gran vocación de servicio, que dedican la mayor parte de su tiempo a intervenir ante las autoridades para promover el desarrollo de sus barrios, veredas, comunas, corregimientos y el municipio en general. Se tuvo en cuenta para la selección de los municipios, además de la proximidad para efectos de las evaluaciones del pilotaje, la escolaridad media de las provincias a las cuales pertenecen. Como existe una población de concejales que aún no tiene formación completa en básica primaria, se prevé efectuar para ellos una prueba de diagnóstico e identificar las necesidades de formación que los nivele y permita su ingreso al primer ciclo del plan de estudio del bachillerato. El valor del proyecto piloto alcanza la cifra de mil ciento ochenta y un millones de pesos (\$1.181.000.000) y corresponde al primer ciclo de los tres con los cuales se cubrirá la formación básica y media de la población citada.

Informes:

Federación Nacional de Concejos
Tel: 283 08 38 – 334 20 69 Bogotá
www.fenacón.org

¹ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL.
La Revolución Educativa: Plan Sectorial de Educación
2002-2006. Bogotá, 2001



COVEÑAS, EL CONCEJO MÁS JOVEN DE COLOMBIA

Nexos Municipales

El 2 de diciembre de 1599 los conquistadores que llegaron al Golfo de Morrosquillo hicieron la primera misa católica en La Maloka y construyeron a su lado un monasterio de Monjes Franciscanos, junto a 12 familias hebreas. Para los indígenas Caribe la Maloka era un kiosco redondo con horcones de corazón de madera y techo de palma amarga. Allí se reunía el Consejo de Ancianos con el Cacique de la tribu para invocar la ayuda del gran espíritu en asuntos de pesca, agricultura y guerra. El 2 de diciembre de 1987 una familia de artesanos de apellido Garay reconstruyó la antigua Maloka Caribe, extrayendo los cimientos de troncos de matarratón y balaustre y reemplazándolos por 12 horcones nuevos. Entonces, el recinto histórico fue bendecido como templo sagrado para celebrar las reuniones del proceso que culminó con la municipalización de Coveñas. El primero de octubre de 2002, en esta Maloka, según Decreto 013, se instaló el primer Concejo Municipal. A futuro se tiene planeada la construcción de un Palacio Municipal, para la Alcaldía y el Concejo. Al respecto, Planeación Nacional elaboró los planos de la construcción y los envió al municipio para que éste se apropie del asunto.

Ubicado en el Departamento de Sucre, a 52 kilómetros de la capital Sincelejo, el Municipio de Coveñas es protagonista de una rica historia de desarrollo y turismo que lo hacen famoso en Colombia y muchas partes del mundo. En 1998 la Asamblea Comunitaria Local inscribe el proyecto “Coveñas Municipio” ante la Secretaría de Planeación Departamental de Sucre. Apoyándose en la Ley 134 de 1994, fue declarado el 7 de febrero de 2002, según Decreto 0063, el Municipio más joven de Colombia.



La Maloka caribe, recinto del Concejo Municipal



Salón de sesiones del Concejo



Mesa Directiva del Honorable Concejo de Coveñas

LEY 996 DE 2005

“Por medio de la cual se reglamenta la elección de Presidente de la República, de conformidad con el artículo 152 literal f) de la Constitución Política de Colombia, y de acuerdo con lo establecido en el Acto Legislativo 02 de 2004, y se dictan otras disposiciones”.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

**TITULO I
DISPOSICIONES GENERALES**

ARTÍCULO 1º. Objeto de la ley. La presente ley tiene como propósito definir el marco legal dentro del cual debe desarrollarse el debate electoral a la Presidencia de la República, o cuando el Presidente de la República en ejercicio aspire a la reelección, o el Vicepresidente de la República aspire a la elección presidencial, garantizando la igualdad de condiciones para los candidatos que reúnan los requisitos de ley. Igualmente se reglamenta la Participación en política de los servidores públicos y las garantías a la oposición.

ARTÍCULO 2º. Campaña presidencial. Se entiende por campaña presidencial el conjunto de actividades realizadas con el propósito de divulgar el proyecto político y obtener apoyo electoral a favor de alguno de los candidatos. La campaña presidencial tendrá una duración de cuatro (4) meses contados con anterioridad a la fecha de las elecciones de la primera vuelta, más el término establecido para la realización de la segunda vuelta, si fuere el caso.

ARTÍCULO 3º. Actividades de la campaña presidencial. Se entiende por actividades de campaña presidencial, la promoción política y la propaganda electoral a favor de un candidato a la Presidencia de la República. La promoción política hace referencia a la divulgación de la propuesta de gobierno o proyecto político del candidato. La propaganda electoral es el conjunto de actividades políticas realizadas con la finalidad directa de convocar a los electores a votar en favor de un candidato.

ARTÍCULO 4º. Legislación especial. El Presidente o el Vicepresidente de la República que manifiesten su interés de participar en la campaña presidencial o se inscriban como candidatos en la elección presidencial, estarán sujetos a las condiciones que para estos efectos consagra la Constitución Política y la presente ley de manera explícita para ellos, en razón a su doble condición de funcionarios públicos y candidatos.

**TITULO II
REGLAMENTACIÓN ESPECIAL DE
LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL**

CAPITULO I

Selección de candidatos

ARTÍCULO 5º. Selección de candidatos a la Presidencia por parte de los partidos, movimientos políticos o alianzas. El Consejo Nacional Electoral dispondrá lo pertinente para que todos los partidos, movimientos políticos o alianzas que deseen realizar consultas populares para la escogencia de su candidato, las adelanten en todo el territorio nacional.

El proceso de selección de los candidatos corresponde a la autonomía interna de los

partidos y movimientos políticos, quienes podrán decidir en todo momento en su convención, congreso o asamblea general si este proceso se adelanta mediante consulta popular u otro mecanismo democrático de selección interna.

ARTÍCULO 6º. Participación del Presidente y el Vicepresidente en los mecanismos de selección de candidatos de los partidos o movimientos políticos. El Presidente y el Vicepresidente de la República cuando aspiren a la elección presidencial, podrán participar en los mecanismos de selección de candidatos de los partidos o movimientos políticos.

Cuando el Presidente o el Vicepresidente, respectivamente, se sometan a consultas populares, asambleas, congresos o convenciones de partidos o movimientos políticos, podrán realizar proselitismo político para dicha elección durante el (1) mes anterior a la realización del evento, si así lo decide. Durante el período de campaña, el Presidente o el Vicepresidente, respectivamente, quedará sujeto a las regulaciones que contempla la presente ley para los períodos de campaña presidencial.

CAPITULO II

Inscripción de candidaturas

ARTÍCULO 7º. Derecho de inscripción de candidatos a la Presidencia de la República.

Los partidos y movimientos políticos con personería jurídica, podrán inscribir, individualmente o en alianzas, candidato a la Presidencia de la República. La inscripción deberá ser avalada para los mismos efectos, por el respectivo representante legal del partido o movimiento.

Los movimientos sociales o grupos significativos de ciudadanos tendrán derecho a inscribir candidato a la Presidencia de la República. Para estos efectos, dichos movimientos y grupos acreditarán ante la Registraduría Nacional del Estado Civil, un número de firmas equivalente al tres por ciento (3%) del número total de votos válidos depositados en las anteriores elecciones a la Presidencia de la República. Estas firmas deberán acreditarse ante la Registraduría General del Estado Civil por lo menos treinta (30) días antes de iniciar el período de inscripción de candidatos a la Presidencia de la República. Esta entidad deberá certificar el número de firmas requerido ocho (8) días antes de iniciarse el citado período de inscripción de candidatos.

ARTÍCULO 8º. Período de inscripción a la Presidencia de la República. La inscripción de los candidatos a la Presidencia de la República con su fórmula vicepresidencial se iniciará con cuatro (4) meses de anterioridad a la fecha de votación de la primera vuelta de la elección presidencial y, se podrá adelantar durante los treinta (30) días siguientes.

Las inscripciones podrán modificarse dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha de cierre de la inscripción.

PARÁGRAFO. La Registraduría Nacional del Estado Civil reglamentará la materia.

ARTÍCULO 9º. Declaración del Presidente que aspira ser candidato a la elección presidencial. El Presidente o el Vicepresidente de la República que aspiren a la elección presidencial, de conformidad con las calidades establecidas en la Constitución Política, deberán declarar públicamente y por escrito su interés de presentarse como candidatos, seis (6) meses antes de la votación en primera vuelta. Copia del escrito deberá depositarse en la Registraduría Nacional del Estado Civil.

CAPITULO III

Acceso a la financiación estatal previa

ARTÍCULO 10. Condiciones de ley. Los candidatos inscritos a la Presidencia de la República que cumplan los siguientes requisitos, podrán acceder a financiación estatal previa a la fecha de las elecciones:

1. Haber sido inscrito por un partido o movimiento político con personería jurídica, o alianza de estos, que hayan obtenido el cuatro por ciento (4%) de los votos de Senado o un porcentaje igual de los votos de la Cámara de Representantes sumados nacionalmente, en la elección al Congreso de la República realizada con anterioridad a la fecha de inscripción de candidatos a la Presidencia de la República. Ello debe ser certificado por el Consejo Nacional Electoral en los ocho (8) días siguientes a la realización de las elecciones para el Congreso, de acuerdo con el conteo de votos realizado el día de elecciones.

2. Ser inscrito por un movimiento social o grupo significativo de ciudadanos respaldado por un número de firmas válidas equivalentes al tres por ciento (3%) del número total de votos depositados en las anteriores elecciones a la Presidencia de la República, certificadas por la Registraduría Nacional del Estado Civil. La financiación estatal de los candidatos que no reúnan estos requisitos, se realizará exclusivamente a través de la reposición de votos.

PARÁGRAFO. La financiación estatal previa está compuesta por un anticipo del Estado, que comprende una parte para la financiación de la propaganda electoral y otra para la financiación de otros gastos de campaña, tal y como se reglamenta en la presente ley.

CAPITULO IV

Financiación de las campañas presidenciales
Financiación estatal

ARTÍCULO 11. Financiación preponderantemente estatal de las campañas presidenciales. El Estado financiará

preponderantemente las campañas presidenciales de los partidos y movimientos políticos, lo mismo que las de los movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos que inscriban candidatos a la Presidencia de la República, y reúnan los requisitos de ley:

a) Los candidatos que reúnan los requisitos de ley para acceder a los beneficios de la financiación estatal previa, tendrán derecho a:

- Recibir, en primera vuelta, a título de anticipo aportes estatales igualitarios equivalentes a cuatro mil ochenta millones de pesos (\$4.080.000.000). De estos aportes, dos mil ochocientos millones de pesos (\$2.800.000.000) serán destinados a la financiación de la propaganda política de las campañas presidenciales, los restantes mil doscientos ochenta millones de pesos (\$1.280.000.000) serán para otros gastos de campaña.

Los recursos para la propaganda política los entregará el Ministerio de Hacienda y Crédito Público a las Campañas Presidenciales de los candidatos a los que se refiere el presente literal, al igual que los recursos para los otros gastos de campaña, dentro de los diez (10) días siguientes a la certificación expedida por el Consejo Nacional Electoral que establece el lleno de los requisitos previstos en el artículo anterior y la aceptación de la póliza o garantía correspondiente.

- Los candidatos que accedan a la segunda vuelta, si la hubiere, recibirán como anticipo aportes estatales igualitarios, equivalentes a dos mil cuatrocientos cincuenta millones de pesos (\$2.450.000.000), los cuales se destinarán a la financiación de la propaganda política en un cincuenta por ciento (50%) y el saldo en otros gastos de campaña, que se entregarán diez (10) días después del día de las elecciones de primera vuelta.

- Recibir vía reposición de votos una suma equivalente al número de votos válidos depositados multiplicado por mil setecientos cinco pesos por voto (\$1.705). Ningún candidato podrá recibir suma superior al monto de lo efectivamente gastado y aprobado por el Consejo Nacional Electoral, menos los aportes del sector privado y el anticipo dado por el Estado, en caso de que hubiera tenido acceso a él. Igualmente, en la segunda vuelta, si la hubiere, los candidatos recibirán una suma equivalente a ochocientos cincuenta y dos pesos (\$852) por votos válidos depositados. Tanto en la primera como en la segunda vuelta no se podrán exceder los toques de las campañas, establecidos en la presente ley.

Para tener derecho a la reposición de votos los candidatos deberán obtener en la elección para Presidente de la República, al menos una votación igual o superior al cuatro por ciento (4%) de los votos válidos depositados. Quien no consiga este porcentaje mínimo, no tendrá derecho a la financiación estatal de la campaña por el sistema de reposición de votos, y deberá devolver el monto de la financiación estatal previa en su totalidad. Estos montos de recursos, serán asegurados mediante póliza o garantía a favor del Estado, expedida por una entidad financiera privada, o en su defecto el partido que avale al

candidato podrá pignorar los recursos ciertos para la financiación que le corresponda en los años subsiguientes, como garantía por el monto recibido, siempre y cuando con ellas cancele las obligaciones contraídas. En el caso de que el candidato haya sido inscrito por movimientos sociales o grupos significativos de ciudadanos, la garantía o póliza deberá ser respaldada por los promotores del grupo hasta por el monto que se deba devolver;

b) La financiación de las campañas de los candidatos que no cumplan con los requisitos establecidos en el artículo diez (10) de esta ley para acceder a la financiación estatal previa de las campañas presidenciales, se regirá por las siguientes reglas:

1. El Estado, a través de la Registraduría Nacional del Estado Civil, financiará vía reposición de votos los gastos de campaña, en caso de que obtenga al menos el cuatro por ciento (4%) de los votos válidos depositados.

2. El valor de la reposición por voto válido será de tres mil cuatrocientos setenta y ocho pesos (\$3.478).

3. Los partidos o movimientos políticos, movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos que hayan inscrito candidato a la Presidencia de la República, y en cuya votación no logren por lo menos el cuatro por ciento (4%) del total de los votos válidos, no tendrán derecho a la reposición de gastos de campaña por voto.

PARÁGRAFO 1º. Los candidatos que reúnan los requisitos de ley para acceder a los beneficios de la financiación estatal previa, también podrán solicitar un monto adicional al anticipo de hasta el diez por ciento (10%) del tope establecido para la campaña presidencial, para utilizarlos en propaganda electoral en radio, prensa escrita o televisión, los cuales estarán garantizados a satisfacción del Ministerio de Hacienda y Crédito Público y regulados bajo los mismos parámetros establecidos para el anticipo destinado a otros gastos de campaña.

PARÁGRAFO 2º. El candidato presidencial que haya accedido a la financiación estatal previa y retire su nombre o desista de su candidatura antes de las elecciones en primera vuelta, deberá devolver la totalidad de los recursos recibidos de parte del Estado, dentro de los quince (15) días siguientes a su retiro. De no ser así, el Ministerio de Hacienda y Crédito Público y la Registraduría Nacional del Estado Civil, procederán judicialmente contra el candidato, su campaña presidencial, el Gerente de su campaña, los integrantes del Comité Financiero de su campaña y los Partidos o Movimientos Políticos que lo hayan inscrito.

ARTÍCULO 12. Topes de campaña. El tope de gastos de las campañas presidenciales del año 2006 será de diez mil millones de pesos (\$10.000.000.000) para la primera vuelta. Para la segunda vuelta presidencial, si la hubiere, el tope será de seis mil millones de pesos (\$6.000.000.000). El monto fijado como tope de campaña comprende la sumatoria, tanto de los recursos aportados por el Estado, como los aportados por los particulares.

Los candidatos que no cumplan con los requisitos para acceder a la financiación estatal previa de la campaña presidencial y que no alcancen el número de votos necesarios para acceder a la reposición de votos por parte del Estado, financiarán sus campañas en un ciento por ciento (100%) con aportes o donaciones de particulares.

ARTÍCULO 13. Los valores señalados en pesos en la presente ley, se reajustarán anualmente de acuerdo con el aumento del índice de precios al consumidor certificado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Dane.

ARTÍCULO 14. Monto máximo de las contribuciones o donaciones por parte de particulares. El veinte por ciento (20%) del tope de los gastos de las campañas presidenciales podrá ser financiado por personas naturales; sin embargo, las campañas presidenciales no podrán recibir aportes o donaciones individuales de personas naturales sino hasta el dos por ciento (2%) del monto fijado como tope de la campaña.

Los aportes de los candidatos y sus familiares hasta el cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad o primero civil no podrán superar en conjunto el cuatro por ciento (4%) del monto fijado como tope por el Consejo Nacional Electoral.

ARTÍCULO 15. Manejo de los recursos de las campañas presidenciales. Los recursos de las campañas presidenciales se recibirán y administrarán a través de una cuenta única y exclusiva para tal objetivo, tanto para la recepción de los aportes y donaciones, y gastos de reposición del Estado, como para los gastos de la misma campaña presidencial. Esta estará exenta del impuesto a las transacciones bancarias. La Superintendencia Bancaria establecerá un régimen especial de control y vigilancia que garantice la transparencia de los movimientos de dichas cuentas.

PARÁGRAFO. Las campañas presidenciales podrán acordar con la entidad financiera que seleccionen para abrir la citada cuenta, la apertura de las subcuentas que consideren necesarias para organizar la distribución o gasto de los recursos en las distintas áreas de trabajo en las que esté organizada la campaña presidencial.

ARTÍCULO 16. Gerente de campaña. El candidato presidencial deberá designar un gerente de campaña, encargado de administrar todos los recursos de la campaña. El gerente de campaña será el responsable de todas las actividades propias de la financiación de la campaña política, y los gastos de la misma. El gerente de campaña deberá ser designado dentro de los tres (3) días siguientes a la inscripción de la candidatura presidencial, mediante declaración juramentada del candidato, que deberá registrarse en el mismo término ante el Consejo Nacional Electoral. El gerente de campaña será el representante oficial de la campaña presidencial ante el Consejo Nacional Electoral para todos los efectos relacionados con la financiación de la campaña política y la posterior presentación de informes, cuentas y reposición de los gastos de la campaña. El gerente podrá

designar unos subgerentes en cada departamento o municipio, según lo considere. Estos serán sus delegados para la respectiva entidad territorial. Ningún servidor público o ciudadano extranjero podrá ser designado como gerente de campaña.

ARTÍCULO 17. Libros de contabilidad y soportes. Los responsables de la rendición de cuentas de la respectiva campaña deberán llevar el libro mayor de balances, el diario columnario y al menos un libro auxiliar, los cuales serán registrados ante la Organización Electoral al momento de la inscripción de los candidatos. Igualmente llevarán una lista de las contribuciones, donaciones y créditos, con la identificación, dirección y teléfono, de las personas naturales que realizaron la contribución o donación.

Esta documentación podrá ser revisada por el Consejo Nacional Electoral para verificar el cumplimiento de las normas sobre financiación de las campañas.

ARTÍCULO 18. Sistema de Auditoría. Con el objeto de garantizar el adecuado control interno en el manejo de los ingresos y gastos de la campaña presidencial, los partidos, movimientos políticos con personería jurídica, movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos, que inscriban candidatos, crearán y acreditarán ante el Consejo Nacional Electoral un sistema de auditoría interna como condición para iniciar la recepción de los aportes y contribuciones de los particulares y/o de recibir los recursos de financiación estatal. El auditor será solidariamente responsable del manejo que se haga de los ingresos y gastos de la campaña, así como de los recursos de financiación estatal, si no informa al Consejo Nacional Electoral sobre las irregularidades que se cometan.

El Consejo Nacional Electoral, por conducto del Fondo de Financiación de partidos y campañas electorales, tendrá a su cargo la realización de la auditoría externa sobre los recursos de financiación de los partidos y movimientos políticos con personería jurídica y de las campañas electorales, de que trata el artículo 49 de la Ley 130 de 1994. Dicho sistema deberá garantizar una cobertura nacional y será contratado con cargo al porcentaje del monto global de las apropiaciones presupuestales destinadas a la financiación estatal, que fije el Consejo Nacional Electoral. El valor del contrato se determinará hasta por una suma máxima equivalente a dicho porcentaje y el pago se hará con base en las cuentas o informes efectivamente auditados. El objeto del contrato deberá comenzar a ejecutarse desde el inicio de la campaña electoral, conforme al término definido en esta ley.

El sistema de auditoría externa será reglamentado por el Consejo Nacional Electoral.

ARTÍCULO 19. Responsables de la rendición de cuentas. El gerente de campaña será el responsable de la rendición pública de informes de cuentas de las campañas en las que participen. El candidato presidencial, el gerente, el tesorero y el auditor de las campañas, responderán solidariamente por la oportuna presentación de los informes contables y por

el debido cumplimiento del régimen de financiación de campañas. Cualquier modificación en la designación del gerente, el tesorero o el auditor de las campañas será informada a la autoridad electoral.

ARTÍCULO 20. Reglamentación. El Consejo Nacional Electoral reglamentará lo referente al sistema único de información sobre contabilidad electoral, presentación de cuentas, período de evaluación de informes, contenido de informes, publicidad de los informes, sistema de auditoría y revisoría fiscal.

ARTÍCULO 21. Vigilancia de la campaña y sanciones. El Consejo Nacional Electoral podrá adelantar en todo momento, auditorías o revisorías sobre los ingresos y gastos de la financiación de las campañas. Con base en dichos monitoreos o a solicitud de parte, podrá iniciar investigaciones sobre el estricto cumplimiento de las normas sobre financiación aquí estipuladas. De comprobarse irregularidades en el financiamiento se impondrán sanciones de acuerdo con la valoración que hagan de las faltas, en el siguiente orden:

1. Multas entre el uno por ciento (1%) y el diez por ciento (10%) de los recursos desembolsados por parte del Estado para la respectiva campaña.
2. Congelación de los giros respectivos.
3. En caso de sobrepasar el tope de recursos permitidos, bien por recibir donaciones privadas mayores a las autorizadas, o por superar los topes de gastos, se podrá imponer la devolución parcial o total de los recursos entregados.
4. En el caso del ganador de las elecciones presidenciales, el Congreso podrá decretar la pérdida del cargo según el procedimiento contemplado para las investigaciones y juicios por indignidad política.

PARÁGRAFO. La denuncia por violación de los topes de campaña deberá ser presentada dentro de los treinta (30) días siguientes a la fecha de la elección presidencial.

CAPITULO V

Acceso a medios de comunicación social

ARTÍCULO 22. Acceso equitativo a espacios en los medios de comunicación social que usan el espectro electromagnético.

En el período comprendido entre los sesenta (60) días anteriores a la elección presidencial y ocho (8) días antes a la misma, el Estado hará uso durante un (1) mes del Espectro Electromagnético destinado a los concesionarios y operadores privados de radio y televisión en un espacio diario de dos (2) minutos en televisión en horario «triple A» y cuatro (4) minutos diarios en radio en el horario de mayor audiencia, para que los candidatos divulguen sus tesis y programas de gobierno. El Consejo Nacional Electoral determinará por sorteo la distribución de estos espacios entre los distintos candidatos, durante los días hábiles de la semana. Estos programas se emitirán hasta ocho días antes de la fecha de votación. Los costos de producción de estos programas, serán asumidos respectivamente por cada una de las campañas presidenciales.

PARÁGRAFO. En el caso del servicio de televisión, la Comisión Nacional de Televisión reservará dichos espacios, previo concepto del Consejo Nacional Electoral. En el caso del servicio de radiodifusión, dicha reserva deberá ser hecha por el Ministerio de Comunicaciones, en los mismos términos.

ARTÍCULO 23. Acceso al Canal Institucional y la Radiodifusora Nacional.

Durante el período de campaña presidencial, los partidos y movimientos políticos con personería jurídica, mantendrán el acceso a los medios de comunicación social en los términos de la ley de partidos y movimientos políticos. Tendrán los mismos derechos de estos, los movimientos sociales y los grupos significativos de ciudadanos que inscriban candidato a la Presidencia de la República en los términos de la presente ley. Además de los programas de televisión del Canal Institucional previstos en la ley, durante la campaña presidencial los partidos o movimientos políticos con personería jurídica, los movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos que inscriban candidato a la Presidencia de la República, tendrán derecho a:

1. Realizar tres (3) debates de hasta sesenta (60) minutos cada uno, por parte y a petición conjunta de todos los candidatos presidenciales o de algunos de ellos, con las reglas y sobre los temas que ellos señalen en la petición durante el período de campaña presidencial.

2. Realizar una intervención de hasta cinco (5) minutos por parte de cada candidato, dentro de la semana siguiente al inicio de la campaña presidencial, con el fin de presentar su programa de gobierno a los ciudadanos. Estas transmisiones se realizarán en enlace nacional de todos los canales de televisión y estaciones de radio, estatales.

3. Realizar una intervención de hasta diez (10) minutos por parte de cada candidato presidencial, ocho (8) días antes de las elecciones a la Presidencia de la República, con el fin de presentar a los ciudadanos sus palabras de cierre de campaña. Estas transmisiones se realizarán en enlace nacional de todos los canales de televisión y estaciones de radio, estatales. El Consejo Nacional Electoral, de acuerdo con sus competencias, reglamentará la materia dentro de los tres (3) días siguientes al cierre de la inscripción de los candidatos a la Presidencia de la República.

ARTÍCULO 24. Propaganda electoral.

Cada una de las campañas presidenciales, podrán contratar sólo durante los treinta (30) días anteriores a la elección presidencial en primera vuelta, y durante el lapso entre esta y la segunda vuelta, si la hubiere, con los concesionarios y operadores privados de televisión, espacios para divulgar propaganda electoral de las respectivas campañas. Las campañas presidenciales podrán contratar y realizar propaganda electoral en la prensa escrita y la radio, durante los tres (3) meses anteriores a la elección presidencial. Cada campaña presidencial decidirá en qué medio de comunicación social desea pautar, teniendo como límite los topes establecidos en la presente ley.

Las propagandas no podrán utilizar los símbolos patrios.

Las empresas que prestan el servicio de televisión por suscripción tienen prohibida la transmisión o divulgación de propaganda electoral referente a la campaña presidencial en Colombia, que sean transmitidos en los canales de televisión extranjeros. Los concesionarios y operadores privados de radio y televisión están en la obligación de emitir propaganda política a una tarifa inferior a la mitad de la efectivamente cobrada por estos mismos espacios durante el año anterior.

PARÁGRAFO. También podrá transmitirse divulgación política o propaganda electoral a través del servicio de televisión y radio difusión comunitaria.

ARTÍCULO 25. Garantía de equilibrio informativo entre las campañas presidenciales. Los concesionarios y operadores privados de radio y televisión deberán garantizar el pluralismo, el equilibrio informativo y la veracidad en el manejo de la información sobre las campañas presidenciales y el proselitismo electoral. Para estos efectos, remitirán un informe semanal al Consejo Nacional Electoral de los tiempos o espacios que en dichas emisiones o publicaciones se le otorgaron a las actividades de campaña presidencial de cada candidato. El Consejo Nacional Electoral publicará dicha información y verificará que la presencia de los candidatos en dichas emisiones o publicaciones sea equitativa.

Si de estos informes el Consejo Nacional Electoral deduce que no se ha dado un trato equitativo en la información de las actividades políticas de los candidatos presidenciales, la entidad solicitará al respectivo medio de comunicación social que establezca el equilibrio informativo, y podrá acordar con el respectivo medio y la Comisión Nacional de Televisión, o el Ministerio de Comunicaciones, según sea el caso, las medidas que se requieran dentro de las setenta y dos (72) horas siguientes. Las campañas presidenciales suministrarán diariamente material audiovisual y escrito suficiente sobre las actividades políticas de sus candidatos a los medios de comunicación social, quienes seleccionarán libremente los aspectos que consideren valiosos para la información noticiosa.

ARTÍCULO 26. Prohibiciones para todos los candidatos a la Presidencia de la República. Ningún candidato, a título personal directa o indirectamente, desde el momento de su inscripción, podrá contratar, alquilar, producir y/o dirigir programas de género periodístico en medios de comunicación social.

ARTÍCULO 27. Regulaciones a las transmisiones presidenciales en el Canal Institucional. No podrán ser transmitidas por el Canal Institucional del Estado la gestión del gobierno.

ARTÍCULO 28. De las encuestas electorales. Toda encuesta de opinión de carácter electoral al ser publicada o difundida por cualquier medio de comunicación, tendrá

que serlo en su totalidad y deberá indicar expresamente la persona natural o jurídica que la realizó y la encomendó, la fuente de su financiación, el tipo y tamaño de la muestra, el tema o temas concretos a los que se refiere, las preguntas concretas que se formularon, los candidatos por quienes se indagó, el área y la fecha o período de tiempo en que se realizó y el margen de error calculado. Sólo podrán divulgarse encuestas representativas estadísticamente, en las cuales los entrevistados sean seleccionados probabilísticamente.

Se prohíbe la realización o publicación de encuestas o sondeos la semana anterior a las elecciones a la Presidencia de la República en los medios de comunicación social nacional. También queda prohibida la divulgación en cualquier medio de comunicación de encuestas o sondeos, durante el mismo término, que difundan los medios de comunicación social internacionales.

El Consejo Nacional Electoral ejercerá especial vigilancia sobre las entidades o personas que realicen esta actividad cuando se trate de encuestas políticas, electorales o sondeos de opinión, para asegurar que las preguntas al público no sean formuladas de manera que induzcan una respuesta determinada y que las encuestas reúnan las condiciones técnicas señaladas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE.

Las empresas que contemplen dentro de su objeto la realización de encuestas políticas o electorales, deberán estar inscritas en el Registro Nacional de Encuestadores que para este efecto llevará el Consejo Nacional Electoral cuando estén destinadas a ser publicadas.

En ningún caso se podrán realizar o publicar encuestas, sondeos o proyecciones electorales el día de los comicios.

PARÁGRAFO 1º. Cuando un medio de comunicación realice sondeos de opinión o consultas abiertas para que los ciudadanos expresen opiniones sobre preferencias electorales por medio de Internet o de llamadas telefónicas, en las que no existe un diseño técnico de muestra ni es posible calcular un margen de error, el medio deberá informar claramente a sus receptores la naturaleza y alcance de la consulta y advertir que no se trata de una encuesta técnicamente diseñada.

PARÁGRAFO 2º. La infracción a las disposiciones de este artículo será sancionada por el Consejo Nacional Electoral, con multa de quince (15) a doscientos (200) salarios mínimos legales mensuales vigentes, según la gravedad de la falta, impuesta tanto al medio de comunicación como a quien encomendó o financió la realización de la encuesta. El monto de la multa se depositará en el Fondo Nacional de Financiación de Partidos y Campañas Electorales.

PARÁGRAFO 3º. Se entiende que una encuesta tiene carácter político cuando verse sobre asuntos relacionados con el Estado o con el poder político. Una encuesta o sondeo de opinión tiene carácter electoral cuando se refiere a preferencias electorales

de los ciudadanos, intenciones de voto, opiniones sobre los candidatos, las organizaciones políticas o programas de gobierno. También, en época electoral, las que versen sobre cualquier otro tema o circunstancia que pueda tener incidencia sobre el desarrollo de la contienda electoral.

CAPITULO VI Derecho de réplica

ARTÍCULO 29. Derecho de réplica. Durante el período de campaña presidencial, cuando el Presidente de la República o representantes del Gobierno Nacional, en uso de sus facultades realicen afirmaciones en medios de comunicación social del Estado, o que utilicen el espectro electromagnético, que atenten contra el buen nombre y la dignidad de los candidatos presidenciales, partidos o movimientos políticos con personería jurídica, movimientos sociales o grupos significativos de ciudadanos que hayan inscrito candidato a la Presidencia, siempre y cuando el medio de comunicación no haya dado al afectado la oportunidad de controvertir tales afirmaciones, el afectado podrá solicitar ante el Consejo Nacional Electoral el derecho a la réplica, quien resolverá la petición dentro de las cuarenta y ocho (48) horas siguientes. Para estos efectos el Consejo Nacional Electoral deberá solicitar al medio de comunicación las pruebas correspondientes y atender los principios del derecho de defensa y el debido proceso. En caso de ser concedida la réplica, el Consejo Nacional Electoral dispondrá que la misma se realice de manera oportuna, por lo menos en un tiempo y área de cubrimiento similar al que suscitó su ejercicio, en un medio de comunicación social que garantice su amplia difusión.

PARÁGRAFO. El medio de comunicación social del Estado, o que utilicen el espectro electromagnético que incumpla la presente disposición, estará sujeto a la imposición de las sanciones pecuniarias a que haya lugar, por parte del organismo competente, respetando las normas del debido proceso.

CAPITULO VII Regulaciones especiales durante la campaña presidencial

ARTÍCULO 30. Prohibiciones al Presidente durante la campaña presidencial. Durante los cuatro (4) meses anteriores a la fecha de votación en primera vuelta, y hasta la realización de la segunda vuelta, si fuere el caso, el candidato que ejerce la Presidencia o la Vicepresidencia de la República no podrá:

1. Asistir a actos de inauguración de obras públicas.
2. Entregar personalmente recursos o bienes estatales, o cualquier otra suma de dinero proveniente del erario público o producto de donaciones de terceros al Gobierno Nacional.
3. Referirse a los demás candidatos o movimientos políticos en sus disertaciones o presentaciones públicas, como Jefe de Estado o de Gobierno.
4. Utilizar o incluir la imagen, símbolos o consignas de su campaña presidencial en la publicidad del Gobierno.

5. Utilizar bienes del Estado, diferentes a aquellos destinados a su seguridad personal, en actividades de su campaña presidencial.

ARTÍCULO 31. Monto de la publicidad estatal. Durante la campaña presidencial, no se podrán aumentar los recursos destinados a la publicidad del Estado.

ARTÍCULO 32. Vinculación a la nómina estatal. Se suspenderá cualquier forma de vinculación que afecte la nómina estatal, en la Rama Ejecutiva del Poder Público, durante los cuatro (4) meses anteriores a la elección presidencial y hasta la realización de la segunda vuelta, si fuere el caso. Se exceptúan de la presente disposición, los casos a que se refiere el inciso segundo del artículo siguiente.

PARÁGRAFO. Para efectos de proveer el personal supernumerario que requiera la Organización Electoral, la Registraduría organizará los procesos de selección y vinculación de manera objetiva a través de concursos públicos de méritos.

ARTÍCULO 33. Restricciones a la contratación pública. Durante los cuatro (4) meses anteriores a la elección presidencial y hasta la realización de la elección en la segunda vuelta, si fuere el caso, queda prohibida la contratación directa por parte de todos los entes del Estado.

Queda exceptuado lo referente a la defensa y seguridad del Estado, los contratos de crédito público, los requeridos para cubrir las emergencias educativas, sanitarias y desastres, así como también los utilizados para la reconstrucción de vías, puentes, carreteras, infraestructura energética y de comunicaciones, en caso de que hayan sido objeto de atentados, acciones terroristas, desastres naturales o casos de fuerza mayor, y los que deban realizar las entidades sanitarias y hospitalarias.

CAPITULO VIII Disposiciones varias

ARTÍCULO 34. Declarado Inexequible.

ARTÍCULO 35. Seguridad a los candidatos presidenciales. El Gobierno Nacional dispondrá lo pertinente para que a través de la fuerza pública y los organismos de seguridad del Estado, se estructuren programas de protección y seguridad para los candidatos a la Presidencia de la República y los directivos de las campañas, si fuere el caso. Estos esquemas de protección los establecerán la Policía Nacional y el DAS, conjuntamente, con el pleno apoyo que sea requerido de las Fuerzas Militares, de conformidad con los estudios de nivel de riesgo que realicen. Semanalmente la Policía Nacional y el DAS, programarán la seguridad de los candidatos conjuntamente con las campañas, de acuerdo con la programación de recorridos y visitas que estas le anuncien. El Ministerio del Interior y de Justicia, coordinará la implementación de estos esquemas, para lo que establecerá un mecanismo de enlace permanente con cada una de las campañas presidenciales, y recibirá los reportes de protección de los organismos de seguridad del Estado.

ARTÍCULO 36. Condiciones especiales.

El Gobierno Nacional por iniciativa propia o a petición del Consejo Nacional Electoral o de un candidato inscrito a la Presidencia de la República, solicitará la presencia de una veeduría internacional que acompañe el proceso de elección en dichos puestos de votación, por lo menos quince (15) días antes de la fecha de los comicios.

Los puestos de votación que tendrán presencia de la veeduría internacional, serán concertados por el Consejo Nacional Electoral y los partidos, movimientos políticos, movimientos sociales, y grupos significativos de ciudadanos que hayan inscrito candidato a la Presidencia de la República.

TITULO III PARTICIPACION EN POLITICA DE LOS SERVIDORES PUBLICOS

ARTÍCULO 37. Declarado Inexequible.

ARTÍCULO 38. Prohibiciones para los servidores públicos. A los empleados del Estado les está prohibido:

1. Acosar, presionar, o determinar, en cualquier forma, a subalternos para que respalden alguna causa, campaña o controversia política.
2. Difundir propaganda electoral a favor o en contra de cualquier partido, agrupación o movimiento político, a través de publicaciones, estaciones oficiales de televisión y de radio o imprenta pública, a excepción de lo autorizado en la presente ley.
3. Favorecer con promociones, bonificaciones, o ascensos indebidos, a quienes dentro de la entidad a su cargo participan en su misma causa o campaña política, sin perjuicio de los concursos que en condiciones públicas de igualdad e imparcialidad ofrezcan tales posibilidades a los servidores públicos.
4. Ofrecer algún tipo de beneficio directo, particular, inmediato e indebido para los ciudadanos o para las comunidades, mediante obras o actuaciones de la administración pública, con el objeto de influir en la intención de voto.

5. Aducir razones de “buen servicio” para despedir funcionarios de carrera. La infracción de alguna de las anteriores prohibiciones constituye falta gravísima.

PARÁGRAFO. Los gobernadores, alcaldes municipales y/o distritales, secretarios, gerentes y directores de entidades descentralizadas del orden municipal, departamental o distrital, dentro de los cuatro (4) meses anteriores a las elecciones, no podrán celebrar convenios interadministrativos para la ejecución de recursos públicos, ni participar, promover y destinar recursos públicos de las entidades a su cargo, como tampoco de las que participen como miembros de sus juntas directivas, en o para reuniones de carácter proselitista.

Tampoco podrán inaugurar obras públicas o dar inicio a programas de carácter social en reuniones o eventos en los que participen candidatos a la Presidencia y Vicepresidencia de la República, el Congreso de la República, gobernaciones departamentales, asambleas departamentales, alcaldías y concejos municipales o distritales. Tampoco podrán

hacerlo cuando participen voceros de los candidatos.

No podrán autorizar la utilización de inmuebles o bienes muebles de carácter público para actividades proselitistas, ni para facilitar el alojamiento, ni el transporte de electores de candidatos a cargos de elección popular. Tampoco podrán hacerlo cuando participen voceros de los candidatos. La nómina del respectivo ente territorial o entidad no se podrá modificar dentro de los cuatro (4) meses anteriores a las elecciones a cargos de elección popular, salvo que se trate de provisión de cargos por faltas definitivas, con ocasión de muerte o renuncia irrevocable del cargo correspondiente debidamente aceptada, y en los casos de aplicación de las normas de carrera administrativa.

ARTÍCULO 39. Se permite a los servidores públicos. Los servidores públicos, en su respectiva jurisdicción, podrán:

1. Declarado Inexequible.
2. Inscribirse como miembros de sus partidos.
3. Declarado inexequible.
4. Declarado inexequible.

ARTÍCULO 40. Sanciones. Incumplir con las disposiciones consagradas en este capítulo, será sancionable gradualmente de conformidad con lo establecido en la Ley 734 de 2002 y según la gravedad del hecho.

ARTÍCULO 41. Actividad política de los miembros de las corporaciones públicas. No se aplicará a los miembros de las corporaciones públicas de elección popular, las limitaciones contenidas en las disposiciones de este título.

ARTÍCULO 42. Vigencia. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

La Presidenta del honorable
Senado de la República,
Claudia Blum de Barberi.

El Secretario General del
honorable Senado de la República,
Emilio Ramón Otero Dajud.

El Presidente de la honorable
Cámara de Representantes,
Julio E. Gallardo Archbold.

El Secretario General de la honorable
Cámara de Representantes,
Angelino Lizcano Rivera.

REPUBLICA DE COLOMBIA -
GOBIERNO NACIONAL
Públiques y ejecútese.

Dada en Bogotá, D. C., a 24
de noviembre de 2005.

El Ministro del Interior y de Justicia
de la República de Colombia,
delegatario de funciones presidenciales,
conforme al Decreto número 4241
del 23 de noviembre de 2005,
SABAS PRETELT DE LA VEGA
El Ministro del Interior y de Justicia,

Plan Nacional de Garantías ElectORAles 2006

PREPARACIÓN DEL PROCESO ELECTORAL

El Ministerio del Interior y de Justicia, encargado de coordinar y garantizar el normal desarrollo de los procesos electorales, presentó el Plan de Garantías para las elecciones de Congreso de la República (12 de Marzo de 2006) y Presidenciales (28 de mayo primera vuelta y 18 de junio segunda vuelta, si fuere necesario). Durante estas jornadas se elegirán Presidente y vicepresidente de la República, 102 Senadores y 162 Representantes a la Cámara.

También le compete a este Ministerio convocar la conformación de la Comisión Nacional para la Coordinación y Seguimiento de los Procesos Electorales, integrada por los ministros del Interior y de Justicia, que la preside, y los Ministros o Viceministros de Relaciones Exteriores, Defensa Nacional y Comunicaciones, así como el Director o Subdirector del DAS. Serán invitados permanentes el Fiscal General, el Procurador General, el Defensor del Pueblo, el Registrador Nacional y el Presidente del Consejo Nacional Electoral o sus delegados en ausencia de cualquiera de ellos. Oficia como Secretario de esta Comisión el Director de Asuntos Políticos y Electorales del Ministerio del Interior y de Justicia.

Esta Comisión instruirá a gobernadores y alcaldes para que ellos convoquen a su vez las Comisiones Departamentales y Municipales, instancias que atendiendo las directrices de la Comisión Nacional, convocarán a los voceros de las organizaciones políticas, candidatos, movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos para que las integren.

TRANSPARENCIA ELECTORAL

El Comité Nacional de Vigilancia y Control del Proceso Electoral reportará a la Comisión Nacional las posibles alteraciones presentadas por irregularidades en la nómina estatal y la firma de nuevos contratos de prestación de servicios con el Estado. Igualmente el Ministerio del Interior, La Procuraduría General de la Nación y la Contraloría General de la República, expedirán circulares a los gobernadores y alcaldes recordando la prohibición de utilizar la contratación estatal y la desviación de recursos públicos con fines electorales. La Fiscalía General de la Nación dará prioridad a las denuncias por presunta financiación de campañas con dineros públicos, de fuentes ilícitas o la comisión de cualquier delito electoral. Así mismo, la Procuraduría General recordará a todos los funcionarios públicos su inhabilidad para participar en política, proceso que se canalizará a través de las Oficinas de Control Interno en cada departamento y municipio del país.

Por último, tanto la Comisión como el Comité Nacional, deben atender las inquietudes de los voceros de los partidos políticos y las organizaciones sociales legalmente constituidos y a su vez presentar la Gobierno Nacional, los Partidos Políticos y la opinión pública, un informe de gestión que resuma la actividad de las Comisiones Departamentales y Municipales.

SEGURIDAD EN LAS ELECCIONES

Las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional expedirán las directivas respectivas a todos sus funcionarios para adoptar las medidas necesarias que garanticen el libre ejercicio del derecho al voto. Dichas actividades

estarán coordinadas con el DAS, las autoridades civiles, los candidatos y precandidatos presidenciales, aspirantes al Congreso y directores de campaña.

El Gobierno Nacional definirá las zonas de alto riesgo y adoptará los dispositivos necesarios para enfrentar manifestaciones de violencia o sabotaje en dichos territorios. En los municipios o departamentos afectados corresponde la realización de Consejos de Seguridad, convocados por los gobernadores o alcaldes y coordinados a escala regional por el Ministerio del Interior y de Justicia a través de las Direcciones de Entidades Territoriales y Orden Público y Asuntos Políticos y Electorales.

El Gobierno preverá un plan de acción para detectar las zonas de influencia de grupos ilegales, alimentadas por líneas telefónicas gratuitas, para que la comunidad denuncie y evite la suspensión de la jornada electoral. También se reforzará la seguridad para los candidatos, sus sedes de reunión y las de los partidos o movimientos políticos.

El análisis de riesgo y la protección de los candidatos está a cargo del DAS, mientras que los aspirantes que no puedan inscribirse en su región debido a la situación de orden público, pueden hacerlo ante el Registrador del Estado Civil en el lugar donde estuvieren.

La seguridad de las sedes políticas será atendida por la Policía Nacional, que a su vez debe desplegar las actividades de inteligencia y protección del proceso electoral, en coordinación con el Ministerio del Interior y de Justicia.

Así mismo, está vigente una póliza de seguros con la Compañía La Previsora S.A., para amparar todos

Plan Nacional de Garantías ElectORAles 2006

los vehículos automotores terrestres que sufran pérdidas parciales o totales por efecto de daños en actos terroristas. En tanto, la Presidencia de la República, los Ministerios del Interior y de Justicia, Defensa y Comunicaciones, la organización electoral, las Fuerzas Militares, la Policía Nacional, el DAS y los candidatos en riesgo, tendrán una red alterna de comunicaciones para conjurar cualquier emergencia el día de las elecciones. Por último, las autoridades garantizarán el libre ejercicio de la movilidad en todo el territorio nacional y la certeza de que cualquier ciudadano pueda votar libre y en secreto.

LOGÍSTICA ELECTORAL

La responsabilidad de la Organización Electoral es dirigir, vigilar y organizar las elecciones. El Ministerio del Interior y de Justicia por medio de la Comisión Nacional para la Coordinación y Seguimiento de los Procesos Electorales, ofrecerá el apoyo necesario para garantizar estos procesos y concertará con los gobernadores y alcaldes la consecución de lugares para instalar los lugares de votación y vigilar durante la jornada electoral el normal desarrollo de la misma. A su vez, el Consejo Nacional Electoral garantizará que toda encuesta de opinión electoral sea divulgada o publicada en su totalidad con la respectiva ficha técnica.

El sorteo y publicación de la lista de jurados corresponde a la organización electoral y la capacitación para que éstos entiendan su papel en los comicios se canalizará a través de las oficinas del Registrador Nacional del Estado Civil o sus delegados. Dichas listas no pueden ser modificadas y los eventuales reemplazos sólo serán avalados en caso de muerte o grave

enfermedad del jurado o algún pariente en primer grado de consanguinidad, no residir en el municipio para el que fue designado, ser menor de 18 años o haberse inscrito y votar en otro municipio. Dado el caso, la Registraduría Nacional designará el nuevo jurado entre un listado adicional dispuesto para tal efecto.

La capacitación de los jurados se hará mediante talleres a través de videos y el Ministerio de Comunicaciones apropiará los espacios necesarios en los medios de comunicación para reforzar dicha instrucción a los jurados de votación.

La Registraduría Nacional del Estado Civil dictará talleres de capacitación y definirá la fecha de entrega de las credenciales para los testigos electorales. Estos testigos están encargados de vigilar las elecciones y formular reclamaciones por alteraciones en la jornada y les está prohibido interferir en las votaciones o los escrutinios de los jurados. El Ministerio de Comunicaciones apropiará los espacios necesarios en los medios de comunicación para reforzar dicha instrucción.

Para asegurar la transparencia de las tarjetas electorales éstas serán impresas en papel de seguridad, con numeración consecutiva en cada mesa de votación y la verificación respectiva de los jurados, que a su vez deberán firmarlas antes de entregarlas a los votantes.

PEDAGOGÍA CIUDADANA

Autoridades, candidatos, periodistas y votantes serán cobijados por los programas de pedagogía ciudadana. El Ministerio de Comunicaciones y la Comisión Nacional de Televisión realizarán las gestiones para destinar

los espacios necesarios que difundan capacitación electoral para la ciudadanía con suficiente anterioridad y frecuencia. Las normas electorales vigentes serán publicadas por la Dirección de Asuntos Políticos y Electorales del Ministerio del Interior, que a su vez entregará a los medios de comunicación una cartilla explicativa con información de los derechos y deberes del votante, prohibiciones especiales, inhabilidades e incompatibilidades, delitos e incentivos electorales y el Plan de Garantías Electorales 2006.

Por su parte, el Ministerio de Comunicaciones apoyará la estrategia de divulgación con publicidad en los medios de comunicación para fomentar la participación ciudadana y publicar las líneas telefónicas 9800 y correos electrónicos para recibir quejas y denuncias canalizadas a través de los comités de vigilancia.

Por último, se divulgarán en los medios masivos de comunicación las fechas de inscripción de candidatos y elecciones, así como se garantizará la adecuada participación de los partidos políticos y sus candidatos en los medios de comunicación social del Estado. El Gobierno Nacional invitará con antelación a representantes de destacados organismos democráticos internacionales para que oficien como observadores del proceso electoral colombiano.

Todo lo expuesto en este documento está ajustado a lo previsto en la sentencia de exequibilidad que hizo la Corte Constitucional de la Ley de Garantías.

CALENDARIO ELECTORAL
CONGRESO DE LA REPÚBLICA 2006-2010

Convenciones:

Art: Artículo; **mod:** modifica;
L: Ley; **Num:** Numeral,
C.P.C.: Constitución Política de Colombia;
D-L: Decreto Ley;
C.E.: Código Electoral;
CNE: Consejo Nacional Electoral; **Inc:** Inciso

PLAZO	EVENTO Y SOPORTE LEGAL
Febrero 7	A las 6:00 p.m. vence el término para inscribir candidatos (Art88 C.E. mod. Art4 L62-88)
Febrero 10	La Registraduría Nacional envía lista de candidatos a la Procuraduría General para detectar ciudadanos inhabilitados (Num1 Art277 C.P.C.). También vence el plazo para que Partidos y Movimientos Políticos presenten a las Registradurías regionales la lista de sus testigos electorales (Num11 Art5 D-L1010-00 y Art121 C.E.)
Febrero 20	Selección de los Delegados del Consejo Nacional Electoral (Art175 Inc2 C.E.)
Febrero 25	A las 6:00 p.m. vence el plazo para las últimas modificaciones de los partidos a las listas de candidatos inscritos (Art94 C.E.)
Febrero 26	Reporte de las listas definitivas de candidatos inscritos por parte de los Delegados del CNE y las Registradurías Distritales (Art98 C.E.)
Febrero 27	Los Tribunales designan comisiones escrutadoras y claveros (Art148, 157 y 158 C.E.)
Marzo 10	Inicia el periodo de inmunidad de las comisiones escrutadoras (Art127 C.E.)
Marzo 11	A las 6:00 p.m. empieza la Ley Seca (Art206 C.E.)
Marzo 12	Los ciudadanos eligen 102 Senadores y 162 Representantes a la Cámara (Art207 C.E.)
Marzo 13	Toda la Comisión Escrutadora debe asistir a la sede de la Registraduría respectiva (Art161 C.E.). Finaliza la Ley Seca (Art206 C.E.)
Marzo 14	A las 9:00 a.m. se inician los escrutinios municipales, distritales y auxiliares (Art160 C.E.)
Marzo 19	A las 9:00 a.m. se inician los escrutinios departamentales (Art177 C.E.)

CALENDARIO ELECTORAL
PERIODO PRESIDENCIAL 2006-2010

Convenciones:

Art: Artículo;
mod: modificado; **L:** Ley;
Num: Numeral, **C.P.C.:** Constitución Política de Colombia;
D-L: Decreto Ley;
C.E.: Código Electoral;
CNE: Consejo Nacional Electoral; **Inc:** Inciso

PLAZO	EVENTO Y SOPORTE LEGAL
Enero 27	Se inicia la campaña presidencial, cuatro meses antes de la votación en primera vuelta, más el término establecido para la segunda vuelta, si fuere el caso (Art2 L996-05)
Febrero 27	La Registraduría Nacional publica los listados del Censo Electoral (Art8 L6 de 1900). Solicitud de listas de jurados de votación a las entidades públicas, privadas y partidos políticos (Art5 Num1. L163-94). Vence plazo para que comandantes de las Fuerzas Militares y Policía Nacional remitan listado de cédulas de integrantes de las Fuerzas para excluirlos del Censo Electoral (Art86 C.E.)
Febrero 28	Alcalde y Registradores expiden y exhiben en lugar público la Resolución que define los sitios para ubicar las mesas de votación (Art10. L6-90)
Marzo 10	Vence el término para la inscripción de candidatos a la Presidencia y Vicepresidencia de la República, que no participaron en la Consulta Popular Interna del 12 de marzo (Art8 L996-05)
Marzo 13	La Registraduría Nacional envía lista de candidatos a la Procuraduría General para detectar ciudadanos inhabilitados (Num1 Art277 C.P.C.).
Marzo 17	Vence el término para la modificación de la lista de los candidatos que no participaron en la Consulta Popular Interna del 12 de marzo (Art8 L996-05)
Abril 3	A las 6:00 p.m. vence el plazo para la inscripción de los candidatos elegidos en Consulta Popular Interna (Art88 C.E. Mod Art4 L62-88)
Abril 12	Conformación de listas de Delegados del Consejo Nacional Electoral (Art175 C.E. Mod Art13 Inc1 L62-88)
Abril 28	Vence el término para que los partidos presenten a las Registradurías del Estado Civil las listas con los testigos electorales (Num11 Art5 D-L1010 del 2000. Art121 C.E.)
Mayo 8	Selección de Delegados del Consejo Nacional Electoral (Art175 Inc2 C.E.). A las 6:00 p.m. vence el plazo para la modificación de listas de candidatos inscritos en caso de muerte o renuncia (Art95 C.E.)
Mayo 13	Designación de los jurados de votación (Art101 C.E. Mod Art5 L163-94)
Mayo 15	Los Tribunales designan Comisiones Escrutadoras y Claveros (Arts148, 157 y 158 C.E.)
Mayo 18	Publicación de listas de jurados de votación (Art105 C.E.)
Mayo 27	A las 6:00 p.m. se inicia la Ley Seca (Art206 C.E.)
Mayo 28	Los ciudadanos eligen la fórmula Presidente-Vicepresidente para el periodo 2006-2010
Mayo 29	Los miembros de las Comisiones Escrutadoras deben estar en la sede del escrutinio (Art161 C.E.). A las 6:00 a.m. finaliza la Ley Seca (Art206 C.E.). A las 11:00 a.m. inician los escrutinios en las Registradurías Auxiliares, Municipales y del Distrito Capital (Art6 L163-94)
Mayo 30	A las 8:00 a.m. se inician los escrutinios Departamentales (Art6 L163-94)

Vote

Elecciones 2006

Incentivos electorales

(Ley 403 de 1997 y 815 de 2003)

Domingo 12 de marzo
Domingo 28 de mayo

Si vota tiene derecho a:

- ✓ Ser preferido en caso de empate, frente a quien no lo haya hecho, en exámenes de ingreso a Instituciones Públicas o Privadas de Educación Superior.
- ✓ Ser preferido en caso de empate, frente a quien no lo haya hecho, en la adjudicación de becas educativas, de predios rurales y de subsidios de vivienda que ofrezca el Estado.
- ✓ Rebaja de un (1) mes en el servicio militar si es bachiller y de dos (2) meses si es soldado campesino regular.
- ✓ Ser preferido en caso de igualdad de puntaje en la lista de elegibles, frente a quien no lo haya hecho, para un empleo de Carrera del Estado.
- ✓ 10% de descuento en la matrícula, en una Institución de Educación Superior del Estado, en todos los períodos académicos siguientes a la votación y hasta que se realice una nueva elección.
- ✓ 10% de descuento por una sola vez, en el valor de expedición del pasaporte durante los cuatro (4) años siguientes a la votación.
- ✓ 10% de descuento del valor a cancelar por concepto de trámite de expedición inicial o renovación del pasado judicial.
- ✓ 10% de descuento del valor a cancelar por concepto de trámite de expedición inicial y duplicados de la libreta militar.
- ✓ 10% de descuento del valor a cancelar por duplicados de la cédula de ciudadanía del segundo duplicado en adelante.
- ✓ Media jornada de descanso remunerada, convenida entre empleador y trabajador



Línea de información, quejas y denuncias electorales:

01 8000 111 881

Mayor información

www.mininteriorjusticia.gov.co



Libertad y Orden
República de Colombia

Ministerio del Interior y de Justicia