

PROPUESTA SEMINARIO TALLER INCIDENCIA POLITICA
PROGRAMA FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL E INTERCAMBIO DE
EXPERIENCIAS COPARTES

CIVIS. Cali, 26 – 28 Julio 2006

COORDINADOR: ALBERTO E. CIENFUEGOS R.
Correo:albcienfuegos@yahoo.com

OBJETIVO GENERAL

Contribuir a la estructuración de planes de incidencia social y política, Que tengan como ejes la movilización social y la opinión pública. Concentrado en los niveles de promoción y exigibilidad de derechos enmarcados en los proyectos estratégicos definidos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Presentar y discutir los fundamentos teóricos y analíticos de la Lógica de la acción colectiva.
- Presentar y discutir los fundamentos teóricos y analíticos de la incidencia política y social.
- Identificar los tipos de estrategias más comunes en la incidencia política.
- Analizar las estrategias de incidencia utilizadas por los gremios en Colombia
- Identificar las estrategias utilizadas y sus resultados
- Sugerir el análisis y estructuración de estrategias para los proyectos.

Metodología

Se trabajaran tres segmentos: Lógica de acción colectiva y la movilización social; Fundamentos de la incidencia política y su campo de posibilidades; estrategias utilizadas por los gremios en Colombia.

Cada segmento tiene un referente esencial en la bibliografía distribuida.

Cada segmento se abordara en dos partes: una presentación magistral del Coordinador y una sesión de preguntas y comentarios, las cuales estarán orientadas a la concretar las estrategias que demandan los proyectos.

Los participantes estructuraran un menú, lo mas amplio posible de estrategias e intentaran sustentarlo a la luz de la discusión realizada.

Incidencia Política

Seminario Taller

Coordinador

Alberto E. Cienfuegos R.

Duración: 20 horas.

Primera Sesión

PRESENTACIÓN GENERAL DEL TALLER

OBJETIVO GENERAL

Contribuir a la estructuración de planes de incidencia social y política, que tengan como ejes la movilización social y la opinión pública. Concentrado en los niveles de promoción y exigibilidad de derechos enmarcados en los proyectos estratégicos definidos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Presentar y discutir los fundamentos teóricos y analíticos de la lógica de la acción colectiva.
- Presentar y discutir los fundamentos teóricos y analíticos de la incidencia política y social.
- Identificar los tipos de estrategias más comunes en la incidencia política.
- Analizar las estrategias de incidencia utilizadas por los gremios en Colombia.
- Identificar las estrategias utilizadas y sus resultados.
- Sugerir el análisis y estructuración de estrategias para los proyectos.

PRESENTACIÓN

Si quisiéramos resumir el objetivo central de este seminario podría decirse que se trata de construir un marco analítico de soporte para construcción de estrategias de incidencia política. Para lograrlo se trabajará en cinco sesiones de cuatro horas así: En la primera sesión se hará una aproximación contextual, no necesariamente exhaustiva, de las estrategias centrales de incidencia política del presidente Álvaro Uribe Vélez (no se trata de una evaluación, sino más bien un análisis que sirve de referencia). Además se trabajarán los fundamentos de la incidencia política. Esta sesión permitirá comprender:

- Por qué el presidente tiene tanto éxito en los estratos 1 y 2
- Por qué quienes se esperan que hagan participación política no la hacen.

En una segunda sesión se verán los fundamentos conceptuales de la incidencia política y en la tercera sesión se analizarán las estrategias de incidencia política más importantes desarrolladas por los gremios en Colombia.

En la cuarta sesión se hará una presentación que recoja los elementos de los referentes teóricos y en una sesión final se hará una reflexión de todo el trabajo realizado y algunas recomendaciones generales.

ACCIONES ESENCIALES ESTRATÉGICAS EN LA CAMPAÑA DE ÁLVARO URIBE

Los concejos comunitarios de gobierno han sido la principal acción estratégica durante los últimos cuatro años. De esta manera se consiguen dos objetivos concretos:

- Generación de una imagen distante del gobernante frente a su gobierno. Pareciera que la figura humana del presidente se encuentra en una posición diferente a la que se encuentran los demás miembros del gobierno. Se trata entonces de una persona de carne y hueso, normal, que se acerca a sus comunidades y las escucha.
- En la misma dirección que el objetivo anterior, se genera la sensación de que el gobernante es superior a sus estamentos. Por ejemplo, la gente del común tiende a pensar que es posible que haya corrupción en el gobierno pero no necesariamente en su presidente, o que pese a que el gobierno puede presentar múltiples problemas el gobernante va en la vía correcta.

En los consejos comunitarios el presidente suele tomarse para sí las actuaciones que son competencia de los gobernantes locales achatando de alguna manera el sistema político mientras se genera una falsa sensación de que lo que prima son la horizontalidad en las relaciones. Esta estrategia impacta fuertemente los microcontextos, dado que se hace elemental suponer que un ciudadano prefiera que sus problemas sean atendidos de manera directa por un presidente y no por un concejal o un alcalde.

Achatamiento del sistema político

Una segunda estrategia podría ser llamada: incidencia por afectación del contexto. El referendo mostró un ejemplo claro de cómo funciona esta afectación cuando el presidente, en vez de negociar directamente sus diferencias con los parlamentarios que no apoyaban su propuesta, decidió hacer concejos comunitarios en las zonas de influencia de tales parlamentarios conectándose directamente con sus electores primarios. A través de los electores ejerció presión indirecta sobre los parlamentarios. Esta fue quizás su principal estrategia para lograr el apoyo de los congresistas uribistas que de algún modo no se encontraban totalmente de acuerdo con la propuesta de referendo.

Esta estrategia, más que una estrategia de afectación de la opinión pública puede ser entendida como una estrategia que afecta a sectores sociales identificados en territorios de influencia política.

La tercera estrategia ha consistido en hacer un análisis minucioso que le permite identificar los valores más preciados por la sociedad en Colombia y atribuirse los para sí: La frase *“trabajar, trabajar y trabajar”* no es simplemente un eslogan, se

trata de la apropiación de uno de las acciones más altamente valoradas por la sociedad: el presidente es percibido entonces como síntesis trabajo. No importa que en el país las condiciones de empleabilidad sean cada día más precarias, lo importante es que el presidente trabaja, trabaja y trabaja.

Igual sucede con la apropiación de giros lingüísticos de alta resonancia como por ejemplo el término “patria, utilizado por el presidente en casi todas sus intervenciones.

En la utilización de estas estrategias el presidente ha venido construyendo un alto nivel de incidencia social, tan alto que no importan los indicadores que dan cuenta de tres millones y medio de personas desplazadas, del sesenta por ciento de la población colombiana viviendo en la pobreza o del quince por ciento en la miseria. Aún así, ¿existen otros indicadores que nos ubican como el segundo país más feliz del mundo!

Lo anterior, obviamente, no puede ser entendido por fuera del contexto del sistema capitalista global al que, en los momentos actuales, no le afectan la pobreza y la miseria. La globalización trae consigo un manto perverso de conformidad social, la pobreza y la miseria ya no son amenazas para el régimen y como si fuera poco los indicadores sociales, maquillados además por el gobierno, funcionan como anestesia y naturalización de la situación.

- ¿Qué tanto influye como incidencia la exagerada propaganda política?

Podría pensarse que la aparición excesiva en medios de comunicación y en otros contextos tiende a generar una idea de cansancio en la población. Sin embargo la estrategia en este sentido ha sido la de incorporar un alto nivel de detalles cotidianos en cada una de sus intervenciones. Los detalles particulares en el discurso generan credibilidad en lo que se dice y de esta manera se neutraliza la saturación. Además al realizar una medición constante de sus niveles de aceptación y popularidad el presidente se muestra tal y como la gente quisiera verlo. El mundo de las percepciones es el área principal de la acción política.

De otro lado, podría decirse que el presidente ha logrado doblegar a los diferentes medios de comunicación en el país. Casos concretos pueden encontrarse en el periódico El Tiempo y los canales de televisión. El primero de ellos se declaró públicamente uribista en su editorial del 28 de agosto del 2005, claro está, teniendo en cuenta que quince días antes el ministerio de comunicaciones había concedido al sistema de comunicación avantel (propiedad del mismo grupo al que pertenece el periódico El Tiempo) la posibilidad de operar al mismo nivel de la telefonía celular, entrando así a formar parte del jugoso negocio. De igual modo sucedió con los canales de televisión quienes cesaron toda labor crítica ante el advenimiento de las nuevas concesiones.

- Si Uribe se ha sentado a planificar una estrategia como esta durante cuatro años ¿es posible responder desde los sectores populares de igual forma?

No es cierto que Uribe llegue a la presidencia con un diseño planeado en su totalidad previamente. En primer lugar Uribe apenas aparece en la “baraja” presidencial a comienzos del año 2002 y comienza con la implementación de manuales de persuasión estadounidense (Su estrategia política es el primer colombiano doctorado en persuasión en una universidad estadounidense).

Su primera estrategia fue la de establecer conversación directa con cerca de seis cientos mil colombianos. Para esto, organizó seiscientas reuniones locales y esto explica en buena medida su abrupta subida en los indicadores dados por las encuestas.

Por otro lado, para seguir con la segunda parte de la respuesta, la gran dificultad para desarrollar una contra estrategia es la falta de todos los recursos que Uribe tiene. Sin embargo, lo anterior no significa que no sea posible, de hecho, existe la responsabilidad de hacerlo y para ello es necesario buscar recursos y conseguir aliados.

En este sentido, es clave saber que los gobiernos y los medios de comunicación, de alguna manera, han ido caricaturizando y deslegitimando las estrategias tradicionales de protesta y movilización. Por esta razón se hace necesario pensar en nuevas estrategias. Entre muchas de las acciones estará la de crear un programa que permita la consolidación y fortalecimiento de los medios alternativos de comunicación.

- También se piensa que lo que catapultó la figura del presidente fue la coyuntura de la confrontación armada y su firme actitud de no negociar, de no hacer lo que el gobierno anterior había hecho...

Este argumento es válido pero habría que hacer una precisión: las mediciones le dijeron al presidente Uribe que la población estaba cansada de las FARC y que la gente estaba demandando entereza, carácter y firmeza. Eso fue entonces lo que el presidente asumió, haciendo ver como si fueran suyos los propios deseos de la población. En la actualidad, cuando nuevamente basado en las mediciones se da cuenta que el 62% de la población privilegia la salida negociada, hace guiños entonces a las conversaciones de paz con el ELN y al intercambio humanitario con las FARC.

Constante interés del presidente por estar conectado con la opinión pública.

- Quizás una de sus estrategias ha sido también hacer parecer a los anteriores gobernantes como si fueran absolutamente corruptos y como si la democracia verdadera apenas estuviera naciendo con su mandato.

Eso es cierto, y quizás el principal error de la oposición ha sido el de querer responder desde la lógica de los argumentos mientras que el presidente habla y actúa desde el mundo de las percepciones. La oposición se comporta como si la población estuviera sumida en una penumbra que no les permite darse cuenta de la Verdad Verdadera, pero lo cierto es que no sólo hace falta develar la mentira. El conocimiento político no está hecho exclusivamente de argumentos, se hace en la cotidianidad de las relaciones diarias, en la etiqueta del día a día, en la forma de nombrar las cosas, en la forma como los medios nos informan. Por esto, no basta sólo con desnudar las mentiras del presidente una sola vez frente a la audiencia, pues haría falta una serie de acciones sistemáticas.

Este juego de manipulación en el mundo de las percepciones se da en medio de una crisis de representación mediática de los acontecimientos públicos. Hay una diferencia enorme entre lo que sucede y lo que aparece en los diferentes medios masivos de información. Muchos sectores simplemente tienen la sensación de que el país está encaminado en la vía correcta, pero existe poco interés por el contexto. Simplemente las cosas son así aunque no se sepa por qué, la gente no usa su situación personal como parámetro de medición para entender porqué supuestamente el país va en la vía correcta, sino que se atiene a la repetición mecánica una y otra vez de que las cosas van por buen camino.

- ¿Es la figura personal del presidente lo que ha sido importante en esta campaña? Es decir, ¿por qué él y no otro?

Su figura y no la de otra persona sí ha sido clave en este proyecto político, esto porque el presidente aparece en un momento coyuntural que potencia sus capacidades: el alto grado de protagonismo de los grupos paramilitares en el contexto nacional. Este proyecto político le permite al presidente, siendo una persona emergente, articular intereses paramilitares y de los sectores de élite. Por un lado su capacidad de incidencia en el paramilitarismo permite consolidar su proceso de desmovilización y por el otro, al nombrar como vicepresidente a un personaje con apellidos tradicionales envía a las élites el mensaje claro de que su mandato estará de su parte.

Se trata entonces de la capacidad para articular y establecer negociaciones con todos los sectores en terrenos políticos no siempre estables.

- ¿Una estrategia de oposición que convoque nuevos públicos podría apelar a la memoria histórica sobre todas las cosas que pueden ser cuestionables del presidente Uribe?

En primer lugar cabe recordar hasta dónde pueden llegar las acciones de los que estamos aquí presentes. Es clave tener en cuenta que no podemos remplazar las funciones de un partido político. Disputar el poder presidencial del Álvaro Uribe es tarea de un partido.

Lo importante entonces es identificar en cada uno de nuestros proyectos la forma de incidir en los microcontextos para disputar ámbitos de influencia social y política.

PARTICIPACIÓN POLÍTICA

La participación política es el conjunto de actos y actividades que se orientan a influir: 1) a quienes detentan el poder en el conjunto del sistema político, 2) en las instituciones, y 3) en el proceso de selección de los gobernantes.

RASGOS O CARACTERÍSTICAS DE LA PARTICIPACIÓN

Bien sea a través de las dos formas básicas de participación (actos -participación visible- y actitudes -participación invisible-), la participación siempre estará encaminada a preservar o a transformar la estructura del sistema y los valores dominantes. Este sería un primer rasgo de la participación.

Una segunda característica de la participación es que puede darse en tres dimensiones: aceptación, desafiante no radical y desafiante radical al sistema. Así, si la participación busca preservar o transformar, la primera dimensión estaría encaminada a la preservación mientras que las otras dos dimensiones buscan la transformación.

Cuando se habla de participación desafiante no radical, se asume una aceptación de los marcos de referencia establecidos para la participación y desde allí se busca ejercer el desafío. La tercera dimensión, desafiante radical, se caracteriza por ser extrasistémica buscando precisamente la destrucción del sistema.

Para comprender un poco más la génesis de estas dimensiones de la participación se hace necesario revisar la noción de sistemas incluyentes y sistemas inflexibles. Los sistemas incluyentes se caracterizan por ser altamente democráticos y por incorporar las demandas crecientes de los sujetos. Los sistemas políticos con poca capacidad para incorporar las demandas de los nuevos sujetos políticos y sociales serán entonces los sistemas inflexibles.

Podría pensarse que este último tipo de sistema es absurdo en su concepción debido a la cantidad de malestares que podría generar en todos aquellos que no se vean representados. No obstante estos sistemas funcionan en propiedad haciendo uso de lo que se denomina coaliciones mínimas. Por ejemplo, en un municipio pequeño con nueve concejales el alcalde no necesariamente intentará establecer una coalición con todos ellos, basta con ganar el favor de sólo cinco concejales para tener el control. Esto además, significa que las ganancias de todo tipo que se obtengan bajo esta coalición serán distribuidas entre un número menor de concejales y no entre todo el concejo entero.

Situaciones como esta explican el surgimiento de las formas de participación políticas desafiantes al sistema. Los sistemas políticos excluyentes o inflexibles tienden a generar procesos de radicalización en los nuevos sujetos políticos.

En la historia política del país pueden encontrarse dos ejemplos claros de las últimas dos formas de participación. Entre los años 90 y 91, existe la sensación generalizada de que Colombia va por la vía del cambio, las transformaciones del sistema político muestran una apertura que tiende a incorporar a nuevos actores. Las desmovilizaciones de grupos armados como el EPL, PRT, Quintín Lame y M19 transitando hacia la participación por vía de los comicios es un ejemplo de un sistema incluyente que se abre y posibilita formas de participación no radical. Sin embargo los sistemas que se abren no necesariamente se mantienen así de manera constante. Los sistemas se abren, permiten la participación de nuevos actores bajo sus propias lógicas de poder y se tornan nuevamente en sistemas cerrados.

Un segundo ejemplo está a la mano con la situación generada entre los años de 1958 y 1974 con la implementación del Frente Nacional. Luego de una reforma constitucional en el año de 1957 se declara que los únicos partidos políticos legales son el liberal y el conservador, generando una alta participación política radical extrasistémica. Durante este periodo tienen su origen la mayoría de los grupos de guerrilla en nuestro país.

Retomando la idea inicial, en el sentido de que la participación se compone de actos y actitudes, los actos de participación política básicos son: Politización, Solidaridad e Identidad. Los fuertes procesos de transformación global en la economía, la urbanización acelerada y el creciente poder del tercer sector generan conflictos sociales que podrán permitir también la politización de las demandas; y el incremento de las demandas politizadas generará, a su vez, una mayor participación política. De esta manera se afirma que la clave para lograr una mayor participación será la politización de las demandas.

- ¿No es esto precisamente lo que el presidente ha hecho en términos de entender las demandas de la población y actuar conforme a éstas?

No. La relación que se establece entre el presidente y las demandas de la población es sólo un juego de representaciones simbólicas que no satisface las necesidades reales de la gente. La falsa idea de que hoy se vive en un país más seguro pareciera satisfacer justamente la demanda de seguridad, pero se trata precisamente de una falsa idea reforzada por los aparatos de información que seleccionan cuidadosamente los contenidos y la manipulación de los indicadores.

- ¿Cómo es que vivimos más inseguros o en una falsa sensación de seguridad cuando ciertos indicadores muestran lo contrario?

Sucede que en principio no se da cuenta real del nivel de falsa seguridad que se vive en las provincias. Allí, la acción de los diferentes grupos armados se vale de la zozobra y el temor para generar una idea de tranquilidad que a la postre es intranquila; o simplemente generan efectivamente inseguridad.

De otro lado no se habla del aumento de asesinato a sindicalistas en los últimos años o de los asesinatos selectivos a la población juvenil de sectores empobrecidos que se viene presentando de manera sistémica en algunas de las ciudades grandes. De igual modo nunca se hace referencia a que la seguridad laboral, por ejemplo, se fortalece cada día más para los dueños del capital pero se pauperrimiza más para los trabajadores. O tampoco se habla de que aunque ahora las carreteras están más seguras, menos del cinco por ciento de la población tiene la posibilidad de desplazarse en un vehículo particular.

- Otra de las causas será quizás el hecho de que quienes más padecen las acciones de violencia fuerte son personas poco cercanas a nuestro contexto inmediato (profesionales integrados clase media) y por ello pareciera que efectivamente nos sentimos más seguros.

Es cierto, sin embargo no podemos dejar de lado que cada día el valor de la vida se ha hecho menospreciado en nuestra sociedad durante los últimos quince años. Nuestro sistema de valores se ha modificado incluso al punto de entender que un asesinato tiene una justificación lógica.

- Regresando al tema anterior ¿Es necesario entonces generar conflicto social para lograr movilización y participación política de las comunidades?

No. No se trata de generar conflictos. Se trata de entender que en toda sociedad siempre hay conflictos y que lo que se trata es de identificarlos para luego politizarlos y generar así procesos de participación.

- ¿Qué significa entonces la politización de los conflictos?

Politizar los conflictos significa transformarlos en busca de que las comunidades comprendan cuál es el origen real de los mismos. De esta forma una comunidad será capaz de demandar y encontrar las vías articuladas al sistema social y político que le permita resolverlos. Politizar el conflicto supone entonces: 1) identificar el origen de la situación problema en un contexto más amplio 2) entender el lugar histórico y político que la comunidad juega en este contexto, y 3) buscar las vías necesarias para la resolución de dichas problemáticas.

Lo anterior permite entonces construir la siguiente hipótesis: Si tenemos un conocimiento claro de nuestro conflicto y de su origen, seguramente se darán acciones de participación política.

Habiendo dilucidado ya un poco más el concepto de politización, podría afirmarse también que la participación política puede generar lazos de solidaridad. Pero la solidaridad, en sí misma, no dice mucho sobre la dirección en la que el sujeto deberá encaminarse. Por lo general, la participación aparece limitada en el horizonte de quienes comparten nuestras propias ideas o son como nosotros.

En este sentido, nace una pregunta para todos los asistentes a este encuentro: ¿Qué clase de solidaridad deberemos construir? En principio se trata de una pregunta que no tiene una respuesta preformulada, son los propios sujetos sociales los que deberán construir su propio sentido de solidaridad.

Además de politización y solidaridad, la participación política construye identidad. En este punto es necesario entender que el concepto de identidad no es un concepto estático. No es un rasgo de la época y seguramente será segmentada y compuesta por fragmentos a veces no coherentes entre sí y definitivamente nunca será monotemática. Al respecto, Manuel Castel afirma que las identidades que habrán de solidificarse de manera fuerte en el nuevo siglo XXI son las de grupos denominados minoría, como los grupos étnicos por ejemplo, e incluso los de mujeres, dado que se trata de las identidades más puras.

CARACTERIZACIÓN DE LAS CONSECUENCIAS DE LA PARTICIPACIÓN

- Cuando los procesos de participación son exitosos las comunidades tienden a repetir el uso de tales mecanismos de participación. Por ello las mediciones del impacto de nuestras acciones tiene que ir siempre de la mano de los procesos.
- La participación se da con mayor fuerza cuando los objetivos que pretenden ser alcanzados son tangibles. La participación debe estar ligada al cumplimiento de objetivos concretos que tengan sentido en el microcontexto.
- En muchas ocasiones la idea de participación está ligada únicamente a expresiones de identidad y no necesariamente de politización. Significa esto que la gente no siempre se une bajo la pretensión de conseguir un objetivo en particular sino con la simple idea de sentirse identificado.
- La participación se ve afectada por los rasgos y valores característicos de la cultura política. En Colombia, por ejemplo, la intolerancia es una de las principales características de la cultura política. Esto significa que, en muchas ocasiones la participación se encuentra mediada por la certeza que se tenga de que otras personas con iguales pensamientos a los míos habrán de participar.

- La participación puede generar el sentimiento de eficacia política o por el contrario uno de ineficacia política. El primer caso se presenta cuando existe la sensación de que la transformación es posible, cuando se tiene la certeza de que es posible incidir. Por el contrario, el sentimiento de ineficacia política se da en condiciones contrarias y degenera definitivamente en la no participación.

En Colombia los estratos económicos 1, 2 y 3 suelen presentar alta sensación de ineficacia política. Por el contrario los estratos 4, 5 y 6 tienden a sentirse más eficaces políticamente. En este sentido, el nivel de escolaridad y poder adquisitivo son factores fundamentales que inciden en el nivel de eficacia o ineficacia con que se sienten los sujetos. Es natural que comunidades históricamente empobrecidas en donde muchas de las personas ni siquiera tienen documentos de identidad, en donde la búsqueda del sustento diario ocupa casi todo el tiempo disponible, en donde la compra de votos y la politiquería ha hecho mella en los sujetos, encontraremos mayores sentimientos de ineficacia política o menos certezas de que los cambios son posibles.

- Entre mayor consciencia de clase tengan los sujetos de las clases subordinadas, mayor será su nivel de participación. En Colombia el sistema político se caracteriza por ser policlasista y al interior de cada partido las nociones de clase se pierden bajo la consigna de que todos somos liberales o todos somos conservadores. Esta situación explica el caso concreto de nuestro país en el sentido de que siendo tan marcadas las diferencias y las inequidades sociales no se da un alto nivel de participación bajo el sustento de la conciencia de clase social. En Colombia se pierde la noción de clase bajo la idea de que somos iguales en nuestras ideas políticas.

Día cuatro – julio 27/2006

Segunda Sesión

FUNDAMENTOS DE LA INCIDENCIA POLÍTICA

La influencia política siempre estará dirigida a las relaciones entre los individuos y está altamente asociada a la forma en que se encuentra distribuido el poder. El poder, a su vez, es entendido como la capacidad de incidir en el curso de los acontecimientos.

Cuando se habla de influencia hablamos de las acciones de un agente sobre otros (individuos, grupos, asociaciones, partidos políticos) para modificar sus actos y actitudes o para reforzarlos. En general siempre somos destinatarios de múltiples influencias.

Como la incidencia está marcada por múltiples variables siempre se hace necesaria una planeación estratégica que permita identificar las mejores formas de incidir. Para esto, la elaboración de mapas de influencia será una herramienta fundamental. En los mapas de influencia se ponen de manifiesto los modos de relación entre individuos, grupos, asociaciones, partidos y movimientos políticos y las formas como está distribuido el poder. En este caso, para entender la forma como está distribuido el poder se hace necesario pensar en todas las formas de poder y no solamente en los poderes establecidos legalmente. Los grupos armados, por ejemplo, detentan el poder en muchas zonas y aun siendo considerados como grupos ilegales, siempre que sea necesario deberán estar incluidos en un mapa de poder.

Los agentes sobre los que se espera se produzca la influencia se conocen como dominio. Esto refiere regularmente a grupos, sectores sociales, partidos, es decir, una audiencia acotada o delimitada. Por otro lado, se denomina campo al área o tema sobre el que se desee influir.

- ¿Qué determina la eficacia de una estrategia de incidencia?

El éxito de una estrategia de incidencia nunca estará garantizado. Sin embargo, la seguridad se afianza en la medida en que se realice un diagnóstico amplio y certero, con mapas de influencia bastante detallados y con una planeación estratégica definida.

Si se recuerda el concepto de identidad discutido en la sesión anterior en donde se asegura que las identidades pueden ser fragmentarias y construidas a manera de retazos, es posible pensar que podemos ejercer influencia sobre los hábitos de consumo de un individuo pero no necesariamente en sus creencias religiosas, por ejemplo.

Así las cosas, no podemos asumir que todos los sujetos comparten características similares aunque hagan parte de un mismo grupo o que es posible influir sobre todo el conjunto de características de un individuo. Por esta razón el establecimiento de los campos sobre los que se pretende influir es una tarea fundamental para la estructuración de la estrategia. Los campos pueden ser entendidos como las características del dominio que pretendo sea influenciado.

Las probabilidades de incidir están directamente relacionadas con el grado de conocimiento del dominio: si conozco y caracterizo la población es probable que tenga altas posibilidades de influir. Sin embargo, en política no siempre se logran los objetivos propuestos, la existencia de otros actores que también pretenden influir sobre mi dominio se convierte también en un factor que puede determinar mi fracaso, así como el hecho de que nos encontramos en campos de interacción o de interrelaciones humanas y no podemos asegurar relaciones teleológicas como: "X" aparece siempre y cuando suceda "Y".

- Lo visto hasta el momento hace pensar que los dominios pueden ser influidos fácilmente siempre y cuando se tenga una buena estrategia ¿No implica esto cierta mirada despectiva sobre las audiencias, algo que suena como a *discapacidad mental*?

Siempre será un error estratégico pensar que el dominio es un recipiente vacío. Siempre encontraremos resistencias, diferentes historias de vida, diferentes contextos, diferentes construcciones culturales. En cuatro años, por ejemplo, no ha sido fácil para el presidente mantener una imagen política favorable si no hubiera hecho constantemente un inventario de estrategias, reciclando las que han venido dando resultado y descartando aquellas que han fracasado.

Por otro lado no sólo la imagen favorable es lo único que garantiza el monopolio del poder. Las coaliciones de partido son también una gran estrategia. En la actualidad, por ejemplo, la nueva conformación del congreso de mayorías uribistas viene siendo construida como respuesta posibles crisis futuras en la opinión pública.

- ¿Qué podemos decir sobre la dimensión ética? Si la influencia está dada en la medida en que otros actores asuman los comportamientos que yo pretendo ¿Cuál es la diferencia entre Luis Garzón, por ejemplo y Coca Cola?

Para dar respuesta a esta pregunta es necesario hacer una aclaración radical: El marketing político no es igual al marketing de consumo en donde no importan los referentes teóricos y en la mayoría de las ocasiones tampoco los referentes éticos. El marketing político es una disciplina que se apoya en la psicología social, la antropología social y de la sociología política.

La dimensión ética es un asunto de orden político, no de orden teórico, es el sujeto quien define la dimensión ética de sus actos. La influencia puede ser usada para muchos fines, desde pretender generar el desplazamiento de una comunidad o generar terror bajo el uso sistemático de la "motosierra" hasta para lograr reivindicaciones sociales. Cada

persona puede influir en los campos que así le parezca y de la forma que mejor le plazca, justamente de eso depende su dimensión ética. En síntesis, no puede adjudicarse una condición humana (la ética) a un ejercicio teórico.

- Sí solo dejamos lo ético a decisiones de quien gobierna ¿No corremos el riesgo de que pierda gobernabilidad y que la postre ésta (la gobernabilidad) se haga ilegítima?

Cuando se dice que la ética ocupa un lugar en la definición del sujeto se habla de acciones y de los contenidos de su acción. Un accionar que se define como un referente histórico, que tiene un pasado, que tiene una ideas previas que lo sustentan.

Retomando la discusión sobre dominios, campos e identidades, como ya se ha dicho, es necesario hablar de globalización. Fenómeno que apura la ruptura de los Estados Nación a causa de la pérdida de soberanía económica que comienza a ser determinada por factores exógenos. Hoy en día para ser ministro de economía, más que economista se debe tener capacidad para ser interlocutor del Fondo Monetario Internacional, pues aquellos países que intenten actuaciones por fuera de sus directrices se verán avocados a crisis económicas que conducirán a pérdida de la gobernabilidad. La tarea de demócratas y revolucionarios será la de cambiar esta dependencia económica, pero no se trata de una tarea de partidos más que de una tarea de los sectores sociales como los aquí representados en este encuentro.

- ¿Cómo hacemos para lograr una participación real de la gente?

Creo que en primer lugar debemos trabajar en algo que podría llamarse: Crisis de representación dialógica y que afecta poderosamente a buena parte de la población joven en Colombia. Uno de sus principales rasgos que no escuchamos y creemos que somos tolerantes cuando simplemente estamos siendo intolerantes. Tolerar implica estar en capacidad de asumir el lugar del otro y tratar de entender las situaciones desde su punto de vista y, si sus argumentos superan los propios, ser capaces de asumir esta nueva posición.

La imposibilidad de comunicación entre jóvenes y adultos, las dificultades crecientes para que ambos mundos se comprendan genera un encriptamiento de la población joven en un mundo con códigos ininteligibles para los adultos.

Esta crisis se agrava con patrones de crianza contradictorios. La autoridad de los padres muestra que está bien golpear a los chicos y sonreír luego frente a los adultos. Cuando creemos que enseñamos valores, enseñamos villanía: No importa lo que hagas sino lo que piensen de ti.

Se hace necesario entonces potenciar las capacidades de la juventud para interactuar como actor social estableciendo mecanismos de diálogo que sean posibles y

reconociendo nuestros errores de adultos. Si los adultos nos sentimos orgullosos de lo que hemos construido hasta hora, estaríamos cayendo en el cinismo.

De otro lado la participación se torna efectiva cuando tenemos los objetivos claros y en principio no eludir el hecho de la existencia de los poderes locales. Deberíamos conocer cómo actúan los gobiernos para saber así cuáles deberían ser nuestras acciones. Aunque la resistencia es también una herramienta de incidencia se suele pensar que lo único que debe hacerse es trabajar con los sectores sociales y que luego, las comunidades sólidas, harán peso en la esfera de poder. Cuando desde un comienzo caracterizamos todas las condiciones que generan opresión encontraremos más prontamente los caminos de la acción.

Proliferan en el sector de trabajo con comunidades un sin número de clichés que dan cuenta de un poco apropiación de lo local, de tal suerte que cuando los discursos se escuchan por segunda o tercera vez ya es fácil predecir lo que van a decir. Se hace necesario llenar lo local de contenido partiendo de caracterizaciones y diagnósticos fuertes.

Con relación a los gobiernos también es fácil pensar que si se trata de poderes corruptos es mejor hacerse a un lado y no establecer relaciones. Debemos saber si lo que interesa es la afectación de nuestra imagen al trabajar con un gobierno percibido como corrupto o si por el contrario si lo que queremos es que el destinatario de nuestras acciones no sea nuestro orgullo sino el beneficio de las comunidades. Tomar la decisión de no incidir en los gobiernos supone estatismo en nuestro trabajo, supone cero posibilidades de cambio.

Tercera Sesión

SOBRE LOS FACTORES DE PODER REAL

Durante la primera mitad del siglo veinte las élites hegemónicas en Colombia se valían de los llamados “varones electorales” para mantener su poder en el contexto nacional y regional. Los varones electorales eran algo así como una especie de sirvientes de las élites encargados de conseguir en la población los votos para sus amos. Sin embargo, con el paso de los años los varones electorales se disputaron para sí los lugares de representación nacional en el congreso y asumieron parte del poder que antes transmitían directamente a las élites.

El poco nivel de decisión con el que quedan algunos sectores de las élites produce el nacimiento de los primeros grupos paramilitares. La seguridad de las élites, ahora regionales, se afianza con su nuevo aliado estratégico. Aliado que rápidamente se revela de su papel de seguridad y se asume como un actor de igual o mayor influencia que las élites y pasa a disputar territorios y riqueza.

En la actualidad, los paramilitares fortalecidos como entidad autónoma de poder, ya no claramente subordinados a las élites como otrora, lo que buscan con su proceso de desmovilización es la disputa del espacio de poder obtenido por los varones electorales años atrás.

Cabe aclarar que este espacio de poder detentado por los varones electorales es un espacio reducido, de coalición mínima, que entra a jugar el rol de actor no invitado o de huésped incómodo en el contexto nacional. Un espacio que además se ha venido reduciendo, pues en los últimos comicios los varones electorales perdieron entre quince y dieciocho escaños en el congreso a manos de sectores populares emergentes.

Si es cierto que los paramilitares habrán de buscar los espacios de poder detentados por los varones electorales, lo más probable es que estos últimos busquen un cerramiento del sistema y aumentar el umbral electoral de dos a cinco por ciento para recuperar el terreno perdido con los sectores populares y hacer frente a esta disputa.

El aparato paramilitar, articulado al aparato del narcotráfico, ha pasado de alguna manera inadvertido en algunos escenarios. Paras y narcos no buscan impactar el contexto local, mas sí el contexto regional, y desde allí buscan relaciones confederadas nacionales y una articulación transnacional que suele hacerse visible cuando alguno de sus cabecillas entra en desgracia.

Pablo Escobar, por ejemplo, se hizo objetivo militar luego de que tratara de promover dos acciones poco bien vistas por el gobierno de los Estados Unidos. La primera, suspender el envío de coca durante dos meses hacia el país del norte con el fin de generar caos en la población consumidora y mostrar a la opinión

pública el nivel de relación establecido entre los consumidores de ese país y la producción de cocaína en América del Sur. La segunda propuesta tenía por objeto que el tráfico de drogas en Suramérica sirviera para pagar, al menos, el 30% de la deuda externa de sus países. Son estas las razones que explican el verdadero motivo de su captura.

El ejemplo anterior da cuentas de lo difícil que se hace caracterizar en un mapa el poder real de paramilitares y narcotraficantes. Ambos, se mimetizan y se conjugan, pero definitivamente se mantienen. Además, para garantizar su funcionamiento, los grupos de narcotraficantes no sólo se alían con paramilitares sino también con algunos frentes del ejército nacional, tratan de cooptar el funcionamiento de la justicia e influir en la toma de decisiones de jueces y fiscales.

Estudiar los expedientes de los narcotraficantes investigados ofrece un amplio panorama de sus relaciones con las diferentes esferas del poder. Otro referente de una caracterización bastante bien hecha sobre el poder de los paramilitares se encuentra en el trabajo denominado Paramilitares y Autodefensas en Colombia 1982 -2004, de Mauricio Romero.

Por su parte, la guerrilla como poder real se hace más fácil de caracterizar pues su proyecto es de orden nacional y cuenta con una historia más abierta y más común a la gente. El trabajo de Graciela Uribe y Fernando Medina se ofrece como un buen ejemplo de caracterización denominado: El orden de la guerra: Las FARC entre la organización y el poder. Desde allí podemos entender porqué se afirma que las FARC son la institución política más organizada en Colombia, con un sistema de códigos bien establecido, una alta apropiación de tales códigos por todos sus integrantes, un sistema de incentivos y castigos que tiene en cuenta la antigüedad en la militancia como característica para el ascenso y un desarrollo de sus procesos de vinculación de nuevos miembros.

Frente a las caracterizaciones de los poderes en Colombia, suele suceder que, aunque desde la academia haya niveles de comprensión, desde otros sectores se condena como guerrillero a aquel que tiene conocimiento sobre la forma como operan las FAR o el ELN. La opinión se ha criminalizado y quien se atreva a pensar en similitud de conceptos con la guerrilla será tildado de terrorista aún cuando sean cuestionados los mecanismos que ésta usa.

- ¿Qué sucede con la población campesina que comparte la misma ideología de las FARC?

A las FARC le interesa el control del territorio y de la población mucho más que la ideología. Al ELN, en cambio le interesa más el pensamiento de la gente y la posibilidad de ganar adeptos. En algún modo las FARC se comportan como el ejército nacional, el adoctrinamiento ideológico no parece ser su mayor fuerte. Cuando las FARC intentaron nombrar sus candidatos propios en El Cagüán no pudieron lograrlo y por el contrario ganó el candidato de Claudia Blum. En Ocasiones, las FARC no son percibidas como amenaza creíble.

- ¿Las FARC están entonces más interesadas por el control que por la filiación política?

Es cierto. La presencia del M19 de alguna manera bajó los estándares de ingreso a los movimientos subversivos, dado que los suyos no eran muy estrictos. El M19 se llenó rápidamente de adeptos y las FARC comenzaron a hacer lo mismo transformando su valoración en lo político en un mayor peso militar. Esta estrategia, al ofrecer resultados, ha sido mantenida por las FARC generando la despolitización de los sectores comunitarios y de sus combatientes rasos.

La insistencia en la caracterización y análisis del contexto tiene lugar en tanto es común encontrar que quienes trabajan en la formulación políticas públicas suelen no considerar los trabajos de análisis estratégico que han desarrollado en el país. Otros documentos de referencia pueden ser: Colombia: entre el desarrollo y la exclusión, de la Contraloría General de la Nación, las mediciones sobre capital social adelantadas por la Universidad Nacional y el Informe Nacional de Desarrollo Humano (INDH) 2003: El conflicto, callejón con Salida.

Cuando se precisan los dominios y campos y cuando se tienen los mapas elaborados definimos entonces las acciones de la estrategia. Se define entonces si lo que se busca es la participación directa, la oposición o la sensibilización frente a algún tema. Se debe tender entonces hacia la construcción de actores sociales que creen políticas públicas, que ganen propiedad para interlocutar con los gobiernos. En últimas, se genera una línea de poder.

GRADOS DE INFLUENCIA

El grado de la influencia puede medirse según los costos que debe asumir la persona que es influenciada. Habrá una influencia débil si los cambios propuestos no generan ningún costo al influenciado, es decir, cuando le resulta indiferente o cuando convence a alguien para que haga algo que no considera importante. De otro lado, si el influenciado tiene una opinión diferente a la mía y logro movilizar su forma de pensar estaremos frente a una influencia fuerte.

En este sentido, los mapas de influencia deben considerar los grados de influencia requeridos para cada una de las acciones. A veces no se necesitan ejercer fuertes influencias para lograr acciones de otros, el ochenta por ciento de los concejales en el país, por ejemplo, no tienen claro el alcance de su poder político, luego a veces no siempre será difícil lograr que un concejal vote por un proyecto que poco conoce o que poco le importa.

Muchos de los parlamentarios, por ejemplo, desde el momento de su posesión se preocupan más por su próxima elección que por los temas del congreso. Existen además, y por lo general, un universo de artículos y leyes a los que los congresistas suelen no prestarles atención alguna. En la mayoría de las ocasiones el comportamiento de los diferentes congresistas está guiado por el comportamiento de la denominada masa gris del congreso. Así pues, no siempre es una tarea imposible lograr que un congresista que vote por un artículo cuando en la mayoría del tiempo están concentrados en contratos, burocracias y estructuras de poder que ocupan sus tiempos.

Los gremios, por ejemplo, han aprendido a que no tiene sentido hacer resistencia a las reformas tributarias. La experiencia les ha permitido identificar que es más fácil lograr ciertas presiones para que en la misma reforma aparezcan los mecanismos de exención que necesitan. La clave entonces radica en identificar este tipo de personajes políticos en nuestro mapa de influencia, antes que hacer diagnósticos generalizados que no aportan elementos de utilidad.

En la actual discusión sobre la ley de infancia y niñez discutida en el congreso, son aproximadamente 280 artículos los que se encuentran en juego, sin embargo las discusiones fuertes se han dado sobre alrededor de unos veinte artículos. Quizás lograr modificaciones sobre unos de los otros 260 artículos no requeriría de una influencia fuerte.

- ¿Cómo lograr realmente que un congresista pueda acoger una petición?

Aunque no hay fórmulas, quizás sea más prudente comenzar por contactar a uno de los miembros de su UTL (Unidad de trabajo Legislativo) y saber además, que, por lo general, los congresistas no actúan estratégicamente.

En Colombia son sólo cerca del quince por ciento de los congresistas quienes tienen la agenda del congreso contenida toda dentro de sus prioridades. De otro quince por ciento podría decirse que se hacen elegir sólo para buscar el beneficio personal y son básicamente esas sus ocupaciones en el congreso. Y finalmente, del setenta por ciento restantes, podría decirse que son congresistas que se encuentran en el parlamento con intereses muy particulares por algunos temas específicos o por el mantenimiento de poderes regionales y del capital.

Se debe entonces, según los campos de trabajo identificar los sujetos correctos e identificar sus historia, consultar con los votantes, elaborar grupos focales, observar el accionar político del sujeto en cuestión, en fin, todo lo que permita determinar con el mayor detalle posible el grado de influencia requerido.

UN RESUMEN SOBRE LOS CONCEPTOS DE INCIDENCIA Y ESTRATEGIA

- Se debe hacer un esfuerzo por incorporar a nuestra acción un análisis y un diagnóstico claro sin apelar a una especie de conocimiento social y político estático que niega el análisis.

- Se hace necesaria la construcción de capacidad para pensar y actuar estratégicamente. De este modo muchas de las verdades que damos por hecho pueden ser echadas por tierra en el debate
- La ruta a seguir deberá comenzar por trazar un objetivo, planificar una estrategia y desarrollar acciones.
- La realidad no es una foto fija, estática. Es necesario un estudio sistemático de la realidad, analizar sus cambios, sus bemoles, sus características nuevas. A veces pareciera que mientras más nos formamos más sabemos de la realidad y no se hace necesario estudiarla. Existen muchas fuentes de error en el cliché y en las generalidades vacías.

La realidad deberá ser entendida como un conjunto de interacciones y si nos fiamos de estudios desactualizados o con falsos análisis seguramente encontraremos sorpresas.

- Es preciso abandonar la mirada instrumental que se tiene sobre las comunidades. Los sectores populares se encuentran cansados de la derecha por la represión y la negación y de la izquierda porque se sienten usados como instrumento.

Para esto, se necesita de una mirada autocrítica sobre las prácticas actuales: ¿Construimos conjuntamente con la gente o sumimos que los guiamos hacia la luz? Lo cierto es que si nuestro trabajo fuera tan fuerte muchas personas ya se habrían movilizado.

Día cinco – julio 28 /2006

Cuarta Sesión

EJERCICIO EN GRUPOS

En grupos conformados por cada una de las organizaciones presentes los asistentes deberán:

- Según el marco analítico presentado hasta el momento, identificar los insumos básicos necesarios para la estructuración de una estrategia de influencia.
- Identificar otros requerimientos adicionales que también son necesarios para la consolidación de la estrategia

Desarrollo del ejercicio

GRUPO 1 – CIVIS

Dominios

- Organizaciones y líderes juveniles
- Entidades relacionadas con el tema claves para acciones de incidencia política:
 - Colombia Joven
 - ICBF
 - Comisionados de Juventud
 - Consejos de Juventud
 - Defensoría del Pueblo
 - Procuraduría
 - Oficina de la Vicepresidencia de la República
 - Embajada Sueca

La Embajada Sueca aparece como un aliado estratégico que les abre las puertas de la cooperación internacional.

Requerimientos

- Estrategia de relaciones públicas para lograr un posicionamiento de “la marca civis”.

Más que un afán de protagonismo, se trata de una maniobra que permite avanzar en los objetivos con mayor rapidez y practicidad.

Medios o herramientas

- Espacios de formación
 - Espacios de fortalecimiento institucional (como el que tiene lugar durante esta semana)
 - Seminarios nacionales

En estos eventos se busca contar con audiencias amplias y no sólo con las organizaciones aliadas. Se propende convocar también a personas que, si bien son clave para el proceso, tienen posiciones en contra, de neutralidad o de ignorancia frente al tema.

- Acceso a medios de comunicación

Si bien es un trabajo que no se ha desarrollado mucho hasta la fecha, se trata de una labor urgente. Al respecto, se menciona que la publicación on line de la revista Semana es un espacio del que pretende hacerse uso.

- Acceso a espacios de incidencia que pueden ofrecer conexiones a nivel internacional
 - DIAL (Asociación de agencias internacionales hacia agencias y gobiernos internacionales)
 - Embajada Sueca
 - Colombia group

GRUPO 2 – OBUSINGA: Red de Jóvenes del Magdalena Medio

Necesidades

- Análisis de la situación actual con los municipios. En la actualidad existe un análisis de carácter nacional, pero se hace necesario adelantar un análisis de orden local en cada uno de los 25 municipios de incidencia.
- Creación de mapas de incidencia
- Creación de mapas de influencia en la población juvenil

Instancias

- Local. En esta instancia se necesita generar una mayor visibilización de la organización. Para esto se necesita:
 - Planes de resonancia
 - Planes de influencia
 - Desarrollo de investigaciones
- Regional. Fortalecimiento del plan estratégico de juventud del Magdalena Medio. Se requiere que los jóvenes del municipio se apropien de dicho plan

y lo sientan como suyo. En este plan se hace un trabajo planificado de seis temas generales:

- Saludos cordiales, Educación
 - Productividad
 - Tiempo libre
 - Medio ambiente
 - Política
-
- Nacional.

GRUPO 3 – ATI

Tema central:

- Aporte en la construcción de sujetos capaces de habla y acción

Dominio

- Mujeres
- Indígenas
- Estudiantes

Contexto

- Local
- Regional
- Nacional

Campos

- Lógicas y modos para la aplicación de estrategias globales ligadas al territorio
 - Agua
 - Campo
 - Minería

- Modelos hegemónicos de producción
 - Sociedad: Género y etnia
 - Economía: Mercado y producción
 - Política: Desarrollo y participación

Medios

- Foros
 - Locales
 - Regionales

- Encuentros para procurar alianzas
- Intercambio de información
- Sistematización de información
- Medios alternativos de comunicación

Requerimientos

- Recursos a largo plazo. Dado que se trabaja con patrimonio cultural, los procesos deben ser de continuidad y sostenidos en el tiempo.
- Fortalecimiento de alianzas
- Transmisión de información
- Profundización en el conocimiento. Hacerlo constante y actualizarlo conforme a las realidades locales y comportamientos de organismos internacionales e instituciones políticas que faciliten el logro de los intereses.

GRUPO 4 – RED JUVENIL

Dominio

- Jóvenes de instituciones educativas. Instituciones de estratos 1, 2 y 3 en donde se realiza un proceso formativo en Derechos Humanos.
- Jóvenes de grupos barriales. No se trata propiamente de jóvenes desescolarizados, pero sí de jóvenes que no se vinculan al proceso desde sus colegios, sino desde sus propios parces y modos naturales de organización.
- Base social
 - Grupos culturales
 - Grupos de objeción de conciencia

Campos

- Derechos juveniles. Específicamente se trabaja el libre desarrollo de la personalidad.
- Objeción de conciencia. Tema que además aparece de manera transversal en todos los trabajos de la organización.

Medios

- Boletín informativo de La Red
- Coordinadora de medios alternativos. Relación con la que se busca un nivel de incidencia más amplio.
- Programa en emisora radial.

Requerimientos

Los entornos de trabajo son siempre cambiantes y los jóvenes con los que se trabaja hoy en día no comparten las mismas características de aquellos con los que trabajaban hace quince años. Por esto se hace necesario y urgente:

- Información
- Diagnóstico
- Diferenciamiento de variables que permitan el análisis del tema de Derechos Humanos
- Redimensionar las formas del manejo teórico del tema de Derechos Humanos, especialmente en el lenguaje, en aras de lograr un mayor impacto y aceptación del tema en la población.

Lo anterior dada que en la población es frecuente encontrar resistencias al tema que pasa por la forma en como son nombradas las cosas. Por eso el lenguaje deberá redimensionarse desde lo simbólico y desde lo real.

GRUPO 5 – JOCOALSO, ETJ7, FUNDACIÓN ACCIÓN JOVEN

Dominio

- Jóvenes –Bogotá-
- Jóvenes –Barrancabermeja-
- Instancias que trabajan en política pública

Campos

- Espacios de participación ciudadana
 - Consejos municipales de juventud
 - Administraciones locales
 - Consejos municipales
- Espacios de educación alternativa
- Casas juveniles y de la cultura

- Sitios de encuentro juvenil

Medios

- Medios y espacios de comunicación alternativos
 - Periódicos
 - Encuentros ciudadanos
 - Mítines
 - Graffiti
 - Rumor
- Encuentros juveniles
- Interlocución con diferentes instituciones

Requerimientos

- Incremento de alianzas con organizaciones y personas que permitan conseguir los objetivos trazados.
- Gestión de recursos
 - Humanos → capacitación del personal
 - Económicos
 - Logísticos → Documentos diagnósticos y estados del arte
- Consolidación de los procesos al interior de las organizaciones
- Exigibilidad de derechos. Buscar las formas más exitosas para que los jóvenes conozcan sus derechos y puedan ejercerlos.
- Creación de propuestas innovadoras para lograr una exigibilidad de derechos que sea efectiva
- Repensar y rediscutir el concepto de democracia participativa. Dar respuesta al interrogante de cómo mostrar a los jóvenes una manera diferente de participar y diferenciar política de politiquería, haciendo énfasis en que todos los ciudadanos, de alguna forma, tenemos siempre una dimensión política.
- Redimensionar los conceptos de democracia y política pública.

GRUPO 6 – IPC

Tema central del proyecto: Conflicto escolar

Dominio

- Público primario:
 - Jóvenes y profesores de algunas instituciones educativas ya definidas.
- Público secundario
 - Instituciones educativas a las que pertenecen dichos profesores y estudiantes
- Otros públicos: instancias de decisión
 - Secretaría y consejo

Campos

- Convivencia
- Calidad educativa
- Formación de docentes
- Derechos de los jóvenes

Diagnóstico

- Mercantilización de la educación. Ausencia del Estado para el cumplimiento de sus funciones en este tema.
- Fortalecimiento de la escolaridad. La institución no está preparada para atender las necesidades humanas de los jóvenes. Los contenidos del currículo disponen del 80% para el trabajo en ciencias duras y de solo un 20% para democracia, ética y relaciones humanas.
- Poder excesivo de los rectores de las instituciones.
- Escasez de recursos para la educación
- Pauperrización de las condiciones de vida de docentes y estudiantes

Insumos para el diagnóstico

- Documentos como PEI y Manual de convivencia
- Talleres institucionales
- Mapa de organizaciones y aliados
- Revisión y análisis de la política educativa

Medios

- Infraestructura montada para el desarrollo de procesos de movilización. Experiencia en este tipo trabajo.
- Amplio nivel de relaciones en diferentes niveles de incidencia
- Estrategia de reforzamiento del emisor. Estrategia de posicionamiento de “la marca IPC”

Requerimientos

- Mapa de instituciones educativas locales
- Mapa político territorial de instancias de decisión que afectan las zonas en donde se encuentran las instituciones educativas.
- Caracterización de sujetos en las instituciones públicas
- Estructura de medios regionales y locales
 - Desarrollo de un mapa de audiencias, usos, impactos y afinidades de dichos medios.
- Estudio sobre la percepción de la institución por parte de la población
- Ampliación de los medios de influencia
- Tiempos, recursos financieros y recursos materiales

GRUPO 7 – CORPORACIÓN JUAN BOSCO

Dominio

- Jóvenes participantes del proceso
- Instituciones gubernamentales
- Instituciones comunitarias

Campos

- Formación política
- Inclusión social

Estrategias

- Vinculación y visibilización de espacios de participación juvenil desde el ámbito político social.
- Construcción de una agenda de trabajo que contenga el análisis de la realidad del contexto.
- Sensibilización a los jóvenes del proceso formativo y a la comunidad que forma parte de los contextos en los que se trabajan.
- Acercamientos a ONG y OG que trabajan en el tema de Derechos Humanos donde surgen compromisos con la población involucrada en el proceso.
- Reconocimiento social de parte de los jóvenes que trabajan los procesos de exigibilidad de derechos.

Requerimientos

- Conocimiento previo de los espacios de participación juvenil (sus formas y dinámicas).
- Reconocimiento de a política como proceso coherente de palabra y acción.
- Diagnóstico amplio del campo a trabajar
- Brindar información clara y precisa que parte de la realidad de jóvenes y comunidades.
 - Fortalecimiento de los medios de comunicación de base para hacer divulgación de los Derechos Humanos y de todo el trabajo que se realiza.
- Mayor responsabilidad y cumplimiento de compromisos por parte de las instituciones públicas para con la comunidad
- Movilización de las instituciones e interlocución con ellas

Reflexiones a cerca del ejercicio

A continuación, el coordinador del seminario hace una serie de reflexiones de manera general, respecto de las presentaciones realizadas.

- La incidencia es una acción de carácter relacional. Se desarrolla en función de las relaciones humanas y, de manera específica, debería ocuparse de una relación concreta.

- Las lecturas de la realidad no actualizadas no son útiles. Los actores suelen cambiar de posición con el paso del tiempo.
- Siempre que se busca afectar aspectos culturales se requiere de un trabajo a largo plazo. No basta únicamente con tener pistas sobre los patrones culturales dominantes sino que se requiere una línea de base que muestre la forma cómo se han configurado dichos patrones culturales y cómo se siguen configurando.

Este tipo de proyectos son los que, además, requieren de un mayor monitoreo. Tendemos a creer ciegamente en nuestra experiencia únicamente porque tenemos audiencias cautivas, pero carecemos de diseños sólidos de indicadores.

- Los proyectos estratégicos son aquellos en los que en su objetivo se presenta de manera esencial un problema o una previsión estructural. No significa esto que este tipo de proyectos sean superiores a los que no formule los objetivos de esta manera, se aclara, simplemente, que son éstos los proyectos que pueden ser llamados estratégicos. En el horizonte de los proyectos estratégicos hay una vinculación relacional con el sistema más que con el régimen.

Cuando se hace referencia al sistema se habla de la forma como opera el régimen. La forma como se distribuye el poder y sus lógicas de funcionamiento o los factores que determinan el poder. El régimen en cambio, refiere al sistema normativo y a los gobiernos que actúan en un periodo específico dentro de este marco.

En Colombia, por ejemplo, el régimen es el de un Estado Social de Derecho, pluriétnico y pluricultural. El sistema, en cambio, sería un sistema corrupto y politiquero con una apropiación poco democrática del poder.

- Normalmente en un proyecto estratégico tomamos como referente al sistema y no al régimen. La caracterización que se hace sobre el sistema nos muestra precisamente la brecha entre sistema y régimen.
- Todo proyecto estratégico deberá comprender dos elementos clave: Lo relacional y las representaciones sociales.

Frente al carácter relacional debemos entender que cualquier actor puede ser influenciado independientemente de su relación con el sistema.

Las representaciones sociales influyen en la manera como las comunidades legitiman ciertos valores o imaginarios. En una campaña que afecte las representaciones sociales en contra de la estigmatización juvenil la presión

podría lograr, por ejemplo, que los propios agentes de policía sientan pena o culpa por maltratar a un joven.

- El trabajo en el cambio de representaciones sociales es más fácilmente realizable que un trabajo en cambio de patrones culturales. Las representaciones, al hacer parte del mundo de las percepciones se hacen más fáciles de modificar.

- ¿Cuál es la diferencia entre representaciones sociales y patrones culturales?

Una representación social puede ser de orden coyuntural o no, todo depende de si aparece y desaparece. Se trata de un conocimiento social. Por esta razón cuando se centra una estrategia en la modificación de las representaciones sociales es posible garantizar su sostenibilidad.

Cuando se apela a los símbolos apelamos a los atajos para construir conocimiento social. En este caso se puede sintetizar un concepto bajo un símbolo, una etiqueta una forma de relación con las personas. El discurso simbólico juega un papel superimportante en la construcción de acciones de poder: La estética de los ejércitos, el manejo de la luz en las alocuciones públicas, la arquitectura de los espacios, etc.

Cuando la interacción simbólica se mantiene de forma prolongada y es revaluada constantemente puede terminar afectando patrones culturales.

- Si aspiramos a impactar microcontextos los discursos simbólicos deberán ser fuertes y bien situados. Los valores y las tradiciones entre más locales más resisten los efectos de la globalización, razón por la que se hace necesario fortalecerlos para protegerlos.
- Colombia está llena de símbolos locales y regionales pero presenta una gran carencia de símbolos de nación. Por esta razón, centrarse en lo simbólico implica fortalecer el trabajo local y regional que, en últimas, se convierte en un trabajo de resistencia a ciertos efectos negativos de la globalización.

Quinta Sesión

El comienzo de la quinta sesión continúa con las reflexiones del coordinador del seminario sobre el ejercicio anterior.

- Al hablar de marca institucional o “marca civis” por ejemplo, se infiere que existe una preocupación por la proyección institucional.

Con frecuencia en Colombia el desarrollo institucional no es pensado de cara a la exterioridad de la organización, pero para ser interlocutor de peso habrá que dotar a la organización de prestigio y reconocimiento social en los temas de interés.

- Usualmente se parte del supuesto que la gente no participa por desconocimiento de los mecanismos. Sin embargo no podemos asumir que conocimiento es igual a acción. Es decir, no por conocer los mecanismos de participación habrá garantía de una participación real. Más allá del conocimiento (insumo necesario) es preciso politizar las demandas.
- Entre más general o débil sea la definición del dominio, más débiles serán nuestras acciones independientemente de la estrategia que se tenga.

Cuando se acota debidamente el dominio se puede establecer un parámetro de territorio, se hacen más consistentes las estrategias y por ende las acciones serán más efectivas.

- Cuando se desarrollan trabajos que pretenden modificar patrones culturales la metodología de elaboración e mapas cognitivos permite reconocer las formas en que las comunidades construyen conocimiento social, conocimiento que es construido en las relaciones con la familia, el medio ambiente, el barrio, el trabajo, las organizaciones.
- Estratégicamente siempre deberíamos contar con una acción fuerte de convalidación. La convalidación produce interlocución con otros que son expertos en el tema.
- Al parecer existe un alto grado de legitimidad sobre las formas legales de participación mas no de otras formas tradicionales como marchas y toma de espacios públicos. Las acciones de hecho no reconocidas en el marco normativos podrán eventualmente ser legitimadas en la medida que seamos capaces de implementarlas. No podría suceder que sea el gobierno quien otorgue legalidad a las formas de participación generando así una dependencia de los procesos al régimen.
- Los objetivos del proyecto no podrán confundirse con los objetivos de la estrategia de incidencia. Nunca serán los mismos objetivos salvo que el proyecto en sí sea la construcción de una estrategia de incidencia.

UNA ÚLTIMA CONSIDERACIÓN FINAL

Cuando se definen estrategias de incidencias existen tres ámbitos fundamentales por los que debemos transitar.

Acción directa sobre las instituciones

Si se tiene el interés de influir en la política pública una acción fundamental será analizar el flujograma de cómo se construye el documento. Seguramente en un proceso de construcción de una política pública primero hay una comisión técnica que lo elabora en su conjunto (siguiendo además algunos pasos específicos) y luego será entregado al Concejo Municipal, allí seguramente sufrirá algunos cambios, será discutido y finalmente aprobado.

Es importante analizar la ruta en la medida en que permite identificar los lugares en los que se puede hacer presión o bloqueo o los escenarios en que puede ser posible ejercer transformación.

En el Congreso, por ejemplo, cuando las leyes que se discuten son de alto impacto, se usa el sistema de audiencias abiertas para que la comunidad pueda participar. Por esta razón algunos parlamentarios han dejado de asistir a plenarios definitivos so pena de perder su base electoral. Aquí puede configurarse un ejemplo de cómo producir bloqueo.

Puede ser, por ejemplo, que dentro de nuestro trabajo consideremos que no queremos tener relaciones con el consejo de nuestro municipio, pero si encontramos que se va a discutir un proyecto de ley que afecte directamente nuestro dominio, podríamos pedir una audiencia o cabildo abierto para hacer escuchar nuestra posición. Podemos hacer sonar la voz de la comunidad para que los políticos vean que su base electoral se siente amenazada. Casi siempre, participar en este tipo de instancias es más fácil de lo que solemos imaginar.

En los proyectos de incidencia política la confrontación debe ser un ejercicio constante. Debemos encontrarnos con aquellos que no piensan igual a nosotros justamente para fortalecer nuestras ideas, para reconocer sus debilidades, para saber como mejorarlas. En incidencia política la idea esencial es la confrontación de contrarios por la vía de los argumentos.

Reconocer los fundamentos más importantes de la contraparte permite un ejercicio de coherencia interna. Justamente la ausencia de confrontación dialogada es la génesis de la crisis dialógica ya mencionada en sesiones anteriores. En la academia es común no encontrar interacción entre intelectuales que piensen de manera opuesta, sólo hablamos con los que nos “caen bien”.

La interlocución con un ministerio es mucho más efectiva a través de documentos técnicos o jurídicos. Es una situación que ocurre en la mayoría de los países capitalistas. Las peticiones o las cartas serán inocuas para tratar de acercarse a

ellos. De igual forma, la atención que presten estará mediada por lo que a su juicio sea la calidad de documento.

Con los parlamentarios es posible solicitar entrevistas personales con cada parlamentario o con toda la bancada y hacer presentaciones formales de un argumento. Se deben entregar resúmenes de la propuesta en un documento no superior a tres páginas y ser absolutamente claro y contundente, todo lo que se logre estará basado en los argumentos. Existen incluso organizaciones que sostienen reuniones periódicas con bancadas parlamentarias, no necesariamente para ejercer presión sistemática o hacer demandas, pero sí para compartir ideas y ser oídos, ganándose un lugar de referencia en su especialidad de trabajo.

Dado que la incidencia siempre será fragmentada y parcelada, no siempre será pertinente recurrir a los mismos congresistas o concejales. Dentro de un mismo proyecto de ley los mapas de incidencia pueden variar según los temas, los mapas varían incluso dentro de las mismas bancadas, varían según la cantidad de características que podamos identificar en sus relaciones. De igual manera diríamos que las leyes no son siempre homogéneas, son sumatorias de muchas ideas que no siempre se acomodan de manera coherente.

Por último, será importante recordar que siempre que la comunidad lo solicite el congreso deberá abrir audiencias públicas durante el primer debate de un proyecto de ley. Las comisiones en el parlamento colombiano atienden los siguientes temas:

- Primera: Asuntos constitucionales
 - Segunda: Seguridad nacional y fronteras
 - Tercera: Economía
 - Cuarta: Tributación
 - Quinta: Minas, energía y agro
 - Sexta: Telecomunicaciones
 - Séptima: Aspectos sociales (Educación, salud, trabajo, asociaciones, calidad de vida)
-
- Quizás las grandes decisiones del país no pasan tanto por el poder de la influencia política y la captación de conciencias sino por los efectos derivados del poder que genera el tráfico ilegal de drogas. ¿Cómo desarrollar un trabajo que permita movilizar la consciencia y elaborar una agenda nueva de poder?

Esta pregunta es la guía de conformación de un movimiento político y es la segunda vez que aparece en el auditorio. En Colombia la relación de las comunidades con los movimientos de izquierda está atravesada por la desconfianza. En general, pareciera que hoy no existen las condiciones reales para cualquier partido político se haga depositario de la confianza de la gente.

La pregunta es entonces ¿Pueden los sectores sociales asumir la labor de los partidos? En primer lugar habría que comenzar por crear un partido nuevo. Los partidos que existen no son bien recibidos. Y este nuevo partido deberá desarrollar procesos de transformación de lo local y lo regional.

De manera concreta, la construcción de un bloque de contrapoder debe apuntar a ser contra hegemónico, a conseguir el poder y a voltear al régimen y al sistema. Su trabajo deberá concentrarse en las tres problemáticas fundamentales del sistema social colombiano que son:

- Precariedad de lo público
- Precariedad de la sociedad civil
- Ausencia de ciudadanía

Por último, este partido deberá construir una verdadera democracia. Democracia radical como propiedad colectiva que se pregunte conscientemente por lo local y por cómo construir un estado social de derecho en cada comunidad.

Acción sobre la opinión pública

Un principio de la comunicación social en política dice que sino se define la imagen que del líder va a darse a los medios, los medios le adjudicarán una. Así mismo seremos nosotros quienes definamos la imagen que nuestro proyecto deberá tener frente a los medios, la opinión pública, el sector político, la comunidad...

Otro principio dice que las instituciones y los proyectos requieren de un posicionamiento, posicionamiento que es definido por los medios de comunicación. Nuestro proyecto deberá mostrar su liderazgo una y otra vez, deberá hacerse dar a conocer. Siempre será más provechoso sentarse a negociar con alguien que ya nos conoce.

Así se trata de un trabajo colectivo, es fundamental discutir en el equipo quién será la persona encargada de ser la voz del proyecto. Es preciso reconocer que no todos tienen las mismas habilidades de comunicación en público y en eso debemos ser bastante sinceros al interior de cada grupo.

Los medios de comunicación son el vehículo por excelencia para hacer incidencia sobre la opinión pública. En primer lugar el balance de las fuerzas de poder no será posible sin el fortalecimiento de los medios comunitarios. Esto deberá ser asumido como una acción estratégica inmediata y no como una labor a largo plazo. El fortalecimiento y la expresión de los medios comunitarios permite balancear el “contenido de verdades” presentadas a diario por los medios tradicionales.

La comunicación directa nos permite afectar el microcontexto. Utilizar piezas visuales en los espacios cotidianos es altamente efectivo. La comunicación directa permite además, saltarnos los obstáculos de comunicación que a veces ofrecen

ciertos personajes que a nombre de las comunidades se hacen llamar líderes cuando sólo buscan el beneficio personal.

Las emisoras comunitarias pueden ser bien usadas para generar climas de opinión en los microcontextos. La utilización de las emisoras comunitarias permite colocar ciertos temas en la agenda de los pensamientos de la gente.

Sobre los medios tradicionales

Es frecuente creer que el poder contenido en los conglomerados económicos dueños de los medios de comunicación no nos permiten proponer cambios importantes en su funcionamiento. En este contexto es útil saber que los medios necesitan estar siempre cerca del poder para acceder a la pauta comercial y por ende al dinero, sin embargo necesita aparentar ante la sociedad suficiente imagen de distancia para ser asumido como creíble.

Cuando los medios tradicionales son destinatarios de estrategias de incidencia existen algunos elementos clave para ser tener en cuenta.

- Institucionalizar la relación que se tiene con diferentes medios. Monitorear los medios en relación a temas y discursos analizando los contenidos y estableciendo variables que me permitan saber de qué manera se relaciona la prensa con los sucesos. También se debe analizar los usos del lenguaje así como la forma de titular y presentar las noticias. No basta entonces con argumentar bajo el cliché de que los medios son amarillistas. La concreción se hace necesaria para construir capacidad de interlocución en base a los contenidos analizados.
- Identificar a los columnistas, quienes podrán ser destinatarios de piezas producidas por nosotros para generar opinión. En muchas ocasiones es fácil sugerir un tema que sea de interés para un columnista de la ciudad.
- Establecer relaciones con los corresponsales de los grandes medios que operan desde Bogotá. En las regiones o diferentes ciudades es posible que los corresponsales asuman las mismas lógicas de contar y mostrar las noticias que son usadas en general, pero sin duda es más fácil también ejercer influencia.

Con frecuencia los mitos sobre la incapacidad de lograr transformaciones desde los medios se apodera de los procesos sociales y comunitarios, pero lo cierto es que existen también muchos periodistas comprometidos. Lo importante es buscar entonces este tipo de profesionales antes que continuar esparciendo el mito.

- A los medios y a los periodistas les interesan los hechos con impacto social, pero de igual modo los medios rara vez mirarán el trabajo que hacemos. Es

tarea nuestra generar en ellos ese interés. La organización de ruedas de prensa al inicio de los proyectos, cuando se midan resultados, cuando tengamos un evento especial, será siempre una manera de ganar la atención de los medios de comunicación.

Acción social directa

Quizás nuestra mayor exigencia será la de ser honestos con la base social de cada uno de los proyectos. En principio no podemos tener bases sociales móviles. No todas las bases sociales deberán ser el destinatario de todos los proyectos y los indicadores no deberán estar medidos de acuerdo al número de talleres ofrecidos o al número de asistentes. Para ello deberemos marcar un lugar claro de partida y el lugar al que deseamos llegar.

Dejar en cada proyecto un jirón del alma.