

# **LA INNOVACIÓN POLÍTICA**

**No es sólo cuestión de hacer campañas y ganar  
elecciones**

**Por: Enrique Cornejo Ramírez**

**Fondo Editorial de la Universidad Peruana Simón Bolívar**

**La Innovación Política: No es sólo cuestión de hacer campañas y ganar elecciones**

**Primera edición, febrero 2018**

**Derechos de edición reservados**

**Universidad Peruana Simón Bolívar- Fondo Editorial Jr.**

**Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú No. 2018-02959**

**ISBN No. 978-612-47550-2-6**

**Publicada en febrero 2018**

**Segunda edición (revisada y aumentada), abril 2018**

**(Sólo en versión digital)**

**DEDICATORIA:**

**A todos aquellos que están convencidos  
que se puede innovar la manera de hacer  
política, con decencia y con docencia, pero  
-sobre todo- nunca olvidando que la esencia  
de la acción política es mejorar los niveles de  
vida de las personas.**

## Índice Temático

### Introducción

#### Capítulo 1: El estado actual de la política y de los partidos políticos: La crisis

- 1.1 La globalización como proceso ambivalente y la globalización de la política
- 1.2 La política en el contexto de la globalización
- 1.3 La crisis de los partidos políticos y de los políticos. Los nuevos escenarios
- 1.4 Las opciones de cambio al interior de los partidos políticos en el nuevo contexto

#### Capítulo 2: Casos que ejemplifican la crisis

- 2.1 El fenómeno Trump en los EE.UU.
- 2.2. La campaña de Macron en Francia
- 2.3 Las consecuencias del BREXIT
- 2.4 La crisis política en Alemania
- 2.5 El escenario político de incertidumbre en México
- 2.6 Argentina y las reformas del presidente Macri

#### Capítulo 3: Confianza e Innovación Política

- 3.1 El modelo de la confianza y la innovación política
- 3.2 Los principios básicos de la innovación política
- 3.3 La apuesta de Contigo Ciudadano

#### Capítulo 4: ¿Cómo aplicar los principios de la Innovación Política?

- 4.1 Romper paradigmas, estereotipos y no tener miedo de cambiar
- 4.2 El uso inteligente de las redes sociales
- 4.3 La política y los avances de las neurociencias
- 4.4 La comunicación política en un mundo electoral
- 4.5 El cumplimiento de las ofertas electorales y el respeto por la palabra empeñada
- 4.6 La innovación política permanente

## **4.7 Algunas reflexiones sobre la política en el siglo XXI**

### **Bibliografía y Fuentes**

#### **Anexos**

**Anexo No. 1: Contigo Ciudadano, Movimiento por la Innovación Política, Manifiesto**

**Anexo No. 2: Contigo Ciudadano, Nuestra visión de Lima**

**Anexo No. 3: Estatuto de la Organización Política Independiente “Contigo Ciudadano”**

**Anexo No. 4: La experiencia de la Firmatón y los primeros esfuerzos de innovación de “Contigo Ciudadano”.**

**Anexo No. 5: Ibarra, Asunción y Merlo: tres esfuerzos por la innovación política en América Latina, desde afuera y desde dentro de las organizaciones partidarias**

## **Índice de Cuadros**

**Cuadro No. 1: La política en el proceso de globalización: principales características**

**Cuadro No. 2: Propuestas de opciones de los partidos políticos en tiempos de globalización**

**Cuadro No. 3: Algunas propuestas para una plataforma de la democracia, la libertad y la justicia social en tiempos de globalización**

**Cuadro No. 4: Razones por las que surge el “Fenómeno Trump”, según Rubach**

**Cuadro No. 5: Las razones por las que ganó Trump, según Erice**

**Cuadro No. 6: Los “aportes” de Trump, según Rubach**

**Cuadro No. 7: Fechas y acontecimientos claves en el primer año de Donald Trump como presidente de los EE.UU.**

**Cuadro No. 8: Aspectos positivos y negativos del primer año de gestión de la Administración Trump**

**Cuadro No. 9: Principales componentes de la Reforma Laboral de Macron**

**Cuadro No. 10: Lineamientos de la Reforma Educativa propuesta por Macron**

**Cuadro No. 11: Fortalezas y debilidades en el primer año de gobierno del presidente Macron**

**Cuadro No. 12: Algunas de las principales razones por las que triunfó el BREXIT**

**Cuadro No. 13: Calendario de las etapas del BREXIT entre 2016-2021**

**Cuadro No. 14: Opciones del Reino Unido frente al tema del BREXIT, según Tony Blair**

**Cuadro No. 15: Principales características de la situación política alemana al inicio del cuarto mandato de Merkel**

**Cuadro No. 16: Factores que favorecen al candidato López Obrador**

**Cuadro No. 17: Principales aspectos de la política argentina al inicio del tercer año del gobierno de Macri**

**Cuadro No. 18: Los principios básicos de la Innovación Política que proponemos**

**Cuadro No. 19: Generaciones poblacionales, 1946 hasta la actualidad**

**Cuadro No. 20: Seis ideas básicas para conectar acción offline y online**

**Cuadro No. 21: Siete claves para conectar con la ciudadanía, según Ramón Ramón**

## **Índice de Gráficos**

**Gráfico No. 1: Resultados de las Elecciones Presidenciales en los EE.UU. 2016, por Estados de la Unión**

**Gráfico No. 2: El Mensaje de la Campaña de Trump**

**Gráfico No. 3: Boleta que se usó en el Referéndum del BREXIT**

**Gráfico No. 4: La urgencia de la Innovación Política**

**Gráfico No. 5: ¿Estamos mejor que hace 50 años?**

## Introducción

**C**on satisfacción presentamos la segunda edición de nuestro libro: “Innovación Política: No es sólo cuestión de hacer campañas y ganar elecciones” y lo hacemos apenas dos meses después de haber publicado la primera edición, agradeciendo la acogida que ha tenido nuestra propuesta tanto en el Perú como en otros países de América Latina.

El mundo está cambiando vertiginosamente. En un contexto global en el que todo cambia, los partidos políticos tienen que cambiar, la manera de hacer política también tiene que cambiar, pero parece que quienes hacemos política no nos damos cuenta de la complejidad del problema y nos resistimos al cambio.

Varios son los factores que explican esta resistencia. El deseo de no perder el control de los partidos y, por supuesto, de no perder el poder; intereses económicos; el alejamiento de los ciudadanos y la existencia de paradigmas, costumbres y de una cultura acerca de la forma de hacer política que se ha quedado estancada en el Siglo XX.

No es fácil cambiar paradigmas y maneras de hacer las cosas que están arraigadas por largo tiempo en las instituciones y en las mentes de las personas. Refiriéndose a la curia de la Iglesia Católica en Roma -una institución milenaria con métodos y costumbres también muy antiguos-, el Papa Francisco señalaba en diciembre de 2017: **“Hacer la reforma en Roma es como limpiar la Esfinge de Egipto con un cepillo de dientes”**<sup>1</sup>, aludiendo a las dificultades que tiene que enfrentar en su proyecto de alentar reformas en la Iglesia Católica.

Parafraseando al Papa Francisco, impulsar en estos tiempos una reforma que promueva la innovación política es también como “limpiar la Esfinge de Egipto o Machu Picchu con un cepillo de dientes”. Pero hay que hacerlo.

No es casualidad lo que pasa en diversos países del mundo. La victoria de Trump en los EE.UU.; la victoria de Macron en Francia; el BREXIT en Inglaterra; la victoria de Macri en Argentina; los resultados de las últimas elecciones en Alemania; las dificultades de

---

<sup>1</sup> VERDÚ, Daniel...; **“El Papa critica, ante la curia las intrigas y a los traidores”**; Nota periodística

los partidos tradicionales en México; la victoria de Kuczynski en el Perú; los problemas de gobernabilidad en España.

Estos son sólo algunos de los ejemplos de cambios importantes que están ocurriendo y donde el común denominador es la derrota de los partidos tradicionales y el surgimiento de nuevos y disruptivos movimientos políticos. Algunos de ellos tienen planteamientos innovadores y otros sólo contribuyen a una mayor decepción en la población por su improvisación e incapacidad para hacer bien las cosas.

Diciéndolo de otro modo: los partidos políticos están en “amplitud modulada” (AM) y la gente está en “frecuencia modulada” (FM); los partidos políticos están todavía en la tecnología analógica mientras que los ciudadanos están en tecnología digital de última generación. Los partidos políticos siguen con el volante, el mitin y las pintas en las paredes; la gente está en las redes sociales en sus diferentes plataformas.

Pretendemos hacer más de lo mismo con lo cual sólo acrecentamos el problema, nos alejamos más de la gente y generamos mayor desconfianza. “El Perú no son ellos, somos nosotros”, decía por teléfono una oyente de Radio Programas del Perú (RPP), visiblemente molesta, al comentar declaraciones de algunos congresistas peruanos, luego de una intensa jornada parlamentaria. **“Hace falta también una reconciliación entre la ciudadanía y los políticos. No es que queremos que los políticos se vayan, la mayoría de los ciudadanos ya nos fuimos de la política.”**<sup>2</sup> decía el analista político Carlos Meléndez en el Programa “Enfoque de los Sábados” en RPP.

En la calle hay una gran decepción de la clase política en general y este no es un tema sencillo ni coyuntural; será necesario ganar legitimidad para poder recuperar la confianza de la población. Pero hay que tomar en serio el problema.

No basta con hacer campañas políticas; inclusive no basta con ganar elecciones. El objetivo principal de la política en estos tiempos debe ser el recuperar credibilidad, el ganar legitimidad. Como en el marketing, el objetivo último no es vender sino el de ganar lealtad, prestigio y valor para las empresas.

Quienes creemos en la democracia, en la libertad y en la búsqueda de la justicia social nos resistimos a pensar que los partidos y líderes políticos no somos capaces de responder a los desafíos de estos tiempos, con sus ideologías y doctrinas, pero principalmente con un discurso, una metodología de trabajo político y sobre todo con una actitud que sintonice con las necesidades y preocupaciones de los ciudadanos, que sea capaz de adaptarse, de reinventarse en el nuevo escenario nacional y mundial.

Milité durante 36 años en el Partido Aprista Peruano (PAP), agrupación política de casi un siglo de trayectoria, fundada y liderada por Víctor Raúl Haya de la Torre que trascendió a su tiempo y que tuvo una vida dedicada a la causa de la justicia social. En todos esos años trabajé muy de cerca en la elaboración y conducción de los planes de gobierno, participando como tal en siete campañas presidenciales y en cinco campañas

---

<sup>2</sup> MELÉNDEZ, Carlos...; **Declaración en Programa “Enfoque de los Sábados”** de Radio Programas del Perú (RPP); Lima, sábado 30 de diciembre de 2017.

municipales. He ejercido cargos de Ministro de Estado en los dos gobiernos del APRA (1985-1990 y 2006-2011).

En el año 2014, fui el candidato del PAP al Municipio de Lima Metropolitana, la capital del Perú, quedando -contra todo pronóstico- en un expectante segundo lugar con casi un millón de votos. Aprendí mucho en esa campaña, cometí errores, me indujeron a cometer otros, pero sobre todo me di cuenta de que, el grueso de los votantes, estaban ya hartos de lo mismo, de los mismos personajes, de los mismos métodos, de los mismos discursos y ofertas electorales.

Obtuve una votación que sorprendió a muchos porque me esforcé por entender lo que buscaba una población básicamente independiente, con una propuesta seria y de buen fundamento técnico, pero sobre todo con la convicción de poder cumplir con lo que estaba ofreciendo.

La gente quiere que se les ayude a solucionar sus problemas concretos del día a día. Y piden algo que tiene mucho sentido común: que se cumplan con las promesas realizadas; que se camine siempre cerca de la gente y no sólo en campaña; y que se les escuche y atienda cuando ya se están ejerciendo los respectivos cargos públicos.

Con esa experiencia y los resultados alcanzados, intenté transmitir al interior del PAP lo que había aprendido, en la búsqueda de una política de renovación partidaria, pero no tuve éxito porque parte de la dirigencia que está en el control del partido se opuso firmemente a todo cambio. Decidí entonces renunciar al partido y optar por un camino independiente para lograr el mismo objetivo.

Debemos reflexionar no sólo sobre cómo lograr mejores resultados en las campañas electorales, sino -previamente- sobre como reivindicar la acción política, como devolverle credibilidad, y sobre todo cómo hacer para que los jóvenes, esos nómades electronales<sup>3</sup>, se interesen en participar activamente en política.

Interesa también evaluar no sólo las estrategias para llegar a la victoria electoral, sino también el cómo lograr gobiernos que cumplan con sus ofertas electorales, que hagan seguimiento de sus propuestas, que se mantengan en contacto con sus votantes y que traten de llegar a quienes no fueron sus votantes. Todo ello para contribuir a recuperar la confianza y la credibilidad de la población en la política y en los políticos, como decimos para recuperar legitimidad.

El objetivo de este libro es proponer las bases de lo que consideramos debe ser el esfuerzo principal de innovación política, así como compartir nuestra experiencia en aquella campaña electoral del 2014, las lecciones aprendidas y los esfuerzos que venimos desarrollando al impulsar un nuevo movimiento político independiente,

---

<sup>3</sup> ZAPATA; Eduardo...;/BIONDI, Juan...; **“Nómades Electronales. Lo que nos dicen las escrituras de los jóvenes: había que echarse a andar nuevamente”**; Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC); Lima, enero de 2017; Primera edición; 136 Páginas.

llamado Contigo Ciudadano, con el que pretendemos contribuir a poner en la agenda el tema de la innovación política en el Perú.

El libro se divide en cuatro capítulos. En el primero de ellos analizamos el estado actual de la política y la crisis de los partidos políticos que se experimenta en todo el mundo; en el segundo capítulo analizamos algunos casos en particular que ejemplifican la magnitud y complejidad de esta crisis. Así, los casos de la situación política de los EE.UU., Francia, Reino Unido, Alemania, México y Argentina son analizados con detalle.

En el tercer capítulo planteamos un modelo conceptual que relaciona confianza con innovación política e identificamos los principios básicos de lo que denominamos “innovación política”. Finalmente, en el cuarto capítulo evaluamos de qué manera se pueden aplicar estos principios de la innovación política a la realidad de nuestros países.

Se acompaña una extensa bibliografía y como anexos se presentan tres documentos que sustentan el trabajo inicial que viene realizando el Movimiento Contigo Ciudadano, su manifiesto, su estatuto y una primera visión de lo que queremos para la ciudad de Lima.

A continuación, se presenta un primer ensayo en el que explicamos nuestra experiencia concreta en el proceso de recolección de firmas que hemos iniciado para lograr la inscripción del movimiento en el Jurado Nacional de Elecciones.

Finalmente, en esta segunda edición presentamos un último anexo en el que presentamos dos experiencias concretas de esfuerzos de innovación política que hemos podido conocer personalmente: el que lidera el Intendente de la ciudad de Asunción en Paraguay, Mario Ferreiro, desde fuera de las organizaciones políticas tradicionales en ese país (el Partido Colorado y el Partido Liberal); y, la experiencia que lidera el Intendente de Merlo en Buenos Aires-Argentina, Gustavo Menéndez, ésta vez desde el interior del Partido Justicialista.

Un agradecimiento muy especial a Wilder Calderón y al Fondo Editorial de la Universidad Peruana Simón Bolívar (UPSB) por su apoyo para la publicación de este libro y un reconocimiento sincero a los miles de voluntarios que, con entusiasmo y convicción, están trabajando por la innovación política y para consolidar al Movimiento Contigo Ciudadano.

**Enrique Cornejo Ramírez**

**Lima, abril de 2018**

## Capítulo 1

### El estado actual de la política y de los partidos políticos: La crisis

**L**a **globalización** o **mundialización** y sus profundas implicancias en nuestra vida cotidiana es un proceso que experimentamos hace algunas décadas.

#### 1.1 La globalización como proceso ambivalente y la globalización de la política

No es el primer proceso de globalización en la historia de la humanidad (sin duda, cuando el hombre se volvió nómada planetario, cuando se hicieron importantes descubrimientos geográficos o cuando se adaptó la máquina de vapor a barcos, ferrocarriles y aeronaves se dieron también sendos procesos de globalización), pero claramente este es el proceso de globalización más complejo y totalizante que hemos vivido: abarca prácticamente todos los aspectos de nuestra vida; los económicos, los sociales, los éticos, los deportivos y, por supuesto, los políticos.

Existe consenso con relación a que la globalización es una realidad –más allá de nuestra propia visión del fenómeno- y que tiene un carácter ambivalente.

De un lado, tiene aspectos positivos como los derivados del impacto de las tecnologías de la información y la comunicación, la disminución de las barreras de acceso al comercio internacional, el movimiento internacional de capitales productivos o el avance de varios procesos de integración (hoy llamados bloques regionales).

De otro lado, tiene aspectos negativos como el movimiento internacional de capitales especulativos, el crecimiento inaceptable de la brecha entre ricos y pobres, así como el subempleo masivo que produce la automatización de los procesos de producción y la profundización de problemas como el deterioro inconmensurable del medio ambiente, el surgimiento de conflictos armados regionales o la globalización del terrorismo y las amenazas cibernéticas.

La velocidad del cambio, el corto ciclo de los bienes y servicios hasta llegar a la obsolescencia, la virtualidad de las decisiones, el tremendo impacto de las redes sociales, los cambios en la estructura poblacional y en los estilos de vida, son algunos

de los efectos más resaltantes del proceso de globalización en el día a día de los ciudadanos.

Igualmente, sobre qué hacer frente al proceso de globalización las posiciones son más diversas aún. Existen desde los movimientos anti globalización (denominados “globofóbicos”) que radicalizan su posición al punto de fantasear y desconocer el proceso, hasta el surgimiento en diversas partes del mundo de posiciones nacionalistas, proteccionistas e incluso xenófobas.

Lo que queda claro es que la globalización beneficia a millones de personas, pero deja aún a otros millones excluidos sin poder gozar de tales beneficios. Hay, por lo tanto, insatisfacción y protestas y, por supuesto, planteamientos –muchas veces demagógicos- que invitan a mirar hacia atrás y a retomar esquemas nacionalistas y proteccionistas.

Los populismos -de derecha e izquierda- han ganado un espacio político en este contexto, pero claramente no son la solución y más bien complicarán las cosas más adelante.

La globalización no sólo es un proceso ambivalente (con sus efectos positivos y negativos) sino que también es un proceso imparable, irreversible, que -por lo tanto- debemos asumirlo en términos políticos e históricos. Vivimos en tiempos de gran convulsión y cambios, de crisis de paradigmas y de liderazgos a nivel mundial.

Una de las consecuencias del proceso de globalización, es el menor margen de maniobra de los Estados y de las políticas nacionales; otra es el reequilibrio de la economía mundial con grandes jugadores determinantes. Si al terminar la Segunda Guerra Mundial ese liderazgo lo tenía indiscutiblemente los EE.UU., con el paso de las décadas, ese liderazgo es compartido con los países de la Unión Europea y sobre todo con China que se ha convertido en un gran protagonista en el escenario mundial.

Las nuevas tecnologías y las redes sociales tienen gran importancia en este contexto y ejercen un papel decisivo en la manera de hacer política de estos tiempos, pero es necesario que, desde nuestra perspectiva, se mejoren los contenidos.

Desde la posición de innovación política que propugnamos, la más poderosa forma de actuar frente a la globalización y contrarrestando la acción de los populismos, es promoviendo una reingeniería de los procesos políticos partidarios, acercándonos permanentemente al ciudadano, y posibilitando un proceso de integración política con diferentes matices.

La integración política que necesitamos debe buscar un consenso regional y establecer la solidaridad o justicia social como pilar esencial. La nueva integración frente a la globalización tiene que estar vinculada a la ciudadanía. Hay, por ejemplo, un importante sentimiento latinoamericano en la Región desde la ciudadanía que hay que

aprovechar. Hay que darle contenido a este sentimiento buscando una integración más contemporánea, más complementaria.

En estos tiempos, la construcción de vínculos con la ciudadanía se da fundamentalmente en lo emocional. Desde los partidos políticos vigentes el desafío está en conectar emocionalmente con la gente.

El marketing político que debemos desarrollar debe enfocarse en “partículas” de ciudadanos, cada cual con los intereses específicos que estos poseen. La tarea de intermediación de la política está en cuestionamiento. Nuestras propuestas deben estar orientadas a propiciar en lo posible la “horizontalidad” de la política, una política de tres dimensiones: Estado, mercado y ciudadanía.

Desde nuestra perspectiva de acción política ante la globalización hay que enfatizar en el fortalecimiento de las políticas regulatorias por parte del Estado, de manera de contrarrestar abusos por posición dominante en el mercado, prácticas monopólicas, falta de transparencia en la gestión y el pago de los impuestos, así como la existencia de los denominados “paraísos fiscales”. La globalización debe darse, entonces, con reglas claras, democráticas y sostenibles. Hay que democratizar la globalización.

Es necesario asimismo revisar los métodos políticos que utilizamos, enfatizando en el contacto directo y permanente, la relación con los ciudadanos y sus organizaciones, la flexibilización de estructuras organizativas rígidas, la renovación de cuadros, el empleo inteligente de las modernas tecnologías y de las redes sociales, el uso de propios medios de comunicación masiva o el intercambio de experiencia exitosas.

Los partidos políticos deben recuperar el principio de realidad y demostrar capacidad de autocrítica y de renovación para reencontrarse con la población y generar confianza. Hay que recuperar también la dimensión ética de la política, deslindando claramente con la corrupción y estableciendo políticas específicas, códigos de conducta y métodos de autocontrol para combatirla, transparentando la gestión, predicando con el ejemplo, cumpliendo la palabra empeñada, practicando la política con decencia y siendo leales con los valores.

Debemos defender asimismo los grandes conceptos de la política: su dimensión social (la lucha contra la desigualdad, por la calidad en el empleo, por la educación y la salud), claros conceptos democráticos y de la libertad, defender una sociedad pluralista y su internacionalización. Así recuperaremos credibilidad.

Desde nuestras organizaciones políticas debemos buscar renovarnos e innovarnos y la mejor manera de recuperar confianza con la población es teniendo humildad, generosidad y buscando la unidad y el consenso.

Ricardo Lagos, el experimentado expresidente de Chile -comentando las elecciones presidenciales de fines de 2017 en las que Sebastián Piñera, candidato de derecha, derrotó al candidato de izquierda- señalaba que el resultado de las presidenciales obligaba a repensarlo todo.

Afirma Lagos: **“Hoy la democracia en muchos lugares del mundo está puesta en cuestión. Hay problemas en la relación entre gobernantes y gobernados. No es la fluidez de ayer. Pero existe un segundo punto: el fenómeno de la globalización produce que unos se beneficien más y otros se beneficien menos. En el mundo desarrollado, los sectores medios sienten que están yéndose para abajo. Y en el mundo emergente...sienten que ellos han hecho un gran esfuerzo, se han superado, pero que la sociedad no escucha sus nuevas demandas. El resultado que esas nuevas demandas corresponden a una transformación muy profunda de la sociedad.”**<sup>4</sup>

Volver hacia atrás no es posible, pero sería un error dejar de reconocer que el paradigma de la globalización y sus beneficios está en discusión y que se requieren reformas. El proceso de globalización debe volverse más inclusivo y multilateral también en sus beneficios. Esa es la tarea de los partidos políticos y este debe ser el principal objetivo de la innovación política; pero -para ello- debemos revisar lo que ocurre ahora con la política.

## **1.2 La política en el contexto de la globalización**

Muchos son los impactos que el proceso de globalización tiene en la política, en los políticos y en la manera de hacer política.

Empecemos por el más obvio: a medida que el proceso de globalización ha ido avanzando, existe cada vez **menos margen o espacio de maniobra** para los Estados y las políticas nacionales.

En efecto, mucho de lo que antes se decidía en el Gobierno Nacional o en el Poder Legislativo hoy está normado, por tratados internacionales de cumplimiento obligatorio (vinculante) por parte de los países, y, en los temas económicos, sociales, políticos, o estratégicos cada vez importa más lo que se logra por el consenso de países que por las decisiones de cada uno de ellos.

Por otro lado, como veremos en detalle más adelante, son las **redes sociales** las que están ejerciendo la mayor influencia espontánea y determinante en la política actual en todo el mundo.

Recordemos, a manera de ejemplo, la tremenda importancia que tuvieron las redes sociales en la denominada “primavera árabe” para lograr el fin de gobiernos y dictaduras que habían controlado el poder durante décadas o la influencia que han tenido estas redes sociales impulsadas por miles de jóvenes en Brasil y Chile

---

<sup>4</sup> MONTES, Rocío...; **“El resultado de las presidenciales obliga a repensarlo todo: Ricardo Lagos, expresidente de Chile”**; entrevista publicada en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid-España; miércoles 20 de diciembre de 2017; Páginas 6 y 7.

reclamando en contra de los aumentos de las tarifas de transporte público (que obligaron a dejar sin efecto los aumentos) o en Perú protestando por una legislación laboral que pretendía discriminar a los trabajadores jóvenes y que tuvo que ser derogada.

Resaltaríamos uno tercero que es menos obvio, pero igualmente importante. Citando a Alvin Toffler (“La Tercera Ola”, 1979), la historia de la humanidad está dividida en tres grandes etapas u “olas”: la “**primera ola**” es la agraria donde los procesos productivos, sociales y políticos más significativos están vinculados a la tierra y su explotación; la “**segunda ola**” que se vincula al proceso de industrialización donde lo que interesa es el acceso a procesos y tecnologías vinculadas a la máquina, la especialización y la producción a gran escala. Finalmente, la “**tercera ola**” que se refiere a procesos productivos donde el insumo fundamental es la **información** y el “producto final” es el nuevo **conocimiento**.

En términos políticos, la “primera ola” está fundamentalmente vinculada a grandes imperios y monarquías; la “segunda ola” generalmente a democracias o dictaduras pero dependientes de la intermediación de textos constitucionales y credos; así, un presidente, jefe de Gobierno o un parlamentario, al asumir sus funciones, hace un juramento de honor sobre la Biblia o a la Constitución Política, teniendo en cuenta que un dispositivo legal (decreto o ley) sólo es válido “al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial del respectivo país”. Es decir, en un contexto de “ola industrial” se necesita de la intermediación del texto (libro) para hacer política efectiva.

En tal sentido, una de las consecuencias más revolucionarias de la globalización es que ya no se necesita de la intermediación del texto para opinar o tomar decisiones. En la política lo anterior significa que el ciudadano ya no necesita del **político intermediario** o de la **política de intermediación** entre el Estado y la población.

Actualmente, el ciudadano de a pie, a través de su participación en las redes sociales, en organizaciones no gubernamentales (ONG’s) y en otras instituciones de la sociedad civil, se informa, opina, debate y hace política directamente; sin necesitar que un político haga –por él o por ella- esta tarea de intermediación.

Más bien al político de estos tiempos se le exige una auténtica **labor de representación**, lo que quiere decir que, si los ciudadanos desean que su autoridad se dedique, por ejemplo, al buen cuidado de las laderas de los cerros, a la promoción del deporte o la cultura o a la adopción y protección de los animales, entonces a eso tendrá que dedicarse y punto.

En cuarto lugar, los cambios también han afectado al **marketing político**. Como en el marketing en general, en el marketing político (directo) de hoy es necesario enfocarse no sólo en determinados **segmentos** sino en “**partículas de ciudadanos**”.

Más que los discursos largos y elocuentes hoy se necesitan propuestas concretas, el “**aquí y ahora**” tendrá que llegar precisamente a esas “partículas de ciudadanos”. Por ejemplo, en el segmento de “jóvenes”, hay “partículas” que se relacionan a aspectos

tan diversos como la promoción del deporte, el medio ambiente, el cuidado de los animales, el arte y la cultura, la calidad de la educación, los temas de género, la no violencia contra la mujer, los derechos humanos, etc.

Para cada “partícula” hay que tener una plataforma específica con propuestas muy delimitadas. Habrá un mensaje principal, aglutinador, motivador (como el “Yes We Can” en la campaña de Obama) pero se necesitarán también propuestas específicas. **“Cada quien quiere escuchar lo que necesita”**. Así se presenta hoy el problema y la oportunidad del marketing político del Siglo XXI.

Rolando Arellano, experto peruano en marketing y principal directivo de “Arellano Marketing” cuestiona la tradicional estratificación basada en niveles socio económicos (a, b, c, d y e) y propone incorporar **“los estilos de vida”** (2013) **“...como herramientas de comprensión social”**. Los seis estilos de vida básicos que propone Arellano para el caso peruano son: los sofisticados, los progresistas, las modernas, los adaptados, las conservadoras y los austeros.

Así las cosas, puede ocurrir que haya progresistas con dinero o sin dinero, así como conservadoras con dinero o sin dinero. Al igual que el impacto en lo social y económico, el planteamiento de los “estilos de vida” también tiene influencia en lo político; las estrategias políticas deberían considerar estos **nuevos criterios metodológicos**.

El **trabajo y sus organizaciones** también experimentan cambios sustantivos. La fuerza laboral sindicalizada es cada vez una proporción menor del total; la mayoría de los trabajadores son auto empleados e independientes que no sólo no están, sino que no desean pertenecer a una organización sindical. La política en estos tiempos de globalización tiene que trabajar con trabajadores sindicalizados y con los no sindicalizados.

Lo anterior implica una profunda **revisión de los métodos** que hemos utilizado habitualmente para hacer el respectivo **trabajo político**. En estos tiempos, por ejemplo, parecería importar mucho menos la realización de un gran mitin partidario, una caravana de vehículos o incluso la impresión de un volante tradicional.

El método del trabajo político más eficiente de lejos es el del **contacto directo y permanente con los ciudadanos**. Contacto directo (sin intermediarios, y no sólo cuando hay campaña electoral). Estas características exigen construir –o renovar– partidos políticos 24 x 7 de contacto permanente con los ciudadanos, y de trabajo social, escuchando y tomando nota de la visión de la gente.

Es lo que denominamos el proceso de **“caminar sin prisa”**, sin pedir el voto, sin obsequiar nada, sólo escuchando, sólo conociendo a las personas y permitiendo también que nos conozcan como políticos; luego, en la campaña electoral sólo habrá que consolidar esta relación.

Para poder cosechar en una campaña electoral, previamente hay que sembrar; con tiempo, sin prisa, enfocándonos en los problemas e intereses de cada “partícula de

ciudadanos”; pero, para sembrar, hay que preparar el terreno: abonarlo, disminuir su “acidez”, etc. Los tiempos actuales son, entonces, tiempos de preparación del terreno, de reflexión, de autocrítica, de innovación, de profundo esfuerzo para hacer “empatía” con los ciudadanos.

Al irremplazable **contacto directo** (y oportuno) con la población hay que agregar el **uso inteligente de las redes sociales**, la motivación política a través de los **medios de comunicación** y creación de **planes de gobierno** bien estructurados, siempre pensados en los ciudadanos de a pie. Las redes sociales deben convertirse en auténticos instrumentos de pedagogía política y no en una oportunidad para hacer “catarsis” a través de ataques y adjetivos.

Cabe anotar que será necesario que los partidos políticos tengan sus propias (y permanentes) ventanas de expresión independiente a través de los medios de comunicación masiva (radio, televisión, cable), incluyendo medios no tradicionales (como canales por Internet, Portales de Información y Opinión, etc.).

Los cambios radicales en el tejido social (y en los “estilos de vida”) tienen que ver, asimismo, con la **nueva estructura poblacional** (cada vez menos en forma de pirámide) que presenta una serie de exigencias simultáneas.

En primer lugar, comprender e incluir en la política a los **jóvenes** (nuestros nativos digitales) quienes precisamente, por su forma universalista y sin fronteras de ver el mundo, no tienen interés en partidos políticos e ideologías que mantienen formas sesgadas y obsoletas de hacer política y que no se han dado el trabajo de actualizarse para “hacer una nueva política en el Siglo XXI”.

Los jóvenes miran el presente y hacen prospectiva; los partidos políticos seguimos mirando hacia atrás. Cambiar esta situación es uno de los principales desafíos de la política en un contexto de globalización.

En paralelo, una de las consecuencias del crecimiento económico y del fortalecimiento de la democracia es el surgimiento y ampliación de las denominadas “**clases medias**” que aspiran a tener superiores niveles de vida y de bienestar; lo principal de las “clases medias”, es su “**nivel aspiracional**”, siempre en ascenso y con una fuerte tendencia a no renunciar a los estadios de desarrollo y beneficios ya logrados.

Es impresionante, y mucho más influyente en las decisiones de millones de ciudadanos de a pie, la aspiración de pertenecer –o de seguir perteneciendo- a la clase media. Por ello, otro de los retos de estos tiempos consiste en afrontar el problema de la **disminución** –para muchos- **del estado de bienestar** (menores empleos, menores ingresos, menos beneficios sociales, desconocimiento de derechos adquiridos, inseguridad, etc.).

¿Cómo afrontar esta pérdida de bienestar social y al mismo tiempo actuar en un contexto macroeconómico estable? ¿Cómo trabajar por la justicia social y hacerlo con responsabilidad fiscal? Estas son las interrogantes a responder, y no es tan fácil hacerlo (en el siguiente acápite lo intentaremos).

De otro lado, esta estructura social tiene, cada vez más, una **población longeva** que requiere también de una vida digna, con servicios públicos que atiendan sus necesidades y los entiendan. La esperanza de vida después de los 65 años sigue aumentando. En el Perú de estos tiempos ya bordea los 80 años y en países de desarrollo más avanzado esta edad promedio ya se acerca a los 100 años.

Necesitamos, por lo tanto, políticas públicas y plataformas políticas para gente que vive cada vez más. ¿Cuál es la plataforma política de los partidos políticos para el creciente número de “adulto-mayores” que también son ciudadanos?

La dificultad de hacer política en estos tiempos también tiene que ver entonces con **“sintonizar”** simultáneamente **con jóvenes nativo-digitales, clases medias empobrecidas y adulto-mayores cada vez en mayor número**, quienes tienen diferentes intereses y prioridades según sus propias edades y contextos. A ello habría que agregar los problemas derivados de las importantes corrientes migratorias que se dan en diferentes partes del mundo. A todos ellos hay que incluir. Necesitamos **políticas comprehensivas** para todos ellos.

A esta altura cabría preguntarse si se deben mantener las **ideologías** en los partidos políticos. La respuesta es claramente que sí. Por supuesto que la mayoría de los jóvenes en estos tiempos no tienen el mayor interés por las ideologías y son más propicios al pragmatismo, pero sabemos también que un partido sin ideología y doctrina propia está condenado –tarde o temprano- a su desaparición.

Y esto no debe ocurrir pues una democracia, para ser fuerte, debe tener una sólida institucionalidad y construir ciudadanía. En estas tareas la labor de los partidos políticos es irremplazable, pero esta debe hacerse con **autocrítica y modernización**.

El politólogo norteamericano Francis Fukuyama, entusiasmado por la caída del Muro de Berlín, publicó su libro titulado: **“El Fin de la Historia y el último Hombre”** (1992), en el que proclamaba, entre otras cosas, el fin de las ideologías. El mismo Fukuyama tuvo que rectificarse y en un nuevo libro titulado: **“La Construcción del Estado: hacia un nuevo Orden Mundial en el Siglo XXI”** (2004), sugiere cómo deben plantearse el nuevo rol del Estado, de la política y de las ideologías en los tiempos actuales.

Entonces, un partido político en el contexto de la globalización sí necesita tener una ideología que le dé un norte y una motivación a su trabajo político. En tal sentido, está obligado a revisar sus doctrinas para adaptarlas al nuevo escenario, al nuevo espacio-tiempo-histórico. Sin embargo, no se ganará una elección sólo con ideologías que tengan una lectura adecuada del nuevo orden socio económico existente y del pretendido, sino principalmente con planteamientos y hechos concretos que la gente considere importantes para sus vidas y con métodos políticos renovados.

Un aspecto fundamental para volver a “poner en valor” a los partidos políticos en el contexto de la globalización, es recuperar la **dimensión ética de la política**. La población está actualmente mayoritariamente alejada de la política y de los políticos

porque no cree en ellos, porque hay claramente una crisis de valores, con graves denuncias de corrupción, de conflicto de intereses y de falta de transparencia.

Como decía el Papa Francisco en su visita al Perú a principios de 2018: **“La política enferma y está muy enferma. Y ojo que hay excepciones, pero está más enferma que sana.”**<sup>5</sup>

Hay que **recuperar la confianza de los ciudadanos en la política** y, para ello, hay que hacer **profundas reformas en la tradicional manera de hacer política**, no confundiendo la agenda personal del político o funcionario público con la agenda pública.

Se trata de predicar con el ejemplo, buscar coherencia entre el discurso y la acción concreta, cumplir la palabra empeñada, deslindar claramente con la corrupción y establecer claras políticas de autocontrol para evitar la infiltración del crimen organizado en las organizaciones partidarias. **Hay que practicar política con decencia y hay que hacer docencia con la política.**

Hemos dejado para el final el aspecto más delicado del problema. Ya señalamos anteriormente que una de las consecuencias manifiestas de la globalización es el menor margen de maniobra que tienen actualmente los Estados Nacionales. Si los Estados están “descolocados”, los partidos políticos y los políticos también estamos “descolocados”. Hay que afrontar este problema.

La denominada **“reforma del Estado”** tiene que repensarse. En nuestra opinión no tiene que ver principalmente con más o menos ministerios, con más o menos presupuesto público o con cambios de leyes o reglamentos. **El principal problema de los Estados en tiempos de globalización es que no logran entender e incluir a la población que dicen representar.**

Ante la ausencia –o incapacidad- de los Estados de relacionarse con los ciudadanos, éstos se han organizado de manera paralela en instituciones de la sociedad civil, organizaciones no gubernamentales que muchas veces resultan más eficientes –para el ciudadano- que los servicios que ofrece el propio Estado.

Surgen empresarios denominados “informales”, emprendedores con gran creatividad para sortear los obstáculos propios de la economía de mercado y muchas veces las persecuciones de las instituciones públicas que más bien deberían promoverlos. Surgen las microfinanzas para dar acceso al crédito a millones que oficialmente no son “sujetos de crédito” de los bancos tradicionales.

El Estado debe aprender de estos emprendimientos e iniciativas ciudadanas, debe modificar sus políticas públicas para “emular” a los exitosos emprendedores, pero hoy

---

<sup>5</sup> FRANCISCO, Papa...; **“El Papa critica en Perú la corrupción política”**; nota periodística publicada en portada y Sección Internacional del Diario “El País”; Año XLIII; Número 14.806; Madrid, lunes 22 de enero de 2018; Páginas 01 y 09.

actúa exactamente al revés: los investiga, los hostiga, los persigue y, como consecuencia, se aleja más de ellos.

El rol del Estado en las **políticas regulatorias** del mercado resulta fundamental. Una buena regulación permitirá minimizar los problemas que muchas veces surgen con los monopolios, el abuso de posición dominante y otras imperfecciones del mercado.

Estamos obligados, por lo tanto, a desarrollar esfuerzos para hacer en lo posible **“horizontales” a los Estados** y, por supuesto, implementar políticas también **“horizontales”** y hacer igualmente **“horizontales” a los partidos políticos**. La principal **“reforma del Estado”** será entonces una reforma del **“chip”** de la función pública que debería estar enfocada en el ciudadano y en el cómo relacionarse con la ciudadanía.

Las principales características de la nueva política en el contexto de la globalización que hemos comentado se resumirían en el siguiente cuadro:

### **Cuadro No. 1**

#### **La política en el proceso de globalización: principales características**

---

- **Existe, cada vez más, un menor margen o espacio de maniobra para el Estado y las políticas nacionales**
- **Las redes sociales ejercen gran influencia en la opinión pública y en la toma de decisiones**
- **De la política de “intermediación” a la política de “auténtica representación”**
- **Cambios en el marketing político, con un enfoque en “partículas de ciudadanos”. “Cada quien quiere escuchar lo que necesita”**
- **Considerar la “dimensión ética” de la política**
- **Nuevas herramientas de comprensión social. Nuevos métodos de análisis político**
- **Lo importante es el contacto directo (y oportuno) con la población y sus organizaciones**
- **Los partidos políticos deben tener sus propias formas de expresión en los medios de comunicación masiva**
- **Nuevo tejido social. Nuevos estilos de vida**
- **Estamos obligados a trabajar simultáneamente para jóvenes nativo-digitales, clases medias empobrecidas y mayor número de adulto-mayores**
- **Búsqueda de justicia social, pero con responsabilidad fiscal**
- **Partidos políticos “descolocados”**
- **Estados no incluyen ni entienden a la población que dicen representar**
- **Es necesario renovar partidos políticos con autocrítica y modernización**

---

Elaboración: el autor

### 1.3 La crisis de los partidos políticos y de los políticos. Los nuevos escenarios

La política está desacreditada y con razón. Los políticos, los partidos políticos y la acción política, como decíamos, hace ya un buen tiempo que se alejaron de la ciudadanía, y se mantienen en “otra frecuencia” que no sintoniza con los sentimientos, pensamientos e intereses de la gente. Ese es el principal problema.

Los políticos, en lugar de rectificar el camino y hacer una sincera autocrítica, insisten en lo mismo, se ubican en los mismos lugares comunes, en los largos y vanos discursos, en la ausencia de propuestas concretas, en la falta de visión con respecto al futuro, en el privilegio a intereses personales y partidarios antes que, a los intereses de los ciudadanos, en la falta de transparencia y de auténtica democracia interna. Encima todos los días llegan noticias de pugnas internas por el poder, adjetivos y hechos de corrupción, como para desanimar al más entusiasta.

Este descrédito lleva a lo que se denomina la “anti política”. **“En este ecosistema ha venido tomando relevancia la anti política, como modus vivendi. Una actitud ciudadana, más o menos generalizada, de considerar a la clase política como una élite desvinculada de los intereses de la sociedad y ávida por una refundación de los sistemas políticos.”**<sup>6</sup>

Miguel Jaramillo Luján, experto en comunicación estratégica de Colombia señala: **“Asistimos a nuevos escenarios electorales, donde nada es lo que era antes. La investigación, la comunicación, la política, la participación ciudadana, las identidades, la cultura y los imaginarios como conceptos sociales tan sólidos se han desvanecido en el aire, como diría Marshall Berman.”**<sup>7</sup>

Al respecto dice Marina Raffaelli, consultora argentina, experta en comunicación política, **“Las narraciones en la política tienen en este momento más relevancia que las ideologías. El peso de las historias nos apasiona. Es la era de Netflix, los microrrelatos y las historias de gente común. Pasamos horas frente a las redes sociales intentando identificarnos en universos ficticios, micromundos y verdades a medias. Todo es Instagram. Lo mismo pasa en política.”**<sup>8</sup>

La autora señala que los relatos cercanos a lo literario y cinematográfico cautivan a la ciudadanía (como la historia del romance del presidente francés Emmanuel Macron y

---

<sup>6</sup> ROMERO, Luis Miguel...; **“El auge del populismo y la anti política en América Latina”**; artículo publicado en Revista “Acción Política: Comunicación, Estrategia y Poder”; Edición No. 2; Bogotá, noviembre-diciembre de 2017; Página 26.

<sup>7</sup> JARAMILLO LUJÁN, Miguel...; **“Sin marca no hay voto”**; artículo publicado en Revista “Innopolítica”; Año 1, No. 01; Bogotá, octubre de 2017; Página 12.

<sup>8</sup> RAFFAELLI, Marina...; **“Política&Ficción”**; artículo publicado en Revista “Acción Política: Comunicación, Estrategia y Poder”; Edición No. 2; Bogotá, noviembre-diciembre de 2017; Página 08.

su esposa 25 años mayor) y son consecuencia de nuevos tiempos en los que priman nuevas prácticas y usos de universos simbólicos, explosión de las redes sociales, el poder de la imagen en el nuevo contexto tecnológico, mayor subjetividad e importantes cambios en la vida democrática. Concluye que **“...hay que pensar en una nueva arquitectura social más participativa, con menos ficción y más democrática.”**<sup>9</sup>

Y añade Jaramillo: **“Hoy, la extrema oralidad, las tarimas a gritos, la homogenización de las personas, los discursos largos e incomprensibles dan paso al video, a las imágenes 3D, al cara a cara, a la política que se hace gestando suela, sudor y saliva, a la política que se deja tocar, se deja sentir como experiencia, no con un cálculo populista que no trasciende, sino con una Marca Poder que va más allá y es sostenible en el tiempo.”**<sup>10</sup>

Imma Aguilar, consultora política española, llama la atención que en los tiempos actuales la política está poco orientada a las personas y lo está más a los proyectos y a los intereses de sus líderes. Precisa entonces que hay que regresar a la definición esencial de un partido político. **“Los partidos políticos son organizaciones de personas, con personas y para personas.”**<sup>11</sup>

Añade Aguilar: **“La política debe abrir la ventana y mirar hacia el exterior, pero, sobre todo, debe cambiar de ventana y mirar otras cosas distintas a las que ha mirado hasta ahora. Y si no lo hace, la crisis de credibilidad no tendrá solución.”**<sup>12</sup> La consultora señala que la estrategia de supervivencia de los partidos, obsoletos en sus soluciones y organización, es fundamentalmente “orientarse a las personas.”

Pero ¿es el problema sólo de cambios en las estrategias electorales?; ¿Acaso se trata sólo de un problema que ocurre en las campañas electorales? Parece que el tema es más profundo. Se trata de una crisis que afecta las bases mismas y paradigmas sobre los que se ha sustentado la política y los partidos políticos y el tema es mundial. Por todos lados se manifiesta el problema.

Así, por ejemplo, refiriéndose a los desafíos que plantean las Elecciones 2018 en Colombia, Luis Gilberto Ortega, magistrado y docente de la Universidad Libre de Colombia, señalaba la necesidad de una Constituyente pues **“...se necesita una reforma política, una verdadera renovación; no pueden permanecer los mismos.”**<sup>13</sup>

---

<sup>9</sup> RAFFAELLI, Marina...; **“Op. Cit.”**; Bogotá, noviembre-diciembre de 2017.

<sup>10</sup> JARAMILLO LUJÁN, Miguel...; **“Op. Cit.”**; Bogotá octubre de 2017.

<sup>11</sup> AGUILAR NÁCHER, Imma...; **“Micro política o política de las personas”**; artículo publicado en Revista “Acción Política: Comunicación, Estrategia y Poder”; Edición No. 2; Bogotá, noviembre-diciembre de 2017; Página 40.

<sup>12</sup> AGUILAR NÁCHER, Imma...; **“Op. Cit.”**; Bogotá, 2017; Pagina 41.

<sup>13</sup> ORTEGÓN ORTEGÓN, Luis Gilberto...; **“Retos y Oportunidades de las Elecciones Presidenciales y Legislativas Colombia 2018”**; en Panel desarrollado en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, miércoles 22 de noviembre de 2017.

Señala Ortegón que la gente rechaza actualmente la estructura política del país - siempre refiriéndose a Colombia- y que más bien quiere “participar por firmas”.<sup>14</sup> Plantea el autor que tres son las características principales de los tiempos actuales en la política: tecnologías de la información y de la comunicación que se convierten en verdaderos agentes del cambio; surgimiento de movimientos juveniles que desean participar en la política; y, debate acerca de la manera como los ciudadanos deben apersonarse a la hora de votar.<sup>15</sup>

Finalmente, Ortegón es escéptico con respecto a la utilidad de los actuales mecanismos de participación ciudadana que: **“...los hicieron para que no funcionen. Sólo queda el voto”**.<sup>16</sup>

Por su parte, Jaime Gutiérrez, director de Kratos Consultores de Colombia, señala que: **“...los ciudadanos votan por lo que sienten, independientemente de su ideología o programa”**<sup>17</sup> y agrega que cuatro emociones son las que influyen en el voto: amor, odio, añoranza y temor.

Hay mucha desilusión y desconfianza entre los ciudadanos. Incluso con respecto a nuevos movimientos políticos que surgieron como reacción a los partidos políticos tradicionales, como es el caso de Podemos en España (que surgió en 2014 liderado por Pablo Iglesias), que están “perdiendo brillo” y convirtiéndose en “más de lo mismo” en la escena política española.

Así, sólo el 25% de los afiliados a Podemos participan en los procesos internos de esa organización política. **“La docena de procesos internos autonómicos que Podemos ha celebrado desde que Pablo Iglesias renovó su liderazgo en la asamblea ciudadana de Vistalegre II del pasado febrero ha contado con una participación media de sólo el 25% de sus inscritos más activos. Dirigentes territoriales se muestran preocupados por el descenso...y lo atribuyen al “cansancio” y la “desgana” de las bases por la reiteración de las votaciones y también a la pérdida de novedad de Podemos (...) así como a la “desilusión” que hayan podido provocar algunas de las estrategias recientes del partido, como el posicionamiento contradictorio en la crisis catalana.”**

18

---

<sup>14</sup> “Participar por firmas” se relaciona al procedimiento empleado en varios países mediante el cual los ciudadanos que deseen formar una nueva organización, movimiento o partido político tienen que cumplir, entre otros requisitos, la recolección de un determinado número mínimo de firmas de adherentes.

<sup>15</sup> Esto último es muy importante porque en Colombia, como en otros países, el voto no es obligatorio, produciéndose -por lo general- mucha abstención.

<sup>16</sup> ORTEGÓN ORTEGÓN, Luis Gilberto...; **“Op.Cit.”**; noviembre de 2017.

<sup>17</sup> GUTIÉRREZ, Jaime...; **“Retos y Oportunidades de las Elecciones Presidenciales y Legislativas Colombia 2018”**; en Panel desarrollado en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, miércoles 22 de noviembre de 2017.

<sup>18</sup> MARCOS, José...; **“Sólo el 25% de los afiliados a Podemos participan en los procesos internos”**; artículo periodístico publicado en Sección “España” del Diario “El País”; Madrid, viernes 29 de diciembre de 2018; página 17.

Lo que le pasa a Podemos en España no es un fenómeno único; pasa en la mayoría de las organizaciones políticas tradicionales y aún en muchas de reciente creación. El común denominador es que se entra en una “rutina política” y, como sucede en otros aspectos de la vida, la rutina mata la ilusión. Pero, además, se incurren en prácticas de acción y organización política que los alejan de la gente. Muy grave la situación.

De otro lado, refiriéndose a América Latina en su conjunto, Gisela Rubach, asesora política mexicana y directora de campaña del presidente Peña Nieto en ese país, afirma que: **“...hemos sido muy seguidores del modelo gringo de hacer campaña (de Obama), que se fue al tacho con la victoria de Trump”**.<sup>19</sup>

Y agrega la distinguida asesora política que en la región -y añadimos nosotros, en todo el mundo- la sociedad cambió y hoy se caracteriza por el empoderamiento de los ciudadanos, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, la desconfianza, el cansancio y la inmediatez.

Dice Rubach que en la sociedad actual: **“No nos importa la trascendencia, ¿A quién le importa el plan 2050 para Colombia? Se trata de pensar rápido; la gente quiere las cosas a su manera, ¿Quién me resuelve el problema?; quieren todo, pero sin política y sin partidos políticos.”**<sup>20</sup> El problema es que los dirigentes políticos de América Latina no lo están entendiendo.

Luis David Duque, consultor político colombiano, define a los políticos como una **“especie en vías de extinción”**. Dice Luque: **“Los políticos se volvieron idiotas, porque ya no escuchan al informado, escuchan a los políticos, pero los informados son los ciudadanos”**.<sup>21</sup> Y define al “idiota” como aquél que se preocupa sólo de sí mismo. Como consecuencia de lo anterior **“...los ciudadanos estamos sacando a los políticos”**.<sup>22</sup>

Otro problema sustancial es el de la corrupción. Prácticamente no hay gobierno en el mundo que no tenga algún problema vinculado a la corrupción y esto genera descrédito y desconfianza en las instituciones y en la democracia. Si a ello agregamos que muchas veces, a mayor expectativa creada en las campañas electorales, mayor decepción se da cuando se gobierna. **“Gobernamos para la egoteca, los medios de comunicación, las redes sociales, los grupos de poder, los partidos políticos y los intereses económicos, pero ¿dónde queda la gente?”**<sup>23</sup>

---

<sup>19</sup> RUBACH, Gisela...; **“Trump vs. América Latina: estrategias ante una crisis”**; Conferencia Magistral desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, miércoles 22 de noviembre de 2017.

<sup>20</sup> RUBACH, Gisela...; **“Op.Cit.”**; noviembre de 2017.

<sup>21</sup> DUQUE, Luis David...; **“Políticos: Especie en vías de extinción”**; conferencia desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, miércoles 22 de noviembre de 2017.

<sup>22</sup> DUQUE, Luis David...; **“Op.Cit.”**; noviembre de 2017.

<sup>23</sup> RUBACH, Gisela...; **“Op.Cit.”**; noviembre de 2017.

Andrea Rizzi va más allá y se refiere a lo que denomina como la “misa fúnebre de los partidos.” Señala Rizzi: “...**los partidos han alcanzado en muchos lugares de Occidente cotas de corrupción, ineptitud, mezquindad partidaria y mediocridad elevadísimas, su calvario, a falta de alternativas claras, representa un boquete en el mismo centro del sistema de representación de las democracias liberales. Que, a su vez, a falta de inventarse sistemas mejores, es el que ha producido en términos comparativos los mayores niveles de progreso social, económico y cultural. Urge una renovación de los partidos antes de que termine la misa fúnebre.**”<sup>24</sup>

Como ejemplos precisos de la reflexión anterior, Rizzi precisa: “**En la Casa Blanca reside un outsider que conquistó la candidatura del Partido Republicano desde la más radical heterodoxia política y luego, con la misma retórica, alcanzó la presidencia; en el Eliseo habita una figura en las antípodas pero que también lanzó su proyecto de conquista del poder desde fuera del sistema de partidos tradicionales, fundando su propio movimiento para ello; en Downing Street trabaja una política ortodoxa que, sin embargo, debe dedicar todos sus esfuerzos a gestionar un incendio, el Brexit, prendido en contra de la voluntad unánime en los mandos de los partidos británicos (conservadores, laboristas, liberales, verdes y nacionalistas escoceses abogan por seguir en la UE). Ahora, en el Kremlin, un lobo viejo con mucho olfato anuncia que, para seguir ahí, competirá en las presidenciales del año que viene como candidato independiente.**”<sup>25</sup>

Un acápite aparte hay que darle a la denominada “**post verdad**” que se relaciona también a las “**fake news**” (“noticias falsas”). El concepto de post-verdad se refiere a que actualmente, en la formación de la opinión pública, influyen más el recurrir a la emoción o a las creencias personales que a hechos objetivos.

El término surgió hacia el año 2006 en ocasión de la campaña electoral de Trump en los EE.UU. y la salida de Gran Bretaña de la Unión Europea conocida como Brexit.<sup>26</sup> En el mundo de la post verdad, las mentiras se repiten tanto que empiezan a considerarse como la verdad. Se refuerza el antiguo dicho “miente, miente, que algo queda” pero esta vez de una manera viral.

De otro lado, como señala un informe especial del Diario “El Comercio” de Lima, refiriéndose a las “fake news”, “**Detrás de estas palabras se esconde una vieja práctica que usaban algunos panfletos y publicaciones del siglo XVIII y XIX que**

---

<sup>24</sup> RIZZI, Andrea...; “**La peligrosa misa fúnebre para los partidos**”; artículo publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, viernes 15 de diciembre de 2017; Página 04.

<sup>25</sup> RIZZI, Andrea...; “**Op. Cit.**”; Madrid, diciembre de 2017.

<sup>26</sup> Se conoce como “post” a la publicación que se realiza en redes sociales, donde se dan a conocer informaciones no verificadas, que en muchos casos son falsas; la verdad se conoce después, pero el efecto negativo ya se produjo impactando en la opinión pública. La “post-verdad” implica entonces la manipulación deliberada de la información que muchas personas consideran como una verdad sólo por el hecho de haberla leído en las redes sociales.

**difundían informaciones no siempre verificadas. Hoy en día, Internet lo ha puesto de nuevo en boca de todos”.**<sup>27</sup>

El tema es tan delicado que la propia Google lidera una **“...lucha contra las noticias y la publicidad falsas, que están erosionando los modelos comerciales basados en la publicidad digital.”**<sup>28</sup>

En efecto, Google -a través del Fondo de Innovación de la Digital News Initiative (DNI)- decidió aportar cerca de 230,000 Euros para impulsar el proyecto SEE (Safety Experience Engine), elaborado por el Grupo PRISA (editor de El País), que ofrece una plataforma de certificación de contenidos tanto editoriales como informativos de calidad, que garantiza entornos seguros, elimina automáticamente la publicidad fraudulenta y permite al usuario un consumo amigable.

Juan Luis Cebrián, presidente de PRISA y de EL PAÍS considera que “la profesionalidad en el tratamiento de la información” es el mejor antídoto contra la posverdad, a la que considera como “una lacra mundial”. **“Vamos a tener que convivir durante mucho tiempo con las llamadas fake news y las posverdades fruto del cambio tecnológico y del aluvión de contenidos en las redes sociales, donde se mezclan las verdades, las mentiras, las calumnias, las difamaciones con reflexiones serias y debates auténticos. Va a pasar un tiempo hasta que podamos distinguir el heno de la paja”.**<sup>29</sup>

Las campañas de desinformación tienen también influencia en las campañas políticas, como sucedió en la campaña presidencial en los EE.UU. en la que los demócratas acusan a Trump de haber contado con la colaboración rusa. En el mismo sentido, el presidente del Gobierno Español, Mariano Rajoy y la primera ministra británica Theresa May se reunieron a fines de 2017 en Londres comprometiéndose **“...a trabajar juntos para contrarrestar la desinformación y coincidieron en la necesidad de mantener un enfoque colectivo y riguroso frente a la amenaza de Rusia.”**<sup>30</sup>

En los primeros días de enero de 2018, el presidente Macron dio un discurso a la prensa con ocasión del Año Nuevo, en el que anunció una nueva legislación para combatir a las noticias falsas<sup>31</sup> y “proteger la vida democrática de estas falsas noticias”.

---

<sup>27</sup> Diario El Comercio...; **“Fake News, una nueva expresión para una vieja costumbre”**; artículo especial publicado en la Sección de Actualidad del Diario “El Comercio”, Página Web del diario: [www.elcomercio.pe](http://www.elcomercio.pe) ; Lima 02 de abril de 2017. Colgado en las redes sociales a las 03:15 pm.

<sup>28</sup> Redacción del Diario El País...; **“Google y PRISA se alían contra las noticias falsas y la publicidad engañosa”**; nota periodística publicada en Página de Economía y Negocios del Diario “El País”; Año XLI, Número 14.769; Edición América; Madrid, jueves 14 de diciembre de 2017, Página 37.

<sup>29</sup> LIMÓN, Raúl/ MORA, Antonio J...; **“Los ondas como antídoto a la posverdad”**; nota periodística publicada en Sección “Comunicación” del Diario “El País”; Madrid-España, miércoles 13 de diciembre de 2017; Páginas 24 y 25.

<sup>30</sup> CASQUEIRO, JAVIER/GUIMÓN, Pablo...; **“Rajoy y May se unen contra las campañas de desinformación”**; Nota periodística publicada en Sección “España” del Diario “El País”; Madrid, miércoles 06 de diciembre de 2017; Página 22.

<sup>31</sup> En este discurso, el presidente Macron hizo especial hincapié en “regímenes iliberales” que amenazan la libertad de prensa como Turquía, o de regímenes que auspician medios informativos “como órganos de influencia y propaganda” como Rusia con sus agencias Russia Today (RT) (que, en plena campaña electoral, el entonces candidato Macron denunció que intentaba desestabilizar su campaña) y Sputnik.

Macron ensaya una definición: **“Esta propaganda articulada con miles de cuentas en las redes sociales que, en un instante, expanden por todo el mundo, en todas las lenguas, todas inventadas para ensuciar a un responsable político, a una personalidad, a una figura política, a un periodista.”**<sup>32</sup>

Macron habla de lo que denomina “la tentación de las democracias iliberales”. Dice el líder francés: **“Son democracias formales que cuestionan libertades fundamentales y derechos humanos que en los países europeos y en EE.UU. se habían asumido como irreversibles. No es así. El supuesto consenso sobre los derechos humanos y la democracia liberal -el fin de la historia que teorizó Fukuyama en los noventa- es historia y las “democracias iliberales” disponen de medios y de estrategias para socavar las “democracias liberales. Entre la conspiración y el populismo hay un combate común: sembrar las dudas sobre el sistema democrático.”**<sup>33</sup>

El expresidente de los EE.UU., Barack Obama, en una entrevista realizada por el Príncipe Enrique de Inglaterra para la BBC de Londres, alertaba sobre “la división que genera entre la ciudadanía el uso irresponsable de las redes sociales”. Señala Obama que: **“Los líderes internacionales...deben hacer de la red un espacio común entre múltiples y diferentes voces donde es importante encontrar puntos de vista en común para evitar una balcanización de la sociedad en la que los usuarios se encierren dentro de un mundo de opiniones sesgadas”.**<sup>34</sup>

Considera Obama que de ninguna manera los Estados deben controlar lo que las personas pueden decir, **“...pero cree que las autoridades deben prevenir la difusión de informaciones falsas que distorsionan y simplifican la opinión de la gente.”**<sup>35</sup> Y en clara alusión a la forma en que el presidente Donald Trump usa las redes sociales mencionó que: **“...las personas que ostentan cargos de poder deben ser cuidadosas a la hora de difundir mensajes virtuales.”**<sup>36</sup>

Los comentarios de Obama sobre las redes sociales son particularmente importantes teniendo en cuenta la singular importancia que estas tuvieron en su exitosa campaña electoral del año 2008. Lo que alguna vez fue un hecho positivo puede convertirse, de pronto, en un hecho negativo.

Por otro lado, las redes sociales profesionales se han convertido en una nueva herramienta para el espionaje político. **“Según los servicios secretos internos alemanes tras una investigación de nueve meses, agentes a las órdenes de Pekín se han hecho pasar en Internet por cazatalentos, consultores o miembros de think tanks**

---

<sup>32</sup> BASSETS, Marc...; **“Macron anuncia una legislación para combatir las noticias falsas”**; ensayo publicado en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, jueves 04 de enero de 2018; Página 07.

<sup>33</sup> BASSETS, Marc...; **“Op. Cit.”**; Madrid, enero de 2018.

<sup>34</sup> Diario EL PAÍS...; **“Obama alerta del peligro por el uso irresponsable de las redes”**; Nota periodística publicada en la Sección “Internacional” del Diario “El País”; Madrid, jueves 28 de diciembre de 2017; Página 06.

<sup>35</sup> Diario EL PAÍS...; **“Op. Cit.”**; Madrid, diciembre de 2017.

<sup>36</sup> Diario EL PAÍS...; **“Op. Cit.”**; Madrid, diciembre de 2017.

**y han contactado a través de redes profesionales (Linkedin) a miles de políticos y altos cargos de la Administración alemana con el objetivo de espiarles...”**<sup>37</sup>

Es cierto que la “desinformación” como arma política es un “recurso” muy antiguo que podemos encontrarlo incluso en las civilizaciones griega y romana, pero su utilización actual en las redes sociales (precisamente por la virtualidad y velocidad de las nuevas tecnologías) tiene un impacto verdaderamente explosivo.

Rubach sostiene que: **“El 99 por ciento toma como real lo que dicen las redes sociales, porque se supone que las redes sociales no tienen censura. Así, Trump es la única verdad, es real y ha hecho pedazos las estrategias de comunicación política que conocíamos”.**<sup>38</sup>

Carlos Escalante, consultor venezolano y director de Centro Político, organización radicada en los EE.UU. se suma a quienes señalan que los actuales políticos no se conectan con la gente. **“El asunto es entender lo que la gente quiere; el político debe ser el “vocero” y conectarse con la gente, no con los medios; los medios son herramientas que hay que saber usar.”**<sup>39</sup>

Claramente, lo que interesa es la opinión y el sentir de los ciudadanos, pero muchas veces los políticos sólo estamos interesados en lo que dicen otros políticos y los medios de comunicación. Craso error que hay que corregir.

#### **1.4 Las opciones de cambio al interior de los partidos políticos en el nuevo contexto**

Ensayaremos ahora respuestas a la pregunta ¿qué se puede hacer desde los partidos políticos para renovar sus propuestas y métodos en el contexto de la globalización y de la falta de credibilidad?

Lo primero es tomar conciencia de la crisis en la que se encuentran los partidos políticos en general. Varios de los partidos políticos con inscripción vigente han tenido en recientes ejercicios de gobierno problemas concretos que han afectado seriamente su imagen y credibilidad ante la población.

Por ocupar con sus dirigentes y militantes los principales puestos de gobierno, se olvidaron del partido y se alejaron de la gente, cuando el partido está llamado a ser precisamente el canal de comunicación y contacto permanente con la población. Así, la acción política que interesa al ciudadano, la que tiene que ver con sus problemas del día a día, la que supone el cumplimiento de las promesas hechas en campaña, esa se descuida o se abandona.

---

<sup>37</sup> CARBAJOSA, Ana...; **“Alemania destapa el espionaje chino en las redes sociales”**; Nota periodística publicada en Sección “Internacional” del Diario “El País”; Madrid, martes 12 de diciembre de 2017; Página 08.

<sup>38</sup> RUBACH, Gisela...; **“Op. Cit.”**; noviembre de 2017.

<sup>39</sup> ESCALANTE, Carlos...; **“Gana el que menos se equivoca”**; conferencia desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, viernes 24 de noviembre de 2017.

Ello requiere una reflexión autocrítica y el establecimiento de correctivos en los correspondientes métodos de organización interna: modernización, desconcentración, horizontalidad, enfoque en los ciudadanos, transparencia y rendición de cuentas, democracia interna y renovación de liderazgos, gestión por resultados, entre otros desafíos.

Pero todo ello es muy difícil si se tiene en cuenta que se mantienen muchas veces estructuras partidarias rígidas, una cultura organizacional vertical y “enfocada hacia adentro” en las instituciones y, lo más complicado de vencer, la “**resistencia al cambio**” en dichas organizaciones.

La mejor forma de vencer la “resistencia al cambio” no consistiría –de acuerdo a teorías recientes- en concentrarse en la minimización de esa “resistencia” sino en el aprovechamiento del cambio, convirtiendo las dificultades en oportunidades.

Entonces, **¿Qué significa ser un partido político eficiente en tiempos de la actual globalización?** ¿Qué significa buscar la justicia social en democracia y libertad en estos tiempos? ¿Cuál es el papel del Estado que debemos promover? ¿En qué debe consistir el proceso de renovación que requieren los partidos políticos para cumplir con sus objetivos en el nuevo escenario? El debate está abierto y requiere respuestas concretas. Ensayemos algunas.

En primer lugar, es necesario reafirmar nuestra vocación por la **democracia y la libertad**. Desde los partidos políticos se deben promover los valores democráticos y condenar todo tipo de dictadura y autocracia. Es asimismo fundamental luchar por la **justicia social** y por mejorar los niveles de vida y de desarrollo emocional de la población y en especial de los más pobres.

Estos son principios irrenunciables, no negociables. El tema es cómo afrontarlos en la actual situación.

El Estado –como hemos señalado- se muestra incapaz de incluir y representar adecuadamente a los ciudadanos. El problema no puede afrontarse con posiciones facilistas que señalan “volver al Estado -y a sus prácticas- de hace algunas décadas”; tampoco haciendo “más de lo mismo” o minimizando el problema. ¿Qué hacer?

En nuestra opinión, tenemos que plantear una **nueva visión de la política**, superando la política de paradojas que finalmente contraponen Estado y mercado. Planteamos la adopción de una “**política 3D**” o **política de tres dimensiones**, que no contraponga, sino que relacione **Estado y mercado**, y a éstos con **los ciudadanos y sus organizaciones**.

En nuestra opinión, ya no se trata de discutir si promovemos más mercado o menos mercado, más Estado o menos Estado. Se trata de promover el Estado y el mercado necesarios para interconectarse con los ciudadanos y sus organizaciones, sus diferentes “partículas” y matices, sus intereses, sus preocupaciones; todo ello como una unidad de tres componentes de igual importancia.

Si lo ponemos en términos de la óptica, por mucho tiempo el Estado –y las instituciones políticas- han tenido una **“visión pre analítica”** de la realidad que se observaba a través de **lentes bifocales**; en los tiempos actuales, esa visión requiere de **lentes multifocales** y una visión tridimensional.

Obviamente, este **nuevo Estado** tiene que volverse en muchos aspectos **“horizontal”**<sup>40</sup> **para desarrollar la tarea, enfocándose en los ciudadanos y en sus organizaciones; tiene que aprender más que enseñar; tiene que incluir antes que excluir; tiene que representar antes que intermediar.**

Citando a María del Pilar Tello (2016)<sup>41</sup>, politóloga peruana, al analizar los retos de la democracia social en el Siglo XXI: **“La gobernabilidad responde al equilibrio entre comunidad e individuo, libertad y seguridad, humanidad y naturaleza, apoyándose en lo que mejor ha funcionado”.**

Los partidos políticos deben liderar –y predicar con el ejemplo- la transformación del actual Estado; de manera tal que la función pública busque el cumplimiento de tres objetivos igualmente importantes (aunque a veces contrapuestos): **la transparencia, la eficiencia y la velocidad.**

Los partidos políticos deben liderar una **gestión pública transparente**, con periódicas rendiciones de cuentas, códigos de conducta para los funcionarios públicos que eviten el conflicto de intereses, lucha decisiva contra la corrupción, políticas de e-government que disminuyan al mínimo la discrecionalidad del funcionario público, compras conjuntas, entre otros mecanismos.

El **control concurrente** de la gestión pública (y no sólo el ex post) puede ayudar a mejorar los procesos y disminuir los problemas. El uso de las modernas tecnologías de la información y la comunicación también puede ayudar.

Se debe demostrar asimismo que, desde la función pública podemos ser **eficientes**. La eficiencia no sólo debemos medirla en términos económicos y financieros sino también en términos sociales y políticos. En este punto planteamos el ejercicio de la **política por resultados**; de manera que tengamos claro, desde el principio, los objetivos y las metas a alcanzar, y la realización correspondiente del seguimiento desde el propio gobierno. De esta manera, los ciudadanos podrán evaluar el desempeño de sus gobernantes.

La **política por resultados** es una manera no sólo de ser eficientes y de dejar el discurso general y demagógico, sino también de recuperar la confianza en la institucionalidad, en la democracia y, por supuesto, en la política.

La búsqueda de la eficiencia también implica esfuerzos por **alinear los tiempos políticos** (un período constitucional de gobierno), con los **tiempos legales** (por

---

<sup>40</sup> Por supuesto que hay tareas del Estado que tienen que ser verticales como el garantizar seguridad interna, proveer la defensa nacional, preservar el medio ambiente o regular los mercados. En todas las otras tareas el Estado puede buscar una acción horizontal.

<sup>41</sup> TELLO, María del Pilar...; **“Conversaciones con Enrique Cornejo”**; Lima, 2016.

ejemplo, los períodos presupuestales que manda la ley) y los **tiempos sociales** (que tienen que ver con las expectativas de la población). Esta **convergencia de tiempos** también ayudará a recuperar la confianza en la política.

Los partidos políticos deben buscar que se incluyan los factores sociales y estratégicos, y no sólo los financieros, en la necesaria priorización y **evaluación de los proyectos de inversión pública**.

Por ejemplo, si queremos evaluar la pertinencia de la construcción de un camino rural o de una carretera regional, no sólo será necesario saber cuántos vehículos por hora transitarán por esa vía o cuál será la inversión necesaria por kilómetro de carretera, sino en cuánto mejorará la **autoestima** de la población beneficiada, cómo ayudará a la **integración de las familias**, en cuánto permitirá elevar la **esperanza de vida** de la población o la **calidad de su educación**, y así sucesivamente.

La **capacitación** del funcionario público y la puesta en valor de la **carrera pública** son también fundamentales para lograr eficiencia en la gestión, de manera que los mejores cuadros profesionales – y particularmente los jóvenes- encuentren atractivo trabajar en la gestión pública.

Sin embargo, no sólo debemos pretender una gestión pública transparente y eficiente sino también **oportuna**. No sólo interesa saber cuánto cuesta hacer una obra de infraestructura o cuánto cuesta tomar una decisión de gobierno hoy, sino también interesa saber cuánto cuesta no hacer o no tomar esa decisión hoy. **Generalmente cuesta más no hacer que hacer**.

A manera de ejemplo, citemos el dato estimado por la Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional (AFIN, 2016) en la ciudad de Lima, capital del Perú. La misma señala que, cada año que transcurre sin completarse el sistema de transporte rápido y masivo (integrado por el Metro, corredores segregados, alimentadores, trenes de cercanías, etc.), los ciudadanos que viven en Lima tienen que gastar al año (o dejar de percibir) alrededor de US\$ 4,000 millones, que es el equivalente al costo de la hora diaria que todos tenemos que agregar, innecesariamente, al transporte urbano público (esto es el doble de lo que costó construir los 35 kilómetros de la Línea 1 del Metro de Lima y Callao).

En nuestra opinión, los sistemas de contraloría de la gestión pública no sólo deberían cuidar el buen uso de los recursos públicos, de acuerdo a lo señalado por la ley, así como la lucha contra la corrupción, sino también sancionar el no uso oportuno de dichos recursos públicos.

Incorporamos así el concepto del **costo de oportunidad de la gestión pública** o el **costo de oportunidad de hacer política**. No se trata sólo de hacer bien las cosas sino también de hacerlas a tiempo para que una o dos generaciones de ciudadanos no queden condenadas a no tener los servicios básicos y el nivel de bienestar que se merecen.

Finalmente, ensayemos algunas de las propuestas que, desde los partidos políticos podrían hacerse para refrescar la **plataforma de la libertad, la democracia y la justicia social en los tiempos de la globalización**.

**Democracia y libertad** son valores irrenunciables de la acción política y su preservación y cuidado es responsabilidad de todo partido político, de todo gobierno. De todas las formas de gobierno, y aún con todos sus errores, la democracia es -de lejos- el mejor sistema.

Justicia social en los tiempos actuales de la globalización debería significar, entre otras prioridades, asegurar la **adecuada alimentación y nutrición de todo niño entre 0 y 3 años**, período en el cual se termina de formar el cerebro humano. Lo que no se hace en este período es irreversible. Si el conocimiento es el principal “producto” de estos tiempos, la buena conformación del cerebro de nuestros niños debe ser asegurado por el Estado.

Justicia social en los tiempos de globalización es asegurar una **educación de calidad y con valores** procurando lograr en el alumno las competencias básicas para poder pensar críticamente, trabajar dignamente y ser feliz.

Justicia social es asegurar la **prevención y la educación en salud** de todo ciudadano, de manera que se enfatice y se premie la no ocurrencia de enfermedades antes que su curación. Prevención antes que curación de la enfermedad, que -lamentablemente- se atiende generalmente cuando ya está en estado muy avanzado y tal vez irreversible.

Justicia social es luchar por **el derecho ciudadano a la masificación de las tecnologías, por el acceso al wifi gratuito en particular**. En tal sentido; Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, en la reunión cumbre de APEC realizada en Lima (noviembre 2016), ha propuesto masificar la conectividad en el mundo con tecnologías (grandes drones aéreos) que permitan llevar wifi a las poblaciones más pobres y alejadas. El Estado y la responsabilidad social de las empresas privadas deben asegurar el cumplimiento de este objetivo.

Justicia social también supone que el ciudadano, desde su nacimiento, **tenga derecho a una pensión digna**, de forma tal que durante su niñez y juventud pre laboral se consignen recursos en cuentas de ahorros intangibles que serían la base de su futura pensión. Este objetivo debería ser cofinanciado por el Estado y también por la familia del niño. Cuando ese niño crezca y esté en edad de trabajar sus contribuciones incrementarán ese fondo, pero ya no se partirá de cero.

Justicia social en estos tiempos significaría **garantizar el derecho ciudadano a la propiedad formal (título de propiedad)**, de manera que este pueda asegurar un capital social básico que le permita mejorar sus niveles de vida.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Aquí estamos de acuerdo con lo que al respecto piensa el conocido economista peruano Hernando De Soto.

Justicia social es **entender el emprendimiento y la informalidad** como ejemplos espontáneos de la acción de la ciudadanía para mejorar sus niveles de vida, de tal manera que como Estado aprendamos de ellos, los ayudemos a crecer y a dar “saltos cualitativos” para su progresiva formalización en lugar de cuestionarlos y reprimirlos.

Justicia social en tiempos de globalización es **promover el acceso al crédito y la capacitación técnica de los más pobres** y de los pequeños emprendedores, lo que implica promover y **fortalecer a las instituciones de las microfinanzas**.

Justicia social en tiempos de globalización es también asegurar la **transferencia de tecnologías** hacia los países más pobres, para que estos **preserven los conocimientos tradicionales y la biodiversidad local**, así como la responsabilidad compartida del **buen manejo del medio ambiente**.

Justicia social en estos tiempos es saber tratar con los capitales privados, nacionales y extranjeros, buscando un **mayor valor agregado de la producción económica** en nuestros países, y que el valor del producto nacional bruto (PNB) sea mayor que el correspondiente valor del producto bruto interno (PBI).

En todos los planteamientos de la justicia social descritos, el tema central de preocupación es el ser humano, sus niveles de vida, su familia. En tal sentido, éstas serían algunas de las banderas programáticas que, en nuestra opinión, los partidos políticos modernos deberían enarbolar no sólo para recuperar espacios políticos perdidos sino para reencontrarse con los ciudadanos y tener vigencia en los tiempos de globalización del Siglo XXI (Véanse Cuadros Nos 2 y 3).

## Cuadro No. 2

### Propuestas de opciones de los partidos políticos en tiempos de globalización

---

- **Modernizar sus organizaciones y métodos políticos. Renovar liderazgos**
  - **Vencer la resistencia al cambio**
  - **Reafirmar su vocación por la democracia, la libertad y la justicia social**
  - **Construir una nueva visión de la política. Política 3D: Estado, mercado y ciudadanía**
  - **Horizontalizar al Estado, enfocándolo en los ciudadanos**
  - **Promover una gestión pública que busque ser –a la vez- transparente, eficiente y oportuna.**
- 

Elaboración: el autor

## Cuadro No. 3

## **Algunas propuestas para una nueva plataforma de la democracia, la libertad y la justicia social en tiempos de globalización**

---

- **Asegurar la nutrición universal de niños entre 0 y 3 años**
  - **Promover una educación de calidad y con valores (que permita pensar críticamente, trabajar dignamente y ser feliz)**
  - **Prevenir y educar en salud**
  - **Luchar por el derecho al wifi gratuito**
  - **Luchar por el derecho a la pensión digna autofinanciada**
  - **Luchar por el derecho ciudadano al título de propiedad**
  - **Aprender del emprendimiento y la informalidad**
  - **Promover las microfinanzas**
  - **Asegurar la transferencia de tecnología y el cuidado del medio ambiente**
  - **Promover el valor agregado de la producción**
- 

### **Elaboración: el autor**

Al hacer estos planteamientos está implícito nuestro convencimiento que la fortaleza de la democracia está en la fortaleza de sus instituciones y en particular de los partidos políticos, pero no actuando como lo están haciendo en los últimos tiempos, esto es, minimizando el problema, poniéndose vendas en los ojos y pretendiendo mantener los mismos criterios, métodos y actitudes políticas que ya han demostrado ser obsoletas.

Es necesario y urgente el cambio, previa autocrítica, de los partidos políticos y, si no es posible por la miopía de los partidos políticos y sus dirigentes, el cambio (la innovación política) debe provenir desde la misma ciudadanía y las organizaciones sociales y desde nuevos movimientos y partidos políticos que refresquen el debate, que sintonicen con la gente y que promuevan formas de participación ciudadana en todos los campos, de manera de emprender el difícil camino de la recuperación de la confianza y la legitimidad.

La solución no es -como en el Perú se piensa desde algunos partidos políticos tradicionales- cerrar el paso a la creación de nuevos partidos y movimientos políticos, siempre y cuando cumplan con los requisitos de modernidad, transparencia y democracia interna que precisamente los partidos que ya están no muestran.

Impedir la presencia de nuevos partidos y movimientos políticos es antidemocrático pues va en contra de la pluralidad y competencia que precisamente la democracia promueve y garantiza. Es desarrollar una práctica de verdadero “oligopolio político”<sup>43</sup>. Es pretender poner una cura que es peor que la enfermedad. A veces en nombre de la democracia se plantean barbaridades.

---

<sup>43</sup> En la teoría económica se conoce como un “oligopolio” a la práctica por medio de la cual pocas empresas dominan el mercado para beneficio propio, impidiendo el ingreso de otras empresas competidoras a través de “barreras de entrada”. Exactamente lo que algunos partidos políticos ya existentes pretenden hacer con las nuevas organizaciones políticas.

No nos ponemos tampoco en la posición radical que tuvieron pensadores como Francis Fukuyama (después de la caída del Muro de Berlín) planteando “el fin de las ideologías”, posición que, como hemos dicho, el propio autor ya ha corregido. Las ideologías son necesarias pues la política debe marcar el rumbo, dar el norte que debe seguir el país, la región, el departamento o la comunidad local.

Pero es claro, que buena parte de la ciudadanía -en especial las generaciones jóvenes- no quieren saber de ideologías sino de propuestas muy concretas “aquí y ahora”. Otro desafío para los partidos políticos y políticos renovados será entonces el hacer propuestas que sean consideradas de interés por los distintos segmentos de la población y, al mismo tiempo, plantear un rumbo, delimitar propósitos superiores a ser alcanzados en el mediano y largo plazo, para no improvisar ni generar los fracasos que muchos gobiernos han tenido por su falta de preparación.

No obstante, todas las reflexiones anteriores, parece que los partidos políticos vigentes y sus dirigentes no se han dado cuenta o no quieren darse cuenta de los cambios que deben operar. En el siguiente capítulo veremos los ejemplos más saltantes de la crisis actual.

## Capítulo 2

### Casos que ejemplifican la crisis

**V**eamos en este capítulo algunos de los casos más saltantes en diferentes países donde se puede apreciar claramente que nos encontramos en un tiempo de profundos cambios políticos, en el que los paradigmas tradicionales y las conocidas estrategias

simplemente ya no funcionan. Analicemos, en primer lugar, el denominado “Fenómeno Trump” en los EE.UU.

## 2.1 El fenómeno Trump en los EE.UU.

Donald J. Trump es, desde el 20 de enero de 2017, el cuadragésimo quinto presidente de los Estados Unidos de América. Su elección fue para muchos sorpresiva, para otros inexplicable. Es un outsider, pero se ha presentado por el Partido Republicano, una de las dos columnas del sistema bipartidista de los EE.UU. en más de 200 años y que sustenta uno de los sistemas democráticos más sólidos del mundo.

Es un provocador, odiado por muchos, pero que supo sintonizar con un porcentaje importante de ciudadanos norteamericanos y canalizar el descontento que hoy existe con la democracia y la política tradicional.

La victoria electoral se dio el 8 de noviembre de 2016. **“En un ambiente enrarecido y agitado, las urnas terminaron situando en la Casa Blanca al ganador insospechado, a un representante de la provocadora corriente anti-establishment que hace temblar al mundo, después de derrotar a sus dos maquinarias electorales más potentes, la republicana y la demócrata. Y a intelectuales, economistas, medios de comunicación y un ejército de gurús adivinadores que, salvo contadas excepciones, ni se imaginaron el resultado que depararían las urnas”.**<sup>44</sup>

Trump alcanzó 306 delegados del Colegio Electoral, frente a los 232 de Hillary Clinton. Paradójicamente, Clinton obtuvo casi tres millones de votos más que Trump. Fueron decisivos los más de 110,000 votos a favor de Trump que se obtuvieron en los estados industriales -muy castigados por la apertura económica de los EE.UU.- de Michigan, Pensilvania y Wisconsin, donde los trabajadores cambiaron su habitual apoyo a los demócratas por los ofrecimientos de Trump.

Donald Trump fue presidente contra viento y marea. Dice al respecto, Javier Rupérez, ex embajador de España en los EE.UU: **“Lo es en contra de los medios de comunicación, en contra de una parte significativa de las clases dirigentes políticas, económicas y sociales del país, en contra de una buena parte del Partido Republicano, en contra de influyentes sectores artísticos y literarios del país. Y, por supuesto, aunque no votaran, en contra de la inmensa mayoría de las opiniones públicas internacionales. Y lo es porque una significativa parte del electorado estadounidense, que incluye principalmente a los blancos desheredados por la crisis del centro y medio oeste del país, le ha otorgado mayoritariamente su preferencia, pero también porque cuenta con más votos femeninos, hispanos y negros de los que los sociólogos predecían.”**<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> ERICE, Manuel...; **“Trump: el triunfo del showman”**; Ediciones Encuentro S.A.; Madrid, 2017; Prólogo de Javier Rupérez; Página 19. Manuel Erice es el corresponsal del Diario ABC de España en Washington D.C. y, como tal, fue un testigo de primera línea de todo el proceso electoral norteamericano que llevó a la presidencia a Donald Trump.

<sup>45</sup> ERICE, Manuel...; **“Op. Cit.”**; Página 13.

Como afirma Manuel Erice, **“...Donald Trump, un líder que responde bien a la etiqueta de populista, pero con todos sus rasgos genuinamente americanos, ha irrumpido en la escena política estadounidense y mundial. No puede asegurarse que el sistema esté en peligro real, pero sí el modelo y sus reglas tradicionales”**<sup>46</sup>.

El tradicional balance de poderes que hasta ahora ha existido en la política norteamericana, con el Congreso y la Corte Suprema que limitan el poder presidencial, estará a prueba durante todo el mandato del presidente Trump.

**“Dado el carácter independiente, egocéntrico y rebelde de su nuevo inquilino, declarado enemigo de la formación que le sustenta -una de las múltiples contradicciones de este proceso-, el futuro resulta impredecible. Aunque el ya de por sí complejo y burocrático entramado institucional limitará aún más el alcance de cualquier tentación presidencial, como recordó Barack Obama en pleno traspaso de poderes.”**<sup>47</sup>

Gisela Rubach señala que la campaña electoral y victoria de Trump en los EE.UU. hay que entenderla en un contexto en el que se están produciendo importantes cambios en la geopolítica mundial. En el Cuadro No. 4, hemos sistematizado las razones por las que surge el “Fenómeno Trump”, de acuerdo a la consultora mexicana.

#### Cuadro No. 4

##### Razones por las que surge el “Fenómeno Trump”, según Rubach

- 
- Rechazo generalizado a la democracia
  - Crisis de las democracias, falta de respuestas y soluciones
  - Receptor del enojo, nostalgia, nacionalismo, odio, polarización y racismo de diversos segmentos en los EE.UU.
  - Se hizo visibles a los invisibles (ciudades medias, pequeñas y zonas rurales).
- 

Fuente: Elaborado sobre la base de Conferencia de Gisela Rubach, titulada: “Trump vs. América Latina: Estrategias ante una Crisis”; Bogotá, noviembre de 2017.

---

<sup>46</sup> ERICE, Manuel...; “Op. Cit.”; Página 15.

<sup>47</sup> ERICE, Manuel...; “Op. Cit.”; Página 15.

Rubach considera como factores claves para entender la victoria de Donald Trump, la crisis que hoy tiene la democracia en ese país y que se da en todo el mundo. **“No hay fenómenos aislados. Hay que ver lo que pasa en todas partes del mundo”**, <sup>48</sup> añade la consultora.

Tal vez, añadimos nosotros, no sea exactamente un “rechazo generalizado” a la democracia como sistema político, sino a los políticos, a los partidos políticos y a la manera de hacer política, como sostenemos en este libro. Pero sí coincidimos con la autora cuando señala que la población no obtiene “respuestas y soluciones”; en realidad lo que se percibe diariamente de la política son malas noticias, de corrupción, peleas internas y, sobre todo, de una agenda que hace ya un tiempo se alejó de los intereses de la gente.

Los dos factores que nos parecen decisivos en la explicación de Rubach son los dos últimos mencionados en el cuadro.

En efecto, Trump “capitalizó” las emociones y sentimientos de una buena parte del electorado norteamericano que se ha sentido no escuchado, defraudado y abandonado en las últimas décadas de la política norteamericana y principalmente de los segmentos poblacionales que “estaban fuera de la agenda política”, esto es, las zonas rurales y las pequeñas ciudades, los ciudadanos norteamericanos típicos que no les interesa la geopolítica mundial sino sus granjas, sus barbacoas y su cerveza.

En un libro en el que analizamos las características de la sociedad norteamericana decimos: **“Las principales preocupaciones de los ciudadanos norteamericanos son deportes, clima, violencia, educación, salud y economía; y, con mucho menos interés, la política. Conforme nos alejamos de Washington y Nueva York, la gente sabe menos del NAFTA, América Latina...”**<sup>49</sup> y también poco les interesa lo que ocurre en otras partes del mundo.

A todos ellos afectó mucho la apertura al mundo de la economía norteamericana con sendos acuerdos comerciales que les hicieron perder industrias poco competitivas y principalmente perder empleos, y esto fue producto de políticas tanto de gobiernos demócratas como republicanos.

No es casualidad, por lo tanto, que prácticamente todos los estados del centro de los EE.UU. votaron en bloque por Trump, como se aprecia en el Gráfico No. 1.

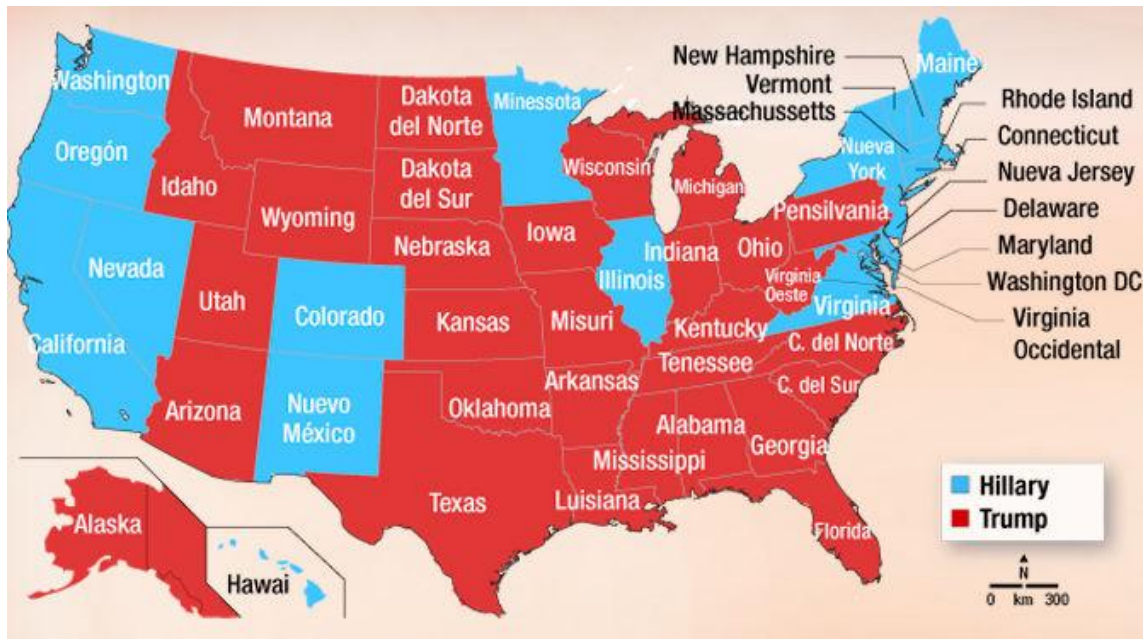
### Gráfico No. 1

#### Resultados de las Elecciones Presidenciales en los EE.UU. 2016, por Estados de la Unión

---

<sup>48</sup> RUBACH, Gisela...; **“Op. Cit”**.; noviembre de 2017

<sup>49</sup> CORNEJO RAMÍREZ, Enrique...; **“El Paso siguiente de la Globalización”**; Fondo Editorial de la Universidad Peruana Simón Bolívar; Lima, noviembre de 2017; Primera edición; Capítulo 7: **“EE.UU: Una potencia mundial formada por inmigrantes”**; Páginas 158-159



Fuente: Redes sociales

Una buena parte de los ciudadanos norteamericanos se identificaron con la principal frase de la campaña electoral de Trump: **“Make America Great Again”** que traducido al español quiere decir: **“Hagamos a EE.UU. grande otra vez”** (Véase Gráfico No. 2).

Pero, en opinión de Gisela Rubach, sería un error pensar que Trump ganó solamente por sus muchas veces atrevidas y polémicas declaraciones o por sus gestos tan controversiales. **“Las campañas son una guerra. Y la guerra se gana con estrategia, no con ocurrencias”**<sup>50</sup>. Y añade: **“Nos guste o no, Trump es un cambio. ¿Hacia dónde va ese cambio? Nadie lo sabe”**.<sup>51</sup>

En el mismo sentido, Luz Gómez<sup>52</sup>, en un artículo de opinión en el Diario “El País” de España, dice: **“Trump es consecuente consigo mismo y con su programa, lo cual no debería sorprender si no fuera por la corrupción de la democracia a la que ya estamos tan acostumbrados. A Trump se le puede criticar por muchas cosas, pero no por no ser incoherente. Sus votantes le estarán agradecidos y el resto del mundo seguirá temblando”**.<sup>53</sup>

Gráfico No. 2

### El Mensaje de la Campaña de Trump en el 2016

<sup>50</sup> RUBACH, Gisela...; “Op.Cit.”; noviembre de 2017.

<sup>51</sup> RUBACH, Gisela...; “Op.Cit.”; noviembre de 2017

<sup>52</sup> Luz Gómez es profesora de Estudios Árabes e Islámicos de la Universidad Autónoma de Madrid.

<sup>53</sup> Gómez, Luz...; **“Trump, el Balfour del Siglo XXI”**; artículo publicado en la Sección Internacional del Diario “El País” de España; Madrid, jueves 07 de diciembre de 2017; Página 04.



Fuente: Redes sociales

Eduardo Zapata, semiólogo y analista político peruano, escribía un artículo premonitorio en marzo de 2016 -cuando todavía Trump ni siquiera era el candidato elegido por la interna republicana- que había que analizar con mayor profundidad el discurso y el accionar de Trump y no con el criterio de lo “políticamente correcto”.

Pronosticaba entonces Zapata que Trump no sólo iba a ser el candidato republicano, sino que se convertiría en el próximo presidente de la Unión. Y señalaba: **“Saludable resultará dejar de mirar a Trump en este juego de asociaciones maniqueas. Saludable será dejar de verlo solo como el representante blanco del millonarismo explotador. Porque su posicionamiento y el posicionamiento de su discurso en el electorado norteamericano nos obliga a mirar a Trump menos como un anti héroe y más como expresión de la insatisfacción de los electores respecto a la representación política. Más cercano de lo que pensamos, entonces, de movimientos de hartazgo “representativo”, como los disímiles Podemos en España, Le Penn en Francia o los movimientos neofascistas de toda Europa. Más cercano a ello que de la fácil invectiva que etiqueta a Trump de xenófobo”.**<sup>54</sup>

Zapata tiene las mismas preocupaciones que la mayoría de los analistas políticos tienen con respecto a Trump, pero intenta hacer un análisis más científico del fenómeno. **“Ciertamente, Trump tiene un discurso que sobrecoge. Ciertamente lo suyo es un extremismo peligroso. Ciertamente él –con habilidad- ha metabolizado en su propuesta discursiva mucho del pensar y sentir de electores hasta ayer silentes. Y cierto es que estos inputs motivacionales él los ha recogido como justificación de un**

---

<sup>54</sup> ZAPATA, Eduardo...; “El Tío Donald: El ascenso del candidato Trump”; artículo escrito en Lima, marzo de 2016 y publicado en el Portal de Opinión “El Montonero” [www.elmontonero.pe](http://www.elmontonero.pe)

radicalismo extremo y externamente atrabiliario...hay que mirar a Trump como expresión de aquellos que fácilmente pueden convocar la insatisfacción de los electores respecto a la representación política establecida”.<sup>55</sup>

En otro artículo periodístico, esta vez escrito en febrero de 2017, Eduardo Zapata analizaba los primeros “decretos presidenciales” del ya presidente Trump y decía: “...dejando atrás a ciertos errores y dejando atrás argumentaciones acaso débiles a su favor, la gente de a pie percibe *sinceridad* en el decir y hacer de Trump. Frente al discurso “políticamente correcto” que en el mejor de los casos es visto como no verdad, cuando no mentira; frente al discurso del establishment político que solo parece ser más de lo mismo y que suena alejado de la agenda concreta del hombre común, el quehacer de Donald la gente lo percibe como sincero y cercano a la agenda de sus problemas cotidianos”.<sup>56</sup>

Manuel Erice, en su libro dedicado a la campaña de Trump, sostiene que diez son las razones por las que el magnate ganó las elecciones presidenciales, las que sistematizamos en el Cuadro No. 5.

#### Cuadro No. 5

##### Las razones por las que ganó Trump, según Erice

---

1. El planteamiento de un populismo de marca americana
2. La creación de “enemigos externos” (El Muro frente a los migrantes mexicanos; proteccionismo nacionalista frente a crecimiento de empresas extranjeras)
3. Los medios de comunicación colaboraron para “engordar al monstruo”
4. Trump: un candidato mediático que compite con los medios
5. Hillary: “una candidata perdedora”
6. La siniestra alianza “Putin-Wikileaks

---

<sup>55</sup> ZAPATA, Eduardo...; “Op. Cit.”; Lima, marzo de 2016.

<sup>56</sup> ZAPATA, Eduardo...; “Donald, el sincero”; artículo escrito en Lima el 22 de febrero de 2017 y publicado en el Portal de Opinión “El Montonero” [www.elmontonero.pe](http://www.elmontonero.pe)

- 7. Obtuvo el apoyo del voto conservador republicano**
  - 8. La venganza de “los deplorables” y el “Trumpismo”**
  - 9. Vuelco a favor de los “estados industriales”**
  - 10. Las redes al servicio de la posverdad**
- 

Fuente: Elaborado por el autor sistematizando los planteamientos de Manuel Erice en su libro: “Trump: El triunfo del showman” (Madrid, 2017).

Efectivamente, Trump hizo una campaña con planteamientos populistas, pero “a la americana”, lo que implica una combinación de patriotismo con nacionalismo económico y aprovechando muy bien una de las principales características que había mostrado como empresario: “el constituirse él mismo como una marca, un comercial para promover sus negocios y apoyándose siempre en personajes populares.”

De otro lado, en su discurso de campaña siempre han ocupado lugares preponderantes la creación de “enemigos externos” de los estadounidenses. El primero de ellos, definitivamente, los inmigrantes representados especialmente por los provenientes de México; de allí la importancia simbólica del “muro” propuesto en la frontera con ese país. También son enemigos externos de los EE.UU. las empresas provenientes de China, Japón y Corea del Sur, entre otras, e incluso las empresas norteamericanas que prefieren invertir en el exterior.

Los medios de comunicación, prácticamente en su totalidad, apostaron abiertamente y hasta el final de la campaña por Hillary Clinton y emprendieron una campaña permanente de ataque y desprestigio a Trump, que no sólo no lo afectó sustancialmente, sino que hasta lo victimizó. Los medios “engordaron el monstruo”, como señala Erice.

Esta actuación parcializada de los medios de comunicación norteamericana no tuvo en cuenta -además- que Trump era -sin duda- un candidato mediático, habituado a estar en la televisión y en los principales medios. En la práctica, Trump mismo competía con los medios y los medios se encargaron de hacer más evidente esta fortaleza del candidato.

Un factor fundamental -y en este punto hay coincidencia con otros analistas- es que la senadora Hilary Clinton, en adición a representar al “establishment” (lo que ya era una desventaja) tampoco fue una buena candidata y de eso aprovechó Trump.

Trump -a pesar de sus declaraciones y de sus controvertidas posiciones- logró el apoyo del voto conservador republicano, incluyendo a un importante sector de los evangélicos que dieron su voto para que Trump cumpliera con sus promesas de cambio. También Trump logró el apoyo de los pobladores de los denominados “estados industriales”, muy afectados por las políticas de apertura económica y acuerdos comerciales desarrolladas por anteriores gobiernos demócratas y republicanos.

Hillary Clinton ayudó mucho a Trump cuando en un discurso en su campaña electoral llamó “cesta de deplorables” a los seguidores de Trump, incumpliendo unas de las

reglas básicas en una campaña electoral que dice que: “puedes criticar a tu competidor, pero nunca a sus votantes”. Los “deplorables” se vengaron y unieron fuerzas con mayor vigor alrededor del discurso de Trump.

El **“Trumpismo”** se denomina a la corriente surgida en la campaña electoral norteamericana en la que se combinan varios factores: el líder es una celebridad; tiene planteamientos populistas que gustan a muchos ciudadanos norteamericanos; incluye un sentimiento “anti inmigrante”; es un outsider, que piensa como muchos “ciudadanos de a pie”, plantea cambios y representa “aire fresco”; y es un candidato hábil para promover “teorías de la conspiración”.

Finalmente, Trump es un gran promotor -y usuario- de las redes sociales al servicio de lo que se conoce como la posverdad. Dice Erice: **“El matrimonio entre la posverdad y las nuevas herramientas digitales ha creado una explosión mundial que amenaza con reescribir las reglas de cómo se toman decisiones en política. Donald Trump, con su trayectoria en televisión, considerado hasta ahora el medio que más se prestaba a la manipulación informativa, era muy consciente de las posibilidades de esta nueva combinación de fuerzas cuando se lanzó a utilizar hábilmente las redes sociales en pos de la victoria.”**<sup>57</sup>

El mismo Trump reconoce la importancia que las redes sociales han tenido en su campaña electoral y hoy tienen -para bien o para mal- en su gestión de gobierno. En una entrevista concedida a la Cadena de Televisión Fox, Trump enfatizaba: “No estaría aquí si no fuera por las redes sociales.”

En esa misma entrevista Trump afirma: **“Cuando alguien dice algo de mí, puedo ir y pum, pum, pum, y ocuparme de ello. De otra forma no conseguiría difundir lo que creo.”**<sup>58</sup> El mandatario no ha cambiado de hábitos ya en el poder: **“...sigue combativo en las redes, llamando a su ex rival electoral, la demócrata Hillary Clinton “corrupta” o tachando a los medios que le critican de ser “perdedores” o “fracasados”. El presidente Trump no se arrepiente: defiende que sus tuits están bien hechos.”**<sup>59</sup>

Twitter ha permitido a Trump eliminar intermediarios, notas de prensa y conferencias con periodistas. Lo que quiere decir lo dice a través de las redes, y las usa tanto para amenazar con un holocausto nuclear a Corea del Norte como para comentar los datos de la Bolsa de Valores. Obama fue el pionero en el uso de las plataformas de Internet en una campaña electoral, pero Trump ha roto todos los paradigmas y estereotipos en este campo.

Como señala Jan Martínez Ahrens, **“El mundo es un lugar lleno de dinamita y Donald Trump está dispuesto a encender todas las mechas. El presidente de Estados Unidos ha inaugurado 2018 con una desenfrenada ofensiva tuitera destinada a sacudir**

---

<sup>57</sup> ERICE, Manuel...; **“Op. Cit.”**; Página 213.

<sup>58</sup> MARS, Amanda...; **“Trump: No estaría aquí si no fuera por las redes sociales”**; Ensayo periodístico publicado en la Sección “Internacional” del Diario “El País”; Madrid, lunes 23 de octubre de 2017; Página 07.

<sup>59</sup> MARS, Amanda...; **“Op. Cit.”**; Madrid, octubre de 2017.

**Pakistán, los territorios palestinos, Irán, Corea del Norte y hasta el delicadísimo botón nuclear. Una andanada verbal que, tras casi un año en el poder, dibuja a un inquilino de la Casa Blanca en permanente campaña, sin diques de contención y dispuesto a azuzar la inestabilidad en los puntos neurálgicos del planeta.”** <sup>60</sup> A estas acciones del presidente Trump se le ha denominado “diplomacia tuitera”.

Para Arthur C. Brooks, presidente del American Enterprise Institute, la victoria de Trump también obedece a la pérdida de bienestar que se generó en miles de norteamericanos por las políticas públicas aplicadas en décadas. Dice Brooks, “...**la falta de dignidad empeoró tras la crisis financiera de 2008 y la elección de Barack Obama. El presidente Obama prometió igualdad de oportunidades. En cambio, durante su presidencia, el 100% del crecimiento económico fue a parar a la parte superior del 20% de la población. Si se pregunta por qué los estadounidenses de clase baja parecen haberse enfadado mucho más durante los últimos ocho años, esta es la razón.**” <sup>61</sup>

Agrega Brooks: “**Este déficit de dignidad es particularmente agudo entre los hombres de la clase trabajadora, la mayoría de raza blanca y de zonas rurales. En 2015, por primera vez entre los estadounidenses de raza blanca, de 45 y 54 años y sin educación, la tasa de mortalidad comenzó a subir: un aumento del 46% en la cirrosis del hígado, del 78% en suicidio y del 323% en las sobredosis de drogas.**”<sup>62</sup>

Trump ganó a Hillary Clinton entre los hombres blancos sin título universitario en casi 50 puntos porcentuales; logró también la victoria en los condados que mostraban los índices más altos en consumo de drogas. Trump ganó porque fue el primer candidato presidencial en décadas que se preocupó por la dignidad de estos votantes. Trump ganó porque gobiernos anteriores no tuvieron éxito en sus políticas de generación de empleos, educación y cultura. Y, curiosamente, nadie sabe si Trump podrá resolver estos problemas, pero sí que aprovechó hábilmente el descontento.

Trump tiene propuestas contradictorias pues es populista (a la norteamericana) en temas de inmigración y comercio exterior; es -al mismo tiempo- intervencionista en el tema del gasto público; y es irreverente en casi todo orden de cosas.

Y, ¿cuáles han sido las principales acciones de política pública que ha adoptado Trump ya en el ejercicio del gobierno en su primer año? Pues, básicamente, cumplir sus promesas y, aunque muchas de ellas eran tremendamente polémicas, el sólo hecho de cumplir lo que se prometió es muy potente en un contexto como el actual de gran desconfianza e incredulidad en la política.

---

<sup>60</sup> MARTÍNEZ AHRENS, Jan...; “**Trump emprende vía Twitter un giro radical de la política exterior**”; Ensayo periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, jueves 04 de enero de 2017; Página 03.

<sup>61</sup> BROOKS, Arthur C ...; “**El populismo y la dignidad humana**”; Artículo de opinión publicado en la Sección Editorial del Diario “El País”; Madrid, jueves 10 de agosto de 2017; Página 11.

<sup>62</sup> BROOKS, Arthur C.; “**Op. Cit.**”; Madrid, agosto de 2017.

Los ciudadanos de a pie suelen decir frases como éstas: “Todos los políticos son iguales, ofrecen de todo, piden tu voto, piden tu apoyo, pero cuando llegan al poder ni se acuerdan de ti”; o, “Nunca cumplen sus promesas electorales”. Con esas características, Trump se convierte en un político “diferente”, que sí cumple sus promesas, lo que no es poca cosa para los millones de norteamericanos que votaron por él.

Gisela Rubach se pregunta ¿cuáles han sido los principales “aportes” del gobierno de Trump? En el Cuadro No. 6 se sistematizan dichos “aportes” planteados por la autora con un poco de humor.

#### Cuadro No. 6

##### Los “aportes” de Trump, según Rubach

---

- El muro
  - “Bad hombres”; que implica la idea de que México es el “culpable” y EE.UU. es la “víctima”
  - “Superman”; en el sentido que el mensaje de Trump es. “Yo resuelvo el problema; soy el protector del país”
  - “America First”; que significa que “la globalización es el enemigo”
  - “Efecto mojito”; denominando así la destrucción del legado de Obama en el tema de Cuba.
- 

Fuente: RUBACH, Gisela...; “Trump vs. América Latina: Estrategias ante una Crisis”; Bogotá, noviembre de 2017.

La construcción del muro en la frontera entre México y los EE.UU. es uno de los ofrecimientos más polémicos en la campaña electoral de Trump, sobre todo teniendo en cuenta la gran sensibilidad que existe en el tema de los inmigrantes latinos y, particularmente, mexicanos en esa parte de su frontera.

Es curioso que en un mundo en el que se hacen importantes esfuerzos para unir fronteras a través de los bloques regionales de integración u olvidar heridas que todavía tienen cicatrices (por ejemplo, el Muro de Berlín y todo lo que significó), Donald Trump haya hecho de la construcción de un muro una de sus más importantes propuestas de campaña, como si un muro físico fuera a resolver los problemas que llevan a la migración o a los niveles de baja productividad en algunos sectores productivos de los EE.UU.

Como decía el Papa Francisco, en un discurso reciente: “Es hora de tender puentes, no de construir muros”. Rubén Amón señala en un ensayo publicado en el Diario “El País” de España: **“Donald Trump se ha propuesto levantar un muro faraónico entre EE.UU.**

**y México como alegoría de la xenofobia y el miedo, pero existen en el mundo muchos otros que resisten más en sentido conceptual que material.”**<sup>63</sup>

Olivia Muñoz-Rojas llama la atención que hay ciertas épocas en la historia en las que la construcción de muros y vallas aparecen como necesarias. **“En etapas expansivas se valora la apertura y el intercambio; en horas bajas surgen actitudes defensivas que buscan proteger el “statu quo”. En la última década, el afán por unir ha sido desplazado por la exaltación de vallas y fronteras mentales.”**<sup>64</sup> Por lo tanto, la propuesta de Trump se ubica en un contexto de retorno a prácticas proteccionistas en varias partes del mundo.

Sin embargo, hay que anotar dos asuntos importantes. La frontera entre México y los EE.UU. tiene una extensión de alrededor de 4,000 kilómetros, y en alrededor de 2,600 kilómetros de ese total ya existía de alguna manera un muro o vallas; de manera que el “muro” de Trump sería sólo la parte del muro que falta construir.

Además, la Administración Trump -en su primer año de gestión- ha avanzado muy lentamente en el correspondiente proyecto de construcción del muro, presentando varios prototipos de separación y sin tener aún los recursos presupuestales para financiarlo.

En julio 2017, la Cámara de Representantes aprobó una asignación presupuestal de US\$ 1,570 millones para construir un tramo del muro y otras medidas fronterizas, pero, en ese período, aún no había logrado la aprobación en el Senado. Se estima que el presupuesto total requerido es cercano a los US\$ 22,000 millones y el ofrecimiento (¿amenaza?) de Trump en el sentido que sea México quien financie el muro, cada vez parece más inverosímil.<sup>65</sup>

Por otro lado, el gobierno demócrata de Obama ha sido uno de los que más latinos ha expulsado del territorio norteamericano, pero lo ha hecho de manera silenciosa. Por lo tanto, más que medidas extremadamente radicales, Trump en este punto estaría haciendo lo mismo, pero con mayor sonoridad y en forma más rápida.

Además, Trump suspendió el programa DACA (la Acción Diferida para Llegadas Infantiles, en sus siglas en inglés), con los que muchos indocumentados, que llegaron a los EE.UU. siendo menores de edad, se han quedado sin permiso de trabajo. Se estima que hay 800,000 “dreamers” (o soñadores) afectados por esta medida. Luego “negoció suavizar” esta medida a cambio de apoyo del Congreso para varias de sus propuestas (entre ellas la construcción del “muro”).

---

<sup>63</sup> AMÓN, Rubén...; **“Una casa, cinco países: Del Imperio austrohúngaro a la UE, el “muretto” entre Gorizia y Nova Gorica simboliza la provisionalidad de la historia europea”**; Ensayo periodístico publicado en la Sección “Revista” del Diario “El País”; Madrid, viernes 04 de agosto de 2017; Página 27.

<sup>64</sup> MUÑOZ ROJAS, Olivia...; **“Levantar puentes, tender muros”**; ensayo publicado en Sección de Opinión del Diario “El País”; Madrid, viernes 11 de agosto de 2017; Página 11.

<sup>65</sup> Las peticiones presupuestales iniciales de la Administración Trump han sido las de: construir una nueva valla en una zona de Texas; levantar un muro junto al Río Grande también en el Estado de Texas; y, reparar un tramo de las vallas que ya existen en San Diego, California.

Finalmente, la Administración Trump anunció, en diciembre de 2017, que los EE.UU. se retiraban del proyecto de Naciones Unidas para las Migraciones, cuyo objetivo era alcanzar en el año 2018 un pacto internacional que garantice la gestión humanitaria de los movimientos migratorios y de refugiados.

A ello se añade la “retirada” de los EE.UU. de los acuerdos de París contra el cambio climático, del acuerdo comercial Transpacífico y de la UNESCO<sup>66</sup>, organización de Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura. Se trata de una deliberada política “aislacionista” que hace perder influencia a los EE.UU. en problemas de alcance planetario.

Esta política de Trump de “aislamiento internacional” ha evidenciado resistencias dentro de su propia administración. Como señala un informe especial del Diario “El País” de España: **“Durante las negociaciones previas a la retirada del Acuerdo de París, su hija Ivanka, el influyente yerno Jared Kushner y los secretarios de Estado y Energía se mostraron contrarios. Lo mismo hicieron gigantes energéticos como Exxon, General Electric o Chevron, y toda la inmensa comunidad científica. Con los meses esta tensión no se ha aligerado...”**<sup>67</sup>

La estrategia de victimizarse frente a México también ha tenido acogida en un sector de la población en los EE.UU. que considera que los inmigrantes en general, y los de México en esas zonas de la frontera, les quitan empleo y bienestar. De hecho, esta tesis -aunque no sea del todo cierta- justifica en cierto modo la renegociación del Tratado de Libre Comercio que ese país mantiene con México y Canadá (conocido por sus siglas en inglés como NAFTA).

La imagen de “Superman” que Rubach sugiere también merece un comentario. El héroe de los comics es un símbolo representativo de la imagen de poderío de los norteamericanos. Trump se presenta claramente ante sus votantes como un líder protector, capaz de tomar las decisiones más difíciles si son consideradas buenas para los EE.UU., no importando el efecto que tengan en el resto del mundo.

Un ejemplo de ello es el anuncio que hizo Trump a principios de diciembre de 2017, cuando dispuso que la Embajada de los EE.UU. en Israel se ubique en Jerusalén, contraviniendo el consejo de muchos gobiernos aliados y de las propias resoluciones de las Naciones Unidas.

Como dice Javier Solana: **“Con su reconocimiento de Jerusalén como capital de Israel, Trump dinamitó nada menos que 70 años de consenso internacional, para favorecer**

---

<sup>66</sup> En octubre de 2017, el presidente Trump anunció que los EE.UU. dejaban la UNESCO por el “sesgo antisraelí” que -según él- ha venido mostrando el referido organismo multilateral. Hay que recordar que los EE.UU. ya se habían retirado de la UNESCO hace 30 años, durante la presidencia de Reagan, esa vez con el argumento que el referido organismo desarrollaba políticas favorables a los intereses de la entonces Unión Soviética.

<sup>67</sup> Corresponsales de “El País” en Berlín, Washington, Pekín...; **“Tres grandes potencias buscan nuevos equilibrios”**; Informe publicado en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, viernes 17 de noviembre de 2017; Página 04.

**que ambos bandos vuelvan a negociar(...) Trump ha aplicado una lógica que malinterpreta y deteriora la realidad de Oriente Próximo...”<sup>68</sup>**

También ayuda en el mismo sentido la frase de “America First” o “Los EE.UU. primero”. Ubicarse como contrario a la globalización y plantear medidas proteccionistas frente al comercio y la inversión, puede darle a Trump réditos políticos en el corto plazo.

Contra el consenso mundial, Trump ha decidido sacar a EE.UU. de los acuerdos de París contra el calentamiento global. Y, además, ha propuesto un recorte de casi 700 millones de dólares a los fondos de la FEMA (siglas en inglés de la Agencia Federal para la Gestión de Emergencias).

Finalmente, Trump deshizo toda la “ingeniería diplomática” que lideró Obama para restablecer las relaciones diplomáticas con Cuba y, sin ningún disimulo, volvió a crear un clima de enfriamiento con la isla caribeña.

En cuanto a la política de seguridad nacional que plantea Trump, como señala Amanda Mars: **“China y Rusia constituyen para EE.UU. dos poderes “revisionistas” que buscan erosionar la prosperidad americana y crear un mundo en las antípodas de los valores americanos. Esa es la columna vertebral de la estrategia de seguridad presentada...por Donald Trump, un documento que elimina el cambio climático como amenaza, recupera el lenguaje de la Guerra Fría y plasma la doctrina del América primero con la habitual dosis de contradicción de Trump. Washington señala como enemigos a Moscú y Pekín, pese a los intentos de proximidad que el presidente ha mostrado con sus líderes desde que llegó a la Casa Blanca.”<sup>69</sup>**

No todo lo que ha querido hacer lo ha podido concretar como el caso del programa conocido como “Obamacare”, una de las medidas emblemáticas de la Administración del presidente Obama. Trump intentó infructuosamente cancelar el programa, pero no logró el apoyo del Congreso. Frente a ello, el gobierno de Trump no está dando el apoyo fiscal necesario esperando que el programa se extinga por sí mismo.

Por otro lado, Trump podría tener problemas con las investigaciones que la Fiscalía desarrolla para el tema de la “intervención rusa” en la campaña electoral y, a fines de 2017, su candidato a senador perdió en las elecciones de Alabama, uno de los estados más conservadores del país, con lo que dejó la mayoría republicana sólo dos escaños más que los senadores demócratas, una mayoría muy frágil que en cualquier momento puede cambiar.

En este contexto, Lluís Bassets dice: **“Donald Trump vive en un tiempo extraño. Quiere que le devuelvan los Estados Unidos de su infancia y su juventud. Esa es una de las razones por las que quiere mandar de nuevo una nave tripulada a la Luna, según una orden inconcreta en cuanto a plazos y presupuestos que ha firmado...No**

---

<sup>68</sup> SOLANA, Javier...; **“Reconozcamos al Estado palestino”**; artículo publicado en Sección de “Opinión” del Diario “El País”; Madrid, miércoles 03 de enero de 2018; Pagina 15.

<sup>69</sup> MARS, AMANDA...; **“Trump apunta a Rusia y China como amenazas a la prosperidad de EE.UU.”**; ensayo publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, martes 19 de diciembre de 2017; Página 03.

hay límites a su ambición. Quiere anular la presidencia de su antecesor, Barack Obama, pero también quiere superarlo. Que EE.UU. vuelva a ser grande y que sea primero en todo.”<sup>70</sup>

En el Cuadro No. 7 podemos observar las fechas y acontecimientos claves ocurridos en el primer año de Trump como presidente de los EE.UU.

#### **Cuadro No. 7**

##### **Fechas y acontecimientos claves en el primer año de Donald Trump como presidente de los EE.UU.**

---

- **25/01/2017: Aprueba construir un muro en la frontera con México.**
- **28/01/2017: Un Tribunal Federal de Brooklyn bloquea el veto migratorio firmado por Trump que afectaba a ciudadanos de siete países de mayoría musulmana.**
- **13/04/2017: EE.UU. dispara “la madre de todas las bombas”, el mayor misil no nuclear contra posiciones del Estado Islámico en Afganistán.**
- **01/06/2017; Anuncia el retiro del país del Acuerdo Climático de París.**
- **28/07/2017: Senado mantiene el “Obamacare” con el voto favorable de los republicanos, entre ellos John McCain.**
- **19/09/2017: En la ONU, amenazó con destruir a Corea del Norte.**
- **07/12/2017: Reconoce a Jerusalén como capital de Israel, logrando el rechazo de gran parte de la comunidad internacional.**
- **11/01/2018: En reunión con legisladores, Trump insulta a países de origen de inmigrantes, como El Salvador y Haití, llamándolos “huecos de mierda”.**

---

Fuente: Elaborado en base a Informe especial del Diario Perú21; Lima, sábado 20 de enero de 2018; Página 14.

Haciendo un balance de su primer año de gobierno, Trump tiene en el lado positivo el haber puesto en marcha varias de las propuestas que ofreció en su campaña electoral, la mayoría de ellas con disposiciones ejecutivas desde el Despacho Oval que, sin embargo, más parecen gestos para la tribuna que efectivos cambios en la economía y que mejoren el nivel de vida de los norteamericanos que votaron por él.

En su haber también hay que considerar la victoria política conseguida a fines de 2017, cuando Trump logró que su propuesta de rebaja de impuestos fuera aprobada tanto por la Cámara de Representantes como por el Senado. Se trata de la mayor rebaja de impuestos en tres décadas cuando era presidente Ronald Reagan.

El recorte premia principalmente a las empresas y costará US\$ 1,500 billones (que dejarán de entrar al Fisco) en un período de aplicación de diez años. La reforma considera bajar la tasa de impuesto de las empresas de 35% al 21% y la tasa máxima

---

<sup>70</sup> BASSETS, Lluís...; “**Llévame a la Luna: El presidente de EE.UU. se está convirtiendo en un perdedor, la figura que más detesta en sus tuits**”; artículo publicado en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, jueves 14 de diciembre de 2017; Página 14.

para las mayores rentas baja del 39% al 37%, elevándose el mínimo exento de 6,500 a 12,000 dólares y el doble para parejas. No obstante, las críticas que se han hecho a la nueva legislación es que beneficia básicamente a los más ricos, agravará aún más el preocupante déficit fiscal y aumentará el peso de la deuda pública que arrastra los EE.UU. y que suma más de US\$ 20 billones.

En la base conceptual de esta rebaja de impuestos, está la idea de que, a menores impuestos, las familias y las empresas podrán gastar más, la evasión y la elusión tributaria se reducirán pues ya no serán atractivas por las menores tasas, con lo que la economía crecerá y, a su vez, se logrará una mayor recaudación por ese motivo, incluso superior a la que se perdió por la inicial rebaja.

Esta misma propuesta la hizo el presidente Reagan en 1981, contando con el asesoramiento del economista Arthur Laffer<sup>71</sup> que le dio el nombre a la conocida “**Curva de Laffer**” (que establece que, a partir de cierto punto, a mayores tasas impositivas menor será la recaudación y viceversa). Los resultados alcanzados, sin embargo, no fueron los esperados.

En el lado negativo, Trump ha fracasado en su primer año de gestión en el intento de derogar la reforma sanitaria implementada por Barack Obama (conocida como Obamacare); tampoco ha podido concretar su deseo de construir un muro a lo largo de la frontera con México.

Pero quizás el aspecto más negativo de estos primeros meses de su mandato presidencial ha sido el colocar a los EE.UU. en una posición de aislamiento internacional al plantear medidas unilaterales, el retiro del país de importantes organismos multilaterales sin considerar compromisos ya adquiridos por el país en tratados internacionales de diferente tipo. Poco le ha importado lo que han opinado al respecto otros países amigos, así como organizaciones internacionales.

En el Cuadro No. 8 sistematizamos los que, en nuestra opinión, son los aspectos positivos y negativos del primer año de gestión de la Administración Trump, teniendo en cuenta, sin embargo, que un año es un período todavía muy corto para hacer una evaluación profunda y definitiva.

### **Cuadro No. 8**

---

<sup>71</sup> Arthur Laffer (1940- ), economista norteamericano, principal asesor durante el gobierno del presidente Ronald Reagan plantea gráficamente una curva que representa la relación existente entre los ingresos fiscales y las tasas impositivas, mostrando cómo varía la recaudación fiscal al modificarse las tasas. Se sostiene que al subir la tasa del impuesto no necesariamente aumenta la recaudación porque la base tributaria cae. En el punto en el que la tasa impositiva es cero, los ingresos fiscales serán nulos, ya que no se aplica ningún impuesto. Mientras que, por el contrario, si la tasa impositiva es del 100%, los ingresos fiscales también serán nulos, ya que nadie aceptaría producir un bien cuyos ingresos generados fueran destinados en su totalidad a pagar impuestos. La curva propuesta tiene una pendiente negativa, es decir, una relación inversamente proporcional entre tasas impositivas y recaudación fiscal.

## **Aspectos positivos y negativos del primer año de gestión de la Administración Trump**

---

### **Aspectos positivos:**

---

- **Cumplimiento de varias de las promesas hechas en campaña electoral.**
- **Logro de la aprobación por parte del Congreso de su propuesta de rebaja de impuestos.**
- **No se logró eliminar programa de salud conocido como “Obamacare”.**

### **Aspectos negativos:**

---

- **Lento o nulo avance en la construcción del muro en la frontera con México.**
  - **Retiro de los EE.UU. de importantes organismos y acuerdos multilaterales (aislacionismo internacional).**
  - **Continuos mensajes o gestos que no promueven la paz y la estabilidad a nivel mundial.**
- 

### **Fuente: Elaborado por el autor**

Como se aprecia, hemos considerado entre los aspectos “positivos”, el que no se haya logrado eliminar el programa de salud conocido como “Obamacare”, no obstante que el resultado es precisamente contrario a lo que buscaba Trump. Y es que para lograr este resultado fueron precisamente los votos republicanos en el Congreso los que impidieron el despropósito.

En los primeros meses de 2018, el ambiente político en Washington D.C. estuvo bastante convulsionado con el anuncio de la publicación del libro titulado: “Fuego y Furia: dentro de la Casa Blanca de Trump” escrito por el periodista Michael Wolff. El libro muestra interioridades de la Casa Blanca en la era Trump, que van desde temas muy personales, manías y excentricidades hasta la manera cómo se relacionaban sus principales colaboradores y lo que pensaban de la personalidad del presidente. El libro fue escrito tomando como base testimonios de 200 personas cercanas al presidente durante un período de investigación de 18 meses.

Como explica Martínez Ahrens: **“En este vendaval, el propio Wolff ha escrito un largo artículo explicando su génesis (la del libro) y defendiendo sus contenidos. Su relato, aunque a veces no aclara la fuente de la información, supone un demoledor retrato interior de la presidencia. Un gobierno consumido por luchas intestinas, sin prioridades claras y dominado, según la obra, por una personalidad extravagante y caprichosa que halla en sus instintos su mejor consejero.”**<sup>72</sup>

---

<sup>72</sup> MARTÍNEZ AHRENS, Jan...; **“Trump intenta frenar la difusión de un demoledor retrato de su Casa Blanca”**; ensayo publicado en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, viernes 05 de enero de 2018; Página 03.

Como se puede suponer, la imagen internacional del presidente Trump no es de las mejores. Una encuesta realizada a nivel mundial, entre octubre y diciembre de 2017, elaborada por GIA y WIN<sup>73</sup>, revela que el presidente Trump tiene un 58% de desaprobación y un 31% de aprobación.

Será necesario hacer una evaluación a lo largo de todo el período de gobierno del presidente Trump para tener una opinión más precisa; mientras tanto no nos cansaremos de sorprendernos con sus iniciativas y ocurrencias. Trump es, sin duda, el líder que mejor expresa la crisis que hoy impera en la institucionalidad democrática mundial.

## 2.2 La campaña de Macron en Francia

Pero no sólo lo que sucede en los EE.UU. resulta novedoso. Lo ocurrido en las elecciones presidenciales y legislativas en Francia durante 2017 es una verdadera revolución. En mayo de ese año, el político Emmanuel Macron, con sólo 39 años, fue elegido como presidente de Francia, convirtiéndose en el líder de Francia más joven desde que Napoleón fue coronado emperador a los 35 años.

La situación era inédita. Era la primera vez que se presentaba a unas elecciones; no pertenecía a ningún partido tradicional; antes había sido asesor económico del presidente socialista Francois Hollande y, en 2014, fue su ministro de Economía.

En abril de 2016 lanzó el Movimiento “En Marche” (en francés ¡En Marche!), en un acto público en Amiens, su pueblo natal, en la parte norte del país. En aquella ocasión afirmó que: **“...su intención era superar las diferencias tradicionales entre la izquierda y la derecha. Refundar desde abajo, de manera sincera, auténtica, verdadera. La idea de este movimiento político es una dinámica: ante el bloqueo de la sociedad, intentar avanzar”**.<sup>74</sup>

Cuando empezó su campaña electoral, a 159 días de la primera vuelta, Macron definía con claridad su filosofía política. Decía entonces: **“Francia necesita creer en sí misma otra vez y esforzarse primero en el trabajo que es la clave para la libertad de todos. El trabajo nos da nuestro lugar en la sociedad. No se trata de hacer promesas; se trata de comunicar nuestra cultura, nuestros valores. Quiero liberar la energía de quienes son capaces y proteger a los más vulnerables.”**<sup>75</sup>

Macron ha sido tremendamente disruptivo. Ha trabajado con voluntarios y ha utilizado con gran habilidad las redes sociales. Inicialmente contaba con sólo 400 voluntarios -

---

<sup>73</sup> WIN/GIA es el consorcio internacional líder en investigación de mercado y encuestas de opinión pública. Las siglas representan al World Wide Independent Network of Market Research/ Gallup International.

<sup>74</sup> ESPARZA, Pablo...; **“Quién es Emmanuel Macron, el “populista de centro” que ganó las elecciones en Francia y se convertirá en el mandatario más joven desde Napoleón”**; artículo publicado en la Sección “Mundo” de la BBC; en la Página Web [www.bbc.com](http://www.bbc.com) ; Londres, 07 de mayo de 2017.

<sup>75</sup> L'HERONET, Yann...; **“Emmanuel Macron: El ascenso al poder”**; Serie Documentales Internacionales de NETFLIX; California, EE.UU., 2017; Video de 1 hora y 30 minutos de duración. Título en francés: “Les Coulisses d’une Victoire.”

muchos de ellos jóvenes<sup>76</sup> y en una primera encuesta en línea respondieron 15,000 franceses<sup>77</sup> lo que le permitió obtener una muy buena base de datos para la elaboración de su programa de gobierno; puso luego a disposición de los afiliados una plataforma amigable en la que había reuniones virtuales y se otorgaban carnés virtuales, entre otros asuntos. Macron y “En Marcha” pudieron así organizar a los ciudadanos franceses en torno a un objetivo común.

Cuando recibía ataques de sus adversarios no perdía la calma e incluso mostraba buen humor, aunque -cuando era necesario- respondía con gran energía. Así, por ejemplo, su gran presencia en las redes sociales llevó a que le atribuyera el ser “un candidato virtual o evasivo”. Macron responde frontalmente: **“Algunos niegan la realidad, por eso dicen que soy un candidato virtual.”**<sup>78</sup>

El financiamiento de su campaña también fue relativamente austero, y recurrió a aportes transparentes de ciudadanos franceses antes que recibir recursos de las grandes corporaciones que limitarían e hipotecarían su accionar en el gobierno. Era frontal cuando resultaba necesario.

Un poco antes de la realización de la segunda y definitiva vuelta electoral Macron señalaba: **“La tarea que sigue es la reorganización de la vida política”**<sup>79</sup> y, en su discurso de agradecimiento luego de haber sido declarado ganador de la segunda vuelta electoral, Macron afirmaba: **“Lo que hemos hecho durante estos meses no tiene precedente ni comparación. Todos nos dijeron que era imposible pero no conocían a Francia. ¡Viva Francia!”**<sup>80</sup>

Macron se impuso en la segunda vuelta electoral a la candidata ultraderechista Marine Le Pen. En la primera vuelta obtuvo el 23.5% de los votos; en la segunda vuelta tuvo la aprobación del 65% del electorado. Y, por si fuera poco, en las consiguientes elecciones legislativas obtuvo 309 del total de 577 curules (lo que representa el 54% de la Asamblea Nacional).

Pero Macron no ha organizado un partido del modo tradicional. Christophe Castaner, delegado general de La República En Marcha (LREM) señala al respecto: **“Es un movimiento y no un partido ... porque los partidos son monolitos, bloques, generalmente pirámides y el movimiento debe ser multiforme, sin doctrina única ni instrucciones, una mezcla de ONG y confederación de agrupaciones vecinales.”**<sup>81</sup>

---

<sup>76</sup> En uno de sus discursos Macron señaló: “Nuestro futuro se construirá con gente joven, con innovación. Francia debe darles oportunidades a todos.” En: L’HÉRONET, Yann...; **“Op. Cit.”**; 2017

<sup>77</sup> En el primer mitin que desarrolló en su campaña electoral, Macron le encargó a esos 15,000 “amigos” llevar el mensaje de “En Marcha” a toda Francia.

<sup>78</sup> L’HÉRONET, Yann...; **“Op. Cit.”**; California-EE.UU. 2017.

<sup>79</sup> L’HÉRONET, Yann...; **“Op. Cit.”**; California-EE.UU. 2017.

<sup>80</sup> L’HÉRONET, Yann...; **“Op. Cit.”**; California-EE.UU. 2017

<sup>81</sup> Publicado en: BASSETS, Marc...; **“El partido de Macron busca su propio espacio”**; Nota periodística publicada en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, martes 26 de diciembre de 2017; Página 12.

En realidad, los esfuerzos de LREM y de Macron están orientados a construir una nueva estructura organizacional más cercana a la gente, lo menos parecida a los “partidos tradicionales” que hoy tienen tanto rechazo.

Marc Bassets de “El País” considera que el objetivo buscado está todavía muy lejos de alcanzarse: **“La realidad es que LREM es el partido del presidente francés, Emmanuel Macron, una organización que querría ser horizontal, pero es más vertical, más centralizada y más dependiente del líder que ninguna otra aparte del Frente Nacional. Hoy disfruta de una hegemonía que pocos otros partidos han tenido en la historia reciente de Francia...Y mientras LREM aprende a manejar el poder acumulado y afronta su primera crisis de crecimiento, prepara el complicado asalto a la política europea.”**<sup>82</sup>

De acuerdo a Bassets, LREM, desde su creación, contenía varias contradicciones. **“La República en Marcha, un movimiento supuestamente popular, pero con un nombre, EM, que coincide con las iniciales del líder; un aparente experimento de democracia de base, pero dedicado al proyecto de un solo hombre.”**<sup>83</sup>

En los primeros meses de la gestión de gobierno, luego de ganar las elecciones, LREM ha tenido que sortear varios episodios de pequeñas crisis de crecimiento. En los meses de mayo y junio de 2017 hubo que tomar el control gubernamental, ocupando cargos de ministros y de otras autoridades, así como de candidatos a legisladores. Los requerimientos de posiciones en el Gobierno y en la Asamblea Nacional fueron cubiertos por la mayoría de los que acompañaron a Macron en la campaña electoral y por otros profesionales y empresarios sin mayor experiencia política.

La siguiente mini crisis llegó en noviembre de 2017 en Lyon cuando precisamente se eligió a Castaner como delegado general del Movimiento. La elección fue por unanimidad, pero con un voto a mano alzada lo que no fue del agrado de un grupo de militantes.

Otro problema que ha surgido es, dada la variopinta composición de los integrantes de LREM, el no lograr contentar a todos, algunos de los cuales se sienten algo decepcionados con algunas de las decisiones tomadas. **“Ahora tendrá que dar coherencia al potaje ideológico que mezcla a conservadores y liberales con una gran parte de la militancia procedente de la izquierda socialista, y desconfiada ante el giro a la derecha del presidente Macron.”**<sup>84</sup>

La pregunta que muchos se hacen es qué ocurrirá el día que el líder se marche. Por lo tanto, una de las características fundamentales que Macron tendrá que darle al Movimiento es precisamente “despersonalizarlo” para darle sostenibilidad. No es fácil la tarea emprendida, sobre todo porque la política y los partidos tradicionales todavía controlan los resortes del poder en Francia y cualquier error de Macron o de LREM

---

<sup>82</sup> BASSETS, Marc...; “Op. Cit.”; diciembre de 2017.

<sup>83</sup> BASSETS, Marc...; “Op. Cit.”; diciembre de 2017.

<sup>84</sup> BASSETS, Marc...; “Op. Cit.”; diciembre de 2017.

será duramente criticado y se pondrá como pretexto para decir que “hay que volver a lo anterior.”

No obstante, hay hechos positivos que ya pueden evaluarse preliminarmente en la forma de hacer política de Macron. Toda nación, toda comunidad requiere de un consenso mínimo sobre su propia historia, que le de identidad. En Francia se suele hablar de la novela nacional o del relato nacional. Macron, entendiendo este punto, ubica a la memoria colectiva de Francia en el centro de su proyecto político.

Sylvain Fort<sup>85</sup>, consejero de discursos y memoria del presidente Macron, señala que el relato del presidente: **“...es un relato de héroes, pero también de sombras; un relato en el que puedan reconocerse todos los franceses, de todos los orígenes, un hilo que ayude a coser las cicatrices de la Francia fracturada de 2017... La memoria no es simplemente una manera de contemplarse en el espejo del propio pasado: es una manera de inventar el futuro.”**<sup>86</sup>

En este contexto, Macron decía en un discurso dado en el lugar en el que, en 1944 fuerzas alemanas mataron a 642 franceses: **“La memoria forzosamente se erosiona. Lo que se transmite corre el riesgo de marchitarse. Sin cesar debemos reavivar la llama y devolverle el sentido.”**<sup>87</sup> Durante la campaña electoral, Le Pen y otros rivales acusaron a Macron de “autoflagelarse” cuando afirmó en Argelia que el colonialismo había sido “un crimen contra la humanidad, una verdadera barbarie.”

Fort agrega: **“La historia de Francia, la de todos los países, se ha construido en torno a la figura de héroes. Pueden ser héroes militares, aventureros de la ciencia, exploradores. Todas las historias nacionales se han construido en torno a estas figuras que, en el fondo, inscriben a sus países en el curso de la historia universal. En Francia no es que ya no haya héroes, es que ya no somos capaces de reconocerlos.”**<sup>88</sup>

El relato nacional es fundamental para construir el futuro común y Macron lo entiende perfectamente. **“El relato nacional no son sólo los acontecimientos, sino también los símbolos, las figuras, los valores que pertenecen a la historia de Francia y que hoy nos permiten contemplar un futuro común. Es una visión proyectiva, dinámica de la memoria. Y el jefe de Estado, en Francia, tiene un papel particular. En cierta manera es él quien acciona la memoria... Él es el depositario...de la voz de la nación y, por tanto, de los símbolos.”**<sup>89</sup> El desempeñar ese papel es más potente que cualquier otra estrategia de marketing o acción política.

Este tema se encuentra en todos lados. Por ejemplo, Françoise Nyssen, ministra de Cultura de Francia afirma: **“El presidente inspira, pero es el gobierno el que actúa. Emmanuel Macron fue elegido a partir de un programa que definía unas grandes**

---

<sup>85</sup> Fort fue el consejero de comunicación de Emmanuel Macron durante la campaña electoral.

<sup>86</sup> BASSETS, Marc...; **“La historia de Francia, según Macron”**; ensayo periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, lunes 11 de setiembre de 2017; Página13.

<sup>87</sup> BASSETS, Marc...; **“Op. Cit.”**; Madrid, setiembre de 2017.

<sup>88</sup> BASSETS, Marc...; **“Op. Cit.”**; Madrid, setiembre de 2017.

<sup>89</sup> BASSETS, Marc...; **Op. Cit.”**; Madrid, setiembre de 2017.

**líneas, donde lo cultural se concebía como un estado mental, un estado de ánimo. La cultura está por todos lados y nuestras políticas son muy transversales.”<sup>90</sup>**

Macron ha estado aprovechando también el espacio político del que goza por la mayoría conseguida en las votaciones para ejercer el gobierno y la Asamblea Nacional y por la debilidad manifiesta en la que han quedado sus opositores, principalmente de la derecha francesa.<sup>91</sup> Todo ello le ha permitido impulsar importantes reformas, de gran sensibilidad entre los franceses, entendiendo que se hacen al principio o no se hacen y las está impulsando con poca “turbulencia”.

Jacques Attali, asesor de Macron desde antes de que éste pensara en aspirar a la presidencia de Francia, solía decir que: **“En política, lo que no se hace en los primeros 100 días, no se logra jamás”<sup>92</sup>**, y, aunque Macron rechazó siempre el concepto de “los primeros 100 días”, se cuidó de transmitir claramente sus prioridades para este primer período del escenario político de su gobierno.

Marc Bassets define a este clima propicio en el período inicial de Macron de la siguiente manera: **“Hoy parece otro país: una isla de estabilidad en una Europa que buscasu rumbo entre el Brexit, la ausencia de gobierno en Alemania y la crisis catalana. Siete meses después de ganar las elecciones presidenciales, Emmanuel Macron ha convertido Francia en una balsa de aceite.”<sup>93</sup>**

Implementar reformas de fondo en este contexto es fundamental para Macron y así lo entendía incluso antes de ser presidente. La crisis mundial, que se manifestó en 2008-2009 y que afectó también en forma importante a Europa, puso al descubierto que el deseado “estado de bienestar” que habían logrado muchos países europeos -incluyendo a Francia- principalmente en los sectores sociales (educación, salud, seguridad social, transporte público, etc.), implicaba un cuantioso gasto público que había sido financiado en buena parte no con impuestos sino con deuda pública.

Así, entraron en delicadas situaciones de crisis, diversos países europeos, como España, Portugal, Irlanda y Grecia, e incluso, países como Francia, Inglaterra y Alemania -los más fuertes de Europa- también vieron resentidas sus economías en general y sus finanzas públicas en particular.

Se estaba gastando más de lo que ingresaba y ahora -en medio de la crisis-había que “ajustar el cinturón” y a nadie le gusta que le quiten beneficios que daban por

---

<sup>90</sup> NYSSEN, Françoise...; **“El Estado debe intervenir en el mercado cultural”**; entrevista publicada en Sección “Cultura” del Diario “El País”; Madrid, martes 24 de octubre de 2017; Página 28.

<sup>91</sup> Laurent Wauquiez, presidente de Los Republicanos y nuevo líder de la derecha francesa ha afirmado en una entrevista con el Diario “El País”: **“En Francia hace demasiado tiempo que la derecha no ha hecho su trabajo”**; entrevista publicada en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, viernes 22 de diciembre de 2017; página 10.

<sup>92</sup> AYUSO, Silvia...; **“Macron cumple 100 días con bajas notas en casa y gran apoyo internacional”**; Ensayo publicado en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, lunes, 14 de agosto de 2017; Página 08.

<sup>93</sup> BASSETS, Marc...; **“Francia se instala en la pax macroniana”**; ensayo publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, lunes 18 de diciembre de 2017; Página 08.

descontado que los tendrían permanentemente y los consideraban como “derechos adquiridos”. Macron se dio cuenta de la necesidad de hacer reformas importantes en estos temas por más impopulares que fueran para poder garantizar un crecimiento sostenido posterior.

La reforma laboral se aprobó con clara mayoría en la Asamblea Nacional y las protestas sindicales fracasaron. La economía está creciendo y el desempleo disminuye y Macron ha logrado proyectarse como un líder internacional en política europea o en la lucha contra el cambio climático.

Dominique Reynié, director general del laboratorio de ideas FONDAPOL (Fundación para la innovación Política) dice: **“La situación del nuevo presidente nunca ha existido en Francia. Desde 1958 (año de fundación de la V República) el nuevo presidente ha encontrado enseguida una oposición, más o menos fuerte, pero verdadera. Es decir, fuerzas políticas capaces de ganar y de gobernar.”**<sup>94</sup>

La situación política en la “Era Macron” es tan especial que su ausencia (la de Macron) sería un vacío difícil de llenar en este contexto. Incluso, los dos partidos tradicionales que se alternaron en el poder en buena parte de la V República, el Partido Socialista y la derecha con el nombre de “Los Republicanos” (de clara influencia del pensamiento del general De Gaulle) tienen juntos sólo 130 diputados de un total de 577 (un 23 % del total) y la ultraderecha, representada por el Frente Nacional de Le Pen y el partido de Mélenchon apenas suman 25 diputados.

Bassets define a este período como “La pax macroniana” y la define así: **“La pax macroniana que se ha instalado en la política francesa es resultado de la desarticulación del viejo sistema partidista, precipitada por la aparición de un político novato como Macron. En parte puede explicarse por el cansancio tras un quinquenio, el del presidente socialista Francois Hollande, marcado por la contestación social, los atentados y el pesimismo.”**<sup>95</sup>

Jean-Noël Jeanneney, historiador y autor del libro “El momento Macron” plantea que: **“La fuerza de Macron se sustenta...en que sus adversarios son inexistentes o muy débiles, y en que él tiene un estilo disruptivo que perturba a sus competidores. No logran anticipar su manera de hacer, y los adversarios de Macron tienen miedo de quedar como anticuados en comparación con él.”**<sup>96</sup>

Las reformas de Macron empezaron con la aprobación de una **“...ley de la moralización de la vida pública”** que busca acabar con las prácticas de nepotismo y garantizar una mayor transparencia en el manejo de los gastos de los parlamentarios. La norma fue rebautizada como **“ley de la confianza en la vida pública”**.

---

<sup>94</sup> BASSETS, Marc...; **“Op. Cit.”**; Madrid, 18 de diciembre de 2017.

<sup>95</sup> BASSETS, Marc...; **“Op. Cit.”**; Madrid, 18 de diciembre de 2017.

<sup>96</sup> BASSETS, Marc...; **“Op. Cit.”**; Madrid, 18 de diciembre de 2017.

Como señaló la ministra de Justicia, Nicole Belloubet, esta ley: **“...pretende recuperar la confianza de la población en la clase política. Esta norma acaba con la práctica de los legisladores de contratar como asistentes parlamentarios a cónyuges o hijos, a quienes en muchas ocasiones ni siquiera se les veía pisar la Asamblea Nacional pese a las jugosas nóminas que percibían...”**<sup>97</sup>

Es preciso recordar que fueron las revelaciones de empleos ficticios para su mujer e hijos las que precipitaron la caída y sacaron de la carrera electoral al conservador Francois Fillon y la propia candidata de ultraderecha, Marine Le Pen, fue investigada por presunto desvío de fondos del Parlamento Europeo para pagar a empleados de su partido. Así las cosas, Macron encontró en este tema un excelente punto para mostrar su voluntad de probidad y transparencia y para cumplir su oferta de campaña de una manera rápida y eficiente al aprobarse prontamente la ley.

Pero, sin duda, una de las reformas más polémicas, y que ha generado reacción en los sindicatos y aún en franceses que apoyaron con su voto a Macron, es la reforma laboral que él impulsa y que también formó parte de su oferta electoral.

La reforma consta de ordenanzas o textos legislativos que pueden aprobarse sin pasar por el proceso de debates y enmiendas del parlamento. Se establecen límites a las indemnizaciones por despido improcedente; se ofrece más libertad a las empresas para despedir trabajadores en caso de crisis; se agiliza la negociación laboral en las pequeñas empresas de manera que pueden llegar a acuerdos pasando por alto a los sindicatos; y se simplifica las instancias de negociación dentro de las empresas. Sistematizamos lo anteriormente dicho en el siguiente cuadro.

#### **Cuadro No. 9**

##### **Principales componentes de la reforma laboral de Macron**

- 
- **Se establecen límites a las indemnizaciones por despido improcedente;**
  - **Se ofrece más libertad a las empresas para despedir trabajadores en caso de crisis;**
  - **Se agiliza la negociación laboral en las pequeñas empresas sin la presencia de los sindicatos; y,**
  - **Se simplifica la negociación dentro de las empresas.**
- 

**Fuente: Elaboración propia**

En el caso de los cambios propuestos en la administración pública de Francia, se plantea una compensación para los funcionarios públicos por el aumento de la CSG<sup>98</sup>, un impuesto para financiar la protección social, que los trabajadores consideran

---

<sup>97</sup> BELLOUBET, Nicole...; **“Macron regenera la política”**; declaraciones publicadas en la Página de Opinión del Diario “El País”; Madrid, lunes 14 de agosto de 2017; Página 10.

<sup>98</sup> CSG significa Contribución Social Generalizada.

insuficiente. También se propone congelar las remuneraciones y eliminar la indemnización desde el primer día de baja por enfermedad y hacerla sólo a partir del segundo día, para reducir el ausentismo.

Macron quiere asimismo suprimir, en un período de cinco años, 120,000 puestos de funcionarios públicos de un total de 5.4 millones de trabajadores. No se trata de despidos sino de no sustituir las bajas. Todas estas medidas están orientadas a racionalizar el gasto público.

La otra reforma importante en la propuesta de Macron es la reforma educativa, considerada uno de los pilares de la identidad nacional y donde -como dice Charles Péguy, **“...los maestros de primaria son los húsares negros de la República, los soldados que, con el arma de la pizarra y la tiza, llevan por todos los rincones del Hexágono, y de los territorios de ultramar, los valores de la igualdad, la libertad y la fraternidad.”**<sup>99</sup>

Como señala Marc Bassets: **“Como institución central en Francia, los traumas de la República, todos sus problemas se proyectan en ella, desde las desigualdades sociales hasta el temor a los guetos y la islamización.”**<sup>100</sup>

La reforma está liderada por el ministro de Educación Jean-Michel Blanquer, quien ha sugerido que se reciba a los alumnos en las escuelas con música y señala que **“Nuestro objetivo primordial es que cada alumno en la escuela primaria sepa leer, escribir, contar bien y respetar a los demás.”**<sup>101</sup>. Los principales lineamientos de la reforma educativa se muestran en el Cuadro No. 10.

#### Cuadro No. 10

##### Lineamientos de la Reforma Educativa propuesta por Macron

---

- **Semana de cuatro días**
    - **Clases reducidas**
  - **Ayuda en los deberes**
    - **Método silábico**
  - **Fumar en la escuela**
- 

Fuente: Diario “El País”

La primera propuesta es la de reducir la semana escolar de cuatro días y medio a cuatro días en la primaria, liberando el día miércoles para actividades extra curriculares. Un tercio de las escuelas francesas -sobre todo en los municipios rurales- han acogido esta medida.

La segunda propuesta busca atenuar las desigualdades y consiste en la división entre dos de las clases de primero (curso preparatorio) en las zonas en las que el Ministerio

---

<sup>99</sup> BASSETS, Marc...; **“Macron lleva su espíritu reformista a la educación”**; ensayo publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, martes 05 de setiembre de 2017; Página 11.

<sup>100</sup> BASSETS, Marc...; **“Op. Cit.”**; Madrid, 05 de setiembre de 2017.

<sup>101</sup> BASSETS, Marc...; **“Op. Cit.”**; Madrid, 05 de setiembre de 2017.

de Educación considera como **“barrios o sectores aislados con mayor concentración de dificultades sociales que tienen una incidencia fuerte en el éxito escolar”**<sup>102</sup>. En 2500 clases habrá 12 alumnos por aula y en los próximos años se debe extender a más zonas en dificultades y al segundo curso de la primaria.

La tercera propuesta se relaciona a la ayuda en los deberes escolares y plantea que los alumnos de la escuela intermedia, entre 11 y 15 años, podrán hacer los deberes en clase. Se trata de una medida para los alumnos cuyas familias no pueden ayudarles.

La cuarta propuesta es la utilización del método silábico. La mejora del aprendizaje en la lectura es una prioridad para el Ministro de Educación. La aplicación de este método ha suscitado cierta polémica.

Finalmente, la quinta propuesta permite fumar dentro de la escuela. El objetivo es atenuar el peligro de un atentado terrorista contra los estudiantes que fuman en la calle frente al centro educativo.

En adición a las reformas ya implementadas, laboral y educativa, siguen medidas en el campo impositivo, en la seguridad social y mejoras en la formación profesional. Las reformas -como era de esperar- han generado protestas, marchas y huelgas, pero éstas no han tenido un gran impacto. Se trata -como señalan varios analistas- de “una resistencia de baja intensidad”.

En el campo de la política internacional Macron ha logrado importantes avances. Se trata de un discurso pro-europeo e incluso hoy se habla de la política “Merkel Macron” en alusión al liderazgo que Alemania y Francia pueden desarrollar para darle nuevamente un impulso a la integración europea superando el malestar originado por el BREXIT y la propia crisis económica mundial que ha afectado el proceso de integración.

Bruno Le Maire, ministro de Finanzas de Francia advierte sobre: **“...los riesgos de la marcha atrás en la construcción europea y defiende una mayor integración que cree empleo y prosperidad para los ciudadanos. La división nunca es buena para la economía y la estabilidad financiera.”**<sup>103</sup>

La visión de Macron es la de **“... una Europa que vaya más allá de la tecnocracia pues nunca haremos soñar a las personas con criterios contables. La Zona Euro sólo tiene sentido si garantiza más empleo y prosperidad para nuestros ciudadanos. El resto son instrumentos. Europa confunde con demasiada frecuencia los instrumentos y las finalidades.”** El Plan Macron incluye la creación de un presupuesto y un ministro del euro, sometidos a control parlamentario.

De otro lado, ante la salida de los EE.UU. del acuerdo mundial sobre cambio climático, Macron lidera la lucha contra el calentamiento global. Al respecto, Macron ha hecho

---

<sup>102</sup> BASSETS, Marc...; **“Op. Cit.”**; Madrid, 05 de setiembre de 2017.

<sup>103</sup> LE MAIRE, Bruno...; **“La división nunca es buena para la economía y la estabilidad financiera”**; entrevista publicada en la Sección “Economía y Negocios” del Diario “El País”; Madrid, lunes 09 de octubre de 2017; Página 38.

un llamado “...a movilizar al mundo financiero y los poderes locales para frenar el calentamiento global. Estamos perdiendo la batalla. Necesitamos un choque en nuestros modos de producción.”<sup>104</sup>

También destacan las acciones de Macron dando señales claras de una política frontal en temas como el de los refugiados y las relaciones con las ex colonias francesas. En este punto Macron busca un giro en la relación de Francia con África.

En el Cuadro No.11 presentamos, a manera de síntesis, las fortalezas y debilidades que, en nuestra opinión, tiene el primer año de gobierno del presidente Macron.

### **Cuadro No.11**

#### **Fortalezas y debilidades en el primer año de gobierno del presidente Macron**

---

##### **Fortalezas:**

- **Gobernante más joven de Francia, después de Napoleón.**
- **Discurso y acción política disruptiva, poco predecible para sus opositores.**
- **Oposición sin liderazgo ni adecuados reflejos.**
- **Trabajo con voluntarios.**
- **Eficiente y creativo uso de las redes sociales.**
- **Se tiene mayoría en la Asamblea Nacional.**
- **Se está construyendo un nuevo relato nacional.**
- **Buena proyección internacional (Unión Europea, Cambio Climático).**
- **Se implementan importantes reformas (Laboral, Educación, Seguridad Social)**
- **Crecimiento económico con disminución del desempleo.**

##### **Debilidades:**

- **LREM, partido político joven y en formación.**
  - **Organización política muy dependiente de un solo líder.**
  - **Reformas están originando el descontento de muchos sectores**
  - **Poca experiencia política de principales líderes de LREM**
- 

**Fuente: Elaboración propia**

En el caso de Macron y su experiencia en el primer año al frente del gobierno francés, el cuadro nos muestra más fortalezas que debilidades. A diferencia de Trump, el presidente francés intenta construir un modelo alternativo que tenga en cuenta los nuevos tiempos pero que fortalezca la institucionalidad.

El gran desafío de Macron será el mantener la frescura y la novedad en sus planteamientos, gestos y acciones y, al mismo tiempo, construir una estructura partidaria sólida que pueda seguir avanzando sin depender solamente de su liderazgo

---

<sup>104</sup> MACRON, Emmanuel...; “Macron encabeza la lucha contra el calentamiento tras la salida de EE.UU.”; declaraciones publicadas en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, miércoles 13 de diciembre de 2017; Página 03.

e ir propiciando los cambios necesarios en las instituciones francesas para que esas propuestas se conviertan en políticas de Estado.

### 2.3 Las consecuencias del BREXIT

El 23 de junio de 2016, los ciudadanos británicos votaron en un referéndum en el que la pregunta fundamental era: ¿Debe el Reino Unido permanecer como miembro de la Unión Europea (UE) o debe salir de la Unión Europea? La boleta del referéndum en la que se marcaba la correspondiente respuesta se muestra en el Gráfico No. 3.

**Gráfico No. 3**

**Boleta que se usó en el referéndum del BREXIT**



**Fuente: Redes Sociales (Google)**

Los resultados oficiales de la consulta popular fueron los siguientes: 17 millones 410 mil 742 votos (51.9 %) a favor de la salida del Reino Unido del bloque de integración regional europeo; 16 millones 577 mil 342 (48.1 %) a favor de permanecer en la Unión Europea, sobre un total de más de 33 millones de votos; con una participación del 72 por ciento de la población facultada a votar.

Aun cuando la consulta no era vinculante, la victoria de la posición de salida de la Unión Europea obligó al gobierno y al Parlamento británico a tomar la decisión de abandonar la UE.

La Unión Europea (antes denominada la Comunidad Económica Europea) tiene sus antecedentes en 1950, en el famoso discurso de Robert Schuman (1886-1963), con el objetivo de unir a Europa occidental y evitar una nueva guerra mundial, promoviendo la paz, la integración y el desarrollo. Algunos años más tarde la idea de Schuman se

cristalizó en el Tratado de Roma (1957). El Reino Unido entro a formar parte del bloque regional de integración en 1973 y, en 1975, celebró un refrendo sobre su permanencia.

Desde entonces, el Reino Unido ha sido uno de los países miembros de mayor importancia en el bloque, aunque cuando se formó el Mercado Común Europeo (1993), decidieron no participar del Acuerdo Schengen (1995) sobre tratamiento migratorio y tampoco participaron de la Zona Euro (1999), ya en el proceso de integración monetaria, manteniendo su propia moneda -la libra esterlina- y la autonomía del Banco de Inglaterra, mientras los otros socios de la Unión adoptaban el Euro y participaban del Banco Central Europeo.

Así las cosas, el Reino Unido había hecho importantes reservas y excepciones a su participación plena en el proceso de integración europea. Sin embargo, la crisis económica internacional que afectó a Europa, el agravamiento de conflictos en diversas partes del mundo que alentaban la migración hacia Europa y el resurgimiento de planteamientos proteccionistas y radicales, empezaron a crear el “caldo de cultivo” en el cual algunos sectores políticos ingleses aprovecharon para desarrollar propuestas nacionalistas e incluso demagógicas.

**BREXIT** es la abreviatura de dos palabras en inglés, Britain (Gran Bretaña) y Exit (salida), que significa la salida del Reino Unido de la Unión Europea. Curiosamente, la palabra BREXIT fue la más utilizada en ocasión del Referéndum, aunque sólo se refería a una de las alternativas de la consulta.

La otra posible respuesta tenía que ver con la permanencia del Reino Unido en la UE; a esta alternativa se le denominó **BREMAIN**, abreviatura que tiene que ver con Britain y Remain, es decir, permanecer. Mediáticamente BREXIT tuvo mayor acogida que BREMAIN y así ocurrió también en las urnas.

¿Qué es lo que ocurrió? Los orígenes del BREXIT parecen remontarse al año 2012, cuando se mencionó precisamente el término GREXIT entre quienes estaban por la salida de Grecia de la Unión Europea, en plena crisis económica y financiera de ese país. Pero el tema es más complejo.

Hacia ya un tiempo que en toda Europa -y en el Reino Unido también- surgían voces y sectores descontentos por la pérdida de bienestar que mostraban sus ciudadanos, las restricciones fiscales que se tuvo que adoptar para afrontar la crisis económica de 2008/2009 y el incremento de los migrantes provenientes de otras partes del mundo que, a juicio de estos sectores, les restaban oportunidades de empleo y de ingresos a los británicos.

Planteadas las cosas de esa manera, el paso siguiente del discurso demagógico no se hizo esperar. Si la crisis económica y la migración “han sido generadas” principalmente por las concesiones que el Reino Unido ha tenido que hacer como integrante del bloque de integración europeo, entonces la solución a los diversos problemas consiste precisamente en abandonar la UE. Así de simple.

Nigel Farage, el principal líder del BREXIT señalaba que “...la Unión Europea se estaba muriendo”. A favor de la posición del BREXIT se encontraban el partido nacionalista,

UKIP (que en las últimas elecciones parlamentarias había obtenido el 13% de los votos), algunos parlamentarios laboristas y cerca de la mitad de los parlamentarios del Partido Conservador, incluyendo al popular exalcalde de Londres, Boris Johnson.

En contra del BREXIT y a favor de la permanencia del Reino Unido en la UE estaban el Primer Ministro David Cameron<sup>105</sup>, con la mayor parte de los miembros de su gobierno (aun cuando el Partido Conservador se declaró “neutral”); el Partido Laborista, el Partido Nacionalista Escocés (SNP), el Partido Liberal y, por supuesto, el resto de los países miembros de la UE y los líderes de los principales países industrializados.

Es evidente que, en los resultados del referéndum, no influyeron los aspectos racionales, pues si estos hubieran tenido una importancia mayor, el voto hubiera sido claramente por la permanencia. Aun cuando los hechos que alentaban el descontento eran reales, éstos de ninguna manera podrían atribuirse a la participación del Reino Unido en la UE.

Es cierto que el Reino Unido, junto con Alemania y Francia, eran los países más sólidos y de mayor solvencia económica en la UE, y, por lo tanto, los que muchas veces tenían que “cargar” con el mayor apoyo para los socios que entraban en problemas económicos y financieros, pero es cierto también que en un bloque europeo cuyo 80 por ciento del comercio que hacen con el mundo es comercio intra-bloque (incluyendo al Reino Unido), más eran los beneficios que los costos que se asumían al formar parte del acuerdo de integración.

La otra pregunta que se tendría que haber formulado es ¿qué hubiera pasado con los países de la Unión Europea -incluyendo al Reino Unido- si no hubiera existido el bloque frente a las situaciones de crisis de países como España, Portugal, Grecia y otros. El “efecto contagio” hubiera sido muy negativo. Desde nuestro punto de vista, la UE, como bloque de integración, más bien “amortizó” los efectos de la crisis internacional.

Es más, el Reino Unido nunca formó parte -como ya hemos dicho- del Acuerdo Schengen y tampoco de la Zona Euro, por lo que su economía estuvo siempre protegida frente a la adopción de los acuerdos comunitarios en temas migratorios y monetarios.

Pero tuvieron mayor acogida los argumentos a favor de la salida. Y ello fue también por el desprestigio de los principales partidos políticos tradicionales. Se trató de una mezcla de factores. Entre ellos podemos mencionar: la crisis de la economía mundial, el incremento de flujos migratorios, el resurgimiento de posiciones nacionalistas, el voto de protesta, el desprestigio de los partidos políticos tradicionales, el tradicional orgullo británico, la falta de adecuada información y de espacio para posiciones demagógicas (Véase Cuadro No. 12).

---

<sup>105</sup> El primer ministro Cameron no sólo apoyó abiertamente la permanencia del Reino Unido en la UE, sino que hizo del tema una cuestión de Estado, por lo que, conocidos los resultados del Referéndum, dimitió a su cargo.

## Cuadro No. 12

### Algunas de las principales razones por las que triunfó el BREXIT

---

- Crisis de la economía mundial y menor estado de bienestar de los ciudadanos británicos;
  - Incremento de los flujos migratorios en las fronteras del Reino Unido;
  - Reclamo de mayores empleos por parte de los jóvenes británicos;
  - Resurgimiento de posiciones nacionalistas y proteccionistas;
  - Desprestigio de los partidos políticos tradicionales;
  - Voto de protesta;
  - Tradicional orgullo británico;
  - El recelo británico ante la burocracia de Bruselas (UE)
  - Argumentos a favor de la seguridad nacional;
  - Falta de adecuada información para los ciudadanos; y,
  - Caldo de cultivo para posiciones demagógicas.
- 

**Fuente: Elaborado por el autor.**

Sin duda, la salida del Reino Unido ha generado muchas dificultades dentro del bloque de integración, pero, en el balance, el Reino Unido puede salir mayormente perjudicado. En nuestra opinión se trata de una situación “pierde-pierde” que no debió ocurrir.

En 2017, la emigración a Reino Unido ha registrado una disminución anual récord tras el BREXIT. Como señala un informe del Diario “El País”: **“El Bréxodo ha comenzado. La inmigración neta en Reino Unido ha sufrido la mayor caída anual, desde que existen registros, en los 12 meses después de que los británicos decidieran en referéndum abandonar la Unión Europea. La bajada, según estadísticas oficiales, obedece al descenso en las llegadas y el aumento en las partidas de ciudadanos europeos.”**<sup>106</sup> Pero ¿esto realmente le hace bien al Reino Unido o al contrario? ¿Es una solución a los problemas que originan el descontento en los ciudadanos británicos o no?

Desde que se conocieron los resultados de la consulta, los pasos para el efectivo alejamiento del Reino Unido de la Unión Europea vienen siendo graduales y con un proceso de negociación entre las partes.

Las conversaciones, sin embargo, no han sido fáciles y, hacia fines de 2017, la UE estaba abocada a la fijación de condiciones para el período de transición, el que

---

<sup>106</sup> GUIMÓN, Pablo...; **“La emigración a Reino Unido registra una caída anual récord tras el BREXIT”**; informe periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, viernes 01 de diciembre de 2017; Página 03.

transcurriría desde la efectiva salida británica (considerada en principio para el 30 de marzo de 2019) y la entrada en vigor del nuevo marco que se acuerde con Londres (presumiblemente a partir del año 2021) (Véase el Cuadro No. 13), aun cuando la UE estuvo presionando para que se adelante esta última fecha para el 31 de diciembre de 2020.

### **Cuadro No. 13**

#### **Calendario de las etapas del BREXIT entre 2016-2021**

---

- **El Referéndum:** El 23 de junio de 2016 los británicos votaron mayoritariamente (51.9%) por dejar la UE.
  - **El divorcio:** El 29 de marzo de 2017 Londres inició el proceso del BREXIT al activar el Artículo 50o del Tratado de Lisboa.
  - **La salida:** El 10 de noviembre de 2017 el gobierno británico fijó las 23:00 del 29 de marzo de 2019 (hora de Londres) como la fecha de la marcha. La primera ministra May ha aceptado que se podría retrasar “por circunstancias excepcionales”, aunque las fechas sólo podrían modificarse con la unanimidad de la UE.
  - **La transición:** A partir del año 2021, aunque Bruselas ha propuesto a inicios de 2018 que el plazo entre el divorcio y la relación futura concluya el 31 de diciembre de 2020, de manera que coincida con su actual marco presupuestario.
- 

**Fuente:** Diario El País; Madrid, 21 de diciembre de 2017; Página 04.

La salida del Reino Unido de la UE implicará costos para ambas partes, pero en las negociaciones de la retirada, la posición negociadora más fuerte la tiene el lado europeo, por lo que es previsible que el acuerdo de relaciones futuras refleje mejor las prioridades de la UE.

Varios líderes europeos han exigido en diversas ocasiones al gobierno de la Primera Ministra Theresa May que defina su posición, pero esta no se había clarificado al comienzo del año 2018. Para May el BREXIT se ha convertido en un verdadero dolor de cabeza para su gobierno pues no sólo tiene que batallar con el frente de Bruselas sino también con el frente interno. May ha tenido que variar su postura, inicialmente orientada a una salida brusca del Reino Unido (posición denominada como BREXIT duro) a una salida con plazos más prolongados.

Además, no sólo es cuestión de negociar cómo quedarían las relaciones comerciales, sino también de tocar temas “sensibles” como la situación de Gibraltar, la tutela de la justicia comunitaria sobre los ciudadanos europeos residentes en suelo británico, la garantía de que no habrá frontera rígida entre Irlanda e Irlanda del Norte, el pago de los compromisos financieros pendientes por parte del Reino Unido (denominada como “la factura del divorcio”).

El tema es polémico y muchos de los que votaron a favor del BREXIT empiezan a manifestarse por un cambio de posición. Incluso el propio Nigel Farage, cabeza visible de la retirada británica de la UE, señaló en enero de 2018 que existía la posibilidad de un segundo referéndum para validar el eventual acuerdo de separación que puedan pactar Bruselas y Londres.

El ex primer ministro Tony Blair<sup>107</sup> afirmaba en un reciente artículo que las negociaciones eran incipientes y que había que reaccionar porque el 2019 ya podría ser demasiado tarde. Su punto de vista se orienta a explicitar las consecuencias que ya tiene la decisión británica expresadas en un menor crecimiento económico en los próximos cinco años, en el debilitamiento de la libra esterlina, los menores niveles de vida y la elevación del desempleo. Blair muestra su abierta crítica a la posición que ha tenido hasta ahora el Partido Laborista (su partido) sobre este tema.

Señala Blair: **“Nunca he ocultado mi deseo de que Reino Unido permanezca en la Unión Europea. Esta es la decisión más importante que hemos tomado como nación desde la II Guerra Mundial, una decisión que va a determinar el destino de nuestros hijos durante mucho tiempo. Estoy apasionadamente convencido de que, al salir del poderosos bloque regional de los países vecinos, a los que estamos unidos físicamente por el túnel del Canal de la Mancha, comercialmente por el Mercado Único, históricamente por infinitos vínculos culturales y políticamente por la necesidad de una alianza en una era dominada por Estados Unidos en Occidente y China e India en Oriente, estamos cometiendo un error que el mundo actual no puede comprender y las generaciones futuras no podrán perdonar. Pero lo primero que hay que conseguir no es revocar la decisión, sino reivindicar el derecho a cambiar de opinión cuando conozcamos los términos de la nueva relación.”**<sup>108</sup>

Tony Blair plantea cuatro opciones o cursos de acción a seguir para el Reino Unido en lo que corresponde al BREXIT, las que se mencionan en el Cuadro No. 14.

---

<sup>107</sup> Tony Blair fue primer ministro laborista del Reino Unido de 1997 a 2007 y actualmente es enviado especial para el Cuarteto de Paz para Oriente Próximo.

<sup>108</sup> BLAIR, Tony...; **“BREXIT: lo que sabemos ahora”**; artículo publicado en Sección de Opinión del Diario “El País”; Madrid, viernes 05 de enero de 2018; Página 15.

## Cuadro No. 14

### Opciones del Reino Unido frente al tema del BREXIT, según Tony Blair

---

1. **Cambiar de opinión y permanecer en Europa, sobre todo en una Europa reformada en la que podamos utilizar el voto del BREXIT para imponer esas reformas.**
  2. **Abandonar las estructuras políticas de la UE, pero permanecer en las estructuras económicas, es decir, el Mercado Único y la Unión Aduanera.**
  3. **Salir de las estructuras políticas y económicas, pero intentar negociar un acuerdo a medida que reproduzca las ventajas económicas actuales y nos mantenga políticamente cerca de Europa.**
  4. **Salir de las dos estructuras, hacer de la salida virtud, negociar un Acuerdo de Libre Comercio básico y vendernos como “No Europa”.**
- 

Fuente: Elaborado con base en artículo de Tony Blair: “BREXIT: lo que sabemos ahora”; Diario “El País”; Madrid 2018.

Según Blair, el gobierno británico ha descartado la opción 2 y está tratando de negociar la opción 3, pero una parte del Partido Conservador está dispuesto a seguir la opción 4. Evidentemente, la posición de Blair está más asociada a la opción 1, pero resulta muy difícil pensar que se pueden dar las condiciones para ello.

No obstante, todo lo actuado y el criterio irreversible con el que ambas partes manejaban el retiro del Reino Unido de la UE, a mediados de enero de 2018, el presidente del Consejo Europeo, Donald Tusk, en un discurso ante el Parlamento Europeo, abrió “una ventana de esperanza para un posible regreso del Reino Unido a la UE.

**“La Unión Europea lanza el primer mensaje en firme de que el Brexit es reversible. En medio de la confusión que reina en la política británica sobre el divorcio, el presidente del Consejo, Donald Tusk, invitó ayer en Londres a repensarlo. ¿No fue David Davis (negociador británico del BREXIT) quien dijo que si una democracia no puede cambiar de opinión deja de ser una democracia? Nosotros no hemos cambiado de idea. Nuestros corazones siguen abiertos”<sup>109</sup>**, proclamó.

En el mismo sentido, Frans Timmermans, vicepresidente primero de la Comisión Europea ha señalado: **“No fue la UE la que decidió abandonar a Reino Unido, sino Reino Unido a la UE. Si en algún momento ellos lo piensan de nuevo, la UE dejaría la puerta abierta.”<sup>110</sup>**

---

<sup>109</sup> ABELLÁN, Lucia...; **“La UE ofrece a Reino Unido dar marcha atrás al BREXIT”**; artículo periodístico publicado en Sección “Internacional” del Diario “El País”; Madrid, miércoles 17 de enero de 2018; Página 12.

<sup>110</sup> ABELLÁN, Lucia...; **Op. Cit...**; enero de 2018.

Timothy Garton Ash, catedrático de estudios europeos de la Universidad de Oxford expresa su preocupación, cuando arribaba a los EE.UU. en estos términos: **“Vengo huyendo del BREXIT para caer en Trump, y no se cual es peor. La principal diferencia es que una es la locura de las cosas y otra de las personas. Theresa May es seca y rígida y no da la talla, pero, en comparación con Trump, parece la Madre Teresa. La locura colectiva y la autodestrucción están en el BREXIT, es decir, una cosa. Cada semana hay nuevas pruebas sobre cómo va a perjudicarnos en casi todos los ámbitos y, sobre todo, entre los votantes de la clase obrera y abandonada que prefirieron la salida y que serán los más afectados por la caída ya visible de los ingresos reales”.** <sup>111</sup>

Lo cierto es que el BREXIT, con todas sus complicaciones, es un ejemplo más de la crisis de los partidos políticos tradicionales que ya no son capaces de convencer y pierden ante posiciones demagógicas, cortoplacistas y radicales.

## 2.4 La crisis política en Alemania

Como para no dejar dudas sobre la crisis de institucionalidad que se vive en las democracias del mundo, también se dan problemas en la poderosa Alemania. De hecho, este país afrontaba, entre fines de 2017 y principios de 2018, una de las más severas crisis políticas desde la posguerra.

La crisis ha sido de tal magnitud, que la Canciller Angela Merkel (lideresa del bloque conservador CDU/CSU)<sup>112</sup> fue ganadora de las elecciones en setiembre de 2017 (con el 33% de los votos, contra 21% logrado por los socialdemócratas, un 13% por AfD - partido de ultraderecha, 11% los liberales; 9% los partidos de izquierda y 9% de los verdes). pero no logró la mayoría suficiente para formar gobierno y después de ocho semanas, aún no había podido formarlo. Las dos opciones posibles para salir del problema eran convocar a nuevas elecciones<sup>113</sup> o dar paso a un gobierno en minoría, el que -por su naturaleza- tendría gran inestabilidad.

Se invocó entonces a la responsabilidad de los políticos. Merkel señalaba: **“Los votantes nos han dado una orden y tenemos que ejecutarla”.**<sup>114</sup> Durante la campaña electoral, Merkel tuvo que afrontar las dificultades generadas por su firme política en favor de aceptar corrientes migratorias en Europa, lo que ya le había restado un importante caudal de votos a su partido en elecciones locales anteriores.

---

<sup>111</sup> GARTON ASH, Timothy...; **“El maltrecho Occidente anglosajón”**; artículo periodístico publicado en la Sección de “Opinión” del Diario “El País”; Madrid, martes 08 de agosto de 2017; página 11.

<sup>112</sup> Se trata de los dos principales partidos conservadores de Alemania, la Unión Demócrata Cristiana de Alemania (CDU) y la Unión Social Cristiana de Baviera (CSU). A la acción conjunta de ambos se le denomina la Unión o partidos de la Unión.

<sup>113</sup> La Constitución alemana regula en su artículo 63º el procedimiento y los plazos que determinan la disolución del Parlamento y la repetición de los comicios.

<sup>114</sup> DONCEL, Luis/ PÉREZ, Claudi...; **“La frágil victoria de Merkel complica las reformas en Alemania y Europa”**; Informe periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, 26 de setiembre de 2017; Página 03.

Como dice Christian Lindner,<sup>115</sup> líder joven y jefe de la bancada liberal: **“La política de puertas abiertas<sup>116</sup> para los refugiados de Merkel ha sido un factor clave del ascenso del populismo de derechas en Alemania. AfD es un desafío y lo que hay que resolver son los problemas que han conducido a su crecimiento. Necesitamos una ley de inmigración.”<sup>117</sup>**

En este contexto, han resurgido posiciones nacionalistas y radicales. La extrema derecha ha entrado al Parlamento Europeo por primera vez desde la Segunda Guerra Mundial con un discurso xenófobo y contrario al Euro. **“Vamos a recuperar nuestro país y nuestro pueblo”<sup>118</sup>**, dijo el colíder del partido AfD, Alexander Gauland tras conocer los resultados de la votación. El partido AfD explota también un discurso disruptivo en el que se señala que “todos los políticos son iguales” y que ellos son los únicos que se atreven a decir lo que las fuerzas del establishment no se atreven.

La situación y resultado electoral alcanzado por la socialdemocracia (SPD) -el otro partido histórico en Alemania- tampoco ha sido positivo. El discurso de su candidato, Martin Schulz, centrado en la búsqueda de la justicia social, no ha logrado impactar positivamente en la ciudadanía.

Schulz responsabiliza de esta situación a las diferencias que existen en la población con respecto a la política migratoria de Merkel. **“La acogida de más de un millón de refugiados divide todavía a nuestro país. Lo que para unos ha sido un acto de humanidad y caridad, para otros es una amenaza. No hemos conseguido persuadir a todos nuestros votantes que Alemania es lo suficientemente fuerte como para no dejar a nadie atrás”.**<sup>119</sup>

Entre los dos grandes partidos (“tradicionales”), la Coalición CDU/CSU y el SPD perdieron 15 puntos porcentuales en las preferencias del electorado, votos que “migraron” hacia la extrema derecha, la extrema izquierda, los verdes y los liberales. Es decir, se ha propiciado un fraccionamiento de las fuerzas políticas en el Parlamento Alemán lo que dificulta la gobernabilidad.

No obstante que la coalición liderada por Merkel perdió más de ocho puntos en la elección, la mayoría de los alemanes siguió apoyándola por “ser una mujer fuerte”, por haber manejado adecuadamente la economía del país y por “representarlos bien en el exterior”. Políticamente, Merkel se ha debilitado relativamente, principalmente de cara a la negociación para la formación del futuro gobierno.

---

<sup>115</sup> El liberal Christian Lindner, de 38 años, es “la estrella del momento en la política alemana, piensa que Grecia debe estar fuera de la Zona Euro y rechaza una Eurozona más integrada como prefiere Merkel.

<sup>116</sup> Esta política de “puertas abiertas” permitió que, en dos años, llegaron a Alemania más de 1.3 millones de refugiados, lo que fue aprovechado políticamente por la derecha de ese país.

<sup>117</sup> LINDNER, Christian...; **“La política de refugiados de Merkel fue clave en el ascenso de AfD”**; entrevista publicada en la Sección “Internacional” del Diario “El País”; Madrid, martes 19 de diciembre de 2017; Página 05.

<sup>118</sup> CARBAJOSA, Ana...; **“La sombra de la extrema derecha ensombrece el cuarto mandato de Merkel”**; informe periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, lunes 25 de setiembre de 2017; Página 03.

<sup>119</sup> CARBAJOSA, Ana...; **“Op. Cit.”**; Madrid, setiembre de 2017.

Al respecto, los partidos conservadores, liberales y verdes no han podido ponerse de acuerdo en los temas esenciales. Christian Lindner, afirma sobre este tema: **“...las enormes diferencias con los conservadores, pero sobre todo con los Verdes, convertían en imposible la coalición. Es mejor no gobernar que gobernar mal.”**<sup>120</sup>

Se acercaron entonces posiciones en temas como inmigración, cambio climático, Europa y fiscalidad, pero no resultaba suficiente. La importante pérdida de votos para Merkel y el hecho que un millón de votos terminaran en la extrema derecha (Alternativa para Alemania-AfD) pusieron en situación crítica el cuarto mandato de la Canciller, luego de doce años al frente del gobierno alemán.

Incluso, los dos partidos que forman la coalición ganadora liderada por Merkel tuvieron que superar sus diferencias sobre el tema migratorio. Finalmente, la Alianza conservadora (integrada por la CDU de Angela Merkel y la CSU dirigida por Horst Seehofer, acordaron la entrada de un máximo de 200,000 refugiados al año, aunque el límite no era vinculante.

La socialdemocracia (SPD) había señalado originalmente su rechazo a formar un gobierno de coalición con Merkel y su postura favorable para ir de nuevo a elecciones. Por su parte, el partido liberal (FDP) consideraba que los electores los habían castigado por su participación en un gobierno de coalición durante el segundo mandato de Merkel.

Como señalaba un informe periodístico: **“Alemania se adentra en un territorio político inexplorado y turbulento. Nunca antes desde la fundación de la república federal en 1949, el partido ganador de las elecciones había sido incapaz de formar gobierno...Los liberales rompieron la baraja negociadora y forzaron el fracaso de la coalición tripartita, la única opción viable tras las elecciones de setiembre. La onda expansiva golpeó... un sistema político admirado por su estabilidad. Las sacudidas se dejaron sentir a lo largo de una Unión Europea a las puertas del BREXIT y que ansía una refundación de la mano de Berlín y París.”**<sup>121</sup>

La situación política de Alemania, dada la importancia específica de este país, afectaba la estabilidad y el normal desarrollo de los proyectos en la Unión Europea. **“En unos años de enormes dificultades para constituir gobiernos estables en cualquier rincón del continente -desde España hasta la República Checa- el liderazgo de la Canciller Angela Merkel se ha percibido como la única roca sólida que hacía frente a los desafíos de la UE. El resultado es que Europa es hoy más germánica que nunca pero paradójicamente, la inestabilidad ha acabado afectando a Berlín.”**<sup>122</sup>

---

<sup>120</sup> CARBAJOSA, Ana...; **“Alemania afronta una crisis política sin precedentes desde la posguerra”**; informe periodístico publicado en Sección “Internacional” del Diario “El País”; Madrid, martes 21 de noviembre de 2017; Página 03.

<sup>121</sup> CARBAJOSA, Ana...; **“Op. Cit.”**; Madrid, 21 de noviembre de 2017; Página 03.

<sup>122</sup> ABELLÁN, Lucía...; **“La inestabilidad alemana amenaza con retrasar proyectos clave para la UE”**; informe periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, martes 21 de noviembre de 2017; Página 04.

Mientras la situación política alemana no se aclaraba, temas como la profundización del sistema monetario europeo con el Euro, la unión bancaria o las políticas comunitarias en materia de migración también tenían un retraso. La frágil victoria de Merkel complicaba la implementación de las reformas en Alemania y en la Unión Europea.

En lo interno, además del necesario acuerdo sobre temas migratorios que se tendrá que lograr, el envejecimiento de la población alemana y las tensiones comerciales con los EE.UU. complican el futuro de una economía sólida y que tiene en las pequeñas y medianas empresas su columna vertebral.

Finalmente, a fines de febrero de 2018, se logró un acuerdo entre la canciller alemana y los socialdemócratas que viabilizó el cuarto mandato de Merkel. Para ello, en el acuerdo de 177 páginas, que servirá de programa para el Ejecutivo, Merkel hizo importantes concesiones a los socialdemócratas.

El acuerdo enfatiza en inversiones en temas sociales, más Europa y cede a los socios importantes ministerios como el de Finanzas, por lo que Merkel tuvo que actuar rápidamente para contener las reacciones de sus propios partidarios. Lo cierto es que Merkel logró viabilizar su nuevo mandato.

En el Cuadro No. 15 resumimos las principales características de la situación política alemana en el cuarto mandato de Angela Merkel.

#### **Cuadro No. 15**

##### **Principales características de la situación política alemana al inicio del cuarto mandato de Merkel**

---

- **Frágil victoria de alianza liderada por Merkel dificulta la gobernabilidad;**

- **Fraccionamiento de la política alemana;**
  - **Merkel mantiene liderazgo y el respeto de la mayoría de los alemanes;**
  - **Política migratoria de Merkel la ha afectado con una merma de votación;**
  - **Ascenso del populismo de derecha y de posiciones radicales y nacionalistas en Alemania;**
  - **Partido Social Demócrata Alemán (SPD) no ha logrado un mensaje que cale en la población;**
  - **Liderazgo de Alemania en la Unión Europea (UE) y en el mundo sigue fuerte;**
  - **Temas como profundización del Sistema Monetario Europeo, Unión Bancaria o políticas comunitarias en materia de migración, tendrán que esperar.**
- 

Fuente: Elaborado por el autor.

## **2.5 El escenario político de incertidumbre en México**

La crisis de la institucionalidad e incertidumbre política también ha llegado a América Latina. En México, un país, en el que por décadas<sup>123</sup> se había mantenido la hegemonía del Partido Revolucionario Institucional (PRI), de tendencia socialdemócrata, con la alternancia en tiempos recientes del Partido de Acción Nacional (PAN) de tendencia derechista; hoy -sin embargo- el actor protagónico parece ser el Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), que lidera Andrés Manuel López Obrador y que fue creado luego de que éste abandonara el Partido de la Revolución Democrática (PRD).

Los tres candidatos con mayor opción a ganar las elecciones presidenciales de 2018 son -además de López Obrador-, José Antonio Meade del PRI y Ricardo Anaya por la coalición México al Frente, integrada por el PAN-PRD y el Movimiento Ciudadano, aun cuando la primera opción según las encuestas la tiene el líder de MORENA, quien -para muchos- tiene una posición populista de izquierda.

El panorama es incierto y la propia conformación de la Coalición México al Frente, integrada por otrora adversarios políticos como el PAN (de derecha) y el PRD (tradicional fuerza progresista), parecería poner el tema sólo en el frío cálculo electoral de corto plazo, una alianza para ubicarse en el centro político entre el candidato del PRI (que representaría el continuismo del gobierno del presidente Peña Nieto) y el candidato populista (López Obrador).

México enfrenta sensibles problemas que crean un contexto especial para este escenario electoral. El gobierno durante el sexenio del presidente Peña Nieto (del PRI) ha estado marcado por hechos de corrupción y de violencia, el recrudecimiento de las acciones del narcotráfico y el continuo asesinato de periodistas. Todo ello le ha generado gran impopularidad a Peña Nieto.

Para el expresidente mexicano Carlos Salinas De Gortari los desafíos que tendrá que asumir el nuevo gobierno (y el nuevo presidente) son grandes y suponen responder seriamente preguntas que se están haciendo los electores sobre diversos temas, tales

---

<sup>123</sup> El PRI ha gobernado México por más de 70 años.

como soberanía y justicia, la prosperidad incluyente, el cambio tecnológico, la democracia disminuida.

Señala Salinas De Gortari: **“Este mundo tan complejo y amenazante, en una realidad mexicana tan crispada, reclama un perfil humano que conozca y asuma las grandes transformaciones que los mexicanos han impulsado durante décadas, sin inventar soluciones falsas o simples, y con una sincera capacidad de autocrítica y de identificarse con las sentidas y profundas aspiraciones de los ciudadanos para convertirlas en realidades.”**<sup>124</sup>

Antonio Navalón, periodista y empresario español radicado en México, reflexiona también sobre la importancia que para México tienen las elecciones presidenciales. **“Habrá que votar sabiendo que el país ya no aguanta más. Y que, además de la corrupción, la violencia, la inseguridad, antes el mundo tenía referentes y límites. Ahora ya no los tiene y hay que vivir sabiendo que vivimos un tiempo en el que los países estamos solos. En el caso de México, pase lo que pase en esta elección, sabe que de su vecino del norte sólo puede esperar posiblemente un tuit de su presidente sentenciando: ¿Ven cómo tenemos que hacer más alto el muro?”**<sup>125</sup>

Heriberto Galindo, político y diplomático mexicano opina que: **“México enfrentará el 1 de julio de 2018 una disyuntiva: deberá escoger entre la modernización productiva con la generalización de la cultura de la legalidad; y la ilusión populista que ofrece todo sin saber cómo hacerlo”.**<sup>126</sup>

Aristóteles Sandoval, Gobernador del Estado de Jalisco por el PRI (que logró recuperar para su partido esta plaza electoral después de 18 años de gobiernos del PAN) sostiene que **“El PRI debe hacer una autocrítica clara para recuperar la credibilidad y ganar la siguiente contienda, que será compleja...Hay dos temas cruciales en los que el PRI ha fallado: la seguridad-sin duda alguna- así como el combate a la corrupción y a la impunidad.”**<sup>127</sup>

Agrega Sandoval: **“Cada vez es más complejo gobernar, la falta de comunicar los logros ha generado desconfianza. La sociedad avanza muy rápido y los partidos van muy lentos”**<sup>128</sup>. El gobernador de Jalisco sostiene que hacen falta más voces críticas dentro del PRI pues **“...la única forma de tener una organización política es siendo**

---

<sup>124</sup> SALINAS DE GORTARI, Carlos...; **“Algunas preguntas para los electores”**; artículo publicado en la Sección de Opinión del Diario “El País”; Madrid, viernes 26 de enero de 2018; Página 15.

<sup>125</sup> NAVALÓN, Antonio...; **“México, año cero”**; artículo publicado en la Sección de Opinión del Diario “El País”; Madrid, lunes 08 de enero de 2018; Página 13.

<sup>126</sup> GALINDO, Heriberto...; **“México y el PRI: los retos de su renovación”**; artículo publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, martes 05 de diciembre de 2017; Página 11.

<sup>127</sup> SANDOVAL, Aristóteles...; **“El PRI debe hacer autocrítica para recuperar la credibilidad”**; entrevista al Gobernador de Jalisco realizada por el periodista Juan LAFUENTE y publicada en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, lunes 27 de noviembre de 2017; Página 04.

<sup>128</sup> SANDOVAL, Aristóteles...; **“Op. Cit.”**; Madrid, noviembre de 2017.

**horizontal, sabiendo que las decisiones vienen de abajo hacia arriba, acabar con esas directrices que buscan orientar.”<sup>129</sup>**

Cabe indicar que el PRI es tan vertical que la tradición priista es que el presidente saliente designe a su sucesor a través de lo que se denomina “el dedazo”. En este caso, Peña Nieto “designó” a José Antonio Meade, quien no milita en el partido y fuera Secretario de Hacienda con el presidente Felipe Calderón (PAN) y también durante el gobierno de Peña Nieto.<sup>130</sup>

Su designación es un claro giro a la derecha y una señal para los inversionistas y el mercado, pero que ha abierto fisuras dentro del PRI, donde muchos líderes consideraban que el partido debía recuperar su espacio de izquierda o “no hacer tan evidente el giro conservador”. De hecho, un ingrediente más para la situación de incertidumbre política.

Al respecto, Manlio Fabio Beltrones, expresidente del PRI, señala en una entrevista que el partido no debe olvidar su esencia: **“Si algo le puede hacer daño al PRI es desdoblarse hacia la derecha, como le sucedió al PRD, que con sus alianzas electorales con sus opuestos se diluyó y fortaleció otra opción, MORENA. El PRI está obligado históricamente a desdoblarse hacia la izquierda, como un partido progresista, no un grupo conservador.”<sup>131</sup>** El gran reto es adecuar las reformas al mundo moderno, sostiene.

Un editorial del Diario “El País” de España resalta que la elección de Meade es **“...acorde con estos tiempos en los que domina la política y no la ideología, los movimientos y no los partidos. Así como, en un extremo, Donald Trump era un cuerpo extraño a la tradición del Partido Republicano, también el exministro Emmanuel Macron llegó a la presidencia de Francia, tras improvisar un movimiento, En Marcha, de difícil concreción ideológica.”<sup>132</sup>**

El analista político José Antonio Crespo considera que Meade no está teniendo éxito en su propósito de atraer más sectores a su favor. **“Su designación ofrecía al PRI la oportunidad de ocupar el centro del tablero político, para así poder atraer votos de la derecha (PAN) y de la izquierda más moderada, representada en ciertos sectores del PRD. Es una contradicción que no está sabiendo manejar; al intentar jalar votos dentro del PRI y fuera está alejando a ambos.”<sup>133</sup>**

---

<sup>129</sup> SANDOVAL, Aristóteles...; **“Op. Cit.”**; Madrid, noviembre de 2017.

<sup>130</sup> Meade es el primer candidato a la presidencia del PRI que no pertenece al histórico partido.

<sup>131</sup> BELTRONES, Manlio Fabio...; **“El PRI está obligado a desdoblarse hacia la izquierda”**; entrevista concedida a los periodistas J. LAFUENTE y L.P. BEAUREGARD y publicada en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, lunes 21 de agosto de 2017; Páginas 06 y 07.

<sup>132</sup> EL PAÍS...; **“Viejo y Nuevo México: Aunque elegido candidato a dedo, Meade es la mejor opción del PRI”**; artículo editorial publicado en el Diario “El País”; Madrid, jueves 30 de noviembre de 2017; Página 14.

<sup>133</sup> CRESPO, José Antonio...; **“El candidato presidencial del PRI se estanca ante el avance de sus rivales”**; declaraciones incluidas en la Sección “Internacional” del Diario “El País”; Madrid, jueves 01 de febrero de 2018; Página 06.

De otro lado, Soledad Loaeza, profesora e investigadora del Centro de Estudios Internacionales del Colegio de México afirma lo siguiente: **“El PAN ha perdido la identidad que ofrecía, se ha vuelto oposición y ha dejado la esencia de partido que tenía...El PAN quedó muy fracturado, me sorprendería que se pudiese galvanizar. Está por ver si Anaya va a jugar el papel de líder atractivo que, por otra parte, nunca ha tenido la derecha mexicana.”**<sup>134</sup>

Todo este “desmadre”<sup>135</sup>, palabra muy utilizada en México, favorece a López Obrador. Otra ventaja que tiene el candidato de MORENA, frente a sus ocasionales rivales, es que puede caminar con tranquilidad sin tener que sortear obstáculos del propio partido -como sí ocurre en casi todos los otros partidos políticos. En el Cuadro No. 16 incluimos algunos de los principales factores que, a nuestro juicio, fortalecen la candidatura de López Obrador.

### Cuadro No. 16

#### Factores que favorecen al candidato López Obrador

- 
- Falta de credibilidad en los partidos políticos tradicionales (PRI, PAN, PRD);
  - Problemas internos en los diferentes partidos, que pueden fragmentar el voto de los militantes;
  - Extraña alianza del PAN (partido de derecha) con el PRD (partido progresista);
  - Dificultad de la Coalición México al Frente para ubicarse en el centro político;
  - Consideración de López Obrador como un líder disruptivo;
  - Agravamiento de los problemas de inseguridad, violencia y corrupción en el país, que exigen un cambio.
- 

Fuente: Elaborado por el autor

Estos factores le dan al candidato de MORENA ventaja en las encuestas, pero no una situación de consolidación frente a sus rivales. El principal problema que tendrá que afrontar López Obrador es que, para muchos mexicanos, constituye una amenaza, por sus propuestas populistas. El candidato ha hecho importantes esfuerzos por moderar su discurso y dar señales que generen tranquilidad, como el encargar su plan económico a Alfonso Romo, un importante empresario del norte de México, tradicional bastión conservador.

The Economist define a López Obrador como un candidato con características especiales: **“No es un especialista en asuntos políticos y, en lugar de ofrecer planes concretos, prefiere los discursos encendidos. Como alcalde de la Ciudad de México**

---

<sup>134</sup> LAFUENTE, Javier...; **“México muestra sus tres cartas electorales en un escenario político de total incertidumbre”**; informe periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, miércoles 13 de diciembre de 2017; Página 13.

<sup>135</sup> La palabra “desmadre” se usa en México como sinónimo de desbarajuste, caos o confusión.

(2000-2005), se enfocó en autopistas y pensiones de jubilación, pero es difícil predecir cómo podría gobernar como presidente. Entre sus héroes, figura el expresidente izquierdista Lázaro Cárdenas (1934-40), quien es recordado principalmente por dos logros: la nacionalización del sector petrolero y la reforma agraria”.<sup>136</sup>

El Fondo Monetario Internacional (FMI) había mostrado su preocupación, a fines de 2017, sobre la situación política en México y la incertidumbre que produce en los mercados la posible victoria de López Obrador. En su correspondiente Informe Anual, el FMI señala: **“La incertidumbre sobre el panorama político tras las elecciones de julio de 2018 es el mayor riesgo doméstico y podría afectar negativamente al clima inversor.”**<sup>137</sup>

El otro factor de incertidumbre para la economía y la política mexicana tiene que ver con el futuro de las renegociaciones del Tratado de Libre Comercio con América del Norte (conocido por sus siglas en inglés como NAFTA). El informe del FMI señala al respecto: **“Hasta que no se concrete el futuro del pacto comercial, el mayor del mundo, las dudas seguirán pesando sobre la inversión privada, en un país cuyo PBI depende en un 14% del tratado con Estados Unidos y Canadá.”**<sup>138</sup>

Mientras tanto, México continúa beneficiándose del buen momento de la economía norteamericana y en el año 2017 los mexicanos que viven en los EE.UU. enviaron remesas a su país de origen por un monto total de US\$ 28,770 millones, lo que constituye todo un récord. Las remesas del exterior que recibe México constituyen su segunda fuente más importante de divisas y el 95% de ellas tienen su origen en los EE.UU. De otro lado, en el año 2017 México exportó más de 2.3 millones de vehículos a los EE.UU. lo que constituye un crecimiento de casi 10% con respecto al 2016

Lo que suceda en el escenario político mexicano tendrá también importantes repercusiones en otros países latinoamericanos.

## **2.6 Argentina y las reformas del presidente Macri**

Otro país latinoamericano en el que están ocurriendo cambios importantes es Argentina. Mauricio Macri asumió la presidencia argentina el 10 de diciembre de 2015, liderando al Frente Cambiemos y ganando, en octubre de ese año, con el 51% de los votos al candidato del Kirchnerismo, después de varias décadas de sucesivos gobiernos de esa tendencia.

Su carrera política no se inició precisamente de una forma tradicional. Entre 1995 y 2007 se desempeñó como presidente del Club Atlético Boca Juniors, uno de los dos

---

<sup>136</sup> THE ECONOMIST...; **“México se pasa a la izquierda. El candidato presidencial Andrés López Obrador, favorito para ganar las elecciones, confunde su papel de líder político”**; Informe publicado en Londres en 2017 y reeditado en Diario “Gestión”; Lima, martes 07 de noviembre de 2017; Página 19.

<sup>137</sup> FARIZA, Ignacio...; **“El FMI subraya el riesgo del TLC en el crecimiento en México”**; Informe periodístico publicado en la Sección “Economía y Negocios” del Diario “El País”; Madrid, 14 de noviembre de 2017; Página 38.

<sup>138</sup> FARIZA, Ignacio...; **“Op. Cit.”**; Madrid, noviembre de 2017.

clubes de fútbol más importantes y populares de la República Argentina. En el año 2001 creó la Fundación “Creer y Crecer” buscando aportar en la formulación de políticas públicas y, años más tarde, fundó el partido “Compromiso para el Cambio”.

Entre los años 2005 y 2007, Macri se desempeñó como Diputado Nacional por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; en 2007 es elegido como Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, cargo para el que fue reelegido en 2011.

No es precisamente un político de trayectoria tradicional y ha llegado a la presidencia en un país en que organizaciones políticas tradicionales como el Partido Justicialista (cuyo fundador fue Juan Domingo Perón) siguen teniendo una gran importancia en la política argentina. Como en otros países, los partidos tradicionales terminan debilitados por divisiones internas, el desgaste natural que implica la gestión de gobierno y acusaciones de corrupción.

Para Pablo Avelluto, ministro de Cultura argentino y uno de los principales colaboradores del presidente en la previa campaña electoral, Macri marca el final de una época. Señala: **“Creo que los cambios que se han producido en la sociedad en este Siglo XXI están llegando al fin de la política. Se perdieron miedos, se bajaron prejuicios. Ahora ganó un gobierno que plantea una agenda de diálogo, hay una demanda de despolarización... (los argentinos) se cansaron de la frustración. Nadie entiende cómo a un país de las potencialidades de este le ha ido tan mal. Se cansaron de ese enamoramiento del fracaso, de la decadencia, que busca los culpables en los manuales de historia, en lugar de acordar el rumbo posible para el desarrollo.”**<sup>139</sup>

Los gobiernos de los Kirchner (Néstor Kirchner entre 2003 y 2007 y Cristina Fernández de Kirchner entre 2007 y 2015), período conocido como el Kirchnerismo, en los resultados no tuvieron los resultados esperados.

Aunque avanzaron en el desarrollo de políticas sociales y de apoyo a la producción nacional, también tuvieron resultados negativos en el bienestar de los ciudadanos, con altos niveles de inflación, subsidios y medidas proteccionistas que no han podido continuar por dificultades fiscales, todo lo cual ha devenido en menor crecimiento económico.

La crisis de la economía mundial que surgió en los años 2008-2009 también golpeó sensiblemente a la economía argentina sobre todo en lo referente a la caída de los precios internacionales de los granos, uno de los fundamentos de la exportación argentina.

Ernesto Tenembaum lo explica así: **“...en el centro del escenario siempre estuvo el peronismo. Con Perón en el país o en el exilio, con Perón vivo o muerto, con el peronismo obedeciendo de puntillas al FMI o enfrentado con las corporaciones**

---

<sup>139</sup> AVELLUTO, Pablo...; **“Macri marca el final de una época”**; entrevista publicada en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, lunes 30 de octubre de 2017; Página 10. La entrevista fue realizada por el corresponsal de El País en Buenos Aires, Carlos E. CUÉ.

empresariales, encarcelando a militares represores o liberándolos, con una cara o con la otra, lo cierto es que el peronismo siempre era, como quien dice, el amo de la política argentina, su identidad madre, su ordenador excluyente. Pues bien: pareciera que eso está cambiando. O que, al menos, se trata de un esquema que exhibe poderosos síntomas de agotamiento...”<sup>140</sup>

Es claro que, en los últimos setenta años, Perón y el peronismo han tenido una gran influencia en la política y en el pueblo argentino. Pero actualmente el justicialismo tiene que salir de su crisis, de sus divisiones, y buscar retomar su cercanía con la gente con nuevos líderes y propuestas atractivas para la población, pero hacerlo con responsabilidad fiscal. Ahí está el desafío.

El escritor y periodista Martín Caparrós afirma que **“El peronismo es un movimiento que ha hecho de la crisis su forma de ser”**.<sup>141</sup> El periodista José Claudio Escribano, quien se enfrentó frontalmente con los Kirchner, va más allá aún: **“Macri no genera entusiasmo, sino alivio”**.<sup>142</sup>

Sin embargo, los partidarios de Macri no piensan lo mismo. Dice Avelluto: **“...después de 35 años de democracia, algo único en Argentina, tenemos estos resultados: uno de cada tres ciudadanos en la pobreza. Esta gente que la pasa mal y nos vota (nos apoya con su voto) está viendo que nosotros escuchamos, que estamos resolviendo problemas. Ahí es donde se está trasladando a la política los enormes cambios sociales que ha tenido Argentina, en las relaciones laborales, entre padres e hijos, entre sexos. Ahora llega la generación de la democracia argentina.”**<sup>143</sup>

Con respecto al Kirchnerismo sentencia Avelluto: **“El problema del Kirchnerismo, más allá de la gestión o la corrupción, es su anacronismo. Para resolver problemas contemporáneos usa manuales de hace 50 años.”**<sup>144</sup>

Gustavo Santos, ministro de Turismo argentino, afirma que el Kirchnerismo dejó un país cerrado al mundo. Había **“...un proteccionismo extremo de Aerolíneas Argentinas, una empresa que perdía dos millones de dólares por día. Hoy esa compañía consume tres veces menos de subsidios que cuando la recibimos; está volando con mucha más competencia, tiene más vuelos y está batiendo récords de pasajeros.”**<sup>145</sup>

---

<sup>140</sup> TENEMBAUM, Ernesto...; **“Perón, Perón, ¿quién era Perón?”**, artículo publicado en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, jueves 15 de marzo de 2018; Página 13.

<sup>141</sup> CAPARRÓS, Martín... **“El peronismo es un movimiento que ha hecho de la crisis su forma de ser”**; entrevista concedida por el escritor a la periodista Déborah de Urieta y publicada en la Sección “Libro de Autor” del Diario “El Cronista”; Buenos Aires, viernes 06 de abril de 2018; Página II.

<sup>142</sup> ESCRIBANO, José Claudio...; **“Macri no genera entusiasmo, sino alivio”**; entrevista publicada en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, miércoles 04 de abril de 2018; Página 11.

<sup>143</sup> AVELLUTO, Pablo...; **“Op. Cit.”**; Madrid, octubre de 2017.

<sup>144</sup> AVELLUTO, Pablo...; **“Op. Cit.”**; Madrid, octubre de 2017

<sup>145</sup> SANTOS, Gustavo...; **“El Kirchnerismo nos dejó un país cerrado al mundo”**; entrevista publicada en la Sección de “Economía y Negocios” del Diario “El País”; Madrid, jueves 18 de enero de 2018; Página 38. La entrevista la realizó el periodista Felipe Sánchez.

Por su parte, Jorge Faurie, canciller argentino afirma que el eje de la política exterior del gobierno del presidente Macri es la inserción de Argentina en el mundo y lo sustenta en la siguiente reflexión: **“Nosotros somos un país que vivió la experiencia reciente del proteccionismo, de vivir encerrados y con lo nuestro. Y nos dejó más chicos, más pobres, menos adelantados tecnológicamente. Al que venga y nos diga: “Intentemos vivir más hacia adentro, que es la solución del problema”, le decimos: “Yo ya pasé por ahí y ya sé que cerrando la frontera no protejo al trabajador, me quedo atrás. Ya lo hicimos durante 10 años y no funcionó”.** <sup>146</sup>

El filósofo Santiago Kovadloff **“...lamenta la idolatría de Argentina hacia el pasado y la reiteración de errores que han frenado el desarrollo del país y sus instituciones. Cree que el gobierno de Mauricio Macri está sentando las bases para un cambio importante, que sólo será posible si es capaz de generar consensos”.** <sup>147</sup>

Los empresarios argentinos son los más entusiastas frente al gobierno de Macri y sus posibilidades de enrumbar a Argentina por mejores sendas. Eduardo Eurnekian, empresario y uno de los hombres más ricos de Argentina opina sobre el gobierno que lidera el presidente Macri. **“Este gobierno acaba de empezar. Los primeros dos años hicieron una política para ser revalidados en las urnas. En realidad, Macri empezó ahora (en su tercer año de gestión) a gobernar, ahora plantea modificaciones estructurales. Hasta ahora sólo buscaba ganar las elecciones. Visto el éxito que tuvo, creo que fue una política acertada, inteligente.”**<sup>148</sup>

En la misma línea, Cristiano Rattazzi, presidente de FIAT Argentina, miembro de la influyente familia Agnelli y uno de los más feroces críticos de los Kirchner, señala que el cambio en Argentina va en serio porque la gente se cansó del desorden. **“Noventa años atrás, Argentina estaba entre los siete países más importantes del mundo. No hay ningún país que haya tenido una decadencia así. ¿Qué pasó? Si lo ves en la historia, fueron momentos de populismo. Es la primera vez en años que hay un gobierno democrático, elegido, que dice: “No me gusta el populismo”. Es un giro de 180 grados.”**<sup>149</sup>

Sin embargo, el propio ministro Avelluto advierte sobre los riesgos que enfrenta el gobierno de Macri: **“Tenemos el riesgo de creer que ya llegamos. No hemos llegado a nada. Tenemos el mismo 30% de pobres. Ahora vendrán reformas donde todos**

---

<sup>146</sup> FAURIE, Jorge...; **“El proteccionismo no sirve. Argentina lo probó y nos dejó más pobres”**; entrevista publicada en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, viernes 03 de noviembre de 2017; Página 05. La entrevista la realizó el periodista Carlos E. Cué.

<sup>147</sup> KOVADLOFF, Santiago...; **“Argentina idolatra el pasado, debemos dejar de repetirlo”**; entrevista publicada en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, viernes 13 de octubre de 2017; Página 09.

<sup>148</sup> EURNEKIAN, Eduardo...; **“Macri acaba de empezar, hasta ahora sólo buscaba ganar las elecciones”**; entrevista publicada en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, jueves 07 de diciembre de 2017; Página 08.

<sup>149</sup> RATAZZI, Cristiano...; **“El cambio en Argentina va en serio, la gente se cansó del desorden”**; entrevista publicada en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, lunes 16 de octubre de 2017; Página 11. La entrevista fue realizada por los periodistas Carlos E. Cué y Mar Centenera.

**vamos a tener que dejar algo en la mesa, porque estamos buscando un país mejor, con igualdad de oportunidades.”<sup>150</sup>**

En dos años de gobierno de Macri la inflación continúa alta y el crecimiento económico muestra apenas una ligera recuperación y, aunque la popularidad de Macri ha bajado y hay protestas sociales de los sindicatos, un porcentaje importante de argentinos sigue confiando en él para sacar Argentina adelante. El mismo presidente pone una cuota de optimismo cuando señala: **“Tenemos que encarar todas las transformaciones que necesitamos para crecer, sin miedo a aquéllos que quieren seguir defendiendo sus privilegios. Vamos bien.”<sup>151</sup>**

Y una de las primeras reformas ha sido la correspondiente a las pensiones que originó una verdadera “batalla campal” en las calles de Buenos Aires. El presidente Macri resistió la presión y logró en diciembre de 2017, tras diecisiete horas de debate, la aprobación de la correspondiente ley por parte del Congreso, con 128 votos a favor y 116 en contra.

La reforma pensionaria busca lograr un ahorro de alrededor de 60,000 millones de pesos (aproximadamente US\$ 3,100 millones) a través de un cambio en la fórmula de actualización de las pensiones. El kirchnerismo ideó una ecuación que tomaba en cuenta el aumento de los ingresos en el sistema y la subida de precios con actualizaciones dos veces por año.

Macri plantea cambiar esa fórmula por otra que define el porcentaje de aumento según la subida de los salarios formales y la inflación, con actualizaciones trimestrales. El problema es que el cálculo de lo que este cambio representará para las pensiones es negativo, pues el nuevo índice otorgará una subida de 5.7% frente al 14% de la fórmula que estaba vigente.

Es claro que este es un tema muy sensible para la población no sólo porque tiene que ver con el monto de las pensiones para los jubilados sino porque todavía hay una alta tasa de inflación que disminuye la capacidad adquisitiva de esas pensiones.

La siguiente reforma que Macri impulsará es la laboral, lo que significará otro importante pulseo político y un abierto enfrentamiento con los todavía influyentes sindicatos de trabajadores argentinos. También está en marcha una reforma de los impuestos

Macri sostiene la importancia de las reformas que está implementando: **“Después de ganar una elección como esa, qué fácil era irme de vacaciones y no traer ninguna incomodidad. Pero ustedes confiaron en mí para hacer los cambios. Si hacemos más**

---

<sup>150</sup> AVELLUTO, Pablo...; **“Op. Cit.”**; Madrid, octubre de 2017.

<sup>151</sup> CUÉ, Carlos E...; **“La revolución de Macri tendrá que esperar”**; informe periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, viernes 02 de febrero de 2018; Página 06.

**de lo mismo no vamos a tener futuro. Estas reformas nos van a permitir crecer 20 años. Tenemos todo para liderar la región. El mundo nos está mirando”,<sup>152</sup> agregó.**

Macri tiene una gran ventaja para hacer sus reformas: la oposición está dividida y no encuentra un liderazgo que suceda a Cristina Fernández de Kirchner. Los sindicatos también están divididos y las clases medias argentinas siguen teniendo un rechazo al recordar los últimos años del kirchnerismo.

El logro de las reformas necesarias será un duro examen para el gobierno de Macri, y de los resultados que se logren dependerá también lo que se pueda hacer en otras economías latinoamericanas dado el tamaño y el peso de la economía argentina en la Región.

En el Cuadro No. 17 podemos observar las características más saltantes de la política argentina en el tercer año del mandato del presidente Macri.

#### **Cuadro No. 17**

##### **Principales aspectos de la política argentina al inicio del tercer año del gobierno de Macri**

---

- **Partidos políticos tradicionales desacreditados;**

---

<sup>152</sup> MACRI, Mauricio...; “**Macri aguanta el pulso de la calle y aprueba la reforma de las pensiones**”; declaraciones reproducidas en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, miércoles 20 de diciembre de 2017; Página 03.

- **Fin de la era del “Kirchnerismo”;**
  - **Clases medias rechazan el proteccionismo, el populismo y la corrupción del período de los Kirchner;**
  - **La oposición está dividida y sin un liderazgo claro que pueda enfrentar a Macri;**
  - **Los sindicatos también están divididos;**
  - **La pobreza sigue en un nivel alto (30%);**
  - **La inflación sigue alta y el crecimiento económico lento, pero la población continúa teniendo esperanza en lo que haga Macri;**
  - **Macri ha logrado iniciar importantes reformas (pensiones, laboral y de impuestos) capeando el temporal de las protestas sindicales y sociales;**
  - **Se están implementando políticas que promueven la inversión y la generación de empleo productivo en la Argentina;**
  - **Se está implementando una política exterior que busca la inserción de Argentina en el mundo.**
- 

**Fuente:** Elaborado por el autor

Es claro que hay una ausencia de liderazgo opositor en la Argentina y esto ha permitido el surgimiento de Macri como una esperanza para algunos, como un “mal menor” para otros. El tiempo dirá quien tiene razón.

Como hemos observado en este capítulo, en países como los EE.UU., Francia, Reino Unido, México y Argentina hay situaciones políticas de cambio sustantivo. No responden a una visión única, cada una de ellas tiene sus propias peculiaridades, pero todas coinciden en tratar de salir de la actual crisis.

Hay también situaciones complicadas en otros países como España, Perú, Brasil, Venezuela o Ecuador, entre otros. Los vientos de cambio soplan fuerte y la institucionalidad democrática está en cuestión. En España hubo que volver a convocar elecciones para viabilizar el nuevo gobierno de Mariano Rajoy y los afanes independentistas en Cataluña han puesto en jaque la Constitución de ese país.

En el Perú hay una crisis de gobernabilidad con varios expresidentes sentenciados, enjuiciados o investigados por actos de corrupción. La gobernabilidad se ve dificultada por intentos de vacar al presidente Kuczynski y por un Parlamento en el que una mayoría opositora privilegia el cálculo electoral de corto plazo frente al fortalecimiento de la democracia y la institucionalidad.

En el Brasil toda la clase política está en cuestionamiento por los escándalos de corrupción y es difícil prever qué es lo que puede suceder en el futuro. En Venezuela hay claramente un gobierno que, aunque salido del voto popular, cada vez acciona más como una dictadura, viola la propia Constitución que promulgó, no respeta los derechos humanos y tiene a una buena parte del pueblo venezolano en una situación de pobreza, con escasez de alimentos y de medicamentos.

En Ecuador, un referéndum impidió que se mantenga la reelección indefinida que impulsaba el expresidente Rafael Correa. En todos los casos, hay partidos políticos debilitados y políticos desacreditados.

La situación está cambiando drásticamente y a gran velocidad. Hoy sabemos bien qué es lo que no debemos hacer; no estamos tan claros en qué es lo diferente que tendremos que hacer en el futuro, pero sí estamos convencidos que hay que revisar cada experiencia en sus aspectos positivos y negativos, y que hay que mirar hacia adelante; estamos en una época de transición y de cambios.

Hay espacio y oportunidad para aplicar grandes reformas que partan de la autocrítica y apunten a desarrollar una política de mayor escucha y horizontalidad con el pueblo; que cumplan con las promesas electorales y actúen con transparencia, eficiencia y velocidad.

Las reformas que antes podrían considerarse de difícil puesta en práctica, en la actualidad se facilitan porque la población está harta de lo mismo y acepta planteamientos nuevos y aún disruptivos; porque la oposición (conformada por los partidos tradicionales) está debilitada y deja ciertos “espacios de maniobra” por un cierto tiempo; y, porque la novedad y el discurso disruptivo son difíciles de anticipar. Veamos en el siguiente capítulo la estrecha relación que existe entre confianza, legitimidad y la necesaria innovación política.

## Capítulo 3

### Confianza e Innovación Política

**N**ecesitamos con urgencia recuperar la confianza de la población en las instituciones políticas y en los políticos. Ello no va a ocurrir así nomás. Tenemos que ganarnos esa confianza; tenemos que volver a tener credibilidad; nuestro principal esfuerzo debe ser buscar legitimidad. Y, para ello, sostenemos que hay que innovar políticamente, con decisión y perseverancia; predicando con el ejemplo. Como veremos a continuación, a mayor innovación, mayor confianza política.

En noviembre de 2016, asistimos invitados a presentar una ponencia a un evento en Madrid organizado por la Fundación Pablo Iglesias sobre retos políticos de la izquierda democrática ante la globalización.<sup>153</sup> Sostuvimos en dicha ocasión que era urgente “horizontalizar la política”, “acercarla nuevamente a la gente” y planteamos pasar de la dicotomía “Estado-mercado” a la tricotomía “Estado-mercado- ciudadanía”.

Una de las conclusiones a las que podemos arribar luego de lo expuesto es que todos los partidos políticos están en estos tiempos en crisis de identidad, de organización, de ubicación; que es urgente fortalecer la institucionalidad; y que, para ello, hay que innovar la manera de hacer política, dejando el criterio del “político-intermediario” y pasando al del “político-gestor” y “político-vocero”.

Necesitamos partidos y movimientos políticos (y, por supuesto, políticos) que las personas sientan como más cercanos y que entiendan sus preocupaciones y les den soluciones en lugar de “interpretarlos” o sólo “representarlos”.

A la necesidad de mayor democracia interna, transparencia en la gestión, renovación de cuadros, capacitación, búsqueda de la paridad en las listas de candidatos, entre otros aspectos que hoy se reclaman, hay que agregar –como prioridad- la necesidad de nuevos criterios, de nuevos métodos.

Lo anterior requiere el convencimiento que debemos tener quienes hacemos política en el sentido que tenemos que hacer una verdadera reingeniería de nosotros mismos. Sólo así afrontaremos exitosamente la actual crisis de institucionalidad y de representatividad.

#### 3.1 El modelo de la confianza y la innovación política

---

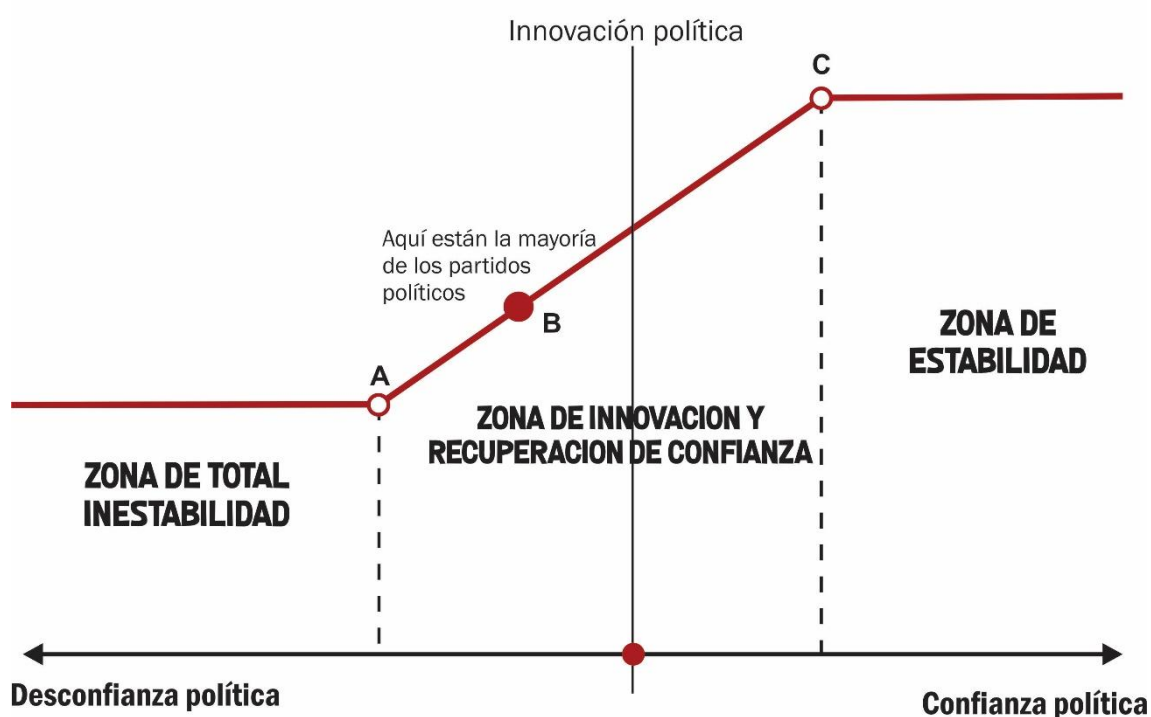
<sup>153</sup> CORNEJO RAMÍREZ, Enrique...; **“Retos Políticos de la Izquierda Democrática ante la Globalización: una mirada desde Perú”**; Lima, noviembre de 2016; 20 páginas, documento que fue presentado como ponencia por el autor en el V Taller Regional Cuenca del Caribe y Cono Sur: “Retos Políticos para la Región ante la Globalización”, organizado por la Fundación Pablo Iglesias y realizado en Madrid- España entre los días 28 y 30 de noviembre de 2016.

En el Gráfico No. 4 presentamos un planteamiento conceptual que hemos elaborado sobre la **urgencia de la innovación política**.<sup>154</sup> Observamos en el eje vertical del gráfico la medición de la innovación política y en el eje horizontal la medición de la confianza política. La hipótesis que planteamos es que existe una relación directamente proporcional entre las dos variables, es decir, a mayor innovación política, mayor confianza política y, viceversa.

Distinguimos tres zonas. La **Zona de Estabilidad**, en la que existe ya el suficiente desarrollo institucional y madurez política, la confianza política está en su nivel máximo y entonces las políticas públicas pueden desarrollarse plenamente y alcanzarse los objetivos buscados. Es la zona ideal a la que hay que buscar llegar.

Gráfico No. 4

## LA URGENCIA DE LA INNOVACIÓN POLÍTICA



Fuente: Elaboración propia

Tenemos luego la **Zona de Innovación y de Recuperación de Confianza**, en la que, a la izquierda del eje vertical tenemos un problema de poca innovación política y de bastante desconfianza por parte de la población. El objetivo es trabajar para avanzar hacia la derecha del gráfico, dejando las prácticas tradicionales y buscando recuperar la confianza de la población.

<sup>154</sup> Este modelo teórico lo planteé por primera vez en ocasión de participar como expositor en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, desarrollada entre los días 22 al 24 de noviembre de 2017 en Bogotá-Colombia, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia. La ponencia se tituló: "Innovación política: Aprendiendo de una campaña electoral y emprendiendo otra".

Finalmente, se presenta la **Zona de Total Inestabilidad**, en la que la desconfianza política es tal que ya ninguna acción ni estrategia de los partidos políticos va a funcionar. En esta situación crítica el sistema democrático y sus instituciones están en peligro y, obviamente, hay que salir cuanto antes de esa zona.

Consideramos que actualmente la gran mayoría de los partidos políticos se encuentran en la Zona de Innovación y de Recuperación de la Confianza, exactamente en una ubicación cercana al punto “B” del gráfico. Los partidos políticos y sus dirigentes afrontan un serio problema de credibilidad ante la población. La confianza política es negativa.

El objetivo inmediato debe ser entonces no llegar al punto “A”, donde se pierde total manejo y entramos en una crisis institucional de imprevisibles consecuencias. Trabajando fuerte y consistentemente en la innovación política, reestructurando sus organizaciones, transparentando su gestión, dando oportunidad a nuevos cuadros, practicando la democracia interna y estando siempre cerca de la gente, los partidos políticos pueden avanzar hacia el punto “C” y llegar a la deseada Zona de Estabilidad.

### **3.2 Los principios básicos de la innovación política**

Nos queda claro que es fundamental “innovar la política”. Entonces, ¿qué entendemos por innovación política?

En el Cuadro No. 18 presentamos lo que consideramos son los diez principios básicos de innovación política que debemos seguir para poder afrontar el desafío de recuperar primero la atención y luego la confianza de la población.

#### **Cuadro No. 18**

##### **Los Principios Básicos de la Innovación Política que proponemos**

---

##### **1. Cercanía con la gente**

- 2. Transparencia**
  - 3. Credibilidad**
  - 4. Horizontalidad**
  - 5. Apertura y Flexibilidad**
  - 6. Democracia Interna**
  - 7. Pragmatismo**
  - 8. Modernidad**
  - 9. Acción Política permanente**
  - 10. Creatividad**
- 

Fuente: Contigo Ciudadano...; “¿Por qué decimos que somos un movimiento de innovación política?; Lima, 2017.

Veamos a continuación el alcance de estos principios de innovación política que proponemos.

### **1.1 Cercanía con la gente**

El principal desafío de la innovación política es acercar la política a los ciudadanos, entender que los políticos nos debemos a ellos y no al revés. Esta cercanía debe producirse en todo momento, escuchando con interés, trabajando conjuntamente con los ciudadanos y sus organizaciones, preocupándonos por darle solución a sus problemas, dejando de ser los políticos intermediarios y procurando ser los políticos voceros y los políticos gestores.

### **1.2 Transparencia**

La política requiere transparencia permanente, mucho más en estos tiempos de graves denuncias de corrupción y de crisis de valores. Innovar la política es crear mecanismos de autocontrol y “filtros” para evitar la corrupción. La transparencia implica no sólo honestidad en el uso de los recursos públicos; también requiere transparentar agendas, evitar el conflicto de intereses o el nepotismo. Transparencia es asimismo permanente rendición de cuentas y libre acceso de la población a la información que sea de interés público.

### **1.3 Credibilidad**

Como consecuencia de la cercanía con la gente y de la transparencia en la acción política el tercer objetivo debe ser recuperar la credibilidad y la confianza de la población, aspectos fundamentales para el fortalecimiento de la institucionalidad y la democracia en el país. La credibilidad supone también ejecutar efectiva y eficientemente los planes de gobierno que se presentan, no ofrecer lo que no se puede hacer y cumplir con lo que se ofrece. La credibilidad exige la alineación de los tiempos políticos con los tiempos sociales e incorporar el concepto del “costo de no hacer la obra hoy” (costo de oportunidad) en la gestión pública. Exige predicar con el ejemplo.

### **1.4 Horizontalidad**

La innovación política exige también horizontalidad en la organización partidaria, identificación de procesos, gestión por resultados y enfoque en el ciudadano como “cliente final”. La innovación política supone empoderar al ciudadano y sus organizaciones; implica permanente participación ciudadana. Innovar políticamente es dejar entonces las tradicionales organizaciones políticas cerradas y verticales, motivando y dialogando antes que imponiendo; escuchando y buscando el consenso antes que dividiendo.

### **1.5 Apertura y flexibilidad**

La innovación política exige estructuras partidarias abiertas y criterios flexibles de acción política. Innovar políticamente es estar permanentemente atentos a los cambios que vienen ocurriendo en el país y en el mundo; es no resistirse al cambio y más bien aprovechar del cambio para dar “saltos cualitativos” y avanzar. Innovar políticamente es entender que “la manera de ver el mundo” es diferente para los jóvenes nativos digitales que para las generaciones de mayor edad; es también entender que el cerebro de estos jóvenes es lineal y multifuncional y no secuencial como el de generaciones anteriores.

### **1.6 Democracia interna**

Innovar políticamente es promover y respetar escrupulosamente los mecanismos establecidos en el estatuto partidario para garantizar la democracia interna, con deberes y derechos para los afiliados, con elecciones internas libres basadas en el principio de “un militante-un voto”. La democracia interna debe suponer descentralizar y desconcentrar las decisiones partidarias, evitando el abuso y concentración del poder en cúpulas partidarias, así como la alteración del voto de los afiliados. Innovar políticamente es –curiosamente- volver a lo que nunca ha debido dejarse a un lado en los partidos políticos: respetar escrupulosamente la opinión y el voto de los militantes.

### **1.7 Pragmatismo**

Innovar la política es dejar de priorizar el discurso político general, el ofrecimiento demagógico y el debate ideológico para concentrarnos en respuestas concretas a los problemas concretos que hoy tiene la ciudadanía. Es actuar con pragmatismo y con sentido común. Innovar la política es responder a los intereses concretos de los ciudadanos y de sus organizaciones, es enfocarse en el interés público y no en el interés particular de los políticos o de sus organizaciones políticas.

### **1.8 Modernidad**

Innovar la política requiere asimismo modernizarse y utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación. Innovar la política es usar inteligentemente las redes sociales y transformar las estrategias de marketing, estratificando por estilos

de vida y de acción política en lugar de los tradicionales niveles socio económicos, enfatizando no sólo en los “segmentos” sino también en las “partículas” de población, entre otros aspectos.

### **1.9 Acción política permanente**

La innovación política requiere acción política 24x7, todo el año y no sólo en campañas electorales. La política debe relacionarse con el “día a día” de los ciudadanos. Proponemos “caminar sin prisa”, conociendo a las personas, interesándose por sus preocupaciones, escuchándolos y buscando brindar servicios útiles a la población.

Es increíble, como ya lo hemos señalado anteriormente, escuchar reiteradamente a los ciudadanos en la campaña electoral decirnos: “Ahora me saludas, pides mi firma, pides mi voto, pero cuando llegues, ni siquiera me vas a mirar.” Lamentablemente, esta afirmación es cierta en la mayoría de los casos y, definitivamente, hay que cambiar esta imagen, estando siempre cerca de los ciudadanos, haciéndolos participar, trabajando conjuntamente con ellos.

### **1.10 Creatividad**

Finalmente, la innovación política es permanente promoción de la creatividad. Hay que ser creativos también en política buscando aplicar métodos y criterios no tradicionales que rompan los paradigmas usualmente empleados en los partidos y organizaciones políticas.

## **3.3 La apuesta de Contigo Ciudadano**

Al formar el Movimiento Político Independiente “Contigo Ciudadano” nos hemos propuesto poner en práctica estos principios de innovación en la acción política que diariamente realizamos.

Esta urgente necesidad de innovar alcanza a todas las esferas del quehacer humano y también a la esfera política. En nuestro Manifiesto Político (Lima, abril 2017) decimos: **“...los partidos políticos, los políticos y la forma de hacer política están siendo extremadamente cuestionados. Entretenidos en sus pugnas internas y en el deseo de alcanzar cargos de dirigentes y candidaturas, los militantes y los partidos políticos en general se han alejado de la gente y han perdido lo esencial de su naturaleza: construir un discurso político que se preocupe del día a día de los ciudadanos, que resuelva sus problemas, que genere esperanza en el futuro”.**<sup>155</sup>

En “Contigo Ciudadano” estamos convencidos que debemos hacer de la innovación política una preocupación permanente y un sello distintivo de nuestro accionar. Por ello, cada comité -provincial o distrital- cuenta con un equipo de trabajo exclusivamente dedicado a proponer acciones de innovación política. Cada asamblea o

---

<sup>155</sup> Véase para mayor detalle el anexo al final del texto.

reunión de coordinación del movimiento dedica un espacio especial a las sugerencias de innovación política.

Para los integrantes de “Contigo Ciudadano”, la innovación política exige preocuparse por satisfacer los intereses de los diferentes grupos de ciudadanos, celebrando pequeños “contratos sociales” con cada uno de ellos, con objetivos, políticas y metas muy concretas. Ello requiere de un trabajo conjunto y de mucho seguimiento en las diferentes partes del proceso hasta conseguir el resultado final.

En este sentido, hemos propuesto que, en adición a los que deseen inscribirse como afiliados (militantes) al Movimiento “Contigo Ciudadano”, se cree también una nueva categoría de “organizaciones asociadas”, de manera que podamos celebrar con dichas organizaciones de la sociedad civil diferentes “acuerdos de punto fijo”.

Estos acuerdos pueden llevarnos –por ejemplo- a asegurar la intangibilidad de las lomas con las que todavía cuenta la ciudad de Lima y evitar la acción de traficantes de tierras o de empresas inmobiliarias que pretendan intervenir en zonas consideradas intangibles. A fin de asegurar el cumplimiento de este objetivo nos pondremos de acuerdo y trabajaremos conjuntamente con las organizaciones de jóvenes que se dedican a cuidar las lomas de Lima.

La innovación política requiere estar en permanente comunicación con la población, mostrar efectiva capacidad de escucha, realizar esfuerzos por encontrar espacios para el consenso, priorizar la propuesta antes que el ataque al contendor, todo lo cual es posible hacerlo cuando hay disposición para cambiar y, sobre todo, cuando se tiene claro que la razón de ser del trabajo político son los ciudadanos y no el partido o movimiento respectivo.

La innovación política exige una estrategia también innovadora para crear transparencia y luchar contra toda forma de corrupción. En “Contigo Ciudadano” planteamos que todo militante debe suscribir como requisito de ingreso la Declaración de Principios y Código de Conducta que exige el movimiento; que la Página Web oficial del Movimiento debe incluir la lista de todos los afiliados, dirigentes y posibles candidatos a fin de que la población pueda ejercer libremente su función de fiscalización y advertir sobre comportamientos o información sobre alguno de ellos que podrían significar actos de corrupción o conductas indebidas.

En “Contigo Ciudadano” aplicaremos, como organización política, al Sistema de Aseguramiento de Calidad ISO 37001, específicamente diseñado para luchar contra el soborno y adoptaremos permanentes e inopinados mecanismos de auto control para evitar cualquier acto de corrupción. En “Contigo Ciudadano” exigimos que todos nuestros militantes e invitados que ejerzan puestos públicos transparenten y publiquen sus agendas incluyendo no sólo la relación de las personas e instituciones con las que se reúnen sino también un breve resumen del contenido de las reuniones.

Se necesitan partidos políticos sólidos, con ideología y programas para no improvisar. Sin embargo, tenemos que ser conscientes que en los tiempos actuales a la población –principalmente a los más jóvenes- no les interesan los discursos densos y los debates ideológicos; sólo les interesan respuestas y soluciones concretas para los problemas también concretos que hoy los aquejan.

Para nosotros, innovar la política es también “adelantarse” a los hechos, desarrollar políticas de calidad para dar calidad de vida a las personas; significa buscar la unidad partiendo de la diversidad que caracteriza a nuestra sociedad; supone partir del principio que todos somos importantes y, por lo tanto, que hay que escuchar la opinión y las sugerencias de todos. Innovar la política es entonces escuchar permanentemente a la población y a sus organizaciones de manera de recoger sus sugerencias y aportes e incorporarlas a nuestro Plan de Gobierno.

Innovar la política es plantear buenos planes de gobierno, con visión de largo plazo y con políticas de Estado, de manera que se mantengan los aspectos esenciales de las mismas aun cuando cambien los gobiernos y se destierre la equivocada pretensión de “empezar de cero” con cada nuevo gobierno sin considerar las buenas obras de gobiernos anteriores.

Innovar la política es dejar de ponerle colores o autores a las obras públicas: que tal obra es de fulano, que la otra es de mengano. Lo que en realidad reclama la población es que las obras públicas se hagan bien y rápido; no importa quién las haga, lo importante es que se hagan y sirvan efectivamente al ciudadano.

Innovar la política es preguntarle al ciudadano, ¿Qué necesitas? ¿Cómo te ayudo? ¿Cómo te apoyo para que puedas trabajar mejor?, y dejar de exigir trámites, cobros y requisitos muchas veces innecesarios y hasta abusivos.

Innovar la política es convocar de manera amplia, respetando las diferencias de puntos de vista, “abriendo” y no “cerrando” el acceso de nuevos integrantes al movimiento, con la condición no negociable de que la persona no esté involucrada en actos de corrupción o reñidos con la moral.

En “Contigo Ciudadano”, finalmente, queremos convocar a todos aquéllos que deseen apostar de manera independiente por la innovación política como metodología de acción para el servicio público. Queremos constituir un movimiento político donde todos encuentren espacios de acción efectiva y de crecimiento personal, donde la gente se sienta cómoda al actuar políticamente y donde predominen los encargos y no los cargos.

## Capítulo 4

### ¿Cómo aplicar los principios de la Innovación Política?

Los elementos básicos de la innovación política desde nuestro punto de vista los hemos planteado en el acápite anterior. Ensayemos ahora la manera de ponerlos en práctica.

#### 4.1 Romper paradigmas, estereotipos y no tener miedo de cambiar

En primer lugar, hay que estar dispuestos a romper paradigmas, a cambiar una “cultura de acción política” que fue característica en el Siglo XX, fundamentada principalmente en discursos extremadamente ideologizados, rígidas y verticales estructuras organizativas, el mantenimiento de cúpulas partidarias, el secretismo en la gestión, la cercanía con los ciudadanos sólo en épocas electorales, el no cumplimiento de los planes de gobierno, el logro de los objetivos a cualquier precio, etc.

Hay políticos que dicen al respecto: “Pero, si la política siempre ha sido así...”, “Esto es política, lo demás es ingenuidad”. Puede ser cierto, pero hay que cambiar esas maneras de hacer política. Los nuevos tiempos lo exigen. Es un nuevo siglo, los paradigmas están cambiando en todo orden de cosas y eso también alcanza a la política.

El estereotipo<sup>156</sup> o imagen del político tradicional requiere también urgente atención y cambios. Lamentablemente, la gran mayoría de los políticos -con justicia o no- son considerados asociados a características o valores negativos: corrupción, ineficiencia, mentira, egoísmo, vanidad, etc. Y no podemos ser indiferentes diciendo “así es la política”.

Se requiere un inmenso trabajo de reingeniería en el trabajo político, entendiendo que se trata de una actividad de servicio público y no de aprovechamiento personal o partidario. Hay que cambiar normas y criterios que buscan mantener el “statu quo” y que son dadas precisamente por aquéllos políticos que no quieren el cambio. Son las nuevas organizaciones partidarias y la propia población con sus organizaciones de diversa índole las que deben propiciar y exigir los cambios.

A la tarea política deben dedicarse los mejores, los auténticos líderes que piensan realmente en su comunidad antes que en sí mismos; a la tarea política deben dedicarse personas que actúan con principios y valores, que están dispuestos a una

---

<sup>156</sup> Se denomina **estereotipo** a una imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas como representativa de un determinado colectivo. Esta imagen se forma a partir de una concepción estática sobre las características generalizadas de los miembros de ese colectivo.

gestión transparente y de rendición de cuentas a la ciudadanía. A la tarea política no hay que llegar con proyectos personales y menos con actividades que planteen conflicto de intereses; hay que llegar acompañando proyectos públicos, propuestas serias de transformación de la sociedad para lograr mejorar los niveles de vida de la gente.

A la tarea política hay que llegar con la adecuada preparación y estudio y no con acciones improvisadas, con la inteligencia emocional que permita un liderazgo efectivo, con capacidad de escucha, conduciendo un trabajo de equipo y con la capacidad de afrontar los cambios con valentía y convicción. El estereotipo que se tiene del político también debe merecer nuestra atención.

El tercer requisito para poder aplicar adecuadamente la innovación política es el no tener miedo al cambio y a ser parte protagónica del cambio. La innovación política requiere liderazgo; un proyecto serio, consensuado y de largo plazo que hay que seguir; y una clara capacidad y actitud favorable al cambio, incluyendo el cambio personal.

Como hemos dicho reiteradamente en este libro: la innovación política requiere que hagamos una política decente, digna, legítima y que hagamos también de la política una acción docente, pedagógica y permanente.

#### **4.2 El uso inteligente de las redes sociales**

Si hablamos de innovación política tenemos que referirnos necesariamente al uso del Internet y de las redes sociales. Buena parte de la acción que diariamente tiene la ciudadanía se hace a través de las redes sociales, y si la política tiene que estar nuevamente cerca de la gente, con la gente, entonces las redes sociales deben ser también un poderoso instrumento de la acción política.

Luis Miguel Romero, comunicador español, afirma: **“Internet y específicamente las redes sociales han cambiado el escenario comunicacional imperante prácticamente desde la invención de la imprenta. Los ciudadanos, quienes eran ostentadores de un papel pasivo de simples receptores de información, han visto con estas plataformas una oportunidad de convertirse en emisores de mensajes, en creadores de matrices de opinión, en jueces de toda causa y en expertos de cualquier tema.”**<sup>157</sup>

Los avances e implicancias en estos temas son notables. Mark Zuckerberg (1984- ), el creador de Facebook, señaló en una conferencia que: **“Facebook cambió de misión, pasando de conectar a la gente, a construir comunidades.”**<sup>158</sup> El economista peruano Luis Chia afirmaba en una reciente charla que: **“La carrera profesional de estos tiempos es la de científico de datos, especialista que genera modelos para diferentes**

---

<sup>157</sup> ROMERO, Luis Miguel...; **“El auge del populismo y la anti política en América Latina”**; artículo publicado en Revista **“Acción Política: Comunicación, Estrategia y Poder”**; Edición No. 2; Bogotá, noviembre-diciembre de 2017; Página 26.

<sup>158</sup> ZUCKERGERG, Mark...; **“La nueva misión de Facebook”**; declaraciones citadas en programa de CNN en Español; Atlanta-EE.UU; sábado 13 de enero de 2018.

**situaciones, para lo cual debe comprender los algoritmos, plantear debidamente el problema y consecuentemente programar...**<sup>159</sup> Teniendo en cuenta estos dos aspectos, la política debe servir también para construir comunidades, para construir país, y la ciencia de los datos debe ser empleada también para plantear problemas políticos y modelos de solución.

Las redes sociales deben servir entonces para el mantenimiento de una línea directa y bidireccional de comunicación con los ciudadanos, de permanente generación de información, de promoción de la democracia y de la transparencia en la gestión.

Pero nos equivocaríamos si sólo viéramos este tema como un esnobismo o simplemente como algo que debemos hacer y sobre lo que tenemos que hablar “para no quedar mal”. También nos equivocaríamos si creemos que innovar es sólo usar redes sociales. El asunto es mucho más profundo y de múltiples alcances.

Aureola del Sol Castillo, periodista y comunicadora mexicana, señala que: **“Estar en Facebook o en Twitter es insuficiente si no se sabe que decir, cómo, cuándo decirlo o quién va a dirigir los mensajes o si no se es parte de una estrategia de comunicación integral; los políticos piensan que deben tener presencia en todas las redes sociales de Internet por el simple hecho de que son las nuevas formas en que las personas se comunican.”**<sup>160</sup>

La interactividad o el “feedback” es crucial en la construcción de la política en Internet; ésta va más allá de “estar” en las redes sociales; implica construir estrategias inteligentes que promuevan comunidad, el contacto con los ciudadanos, de forma que todas las personas se sientan escuchadas y atendidas.

Lo que no ha cambiado es el deseo del cambio. Angel Beccassino, filósofo argentino, advierte que **“...la esperanza de la militancia colectiva se diluyó en los últimos 30 o 40 años, y como sustituto se tramaron las redes sociales, abriendo un escenario virtual para incidir individualmente en la realidad.”**<sup>161</sup>

No obstante, Beccassino nos recuerda que la palabra “cambio” es la más popular en la política electoral. **“...porque es una palabra que denota el deseo de vivir otra realidad. Una palabra cuyo poder reside en que llama a la aventura, a dejar atrás la insatisfactoria zona de confort que aceptamos porque es lo que hay. Palabra que convoca la voluntad de transformar.”**<sup>162</sup>

Pero ¿cómo propiciar el cambio?, ¿cómo cambiar uno mismo?, ¿cómo cambiar la manera de hacer política en los nuevos escenarios nacionales y mundiales?, ¿cómo hacerlo en el contexto de las nuevas tecnologías?

---

<sup>159</sup> CHÍA, Luis...; **“La Ciencia de los Datos”**; Conferencia introductoria desarrollada en el auditorio de la Universidad Peruana Simón Bolívar (UPSB); en Lima el sábado 13 de enero de 2018.

<sup>160</sup> CASTILLO, Aureola del Sol...; **“Política en Internet: Más allá del Trending Topic o el like”**; artículo publicado en la Revista “Innopolítica”; Año 1- No. 01; Bogotá, octubre de 2017; Página 13.

<sup>161</sup> BECCASSINO, Ángel...; **“Habitar el mañana, decidir el futuro”**; artículo publicado en la Revista “Innopolítica”; Año 1- No. 01; Bogotá, octubre de 2017; Página 10.

<sup>162</sup> BECCASSINO, Ángel...; **“Op. Cit.”**; Bogotá, octubre de 2017.

Desde la visión semiótica y lingüística, Zapata y Biondi (Lima, 2017), distinguen oralidad, escribitalidad y electronalidad y señalan que estos remiten a “modos de producir sentido”, a visiones de la realidad que llegan a ser fundamentales para entender a cada sociedad en su respectivo espacio y tiempo.

Los autores señalan: **“No es el acto de hablar lo que nos hace pertenecer a la oralidad, ni los actos de leer o escribir aquello que nos adscribe a la escribitalidad, así como tampoco el empleo de una computadora nos hace electronales...oralidad, escribitalidad y electronalidad remiten a modos de producir sentido.”**<sup>163</sup>

Esto ya lo señalábamos (Zapata, Biondi y el autor de este libro) en 1993, cuando escribimos conjuntamente el libro “Liderazgo y desempleo en sociedades en tránsito” y nos referíamos a “una educación de la segunda ola y empleos de la tercera ola”. Parafraseando lo señalado en ese entonces hoy podríamos hablar de una “una política de segunda ola para una ciudadanía de tercera y cuarta ola”.

Planteábamos también, con ánimo de provocación académica, el concepto del “desempleo” (escrito deliberadamente de esa manera) y lo definíamos como: **“...una categoría aplicable a ciudadanos posiblemente altamente preparados y de los cuales la sociedad espera mucho, pero que hoy ocupan puestos para los cuales no se encuentran capacitados ni psicológica ni académicamente.”**<sup>164</sup>

Actualmente podríamos referirnos sin ningún problema a los **“políticos desempleados”**, muchos de ellos preparados ideológica y prácticamente para la acción política en el Siglo XX, pero que no se encuentran en capacidad -y a veces tampoco tienen la voluntad- de entender los nuevos tiempos y de acercarse a los intereses y preocupaciones de los ciudadanos.

Por lo tanto, si vamos a innovarnos políticamente, podemos usar las redes sociales como una forma de entender cómo piensan y cuáles son los intereses de crecientes sectores poblacionales, que incluyen no sólo a los jóvenes (nativo-digitales) sino a hombres y mujeres de mayores edades y que han tenido que adaptarse a las nuevas tecnologías por necesidad y, diríamos, por dignidad, para no quedar excluidos.

El impacto que las tecnologías de la información y de la comunicación tienen en la política es inmenso, porque implican una nueva manera de entender al mundo (y también a la política).

En un contexto de electronalidad, así como no se necesita la “intermediación” del documento escrito o del libro, tampoco se necesita la intermediación de un político. Los usuarios de las redes sociales hacen política todos los días a través de Facebook, Twitter y otros sitios web y programas, opinando, criticando y dando sugerencias concretas de cursos de acción política.

---

<sup>163</sup> ZAPATA; Eduardo...;/BIONDI, Juan...; “ Op. Cit.”; Lima, 2017. Introducción; Página 09.

<sup>164</sup> BIONDI, Juan/BIONDI, Luis/CORNEJO, Enrique/ZAPATA, Eduardo...; “Liderazgo y desempleo en sociedades en tránsito”; Universidad de Lima; Facultad de Ciencias Humanas/Facultad de Economía; Primera Edición; Lima, junio de 1993; Página 44.

Y todo ello implica mucho movimiento, permanente movimiento. **“Si sedentarismo y escritura alfabética sacralizada constituyeron un fecundo detenerse en la larga duración de la humanidad, hoy el ser humano -a juzgar por la escritura electronal- ha retomado su andar. Y no se trata sólo de la multiplicación de los viajes físicos, sino de individuos y grupos sociales que abandonan fronteras y la ya incierta zona de confort del ayer para hacer frente a los nuevos retos creados por el cambio del entorno ecológico de los medios. En este nuevo andar los individuos y los grupos sociales tienen que reinventarse permanentemente y la eterealización de la sustancia de sus signos los urge a conectarse con la realidad -hoy más clara que nunca- de la teoría de la información. Nómades. Navegantes. Buscadores permanentes de información. Una búsqueda, al parecer, sin fin”.**<sup>165</sup>

Los planteamientos de Zapata y Biondi nos indican que una lectura adecuada del nuevo contexto y en particular del uso de las TIC's<sup>166</sup> supone necesariamente de una política, de partidos políticos y de políticos que también se reinventen permanentemente, manteniendo lo fundamental de su ideología y esencia doctrinaria, pero esforzándose por adaptarse diariamente a los acelerados cambios que están ocurriendo en la sociedad.

Pero los mismos autores advierten que no todo es tecnología para entender los nuevos tiempos. **“Si no hay afecto en el mundo de la electronalidad, no hay nada. La gente necesita afecto. La electronalidad no es sólo uso de las redes, sino organización para involucrar a la gente en la solución de sus problemas. La ideología tiene que sintetizarse, concretarse en algo tangible, que le sirva a la gente. La política ha perdido el humor y la gente quiere conocer temas simples, rápidos y concretos. La nueva política tiene que tener una estructura totalmente diferente y horizontal, con humor, afecto y cercanía.”**<sup>167</sup>

### **4.3 La política y los avances de las neurociencias**

Entender la política en tiempos de la sociedad de la información y las nuevas tecnologías exige también conocer los avances que se han producido en las denominadas “neurociencias”, que implican un campo unificado del conocimiento científico en el que se estudia el sistema nervioso y el cerebro humano, dando lugar a las bases biológicas de la conducta.

Podríamos decir que entender mejor el cerebro de políticos en particular y ciudadanos en general es fundamental para entender la política, y para plantear acciones concretas de innovación política.

---

<sup>165</sup> ZAPATA; Eduardo...;/BIONDI, Juan...; **“ Op. Cit.”**; Lima, 2017. **Introducción**; Páginas 10 y 11.

<sup>166</sup> TIC's: Siglas que significan Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

<sup>167</sup> Zapata, Eduardo...; **“Presentación del libro Nómades Electronales”**; Auditorio de la Universidad Peruana Simón Bolívar (UPSB); Lima, 30 de noviembre de 2017.

Luis Caravedo<sup>168</sup>, médico peruano, señala -desde la perspectiva de las neurociencias- que el lenguaje electronal constituye una nueva lógica que regula la propia lógica del hecho social, cultural y político; incluso refiere que hay estudios que demuestran que Internet impacta en el funcionamiento cerebral y que el cerebro se está adaptando a este nuevo medio.

Nos dice Caravedo: **“Los jóvenes electronales están construyendo un nuevo tipo de escritura que responde a sus propias necesidades de comunicación, los que son -a su vez- expresión y configuración de cambios culturales que comprometen la propia plasticidad del cerebro.”**<sup>169</sup>

Eduardo Zapata dice al respecto: **“En cuanto al cerebro, es algo plástico que va evolucionando en el tiempo y este mundo global nos ha cambiado el formato cerebral. Ayer el alfabeto nos hizo diestros en el pensamiento lineal, a, b, c, d, en la abstracción analítica; hoy la electronalidad ha cambiado el hardware cerebral con un pensamiento nuevo en los nativo-digitales: sucesivo-simultáneo, visual y de alta abstracción sintética. Esto está documentado en la ciudadanía. No podemos repensar democracia y Estado con el cerebro de ayer.”**<sup>170</sup>

Víctor Vargas Vega, consultor mexicano y catalogado como el especialista en neuro política más reconocido de Latinoamérica, señala que **“...el cerebro es un sistema modular que en su raíz no distingue entre razas, nacionalidad, statu socio económico o preferencia sexual .... lo humano es humano, porque es universal.”**<sup>171</sup>

Vargas Vega que fundó la empresa VX9, International Consulting Group, <sup>172</sup> nos recuerda que el voto no es frío sino emocional y que hay siete emociones básicas: ira, alegría, tristeza, neutral, miedo, sorpresa y desdén. Precisa que: **“...la música y las imágenes influyen muchísimo en el estado de ánimo de las personas.”**<sup>173</sup>

---

<sup>168</sup> Médico pediatra. Profesor Principal y ex decano de la Facultad de Medicina de la Universidad Peruana Cayetano Heredia.

<sup>169</sup> CARAVEDO REYES, Luis...; en **“Prólogo”** del libro de Eduardo Zapata y Juan Biondi titulado: **“Nómades Electronales”**; Op. Cit.; Página 08.

<sup>170</sup> ZAPATA, Eduardo...; **“Intervención como panelista en la ceremonia de presentación del libro de Enrique Cornejo titulado: El Paso Siguiendo de la Globalización”**; realizado en la Universidad Peruana Simón Bolívar (UPSB), en Lima el lunes 04 de diciembre de 2017.

<sup>171</sup> VARGAS VEGA, Víctor...; **“Neuropolítica Aplicada”**; conferencia desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, viernes 24 de noviembre de 2017.

<sup>172</sup> Ver al respecto Página Web: [www.vx9icg.com](http://www.vx9icg.com) La empresa con sede en Cancún-México se dedica a “comprender a las personas combinando tecnologías de vanguardia que proporcionan una relación mente/cuerpo” así, por ejemplo, trabajan en la codificación facial de las personas, buscando decodificar los gestos de la cara del individuo. Sus estudios se aplican en los campos de la política, seguridad, empresa y gestión pública, entre otros.

<sup>173</sup> VARGAS VEGA, Víctor...; **“Op. Cit.”**; Bogotá noviembre de 2017.

Los políticos -concluye Vargas Vega- deben ser genuinos, y **“...el equipo básico que acompaña a los candidatos debe tener tres premisas: conocer a su candidato; amar a su candidato; y, hacer suya la visión del candidato.”**<sup>174</sup>

El experto en psicología Albert Mehrabian, profesor emérito de UCLA en los EE.UU.<sup>175</sup> es conocido por sus investigaciones en actitudes y sentimientos, en particular sobre la importancia de la comunicación no verbal. Mehrabian sostiene que sólo el 7% de la información se atribuye a las palabras (comunicación verbal), el 38% se atribuye a la voz (que incluye la entonación, el tono, la resonancia, etc.) y el 55% al lenguaje corporal constituido por los gestos, las posturas, la respiración, el movimiento de los ojos, las manos, etcétera.

Por lo tanto, siguiendo a Mehrabian, el 55% de la comunicación que importa en el discurso político es no verbal. Pocos políticos les hacen caso a estos hallazgos científicos. Y aquí nuevamente los gestos genuinos -desde el saludo- son claves, principalmente si tenemos la oportunidad de un contacto directo “cara a cara” con los ciudadanos.

En la misma línea de la neurociencia, pero enfocado en los diferentes tipos de personalidad, Daniel Eskibel, psicólogo y consultor político uruguayo, se refiere a la utilidad práctica de los perfiles psicológicos en la comunicación política.

Señala Eskibel que el problema es que los políticos no comprendemos al votante y, para captar votos hay que saber quiénes son los votantes. En ese sentido, temas como el Brexit, Trump o el No en Colombia son apenas “síntomas” de lo que está sucediendo.

Eskibel afirma que **“...todo cambia a gran velocidad, las opiniones, los sentimientos, todo menos la personalidad. Con un hacha de piedra o con un I-Phone, el cerebro humano es el mismo y se va transformando muy lentamente...de acuerdo a nuestra personalidad, segmentamos para comunicar; el rechazo o simpatía política tiene un alto componente de personalidad”**.<sup>176</sup>

Eskibel sugiere trazar el perfil psicológico de la población y para ello recomienda utilizar el modelo de identificación de la personalidad predominante denominado “El Big Five”<sup>177</sup>, que clasifica todas las personalidades en cinco rasgos psicológicos

---

<sup>174</sup> VARGAS VEGA, Víctor...; **“Op. Cit.”**; Bogotá noviembre de 2017.

<sup>175</sup> La Universidad de California en Los Angeles, conocida como UCLA, fue fundada en 1919 y es una de las más prestigiadas y antiguas del sistema universitario de los EE.UU. Para mayor información ver su Página Web: [www.ucla.edu](http://www.ucla.edu)

<sup>176</sup> ESKIBEL, Daniel...; **“IDENTIKIT: Utilidad práctica de los perfiles psicológicos en la comunicación política”**; conferencia desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, jueves 23 de noviembre de 2017.

<sup>177</sup> El modelo denominado **“El Big Five”** o en español, **“El Modelo de los Cinco Grandes”** considera que la personalidad resulta de la composición de cinco factores: **extraversión; apertura a nuevas experiencias** y al cambio; **responsabilidad**; cordialidad y **amabilidad**; e, **inestabilidad emocional**. Este modelo fue explicado científicamente por primera vez por Thurstone en 1933 y posteriormente por Goldberg en 1993. Existen test de personalidad basados en este modelo.

principales, de cuya combinación resulta la nuestra. Cada uno de nosotros tiene dos rasgos predominantes.

Eskibel sustenta sus afirmaciones poniendo como ejemplo que, en la campaña política de Donald Trump, su equipo llegó a investigar la preferencia en series de televisión para los segmentos de población a los que quería llegar, y encontraron que las de mayor preferencia para ellos eran las series y películas de “zombies”.

Señala el especialista-refiriéndose a este hallazgo- que **“...el zombie es el otro, completamente diferente a mí, el que vuelve de la muerte, es al que odio por ser más diferente.”**<sup>178</sup>

Amaury Mogollón, experto venezolano y director de la Revista Acción Política, está desarrollando investigaciones para entender el cerebro de los millennials en Colombia, específicamente con relación a sus preferencias en el voto. Y, coincidiendo con los otros especialistas, Mogollón afirma que **“...los políticos están desconectados de los jóvenes millennial.”**<sup>179</sup>

En el Cuadro No.19, observamos una línea de tiempo con las generaciones poblacionales en los últimos setenta años.

**Cuadro No. 19**  
**Generaciones Poblacionales, 1946 hasta la actualidad**

---

<u>Período de tiempo</u>	<u>Denominación</u>
<b>1946-1960</b>	<b>“Baby Boomers”</b>
<b>1961-1980</b>	<b>“Generación X”</b>
<b>1981-1995</b>	<b>“Generación Y”</b>
<b>Nacidos después de 1995</b>	<b>“Generación Z”</b>

---

Fuente: MOGOLLÓN, Amaury...; “Soy Millennial...”; “Op. Cit.”; Bogotá, noviembre de 2017.

La denominación de **“Baby Boomers”** se refiere a las personas que nacieron entre 1946 y 1960, período posterior a la Segunda Guerra Mundial que en algunos países anglosajones (EE.UU., Canadá, Australia y Nueva Zelandia) se denominó “Baby Boom” porque se experimentó un incremento inusual en las tasas de natalidad.

---

<sup>178</sup> ESKIBEL, Daniel...; “Op. Cit.”; Bogotá, noviembre de 2017.

<sup>179</sup> MOGOLLÓN, Amaury...; **“Soy Millennial: Descifrando el cerebro del voto Millennial en Colombia”**; conferencia desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, viernes 24 de noviembre de 2017.

A los nacidos entre 1961 y 1980 se le conoce como la **“Generación X”**<sup>180</sup>. Son los hijos de los “Baby Boomers” y grandes impulsores de la tecnología, pues son ellos los que empezaron a usar dispositivos electrónicos más complicados que la anterior generación. A ellos les tocó presenciar el nacimiento del Internet y el fin de los casetes y videocasetes.

La **“Generación Y”**, también conocida como la “Generación Milenial” e integrada por los “millennials”. Constituyen una generación que se adapta al cambio a grandes velocidades y son diestros en el uso de las modernas tecnologías de la información y la comunicación; “navegan” con facilidad en los sistemas “streaming”, usan teléfonos inteligentes, escriben como hablan (recortando las palabras, utilizando emoticones). El término “Generación Y” hace alusión a la “Generación X”, de la cual es sucesora. Son los nietos de los “Baby Boomers”.

Finalmente, a los nacidos después de 1995 y hasta la actualidad<sup>181</sup>, se les denomina como la **“Generación Z”**. También se les conoce como los “posmillennials”. Surgieron después de la denominada “burbuja económica” que tuvo un gran impacto en la economía mundial en los años posteriores. Su vida está íntimamente vinculada a las nuevas tecnologías y al mundo virtual, con respecto al cual muestran extraordinarias habilidades desde muy pequeños. Quieren resultados inmediatos y les importa fundamentalmente “el aquí y el ahora”. Sus medios de comunicación habituales son las redes sociales, a través de Facebook, Whatsapp, Twitter, Instagram, YouTube, entre otros.

Entender a los “millennials” es fundamental para hacer política en estos tiempos (como lo será en unos años comprender a la “Generación Z”). **“Los millenials todos los días están interconectados en una red de alta velocidad, interaccionando 224 veces al día, según Google.”**<sup>182</sup>

Las investigaciones de Mogollón sobre los millenials en ciudades principales de Colombia muestran que el 63% de ellos accede a Internet más veces que antes y por períodos más cortos. Lo hacen para decidir dónde almorzar, para ubicar una dirección, entre otros variados asuntos. El 57% declara que sus acciones en Internet son más espontáneas que planificadas; ven -en promedio- diez videos al día en YouTube y el 82% declara que el Smartphone les permite hacer cosas de mejor manera.

Mogollón se pregunta ¿por cuál medio se enteran los colombianos de lo que ocurre en su país? Encuentra que: **“El 71 por ciento de los colombianos se informa por Internet y por las redes sociales; el 18 por ciento por la prensa; el 6 por ciento por la radio; el 4% por la televisión y un 0.2 por ciento por familiares y amigos”.**<sup>183</sup>

---

<sup>180</sup> En algunos países con menor desarrollo relativo, como en el caso de América latina, algunas personas que nacieron a fines de los años ochenta podrían incluso ser considerados miembros de la “Generación X”, con algún retraso.

<sup>181</sup> Este libro fue escrito entre fines de 2017 y principios de 2018.

<sup>182</sup> MOGOLLÓN, Amaury...; **“Op. Cit.”**; Bogotá, noviembre de 2017.

<sup>183</sup> MOGOLLÓN, Amaury...; **“Op. Cit.”**; Bogotá, noviembre de 2017.

#### 4.4 La comunicación política en un mundo electronal

Por su parte, Aureola del Sol Castillo, ya mencionada anteriormente, señala que los políticos tienen que cambiar su forma de comunicación y de relación con los ciudadanos teniendo en cuenta el impacto que las tecnologías del Internet y las redes sociales han tenido.

Castillo sostiene que: **“...parecería que la clase política se sigue comunicando de la manera tradicional, con télex y con fax. Convivimos con un choque generacional entre los nativos digitales (los millennias) y los inmigrantes digitales (que somos las personas de anteriores generaciones). Tenemos a una clase política rezagada que camina por diferente vía que los ciudadanos”.**<sup>184</sup>

La consultora mexicana aborda algunos de los problemas clásicos que experimentan los políticos al usar inadecuadamente los medios digitales. Afirma -como nosotros ya lo habíamos anotado anteriormente- que **“...muchos políticos “están por estar” en los nuevos medios digitales (esnobismo). Cuelgan sus fotos con la gente a través de “selfies”<sup>185</sup> para parecer simpáticos y no les sirve porque no les creemos, no se ven auténticos. Usar las redes sociales como egotecas de los políticos no se ve bien.”**<sup>186</sup>

Otro problema que tienen los políticos al usar las redes sociales, según Castillo, es que sólo se comunican en una sola vía; hablan, pero no escuchan; reciben mensajes, pero no los contestan, no interactúan.

Sostiene que para solucionar estos problemas los políticos deben construir una estrategia integral, que incluya comunicación tradicional, participación interna, comunicación interna y manejo de situaciones de crisis; nada debe manejarse aisladamente.

Castillo plantea que hay que personalizar los mensajes y hay que recurrir a la micro segmentación, conociendo cuál es la característica de cada plataforma. Así, por ejemplo, Facebook me contacta con la calle (es más masivo); Twitter sirve para generar tendencia y opinión; e Instagram es para la “egoteca”.

Finalmente, Aureola Castillo, menciona lo que denomina **“...las 3 R’s de la nueva política: Reeducarnos; Reinventarnos; y Revolucionarnos”.**<sup>187</sup>

En la misma línea, Xavier Peytibi, consultor español nos habla precisamente de las “campañas conectadas” y afirma que: **“Ya no se trata de lo que se hace en los actos políticos, ni cómo se hacen. Ahora es básico pensar en cómo se comparten y cómo se consigue impacto social. Se trata de lo que yo denominaría las campañas conectadas:**

---

<sup>184</sup> CASTILLO, Aureola del Sol...; **“Red Activación Política”**; Conferencia desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, viernes 24 de noviembre de 2017.

<sup>185</sup> Un “selfie” es un autorretrato o una autofoto realizada con una cámara digital o un teléfono móvil, es una práctica muy comúnmente usada en las redes sociales.

<sup>186</sup> DEL SOL CASTILLO, Aureola...; **“Op. Cit.”**; Bogotá, noviembre de 2017.

<sup>187</sup> DEL SOL CASTILLO, Aureola...; **“Op. Cit.”**; Bogotá, noviembre de 2017.

**Lo que se hace on line tiene repercusión en la calle; lo que se hace en la calle, tiene repercusión on line. No entiendo, hoy en día, una campaña electoral que separe ambas comunicaciones.”<sup>188</sup>**

Peytibi propone seis ideas básicas para poder conectar nuestras acciones offline y online, lo que se muestra en el Cuadro No. 20.

#### **Cuadro No. 20**

##### **Seis Ideas Básicas para conectar acciones offline y online**

- 
- **Humanización**
  - **Imagen que comunica**
  - **Retail Politics**
  - **Desintermediación**
  - **Respuesta rápida y monitorización**
  - **Política pop**
- 

**Fuente:** PEYTIBI, Xavier...; “Las Campañas Conectadas”; “Op. Cit.”; Bogotá, noviembre-diciembre de 2017.

El primer punto se refiere a la **“humanización”** que debe tener la acción política. Los políticos deben mostrarse como personas comunes y corrientes, dando prioridad a su familia, saludando, sonriendo. En comunicación política prima lo emocional a lo racional.

El segundo aspecto importante es la **“imagen que comunica.”** Al respecto, el criterio es que todas las imágenes de acciones realizadas en la calle deben ser preparadas para ser compartidas en las redes, especialmente en Facebook y Twitter.

El tercer concepto es el de los **“Retail Politics”**, en el sentido de que paseos, recorridos, saludos, visitas sorpresa, uso del transporte público, deben generar contenidos online en forma de imágenes y videos testimoniales, para tener valor.

El cuarto factor es el de la **“desintermediación”**, que consiste en la comunicación directa con los ciudadanos y votantes, sin el filtro o la intermediación de la prensa. No se necesita a la prensa para informar lo que se está haciendo, pues se recurre a las redes sociales.

La quinta idea propuesta es la de la **“respuesta rápida y monitorización”**, es decir, se debe realizar un buen seguimiento de quienes nos atacan o defienden para poder reaccionar a tiempo.

---

<sup>188</sup> PEYTIBI, Xavier...; “Las Campañas Conectadas”; artículo publicado en Revista “Acción Política: Comunicación, estrategia y poder”; Edición No. 2; Bogotá, noviembre-diciembre de 2017; Página 02.

Finalmente, el sexto punto tiene que ver con la **“Política pop”**. En televisión, el 60% de televidentes mira otra pantalla a la vez, la de su teléfono celular (73% en menores de 24 años); hace comentarios y opina. Debemos intentar ganar también esas conversaciones.

Desde otra perspectiva, Ramón Ramón Sánchez, consultor político español y uno de los nombres más conocidos en Iberoamérica sobre temas relacionados al Software Libre (SL) y al Conocimiento Libre, advierte que se están produciendo importantes cambios en la comunicación. Ramón afirma que en estos tiempos nosotros somos las noticias; tenemos la capacidad de comunicar; no sólo sacamos fotos, queremos ser parte de la foto.<sup>189</sup>

Señala Ramón que en la Organización de las Naciones Unidas (ONU) se ha declarado el acceso al Internet como un derecho humano; que hoy en día los adolescentes tienen cada uno entre 6 y 10 perfiles diferentes en redes sociales; y, que se puede hablar del “nuevo efecto mariposa” en el sentido que: “Un pequeño twitter en algún lugar produce un gran cambio a nivel mundial.”

Ramón afirma categóricamente que: **“El Internet es una verdadera revolución y es la representación de la nueva realidad. Los políticos que no entiendan la importancia de las TIC’s pueden convertirse en una amenaza.”**<sup>190</sup>

Ramón nos recuerda que ya desde 1984, Alvin Toffler se refería al concepto de “tecnopolítica”. Ramón define la “tecnopolítica” como: **“El uso táctico y estratégico de las TIC’s para la organización, la comunicación y la acción colectiva, con el fin de ocupar espacios públicos.”**<sup>191</sup>

La tecnología no es el fin, pero se convierte en una herramienta muy poderosa, al punto que si comunicamos una idea-fuerza que impacta y emociona al usuario de las redes sociales, éste se convierte en difusor de esa idea-fuerza; en una especie de “garante” que retransmite la idea a sus contactos rápidamente y sin pedir nada a cambio. En un lapso corto de tiempo la respectiva idea-fuerza se viraliza.

Ramón propone siete acciones claves para “conectar” con la ciudadanía, las que se resumen en el Cuadro No. 21.

---

<sup>189</sup> Por ejemplo, TripAdvisor, que es el sitio Web de viajes más grande del mundo, permite a los viajeros o

turistas aprovechar al máximo el potencial de cada viaje. Se sustenta en nada menos que 500 millones de opiniones y comentarios de los propios viajeros sobre más de 7 millones de alojamientos, aerolíneas, atracciones y restaurantes. Con esta información cada quién puede decidir dónde alojarse, qué vuelo tomar, qué hacer y donde cenar.

<sup>190</sup> RAMÓN SÁNCHEZ, Ramón...; **“Cómo convertir datos en votos: 7 claves para conectar con la ciudadanía”**; Conferencia desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, miércoles 22 de noviembre de 2017.

<sup>191</sup> RAMÓN SÁNCHEZ; Ramón...; **“Op. Cit.”**; Bogotá, noviembre de 2017.

## Cuadro No.21

### Siete Claves para conectar con la ciudadanía, según Ramón Ramón

- 
- **Identificar el contenido con el que interactúa la gente;**
  - **Ir más allá del “like”;**
  - **Generar un grupo de activistas digitales;**
  - **Contactar a la gente de forma personalizada;**
  - **Madurar la relación;**
  - **Cuidar el tono y el lenguaje de nuestra comunicación; y,**
  - **Llevar la conversación a otras plataformas.**
- 

Fuente: RAMÓN SÁNCHEZ, Ramón...; “Cómo convertir datos en votos: 7 claves para conectar con la ciudadanía”; Bogotá-Colombia, miércoles 22 de noviembre de 2017.

La “receta” que propone Ramón a los políticos resulta interesante. En primer lugar, sostiene que es importante conocer cuáles son los contenidos principales con los que interactúa la gente hoy en día. Ya no son, por supuesto, los boletines o las notas de prensa (característicos en la política de la escribalidad), sino las fotos y los videos.

En segundo lugar, el analista español señala que hay que ir más allá de darle un “like” o un “me gusta” a un contenido. Ramón señala: **“No nos engañemos. Un millón de likes es diferente a un millón de votos”**<sup>192</sup>, por lo que es necesario interactuar con el usuario e interesarnos sobre qué es lo que sueña, qué es lo que siente, qué es lo que piensa.

Y en este punto hay que tomar una buena decisión pues la mayoría de los políticos no lleva personalmente sus cuentas y encarga esta tarea a un equipo de personas que hace este seguimiento pero que muchas veces no hace su trabajo prolijamente e incluso lo hace claramente de una forma impersonal.

En mi opinión, hay que buscar un equilibrio en el contacto con los usuarios de las redes sociales, con un equipo de apoyo que filtre toda la información y conteste la mayor parte de los mensajes en nombre del político o candidato y, con mensajes seleccionados que sean contestados -y mejor interactuados- por el propio político. Los contactos automatizados no son recomendables; no olvidemos que contactamos con ciudadanos, con personas y no con robots.

---

<sup>192</sup> RAMÓN SÁNCHEZ, Ramón...; “Op. Cit.”; Bogotá, noviembre de 2017

Asociado a lo anterior está el tercer “tip” que propone Ramón, el de conformar un grupo de activistas digitales, para atender demandas e inquietudes de los ciudadanos y que salen al frente de las campañas de ataques que hacen los denominados “trolls”.<sup>193</sup>

La cuarta recomendación es la de contactar a la gente en forma personalizada, lo que hay que hacer, por lo señalado anteriormente, con seriedad, pero con realismo. En el proceso de la innovación política que proponemos, el objetivo de la comunicación no debe ser sólo ganar elecciones, sino el recuperar credibilidad y lograr confianza y legitimidad y, para ello hay que conectar personalmente todo lo que se pueda. Las redes sociales pueden ser un buen camino de aproximación, pero nada reemplaza el contacto personal y esto es así desde que hay humanidad.

El quinto aspecto que sugiere Ramón es el esforzarnos por madurar la relación y aquí interesa mucho que se nos vea a los políticos genuinos, transparentes y respetuosos de la opinión y del sentir ciudadano. Es importante tener en cuenta que los políticos no elegimos el medio de comunicación, lo elige la gente. Si usamos el whatsapp, el twitter o el Facebook, tendremos que considerar que es el ciudadano el que elige por cuál plataforma se va a conectar.

La sexta recomendación que se muestra en el cuadro se refiere a cuidar el tono y el lenguaje de nuestra comunicación, procurando contestar a todos -incluso a los más enojados y contrariados, de manera serena, sin insultos y mostrando respeto. Ello no implica dejar de contestar o aclarar cuando así sea necesario, pero hacerlo de manera alturada. Aquí sigue vigente -como siempre se dice- que en política “el que se pica, pierde.” Finalmente, la séptima sugerencia propone llevar la conversación -agregamos nosotros, cuando se pueda- a otras plataformas.

Las recomendaciones de Ramón son útiles y en nuestra opinión hay que considerarlas de acuerdo a las particulares características y circunstancias de la acción política, pero -definitivamente- lo que no hay que hacer es mantenernos indiferentes y no realizar esfuerzos auténticos de permanente contacto con los ciudadanos.

Luis Ernesto Gómez Londoño<sup>194</sup>, economista y politólogo colombiano, se refiere a lo que denomina “Googlecracia” señalando que en todo el mundo está surgiendo un nuevo modelo democrático que aprovecha la tecnología para transformar la relación entre gobernantes y gobernados.

Señala Gómez: **“Los ciudadanos estamos acudiendo a otros canales para hacer activismo y cada vez más nos alejamos de la política tradicional para acercarnos con**

---

<sup>193</sup> Se denominan “trolls” a aquellas personas que buscan provocar de manera intencionada a otros usuarios en las redes sociales creando controversias, debates sin sentido, calumnias, mediante insultos u otro tipo de mensaje ofensivo. Buscan provocar y que el usuario atacado “pise el palito” o reaccione. Hay diferentes tipos de trolls, entre ellos, los meticulosos, los graciosos, los hackers, los incongruentes y los agresivos.

<sup>194</sup> Luis Ernesto Gómez Londoño es un economista y politólogo de la Universidad Humboldt de Berlín, con estudios de postgrado en el London School of Economics. Es miembro del partido Liberal de Colombia y se ha desempeñado como viceministro de Trabajo y viceministro del Interior. Fue el creador del Servicio Público del Empleo y en 2006 creó la organización ciudadana Seamos Democracia Digital.

entusiasmo a la defensa de causas puntuales. Todo esto con un común denominador: el aterrizaje de la tecnología en el activismo político y en lo público, y con ello la transición que la sociedad está haciendo sin pedirle permiso a nadie, hacia un modelo de democracia directa, donde los ciudadanos tienen una participación más activa y determinante en las decisiones de sus gobernantes, a través de su teléfono celular. Eso es lo que llamo una Googlecracia...”.<sup>195</sup>

Para Gómez los partidos políticos no están convocando a la gente y particularmente a los jóvenes a quienes considera como “una generación desencantada”. Afirmo el consultor colombiano que los jóvenes no participan en la política tradicional pero sí están interesados en la política.

**“A los ciudadanos de hoy no les interesan los dogmas de los partidos. No los mueven las casas políticas, sino las causas. Ellos luchan por la defensa del ambiente, los derechos de las minorías, de los animales, y de la movilidad alternativa. ¡Y lo hacen por las redes!”<sup>196</sup>**

Las cifras son contundentes. CNN, FOX y otras cadenas de televisión ya no son los más importantes comunicadores y generadores de opinión. **“En Colombia hay 23 millones de usuarios de Facebook, 3 millones en Instagram y 775 mil en Twitter. Aunque algunos se repiten en las tres redes, lo cierto es que sumados hay prácticamente el doble de colombianos activos en redes participando del debate político, antes que en las urnas.”<sup>197</sup>**

Otros ejemplos de la importancia de las redes son el de **Airbnb**<sup>198</sup>, la empresa hotelera más grande del mundo, que opera por Internet y que cuenta con más de 200 millones de huéspedes al año y que está presente en 191 países y 65000 ciudades; o el del youtuber colombiano Sebastián Villalobos<sup>199</sup>, a quien siguen 5.5 millones de personas en su canal de You Tube, muchos más que los seguidores en Twitter del presidente de ese país, Juan Manuel Santos.

Gómez concluye que: **“En la era digital, el poder de la gente es más grande que la gente en el poder.”<sup>200</sup>**

---

<sup>195</sup> GÓMEZ, Luis Ernesto...; **“Googlecracia. Gobierno, campañas y ciudadanos digitales”**; Grupo Editorial Ibañez; Bogotá, noviembre de 2017; Segunda Edición; Página 11.

<sup>196</sup> GÓMEZ, Luis Ernesto...; **“Op. Cit.”**; Página 19.

<sup>197</sup> Gómez, Luis Ernesto...; **“Op. Cit.”**; Página 31.

<sup>198</sup> Airbnb fue fundado en agosto de 2008 y tiene su sede en San Francisco- california, en los EE.UU. Airbnb es un mercado comunitario basado en la confianza en el que la gente “publica, descubre y reserva alojamientos únicos en todo en todo el mundo, ya sea desde su computadora, Tablet o teléfono móvil. Véase: Página Web: [www.es.Airbnb.com](http://www.es.Airbnb.com)

<sup>199</sup> Sebastián Villalobos es un joven colombiano, nacido en 1996 en Bucaramanga, que decidió contar por las redes sociales en un video de 11 minutos, lo que ha significado para él crecer sin la presencia de su papá; cuando cumplió doce años su mamá le confesó que era homosexual. Actualmente Villalobos dice tener dos mamás y defiende la adopción igualitaria. Tiene millones de seguidores.

<sup>200</sup> Gómez, Luis Fernando...; **“Googlecracia”**; Conferencia desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, jueves 23 de noviembre de 2017.

Los grupos sociales están “en otra frecuencia” y hay que sintonizar adecuadamente para entender sus intereses y para hacer política. Como hemos dicho al iniciar este libro, nosotros creemos en la importancia de los partidos políticos y de las ideologías como base de la institucionalidad democrática y de un desarrollo sostenido, pero es claro que los partidos políticos de estos tiempos tienen que realizar profundas reformas y autocríticas para empezar a afrontar seriamente el problema.

Cuando le comentamos a Luis Ernesto Gómez, en la presentación de su libro en Bogotá, que estábamos conformando un nuevo movimiento político independiente en el Perú, escribió una dedicatoria: **“Querido Enrique Cornejo. El reto que tenemos los hombres de partido es lograr que la revolución digital sea virtuosa, no desastrosa para nuestros países”**.<sup>201</sup>

Estoy de acuerdo con Luis Ernesto Gómez. Dentro de los partidos -si éstos lo permiten- o creando nuevos partidos si es necesario, tenemos que comprender que hay que transformarnos, y en esa transformación no pueden dejar de estar presentes las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

Sundar Pichai, Consejero Delegado de Google afirma: **“Queremos que la revolución digital llegue a todos. Antes aprendías una vez y te servía para siempre. Hoy se aprende todo el rato. Es un proceso constante. Hay que adaptarse (...) Entender los beneficios de esta gran revolución es clave para gestionar su impacto en la salud, la educación y el medio ambiente. Tenemos que trabajar juntos y prepararnos para el futuro. No sólo es cosa de Google, sino de todos. Hace falta una aproximación ética y responsable”**.<sup>202</sup>

Estemos claros, la tecnología no lo es todo para alcanzar la felicidad y en la política también tenemos que tener esto muy en cuenta.

Henry Rafael, destacado analista político peruano y director del Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG), señala que: **“Si bien las redes sociales movilizan, no generan voto, porque la generación del voto en Latinoamérica está más basada en el contacto piel a piel; por eso es que una campaña en redes sociales puede ser exitosa, pero en el voto la pierdes. Una campaña en redes sólo es exitosa si realmente mueve gente.”**<sup>203</sup>

En el Gráfico No.5 mostramos una infografía elaborada por STATISTA, un portal de estadísticas polivalente, con sede en España, en la que -tomando como referencia

---

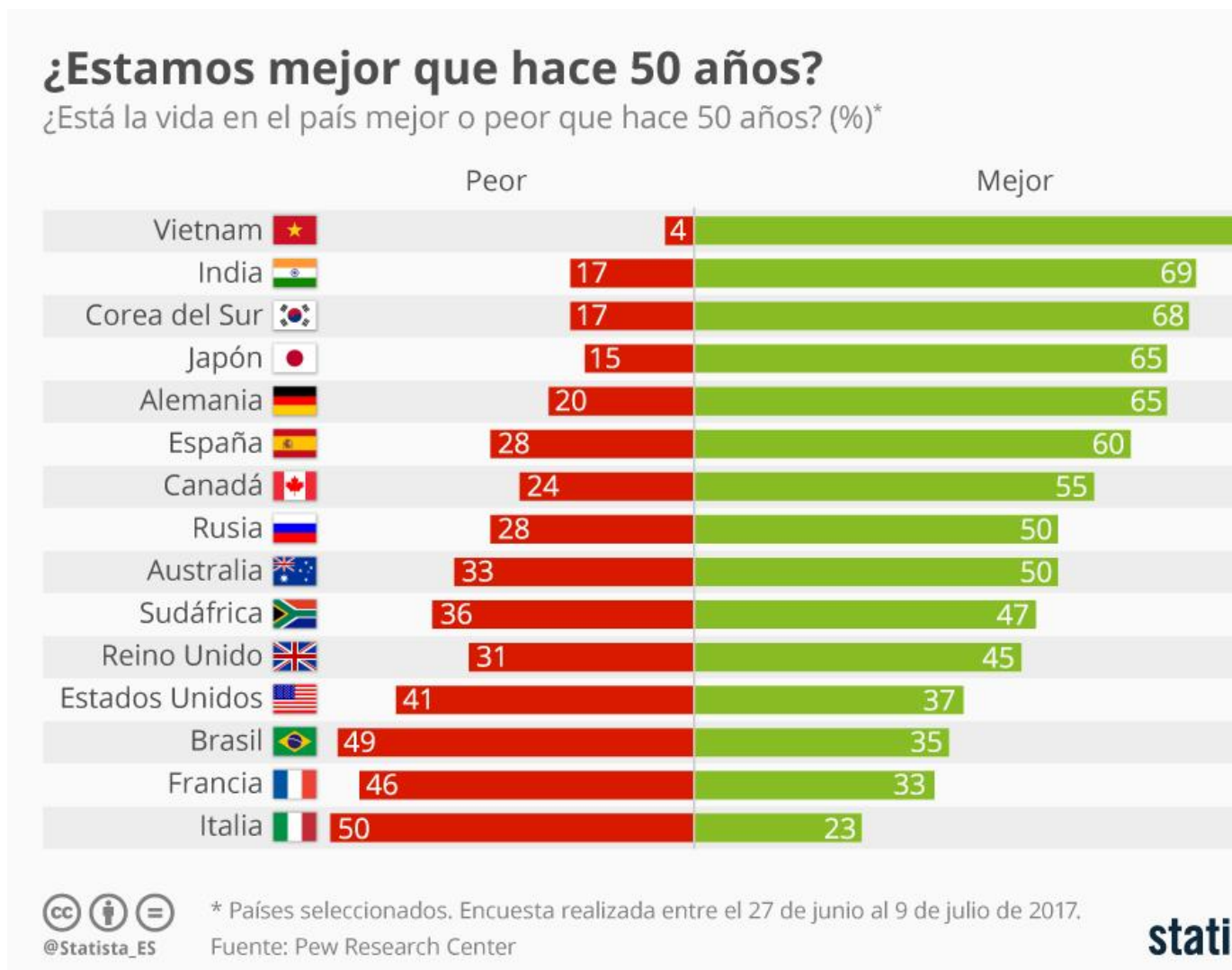
<sup>201</sup> Gómez, Luis Ernesto...; **Dedicatoria escrita a mano por el autor del libro “Googlecracia. Gobierno, campañas y ciudadanos digitales”**; Universidad Libre de Colombia; Bogotá, jueves 23 de noviembre de 2017.

<sup>202</sup> CANO, Rosa J...; **“Nos preocupan las interferencias políticas. Hemos cometido errores. Sundar Pichai, Consejero Delegado de Google”**; Entrevista publicada en Sección “Economía y Negocios” del Diario “El País”; Madrid, jueves 07 de diciembre de 2017; Páginas 36 y 37.

<sup>203</sup> RAFAEL, Henry...; **“Experto dice que proceso de paz no va a definir las elecciones presidenciales”**; entrevista publicada en Sección Colombia del Diario “El Tiempo”; Bogotá, sábado 02 de diciembre de 2017; Página 1.7

investigaciones hechas por Pew Research Center<sup>204</sup>- se aprecia que, contrariamente a lo que el sentido común señala en lo referente a que el progreso de los países -con sus consiguientes adelantos tecnológicos- debería marcar una tendencia positiva, hay crecientes sectores de la sociedad que perciben que estaban mejor hace 50 años.

Gráfico No. 5



Guadalupe Moreno, Data Journalist de STATISTA sostiene que sólo el 60 por ciento de los españoles piensa que están mejor que hace cincuenta años.

Moreno agrega: “...en algunos Estados del Viajo Continente, existen incluso más personas que creen que la vida en su país ha sufrido una desmejora. En Italia, por ejemplo, solo el 23% de los participantes...ven hoy a su país en mejores condiciones

<sup>204</sup> El Centro de Investigaciones Pew (en inglés: Pew Research Center), es un think tank con sede en Washington D.C., que proporciona información sobre problemáticas, actitudes y tendencias que caracterizan a los EE.UU. y al mundo. Fue fundado en 2004. Ver al respecto su Página Web: [www.pewresearch.org](http://www.pewresearch.org)

que a finales de la década de 1960; en Francia, un 33%, y en Estados Unidos, un 37%. En muchos de los casos, el porqué de esta percepción viene determinado por la coyuntura nacional y, en otros, responde a fenómenos transnacionales, como puede ser el terrorismo global. Lo que parece claro es que, al contrario de la lógica, no siempre se está mejor hoy que ayer”.<sup>205</sup>

El tema es preocupante y se da en todo el mundo, al punto que en el Reino Unido se ha creado un Ministerio para combatir la soledad que experimentan muchos británicos. A principios de 2018, fue nombrada Tracey Crouch (una diputada de 42 años) como la flamante secretaria de Estado para la soledad en el gobierno británico.

La primera ministra Theresa May ha señalado: **“Para demasiada gente, la soledad es la triste realidad de la vida moderna...Quiero confrontar este desafío para nuestra sociedad y que todos actuemos para atender la soledad que padecen los mayores, aquéllos que han perdido a seres queridos, gente que no tiene a nadie con quien hablar o compartir sus pensamientos.”**<sup>206</sup>

Un estudio que elaboró una comisión parlamentaria británica establece que la soledad está asociada a enfermedades cardiovasculares, demencia, depresión y ansiedad y puede ser tan perjudicial para la salud como fumar 15 cigarrillos al día. Se estima que en el Reino Unido hay por lo menos unas 200,000 personas mayores que no han tenido una conversación con un amigo o un familiar en más de un mes.

La política de estos tiempos, la política de la innovación debe considerar con interés y prioridad estos temas que afectan a la gente en su día a día.

#### **4.5 El cumplimiento de las ofertas electorales; el respeto por la palabra empeñada**

Otro aspecto sustancial en la innovación política es el cumplimiento de lo que se ofrece. Como ya hemos señalado, es común escuchar a los ciudadanos decir que los políticos siempre ofrecemos muchas cosas que luego no cumplimos cuando estamos en la gestión de gobierno. Respetar la palabra empeñada, cumplir las ofertas electorales, son requisitos fundamentales para recuperar credibilidad, para volver a tener legitimidad.

Daniel Ivoskus, consultor argentino, dice al escribir el prólogo de un libro escrito por Juan Carlos Gossain: **“En tiempos cuando la palabra ha perdido valor, es fundamental**

---

<sup>205</sup> MORENO, Guadalupe...; **“Sólo el 60% de los españoles piensa que estamos mejor hoy que hace 50 años”**; artículo publicado en STATISTA, [www.esstatista.com](http://www.esstatista.com) ; portal de estadísticas polivalente; Madrid, 08 de diciembre de 2017.

<sup>206</sup> GUIMÓN, Pablo...; **“May declara la soledad cuestión de Estado”**; informe periodístico publicado en la Sección Editorial del Diario “El País”; Madrid, jueves 18 de enero de 2018; Página 40.

**que quienes ocupamos cargos de gobierno tratemos de darle fuerza y, sobre todo, recuperar el honor que de ella se traduce.”**<sup>207</sup>

Agrega el analista que hay que darle valor a la palabra **“...y eso no es poca cosa en los tiempos que corren, cuando la política está llena de discursos vacíos. Llegó la hora de que la palabra tenga reflejo en la realidad. Se acabaron las teorías y las cifras engorrosas, estamos en la era cuando la palabra tiene que ser palpable e identificable”**.<sup>208</sup>

Refiriéndose a la importancia de la buena comunicación política, Ivoskus afirma: **“Lo que no se dice, no es... Hoy, cada vez que veo una buena gestión de gobierno sin un buen equipo de comunicación y discurso, vuelvo a repetir esta imagen una y otra vez. Podemos tener bellos parques, hacer obras que mejoren la vida de la gente, preocuparnos por diversas temáticas, pero si no lo comunicamos, es como si todo eso no sucediera.”**<sup>209</sup>

#### **4.6 La Innovación política permanente**

La innovación política que proponemos debe ser un proceso permanente. Esto significa innovar antes de las campañas, durante las campañas y cuando se desarrolle la gestión de gobierno si se ganan las elecciones.

Antes de las campañas es el trabajo político por definición; el del día a día; el que permite ganarse el respeto de la población; el lograr legitimidad. Las organizaciones políticas y los políticos tenemos en este período que estar involucrados en la mayoría de las actividades cotidianas de los ciudadanos, estar atentos a sus preocupaciones, escuchar, buscar soluciones.

Esta es la época ideal para “preparar el terreno” y “sembrar” políticamente y el hacerlo así es muy potente y efectivo porque lo que se hace es fundamentalmente por el auténtico deseo de ayudar, de contribuir al desarrollo de la comunidad. Aquí no se piden firmas ni votos, aquí no hay parafernalia ni proselitismo. El trabajo político que se haga en esta etapa es una “inyección a la vena” en términos políticos y redundará sin duda en buenos resultados posteriores.

Es la oportunidad de la capacitación, de la formación política de los dirigentes y militantes. Los locales partidarios deben ser los lugares donde se aprende y donde el ciudadano puede encontrar servicios básicos que le ayuden en su día a día; pero la política del Siglo XXI hay que hacerla fundamentalmente en las calles y con los ciudadanos y no tanto en los locales partidarios.

La propia organización de la agrupación política debe tener una estructura innovativa, más horizontal que vertical; más de escucha que de discurso; más de acción concreta que de grandes lineamientos; más de transparencia que de secretismo; más de

---

<sup>207</sup> GOSSAIN, Juan Carlos...; **“Palabra de gobierno. Discursos de Transformación”**; Cartagena de Indias, Bolívar-Colombia; 2015; Página 03.

<sup>208</sup> GOSSAIN, Juan Carlos...; “Op. Cit.”; Página 04.

<sup>209</sup> GOSSAIN, Juan Carlos...; “Op. Cit.” Página 04

renovación que de cúpulas partidarias. Los ciudadanos deben sentirse cómodos cuando visitan la sede de una organización política y deben considerar a la política como útil para mejorar sus niveles de vida.

Durante las campañas electorales, viene la época de la reafirmación de lo ya trabajado y de la cosecha electoral. Lo que no se trabajó con tiempo y seriedad, no se puede recuperar o lograr en los pocos meses que dura una campaña electoral. Se cosecha si antes se ha preparado el terreno y se ha sembrado. En las campañas hay que buscar el equilibrio entre acciones innovativas y aún disruptivas y la necesaria preparación para tener buenos y serios planes de gobierno y buenos equipos para ponerlos en práctica.

Este es el tiempo de concretar cuál es nuestra oferta electoral, propuesta basada en los insumos y sugerencias recibidos directamente de los ciudadanos y sus organizaciones y articuladas en un enfoque estratégico, con objetivos, metas, plazos y modos de financiamiento muy claramente delimitados.

La campaña tiene que tener un mensaje principal claro que refleje el sentido fundamental de lo que se quiere hacer; la visión de ciudad o de país que se tiene y la manera o las maneras como se pretende conseguir alcanzar ese objetivo.

Es tiempo de hacer pocas promesas, pero cumplirlas; de no ofrecer lo que no se puede hacer; y, de realizar alianzas con diferentes sectores e instituciones representativas de la ciudadanía, para desarrollar proyectos o adoptar determinadas acciones de política. A estos pequeños “contratos sociales” los denominamos “Acuerdos Ciudadanos”.

La innovación política durante las campañas electorales supone dejar el tradicional mitin, el volante, la caravana de carros o aún las pintas de paredes y enfocarse principalmente en los mensajes e interactividad a través de las diferentes plataformas en las redes sociales, en el uso inteligente de los medios de comunicación, y en el contacto personal “cara a cara”, irremplazable.

Todo lo que ayude a contactarse e intercambiar ideas en tiempo real con el ciudadano estará muy bien. Aquí es donde los creativos del marketing político y los estrategas de la campaña tendrán que esforzarse por ser imaginativos, innovadores.

Pero el asunto no es sólo de mantener un buen trabajo político permanente y cercano a la ciudadanía; tampoco solamente diseñar una buena estrategia de campaña electoral. Lo que finalmente hará la diferencia es, llegado al gobierno, que se cumpla lo que se ofreció en la campaña y que se haga a tiempo.

En términos de marketing político o de una gestión por procesos el objetivo final no es ganar las elecciones sino ganar el cariño, el respeto y la confianza de los ciudadanos. Finalmente, para eso estamos fundamentalmente en la política, para cambiar vida, para desarrollar una sociedad, para que la gente sea más feliz y no principalmente para mover asfalto, fierro o cemento, ni para priorizar las construcciones y los vehículos por encima del interés de las personas.

Para gobernar bien hay que prepararse bien y para que es te trabajo sea eficiente debemos lograr una cercana y permanente relación con los ciudadanos y sus organizaciones.

#### **4.7 Algunas reflexiones finales sobre la política en el Siglo XXI**

Nos tocó presenciar el cambio de siglo; nos tocó vivir en un período de transición, sin paradigmas totalmente definidos y aceptados; con permanentes transformaciones en todo orden de cosas. Y tenemos que cumplir nuestra misión en este contexto.

Tal vez no veamos totalmente los resultados de la innovación política que estamos proponiendo, pero es nuestro deber ineludible iniciar las acciones de cambio, aceptar que estamos en un contexto de grandes transformaciones y que eso también incluye los temas políticos. Más aún, no sólo debemos aceptar el cambio, sino que debemos montarnos en él, aprovecharlo y liderar para que la ola del cambio nos lleve a buen puerto.

Como hemos visto en este libro los cambios se dan en todos los niveles, en todos los países, y eso continuará y se profundizará en los próximos años. Incorporemos en la agenda política del Siglo XXI, la necesaria renovación, previa autocrítica y posterior reingeniería, de todos los que hacemos política y de las correspondientes organizaciones políticas y dejemos, con confianza, que las nuevas generaciones cumplan con su rol, como lo hicieron generaciones de jóvenes líderes en los albores de siglos anteriores. Ese es el desafío y esa es nuestra responsabilidad.

## Bibliografía y Fuentes

- ABELLÁN, Lucía...; **“Bruselas propone adelantar el período de transición del BREXIT a finales de 2020”**; Informe periodístico publicado en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, jueves 21 de diciembre de 2017; Página 04.
- ABELLÁN, Lucía...; **“La inestabilidad alemana amenaza con retrasar proyectos clave para la UE”**; informe periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, martes 21 de noviembre de 2017; Página 04.
- ABELLÁN, Lucía...; **“La UE ofrece a Reino Unido dar marcha atrás al BREXIT”**; artículo periodístico publicado en Sección “Internacional” del Diario “El País”; Madrid, miércoles 17 de enero de 2018; Página 12.
- AGUILAR NÁCHER, Imma...; **“Micro política o política de las personas”**; artículo publicado en Revista “Acción Política: Comunicación, Estrategia y Poder”; Edición No. 2; Bogotá, noviembre-diciembre de 2017; Página 40.
- AMÓN, Rubén...; **“Una casa, cinco países: Del Imperio austrohúngaro a la UE, el “muretto” entre Gorizia y Nova Gorica simboliza la provisionalidad de la historia europea”**; Ensayo periodístico publicado en la Sección “Revista” del Diario “El País”; Madrid, viernes 04 de agosto de 2017; Página 27.
- AVELLUTO, Pablo...; **“Macri marca el final de una época”**; entrevista publicada en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, lunes 30 de octubre de 2017; Página 10. La entrevista fue realizada por el corresponsal de El País en Buenos Aires, Carlos E. CUÉ.
- AYUSO, Silvia...; **“Macron cumple 100 días con bajas notas en casa y gran apoyo internacional”**; Ensayo publicado en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, lunes, 14 de agosto de 2017; Página 08.
- BASSETS, Lluís...; **“Llévame a la Luna: El presidente de EE.UU. se está**

- **convirtiendo en un perdedor, la figura que más detesta en sus tuits**"; artículo publicado en Sección Internacional del Diario "El País"; Madrid, jueves 14 de diciembre de 2017; Página 14.
- BASSETS, Marc...; **"El partido de Macron busca su propio espacio"**; Nota periodística publicada en Sección Internacional del Diario "El País"; Madrid, martes 26 de diciembre de 2017; Página 12.
- BASSETS, Marc...; **"Francia se instala en la pax macroniana"**; ensayo publicado en la Sección Internacional del Diario "El País"; Madrid, lunes 18 de diciembre de 2017; Página 08.
- BASSETS, Marc...; **"La historia de Francia, según Macron"**; ensayo periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario "El País"; Madrid, lunes 11 de setiembre de 2017; Página 13.
- BASSETS, Marc...; **"Macron anuncia una legislación para combatir las noticias falsas"**; ensayo publicado en Sección Internacional del Diario "El País"; Madrid, jueves 04 de enero de 2018; Página 07.
- BASSETS, Marc...; **"Macron lleva su espíritu reformista a la educación"**; ensayo publicado en la Sección Internacional del Diario "El País"; Madrid, martes 05 de setiembre de 2017; Página 11.
- BECCASSINO, Ángel...; **"Habitar el mañana, decidir el futuro"**; artículo publicado en la Revista "Innopolítica"; Año 1- No. 01; Bogotá, octubre de 2017; Página 10.
- BELLOUBET, Nicole...; **"Macron regenera la política"**; declaraciones publicadas en la Página de Opinión del Diario "El País"; Madrid, lunes 14 de agosto de 2017; Página 10.
- BELTRONES, Manlio Fabio...; **"El PRI está obligado a desdoblarse hacia la izquierda"**; entrevista concedida a los periodistas J. LAFUENTE y L.P. BEAUREGARD y publicada en la Sección Internacional del Diario "El País"; Madrid, lunes 21 de agosto de 2017; Páginas 06 y 07.
- BIONDI, Juan/BIONDI, Luis/CORNEJO, Enrique/ZAPATA, Eduardo...; **"Liderazgo y desempleo en sociedades en tránsito"**; Universidad de Lima; Facultad de Ciencias Humanas/Facultad de Economía; Primera Edición; Lima, junio de 1993; 82 Páginas.
- BLAIR, Tony...; **"BREXIT: lo que sabemos ahora"**; artículo publicado en Sección de Opinión del Diario "El País"; Madrid, viernes 05 de enero de 2018; Página 15.
- BROOKS, Arthur C ...; **"El populismo y la dignidad humana"**; Artículo de opinión publicado en la Sección Editorial del Diario "El País"; Madrid, jueves 10 de agosto de 2017; Página 11.
- CANO, Rosa J...; **"Nos preocupan las interferencias políticas. Hemos cometido errores. Sundar Pichai, Consejero Delegado de Google"**; Entrevista publicada en Sección "Economía y Negocios" del Diario "El País"; Madrid, jueves 07 de diciembre de 2017; Páginas 36 y 37.
- CAPARRÓS, Martín... **"El peronismo es un movimiento que ha hecho de la crisis su forma de ser"**; entrevista concedida por el escritor a la periodista Déborah de Urieta y publicada en la Sección "Libro de Autor" del Diario "El Cronista"; Buenos Aires, viernes 06 de abril de 2018; Página II.

- CARAVEDO REYES, Luis...; en **“Prólogo”** del libro de Eduardo Zapata y Juan Biondi titulado: “Nómades Electronales”; Op. Cit.; Página 08.
- CARBAJOSA, Ana...; **“Alemania afronta una crisis política sin precedentes desde la posguerra”**; informe periodístico publicado en Sección “Internacional” del Diario “El País”; Madrid, martes 21 de noviembre de 2017; Página 03.
- CARBAJOSA, Ana...; **“Alemania destapa el espionaje chino en las redes sociales”**; Nota periodística publicada en Sección “Internacional” del Diario “El País”; Madrid, martes 12 de diciembre de 2017; Página 08.
- CARBAJOSA, A...; **“Merkel vuelve a vencer”**; Nota periodística publicada en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, lunes 05 de marzo de 2018; Página 04.
- CARBAJOSA, Ana...; **“La sombra de la extrema derecha ensombrece el cuarto mandato de Merkel”**; informe periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, lunes 25 de setiembre de 2017; Página 03.
- CASQUEIRO, JAVIER/GUIMÓN, Pablo...; **“Rajoy y May se unen contra las campañas de desinformación”**; Nota periodística publicada en Sección “España” del Diario “El País”; Madrid, miércoles 06 de diciembre de 2017; Página 22.
- CASTILLO, Aureola del Sol...; **“Política en Internet: Más allá del Trending Topic o el like”**; artículo publicado en la Revista “Innopolítica”; Año 1- No. 01; Bogotá, octubre de 2017; Página 13.
- CASTILLO, Aureola del Sol...; **“Red Activación Política”**; Conferencia desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, viernes 24 de noviembre de 2017.
- CHÍA, Luis...; **“La Ciencia de los Datos”**; Conferencia introductoria desarrollada en el auditorio de la Universidad Peruana Simón Bolívar (UPSB); en Lima el sábado 13 de enero de 2018.
- CORNEJO RAMÍREZ, Enrique...; **“El Paso siguiente de la Globalización”**; Fondo Editorial de la Universidad Peruana Simón Bolívar; Lima, noviembre de 2017; Primera edición; Tres Partes y 15 Capítulos; 320 Páginas.
- CORNEJO RAMÍREZ, Enrique...; **“Innovación Política: Aprendiendo de una campaña electoral y emprendiendo otra”**; ponencia presentada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno; Bogotá-Colombia, jueves 23 de noviembre de 2017.
- CORNEJO RAMÍREZ, Enrique...; **“Retos Políticos de la Izquierda Democrática ante la Globalización: una mirada desde Perú”**; Lima, noviembre de 2016; 20 páginas, documento que fue presentado como ponencia por el autor en el V Taller Regional Cuenca del Caribe y Cono Sur: “Retos Políticos para la Región ante la Globalización”, organizado por la Fundación Pablo Iglesias y realizado en Madrid- España entre los días 28 y 30 de noviembre de 2016.
- Corresponsales de “El País” en Berlín, Washington, Pekín...; **“Tres grandes potencias buscan nuevos equilibrios”**; Informe publicado en Sección

Internacional del Diario “El País”; Madrid, viernes 17 de noviembre de 2017; Página 04.

- CRESPO, José Antonio...; **“El candidato presidencial del PRI se estanca ante el avance de sus rivales”**; declaraciones incluidas en la Sección “Internacional” del Diario “El País”; Madrid, jueves 01 de febrero de 2018; Página 06.
- CUÉ, Carlos E...; **“La revolución de Macri tendrá que esperar”**; informe periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, viernes 02 de febrero de 2018; Página 06.
- DIARIO EL COMERCIO...; **“Fake News, una nueva expresión para una vieja costumbre”**; artículo especial publicado en la Sección de Actualidad del Diario “El Comercio”, Página Web del diario: [www.elcomercio.pe](http://www.elcomercio.pe) ; Lima 02 de abril de 2017. Colgado en las redes sociales a las 03:15 pm.
- Diario EL PAÍS...; **“Obama alerta del peligro por el uso irresponsable de las redes”**; Nota periodística publicada en la Sección “Internacional” del Diario “El País”; Madrid, jueves 28 de diciembre de 2017; Página 06.
- DIARIO PERÚ21...; **“Donald Trump: tensión y división en su primer año como presidente”**; Informe Especial del Diario “Perú21” en su Sección “Mundo”; Lima, sábado, 20 de enero de 2018; Página 14. El informe fue elaborado por el periodista Carlos Viguria Chávez.
- DONCEL, Luis...; **“El alemán que asusta a Europa”**; artículo periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, miércoles 20 de setiembre de 2017; Página 13.
- DONCEL, Luis/ PÉREZ, Claudi...; **“La frágil victoria de Merkel complica las reformas en Alemania y Europa”**; Informe periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, 26 de setiembre de 2017; Página 03.
- DUQUE, Luis David...; **“Políticos: Especie en vías de extinción”**: conferencia desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, miércoles 22 de noviembre de 2017.
- EL PAÍS...; **“Viejo y Nuevo México: Aunque elegido candidato a dedo, Meade es la mejor opción del PRI”**; artículo editorial publicado en el Diario “El País”; Madrid, jueves 30 de noviembre de 2017; Página 14.
- ERICE, Manuel...; **“Trump: el triunfo del showman”**; Ediciones Encuentro S.A.; Madrid, 2017; Prólogo de Javier Rupérez; 240 Páginas.
- ESCALANTE, Carlos...; **“Gana el que menos se equivoca”**; conferencia desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, viernes 24 de noviembre de 2017.
- ESCRIBANO, José Claudio...; **“Macri no genera entusiasmo, sino alivio”**; entrevista publicada en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, miércoles 04 de abril de 2018; Página 11.
- ESPARZA, Pablo...; **“Quién es Emmanuel Macron, el “populista de centro” que ganó las elecciones en Francia y se convertirá en el mandatario más joven**

- desde Napoleón**"; artículo publicado en la Sección "Mundo" de la BBC; en la Página Web [www.bbc.com](http://www.bbc.com); Londres, 07 de mayo de 2017.
- ESKIBEL, Daniel...; **"IDENTIKIT: Utilidad práctica de los perfiles psicológicos en la comunicación política"**; conferencia desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, jueves 23 de noviembre de 2017.
  - EURNEKIAN, Eduardo...; **"Macri acaba de empezar, hasta ahora sólo buscaba ganar las elecciones"**; entrevista publicada en Sección Internacional del Diario "El País"; Madrid, jueves 07 de diciembre de 2017; Página 08.
  - FARIZA, Ignacio...; **"El FMI subraya el riesgo del TLC en el crecimiento en México"**; Informe periodístico publicado en la Sección "Economía y Negocios" del Diario "El País"; Madrid, 14 de noviembre de 2017; Página 38.
  - FARIZA, Ignacio...; **"Las remesas hacia México batieron otro récord en 2017"**; informe publicado en Sección "Economía y Negocios"; Madrid, viernes 02 de febrero de 2018; Página 37.
  - FARIZA, Ignacio...; **"México bate el récord de coches exportados a EE.UU. pese a las dudas del TLC"**; informe publicado en la Sección "Economía y Negocios"; Madrid, martes 09 de enero de 2018; Página 36.
  - FAURIE, Jorge...; **"El proteccionismo no sirve. Argentina lo probó y nos dejó más pobres"**; entrevista publicada en Sección Internacional del Diario "El País"; Madrid, viernes 03 de noviembre de 2017; Página 05. La entrevista la realizó el periodista Carlos E. Cué.
  - FERREIRO SANABRIA, Mario...; **"El futuro de Asunción como ciudad autónoma"**; ensayo publicado en libro "La Historia del futuro. El Paraguay a partir del 2018"; Víctor Raúl Benítez (Editor); Asunción-Paraguay, noviembre de 2017; Editorial Libre; Página 98.
  - FERREIRO, Mario...; **"El Tranvía"**; Criterio Ediciones; Asunción-Paraguay, noviembre de 2009; Cuarta edición, noviembre de 2011; Página 11.
  - FERREIRO, Mario...; **Dedicatoria para Enrique Cornejo de su obra "El Tranvía"** (ya citada); Asunción-Paraguay, abril de 2018.
  - FRANCISCO, Papa...; **"El Papa critica en Perú la corrupción política"**; nota periodística publicada en portada y Sección Internacional del Diario "El País"; Año XLIII; Número 14.806; Madrid, lunes 22 de enero de 2018; Páginas 01 y 09.
  - GALINDO, Heriberto...; **"México y el PRI: los retos de su renovación"**; artículo publicado en la Sección Internacional del Diario "El País"; Madrid, martes 05 de diciembre de 2017; Página 11.
  - GARTON ASH, Timothy...; **"El maltrecho Occidente anglosajón"**; artículo periodístico publicado en la Sección de "Opinión" del Diario "El País"; Madrid, martes 08 de agosto de 2017; página 11.
  - Gómez, Luis Fernando...; **"Googlecracia"**; Conferencia desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, jueves 23 de noviembre de 2017.

- GÓMEZ, Luis Ernesto...; **“Googlecracia. Gobierno, campañas y ciudadanos digitales”**; Grupo Editorial Ibañez; Bogotá, noviembre de 2017; Segunda Edición; 137 Páginas.
- Gómez, Luis Ernesto...; **Dedicatoria escrita a mano por el autor del libro “Googlecracia. Gobierno, campañas y ciudadanos digitales”**; Universidad Libre de Colombia; Bogotá, jueves 23 de noviembre de 2017.
- Gómez, Luz...; **“Trump, el Balfour del Siglo XXI”**; artículo publicado en la Sección Internacional del Diario “El País” de España; Madrid, jueves 07 de diciembre de 2017; Página 04.
- GOSSAIN, Juan Carlos...; **“Palabra de gobierno. Discursos de Transformación”**; Fundación “Ciudad en Movimiento”; Cartagena de Indias, Bolívar-Colombia; 2015; 293 Páginas.
- GUIMÓN, Pablo...; **“La emigración a Reino Unido registra una caída anual récord tras el BREXIT”**; informe periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, viernes 01 de diciembre de 2017; Página 03.
- GUIMÓN, Pablo...; **“May declara la soledad cuestión de Estado”**; informe periodístico publicado en la Sección Editorial del Diario “El País”; Madrid, jueves 18 de enero de 2018; Página 40.
- GUTIÉRREZ, Jaime...; **“Retos y Oportunidades de las Elecciones Presidenciales y Legislativas Colombia 2018”**; en Panel desarrollado en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, miércoles 22 de noviembre de 2017.
- JARAMILLO LUJÁN, Miguel...; **“Sin marca no hay voto”**; artículo publicado en Revista “Innopolítica”; Año 1, No. 01; Bogotá, octubre de 2017; Página 12.
- KOVADLOFF, Santiago...; **“Argentina idolatra el pasado, debemos dejar de repetirlo”**; entrevista publicada en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, viernes 13 de octubre de 2017; Página 09.
- LAFUENTE, Javier...; **“México muestra sus tres cartas electorales en un escenario político de total incertidumbre”**; informe periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, miércoles 13 de diciembre de 2017; Página 13.
- LE MAIRE, Bruno...; **“La división nunca es buena para la economía y la estabilidad financiera”**; entrevista publicada en la Sección “Economía y Negocios” del Diario “El País”; Madrid, lunes 09 de octubre de 2017; Página 38.
- L’HÉRONET, Yann...; **“Emmanuel Macron: El ascenso al poder”**; Serie Documentales Internacionales de NETFLIX; California, EE.UU., 2017; Video de 1 hora y 30 minutos de duración. Título en francés: “Les Coullisses d’une Victoire.
- LINDNER, Christian...; **“La política de refugiados de Merkel fue clave en el ascenso de AfD”**; entrevista publicada en la Sección “Internacional” del Diario “El País”; Madrid, martes 19 de diciembre de 2017; Página 05.
- LIMÓN, Raúl/ MORA, Antonio J...; **“Los ondas como antídoto a la posverdad”**; nota periodística publicada en Sección “Comunicación” del Diario “El País”; Madrid-España, miércoles 13 de diciembre de 2017; Páginas 24 y 25.

- MACRI, Mauricio...; **“Macri aguanta el pulso de la calle y aprueba la reforma de las pensiones”**; declaraciones reproducidas en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, miércoles 20 de diciembre de 2017; Página 03.
- MACRON, Emmanuel...; **“Macron encabeza la lucha contra el calentamiento tras la salida de EE.UU.”**; declaraciones publicadas en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, miércoles 13 de diciembre de 2017; Página 03.
- MARS, AMANDA...; **“Trump apunta a Rusia y China como amenazas a la prosperidad de EE.UU.”**; ensayo publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, martes 19 de diciembre de 2017; Página 03.
- MARCOS, José...; **“Sólo el 25% de los afiliados a Podemos participan en los procesos internos”**; artículo periodístico publicado en Sección “España” del Diario “El País”; Madrid, viernes 29 de diciembre de 2018; página 17.
- MARS, Amanda...; **“Trump: No estaría aquí si no fuera por las redes sociales”**; Ensayo periodístico publicado en la Sección “Internacional” del Diario “El País”; Madrid, lunes 23 de octubre de 2017; Página 07.
- MARTÍNEZ AHRENS, Jan...; **“Trump emprende vía Twitter un giro radical de la política exterior”**; Ensayo periodístico publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Año XLIII, Número 14.788; Madrid, jueves 04 de enero de 2017; Página 03.
- MARTÍNEZ AHRENS, Jan...; **“Trump intenta frenar la difusión de un demoledor retrato de su Casa Blanca”**; ensayo publicado en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, viernes 05 de enero de 2018; Página 03.
- MELÉNDEZ, Carlos...; **Declaración en Programa “Enfoque de los Sábados”** de Radio Programas del Perú (RPP); Lima, sábado 30 de diciembre de 2017.
- MENENDEZ, Gustavo...; **“Gustavo Menéndez, el peronista menos pensado: Quiero trascender”**; entrevista publicada en Sección Política de “Noticias”; Buenos Aires, 01 de febrero de 2018. La entrevista la realizó el periodista Juan Luis González.
- MOGOLLÓN, Amaury...; **“Soy Millennial: Descifrando el cerebro del voto Millennial en Colombia”**; conferencia desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, viernes 24 de noviembre de 2017.
- MONTES, Rocío...; **“EL resultado de las presidenciales obliga a repensarlo todo: Ricardo Lagos, expresidente de Chile”**; entrevista publicada en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid-España; miércoles 20 de diciembre de 2017; Páginas 6 y 7.
- MORENO, Guadalupe...; **“Sólo el 60% de los españoles piensa que estamos mejor hoy que hace 50 años”**; artículo publicado en STATISTA, [www.es.statista.com](http://www.es.statista.com) ; portal de estadísticas polivalente; Madrid, 08 de diciembre de 2017.
- MUÑOZ ROJAS, Olivia...; **“Levantar puentes, tender muros”**; ensayo publicado en Sección de Opinión del Diario “El País”; Madrid, viernes 11 de agosto de 2017; Página 11.
- NAVALÓN, Antonio...; **“México, año cero”**; artículo publicado en la Sección de Opinión del Diario “El País”; Madrid, lunes 08 de enero de 2018; Página 13.

- NYSSSEN, Françoise...; **“El Estado debe intervenir en el mercado cultural”**; entrevista publicada en Sección “Cultura” del Diario “El País”; Madrid, martes 24 de octubre de 2017; Página 28.
- ORTEGÓN ORTEGÓN, Luis Gilberto...; **“Retos y Oportunidades de las Elecciones Presidenciales y Legislativas Colombia 2018”**; en Panel desarrollado en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, miércoles 22 de noviembre de 2017.
- PERÓN, Juan Domingo...; **“Comunidad Organizada”**; Discurso de Clausura del Congreso Internacional de Filosofía realizado en Mendoza en 1949; Ediciones Centauro; Buenos Aires, diciembre de 2015; 125 páginas.
- PEYTIBI, Xavier...; **“Las Campañas Conectadas”**; artículo publicado en Revista “Acción Política: Comunicación, estrategia y poder”; Edición No. 2; Bogotá, noviembre-diciembre de 2017; Página 02.
- RAFAEL, Henry...; **“Experto dice que proceso de paz no va a definir las elecciones presidenciales”**; entrevista publicada en Sección Colombia del Diario “El Tiempo”; Bogotá, sábado 02 de diciembre de 2017; Página 1.7
- RAFFAELLI, Marina...; **“Política&Ficción”**; artículo publicado en Revista “Acción Política: Comunicación, Estrategia y Poder”; Edición No. 2; Bogotá, noviembre-diciembre de 2017; Página 08.
- RAMÓN SÁNCHEZ, Ramón...; **“Cómo convertir datos en votos: 7 claves para conectar con la ciudadanía”**; desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, miércoles 22 de noviembre de 2017.
- RATTAZZI, Cristiano...; **“El cambio en Argentina va en serio, la gente se cansó del desorden”**; entrevista publicada en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, lunes 16 de octubre de 2017; Página 11. La entrevista fue realizada por los periodistas Carlos E. Cué y Mar Centenera.
- Redacción del Diario El País...; **“Google y PRISA se alían contra las noticias falsas y la publicidad engañosa”**; nota periodística publicada en Página de Economía y Negocios del Diario “El País”; Año XLI, Número 14.769; Edición América; Madrid, jueves 14 de diciembre de 2017, Página 37.
- RIZZI, Andrea...; **“La peligrosa misa fúnebre para los partidos”**; artículo publicado en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, viernes 15 de diciembre de 2017; Página 04.
- RIVAS, Andy... **“Conversaciones con Enrique Cornejo y Luis Jiménez”**; Asunción-Paraguay, lunes 02 de abril de 2018.
- ROMERO, Luis Miguel...; **“El auge del populismo y la anti política en América Latina”**; artículo publicado en Revista “Acción Política: Comunicación, Estrategia y Poder”; Edición No. 2; Bogotá, noviembre-diciembre de 2017; Página 26.
- RUBACH, Gisela...; **“Trump vs. América Latina. Estrategias ante una crisis”**; conferencia magistral desarrollada en Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política

- y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, miércoles 22 de noviembre de 2017.
- SALINAS DE GORTARI, Carlos...; **“Algunas preguntas para los electores”**; artículo publicado en la Sección de Opinión del Diario “El País”; Madrid, viernes 26 de enero de 2018; Página 15.
  - SANDOVAL, Aristóteles...; **“El PRI debe hacer autocrítica para recuperar la credibilidad”**; entrevista al Gobernador de Jalisco realizada por el periodista Juan LAFUENTE y publicada en la Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, lunes 27 de noviembre de 2017; Página 04.
  - SANTOS, Gustavo...; **“El Kirchnerismo nos dejó un país cerrado al mundo”**; entrevista publicada en la Sección de “Economía y Negocios” del Diario “El País”; Madrid, jueves 18 de enero de 2018; Página 38. La entrevista la realizó el periodista Felipe Sánchez.
  - SOLANA, Javier...; **“Reconozcamos al Estado palestino”**; artículo publicado en Sección de “Opinión” del Diario “El País”; Madrid, miércoles 03 de enero de 2018; Pagina 15.
  - TELLO, María del Pilar...; **“Conversaciones con Enrique Cornejo”**; Lima, 2016
  - TENEMBAUM, Ernesto...; **“Perón, Perón, ¿quién era Perón?”**, artículo publicado en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, jueves 15 de marzo de 2018; Página 13.
  - THE ECONOMIST...; **“México se pasa a la izquierda. El candidato presidencial Andrés López Obrador, favorito para ganar las elecciones, confunde su papel de líder político”**; Informe publicado en Londres en 2017 y reeditado en Diario “Gestión”; Lima, martes 07 de noviembre de 2017; Página 19
  - VARGAS VEGA, Víctor...; **“Neuropolítica Aplicada”**; conferencia desarrollada en la Segunda Cumbre Latinoamericana de Comunicación y Gobierno, organizada por el Instituto de Comunicación Política y Gobierno (ICPG) y la Universidad Libre de Colombia; Bogotá-Colombia, viernes 24 de noviembre de 2017.
  - VERDÚ, Daniel...; **“El Papa critica, ante la curia las intrigas y a los traidores”**; Nota periodística publicada en la Sección Internacional del Diario “El País”; Año XLI, Número 14.777; Madrid, viernes 22 de diciembre de 2017; Página 13.
  - WAUQUIEZ, Laurent...; **“En Francia hace demasiado tiempo que la derecha no ha hecho su trabajo”**; entrevista publicada en Sección Internacional del Diario “El País”; Madrid, viernes 22 de diciembre de 2017; Página 10.
  - ZAPATA, Eduardo...; **“Donald, el sincero”**; artículo escrito en Lima el 22 de febrero de 2017 y publicado en el Portal de Opinión “El Montonero” [www.elmontonero.pe](http://www.elmontonero.pe)
  - ZAPATA, Eduardo...; **“El Tío Donald: El ascenso del candidato Trump”**; artículo escrito en Lima, marzo de 2016 y publicado en el Portal de Opinión “El Montonero” [www.elmontonero.pe](http://www.elmontonero.pe)
  - ZAPATA, Eduardo...; **“Intervención como panelista en la ceremonia de presentación del libro de Enrique Cornejo titulado: El Paso Siguierte de la Globalización”**; realizado en la Universidad Peruana Simón Bolívar (UPSB), en Lima el lunes 04 de diciembre de 2017.

- ZAPATA, Eduardo...;/BIONDI, Juan...; **“Nómades Electronales. Lo que nos dicen las escrituras de los jóvenes: había que echarse a andar nuevamente”**; Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC); Lima, enero de 2017; Primera edición; 136 Páginas.
- ZAPATA, Eduardo...; **“Presentación del libro Nómades Electronales”**; Auditorio de la Universidad Peruana Simón Bolívar (UPSB); Lima, 30 de noviembre de 2017.
- ZUCKERGERG, Mark...; **“La nueva misión de Facebook”**; declaraciones citadas en programa de CNN en Español; Atlanta-EE.UU; sábado 13 de enero de 2018.

## Anexos

## **Anexo No. 1**

# **Contigo Ciudadano**

## **Movimiento por la Innovación Política**

### **Manifiesto**

#### **A. El contexto actual**

En el mundo y en nuestro país diariamente se producen cambios sustantivos en todo orden de cosas: en lo social, en lo económico, en lo tecnológico, en lo político e incluso en lo ético y moral. El cambio es inexorable y se da a gran velocidad. El cambio afecta a todo y a todos: personas, instituciones, paradigmas, modos de acción. Frente al cambio, lo normal es resistirse; la alternativa es aprovechar el cambio y convertirlo en una oportunidad para lograr objetivos superiores.

En este contexto, los partidos políticos, los políticos y la forma de hacer política están en cuestionamiento. Entretenidos en sus pugnas internas y en el deseo de alcanzar cargos de dirigentes y candidaturas, los militantes y los partidos políticos se han alejado de la gente y han perdido lo esencial de su naturaleza: construir un discurso

político que se preocupe del día a día de los ciudadanos, que resuelva sus problemas, que genere esperanza en el futuro. La permanencia de cúpulas partidarias que impiden el surgimiento de nuevos líderes, los problemas de corrupción y falta de transparencia en la gestión, la falta de democracia interna y la centralización de las decisiones son algunos de los principales problemas que aquejan a los partidos políticos.

### **B. ¿Cómo afrontar este problema?**

La solución no es que los partidos políticos desaparezcan, sino que entiendan que deben producir importantes cambios en su manera de pensar y de actuar. Las ideologías y los programas son necesarios para darle un sentido a la política, de manera de no caer en la improvisación y en la demagogia. Pero es claro que actualmente la gran mayoría de los ciudadanos –especialmente los más jóvenes- no quieren escuchar discursos ni debates ideológicos sino respuestas concretas a sus preocupaciones concretas.

Se trata entonces de transitar desde la actual concepción del “político-intermediario” al político que representa a la ciudadanía y se debe permanentemente a ella. Hay que practicar la política con decencia y hacer docencia a través de la política.

### **C. Nuestros Principios**

Los integrantes de **CONTIGO CIUDADANO**, movimiento por la innovación política, declaramos que apostamos por una nueva forma de hacer política, basado en los siguientes principios:

1. Nuestro **amor por el Perú, la valoración de nuestra historia y riqueza cultural**, así como nuestra **vocación de servicio público** para contribuir a mejorar la calidad de vida de los peruanos;
2. Nuestra **profunda convicción democrática** y de lucha por la **libertad**, así como de combate a todo tipo de dictadura u opresión;
3. Nuestra **condena a todo tipo de discriminación**, promoviendo el **respeto por la diversidad y la solidaridad**;
4. Nuestra inquebrantable búsqueda de la **justicia social**, la **superación de la pobreza y la desigualdad**;
5. Nuestro accionar permanente desde la **ciudadanía** y con la ciudadanía;
6. Nuestra vocación por **contribuir a la innovación desde la sociedad**, no sólo en lo político sino en lo intelectual, buscando nuevo conocimiento y fomentando

la investigación y el desarrollo tecnológico para crear un país y – consecuentemente- una ciudadanía mucho más competitiva.

7. Nuestra firme determinación a practicar una **política transparente**, con **rendición de cuentas**, capacitando y **formando a los militantes** y promoviendo la **renovación del liderazgo**;
8. Nuestra voluntad de promover el **debate alturado**, la **búsqueda del consenso** y la **democracia interna**;
9. Nuestro entendimiento que la política debe contribuir a **hacer más felices a las personas** y que éstas deben volver a tener confianza en los políticos y en sus instituciones para tener legitimidad.

#### **D. Los criterios de la nueva acción política**

En nuestro movimiento **CONTIGO CIUDADANO** consideramos, por lo tanto, que se hace imperativo cambiar sustantivamente la manera de hacer política, partiendo de una seria autocrítica del accionar tradicional y sobre la base de los siguientes criterios fundamentales:

1. **Recuperar la dimensión ética de la política**; actuando con transparencia; deslindando claramente con la corrupción y estableciendo mecanismos efectivos y filtros para evitar caer en ella; predicando con el ejemplo y cumpliendo con la palabra empeñada y las ofertas de campaña; así como no ofreciendo lo que no se puede hacer.
2. **Mantener una permanente cercanía con la población**; caminando y escuchando las inquietudes de los ciudadanos todo el año y no sólo durante una campaña electoral; buscando solucionar sus problemas aún cuando no seamos autoridad o no hayamos sido elegidos para ello.
3. **Establecer una metodología horizontal de trabajo político**; que plantee propuestas concretas e innovadoras para solucionar los problemas que preocupan al ciudadano, pero que también sea capaz de escuchar, de incorporar las sugerencias en su plataforma o incluso de delegar en las organizaciones de la sociedad civil las correspondientes acciones de política a seguir. Que haga un permanente seguimiento de las acciones adoptadas para darles continuidad y corregir eventuales problemas.
4. **Utilizar nuevos métodos de comunicación y de marketing político**; priorizando los mensajes claros y directos (“en una”) frente a los grandes discursos y los debates ideológicos; enfocando el accionar en segmentos y aún en partículas de ciudadanos con un mensaje específico para cada quien; utilizando inteligentemente las redes sociales y los medios de comunicación social, proponiendo y no atacando a los adversarios políticos.

5. **Promover la democracia interna al interior del partido o movimiento;** con establecimiento de deberes y derechos para cada militante; propiciando la libre elección de los dirigentes, garantizando la continua renovación de los liderazgos, descentralizando las decisiones y estableciendo una organización por tareas y procesos antes que la tradicional organización funcional y sólo jerárquica.
6. **Preparar buenos planes de gobierno y estrategias prospectivas de acción política;** priorizando los temas que le preocupan a la población, con buen sustento técnico y sostenibilidad financiera, creando un sueño, una visión como país, como región, como ciudad, una esperanza para los ciudadanos, construyendo políticas de Estado.
7. **Capacitar y formar nuevos dirigentes políticos;** trabajando estrechamente con la juventud, con escuelas de formación política, talleres de liderazgo y cursos para el emprendimiento exitoso.
8. **Incentivar y promover desde el movimiento la investigación y el desarrollo tecnológico,** con escuelas y grupos de innovación que sirvan no sólo para la política institucional sino también para el libre aprovechamiento de la sociedad.

#### **E. Aportes para el debate**

##### **- La crisis del sistema global corporativo**

Asistimos a una crisis del sistema global corporativo expresada, entre otros aspectos, por la mayor desigualdad y el mantenimiento de altos niveles de pobreza, no obstante, el mayor crecimiento económico alcanzado; la importante pérdida de empleos; alto nivel de corrupción, el recalentamiento del planeta, el resurgimiento de posiciones nacionalistas, nuevos radicalismos religiosos y de otro tipo, así como de terrorismo internacional.

Los problemas antes mencionados son de tal magnitud que opacan la valorización de los aspectos positivos de la globalización como son los mayores niveles de inversión, el crecimiento económico, la estandarización de los procesos, la disponibilidad de mejores opciones para los consumidores, la difusión de nuevas tecnologías y la existencia de mercados internacionales más abiertos.

Los problemas del sistema global corporativo han impactado negativamente en el ánimo de millones de ciudadanos, generando desconfianza, escepticismo y desesperación lo que crea el caldo de cultivo para discursos radicales, violentistas y demagógicos y le hace mucho daño a la institucionalidad y a la gobernabilidad democrática.

##### **- El nuevo Estado**

Para afrontar esta crisis, proponemos superar la dicotomía mercado- Estado y pasar a la tricotomía mercado-Estado-ciudadanía.

En efecto, el debate fundamental en el Siglo XX variaba entre privilegiar el mercado frente al Estado (alrededor de lo cual se ubicaban las denominadas posiciones de derecha), privilegiar el Estado frente al mercado (vinculada a las posiciones de izquierda), o alcanzar un equilibrio entre mercado y Estado en la búsqueda de la justicia social (posición social demócrata), con diversos matices entre estos tres planteamientos según el país del que se trate. Para nosotros esta discusión ya cumplió su ciclo.

En el Siglo XXI tenemos ya suficiente evidencia de la importancia alcanzada por la ciudadanía, actuando individualmente o a través de sus diversas organizaciones e instituciones. La ciudadanía actúa ante la ausencia o inadecuada actuación del Estado y, en muchos casos, lo hace mejor que el Estado. En consecuencia, de lo que se trata es de determinar cuánto mercado y cuánto Estado se hace necesario para promover también la participación activa de la ciudadanía, siempre con el objetivo último de lograr mejores niveles de vida (bienestar) para la población.

El nuevo Estado tendrá que participar entonces con una acción de geometría variable. Tendrá que seguir siendo vertical para resguardar el orden interno, el cumplimiento de las leyes y asegurar la defensa nacional; tendrá que seguir siendo vertical para desarrollar programas sociales de lucha contra la pobreza, regular las imperfecciones del mercado y el abuso de posiciones dominantes, pero tendrá que ser horizontal para entender (e incluso delegar) la acción de (en) la ciudadanía, promover el desarrollo de los mercados, la inversión privada y el emprendimiento competitivo y hacerlo con el menor nivel de intervención posible (“dejar trabajar”), buscando reducir al mínimo la discrecionalidad de los funcionarios públicos.

La función pública en los tiempos actuales requiere un cambio de enfoque y de la normatividad, buscando simultáneamente la transparencia, la eficiencia y la velocidad en el gasto público. Con sistemas de control concurrente que acompañen y eviten actos irregulares, incorporando el concepto de “costo de oportunidad” en la toma de decisiones (cuesta más no hacer que hacer), propiciando la meritocracia y digitalizando los procesos. La función pública requiere un verdadero cambio de mentalidad, de manera de no crear trabas ni trámites sino facilitar la vida y el trabajo de los ciudadanos y de los emprendedores, rompiendo paradigmas.

En el nuevo Estado, para recuperar la confianza de los ciudadanos, deben alinearse los tiempos políticos (un período constitucional de gobierno) con los tiempos legales (los períodos presupuestales que establece la ley) y los tiempos sociales (que tienen que ver con las expectativas de la población).

El nuevo Estado debe recuperar así la confianza de la población con servicios públicos eficientes, creando adecuados espacios para la actuación de la ciudadanía y buscando el orden dentro de un escenario predominantemente caótico y de gran incertidumbre.

Proponemos entonces un Estado que le sirva concretamente al ciudadano. Proponemos un nuevo contrato social.

- **La política como innovación permanente**

En un escenario tan dinámico y variable, es necesario ser creativos e incluso “disruptivos”. La acción política debe ser capaz de proyectar una visión de futuro para un presente desordenado y caótico. Son varios los ámbitos en los que debemos desarrollar este esfuerzo de innovación permanente:

1. Innovación empresarial para el auto emprendimiento y la generación de empleo competitivo;
2. Innovación educativa;
3. Innovación en la creación del conocimiento;
4. Innovación en la gestión de la salud;
5. Innovación en la gestión del territorio;
6. Innovación en las políticas de integración;
7. Innovación en el marketing y en el accionar político.

La innovación se constituye así en una verdadera revolución cultural y organizacional para afrontar la crisis actual y la que se viene. Veamos a continuación, qué es lo que entendemos por estos tipos de innovación.

**1. Innovación empresarial para el auto emprendimiento y la generación de empleo competitivo;**

La **escasa generación de nuevos puestos de trabajo y la precariedad de los existentes es uno de los problemas más graves del sistema global corporativo**. Frente a ello, el auto emprendimiento surge como una respuesta espontánea y muchas veces creativa que algunos erróneamente tratan como sector informal y aún con medidas de chantaje y persecución.

Frente a la tradicional dicotomía capital-trabajo, planteamos la tricotomía capital-trabajo-auto emprendimiento.

La capacidad de auto emprendimiento de los peruanos es una de las fortalezas que debemos estimular con programas de capacitación focalizados y planes de acción inmediata que permitan su crecimiento ordenado, asociativo y competitivo. Muchos son los programas concretos que se pueden desarrollar como la modernización de las bodegas, los ambulantes interconectados o los taxis multiservicios. En todos los casos combinamos auto emprendimiento con creatividad y con eficiencia. Las políticas públicas deben diseñarse desde lo micro hacia lo macro.

La innovación para el emprendimiento parte de la constatación que al 75% de la población económicamente activa (PEA) en el Perú hay que sacarla del caos y de la pobreza aprovechando sus potencialidades y buscando la modernización Mype, la conformación de conglomerados y de parques industriales. Parte del convencimiento

que la mayor parte del trabajo es independiente. La autogestión y el emprendimiento se convierten entonces en las maneras más adecuadas para que el sistema económico mundial y nacional mantenga su crecimiento y legitimidad. Es el verdadero instrumento de la inclusión social y productiva.

## **2. Innovación educativa.**

Una **nueva educación es la columna vertebral de la nueva política**. Felizmente ya no tenemos que esperar dos o tres generaciones para apreciar los resultados de una reforma educativa. Los hechos se suceden a tan alta velocidad, con los nuevos métodos y tecnologías de la información y la comunicación, que podemos esperar realistamente que los primeros resultados de una reforma educativa se aprecien ya a los cinco primeros años de implementación. Este es un hecho revolucionario que hay que aprovechar.

Lo adecuado en estos tiempos es reivindicar el auto aprendizaje, proponer un currículo flexible, y trabajar por una educación en valores que estimule el amor al Perú, la solidaridad con los que menos tienen, el pensamiento complejo, la honestidad, la unidad familiar, el emprendimiento, la innovación y la cultura del valor agregado. La nueva educación debe enseñar a pensar críticamente.

Son tiempos de autoeducación, de multidisciplinariedad, de una educación para el desarrollo integral (y no sólo para el mercado), de una educación con mentores, y de la creación de potencial humano (y no solo el aprendizaje de métodos y herramientas).

La educación debe estimular la innovación empresarial para el emprendimiento, desarrollando prototipos y embriones de proyectos productivos de bienes y servicios (mitosis). La educación debe ser terminal en sus diversas etapas, de manera que el estudiante vaya adquiriendo progresivamente habilidades y conocimientos que le sirvan en su vida diaria. La nueva educación debe promover la creación de valor.

La educación debe ser asimismo integral, de forma que el estudiante no sólo obtenga conocimientos y aprendizajes, sino que también desarrolle adecuadamente su inteligencia emocional, hable al menos otro idioma internacional, practique un deporte y cultive una modalidad artística.

## **3. Innovación en la creación del conocimiento**

Contamos con un sistema educativo tradicionalmente memorista, cuya base es aprender del pasado, lo que es bueno, pero no influye sustantivamente en el desarrollo de nuevo conocimiento, instrumento fundamental para lograr el estado de bienestar y por tanto la felicidad.

Cada integrante de CONTIGO podrá formar parte de grupos de estudios, investigación y desarrollo tecnológico que permitan crear conocimiento, nuevas tecnologías y, en general, nuevas formas de hacer las cosas en beneficio de la sociedad peruana.

Ello derivaría, a través de un grupo multidisciplinario de profesionales en la creación de un "instituto o universidad en la red", de funcionamiento 7x24, es decir, a cualquier

hora del día, cualquier día de la semana, que permita satisfacer la demanda de necesidades empresariales hoy no cubiertas y dotar, mediante el auto aprendizaje, a personas que de otro modo no habrían podido acceder a un certificado que acredite sus conocimientos, habilidades y deseos de superación, obviamente con la debida rigurosidad en la evaluación.

Con esto, nuestra innovación educativa podrá –entre otras cosas- ser alcanzada por todos aquéllos que no fueron privilegiados económicamente, o que, por la geografía, el tiempo o cualquier otra situación limitante no pudieron acceder a una educación de calidad pero que, sin embargo, tenían toda la disposición y las habilidades para desarrollar el conocimiento, introducirse competitivamente al mercado, generar ingresos, ayudar a sus familias, mejorar su calidad de vida y alcanzar la felicidad.

En CONTIGO las ideas innovadoras o creativas siempre serán bienvenidas y se constituirán en uno de los sellos característicos del movimiento.

#### **4. Innovación en la gestión de la salud**

**En la nueva política la salud de las personas es un tema estratégico.** La salud debe lograrse enfatizando en la fase preventiva antes que en la asistencial y curativa. Para ello debemos combinar los avances científicos en el campo de la salud con la sabiduría ancestral de la medicina tradicional y el uso sostenible de huertos y la biomedicina.

En la nueva política los niños, que no votan, serán nuestra prioridad. En este sentido, innovar en la gestión de la salud significa asegurar, como pre requisito fundamental de la justicia social, el que el Estado garantice la completa formación del cerebro de nuestros niños, con adecuadas políticas de alimentación y nutrición que cubran desde el embarazo de la madre hasta que el niño cumpla los tres años de edad. En pleno siglo del conocimiento y de la información, no puede haber niños cerebro-deficientes.

Con una educación y una salud de calidad, la nueva política debe atender de manera prioritaria a los millones de niños que no votan aún pero con respecto a los cuales hay que adoptar todas las políticas necesarias para garantizar su pleno desarrollo como personas, su felicidad. En CONTIGO priorizamos a los niños y planteamos el desarrollo humano desde las edades más tempranas.

La innovación en la salud implica generalizar el uso de la telemedicina para afrontar el problema de las dificultades geográficas y la falta de médicos especialistas en los pueblos más alejados de nuestro territorio.

Enfatizar en los aspectos preventivos de la salud implica garantizar la disponibilidad y racional uso del agua por parte de la población. En nuestra perspectiva, el agua debe ser considerada no sólo como fuente de vida, de energía o de empleo sino también

como fuente creadora de valor, como fuente de paz y desarrollo para la población. La justicia social en estos tiempos se expresa claramente en el acceso y la calidad del agua que requerimos.

## **5. Innovación en la gestión del territorio**

**La nueva política requiere una adecuada gestión del territorio y el respeto al medio ambiente.** Esta política implica acciones concretas de acondicionamiento territorial y de planeamiento de las zonas urbanas, la preservación de la cuenca, la construcción de reservorios de agua en la zona altoandina que hagan las veces del nevado, la habilitación de drenajes pluviales en las ciudades, la construcción y operación de plantas de tratamiento de aguas residuales y correspondiente re uso, así como la implementación del sistema de pago por servicios ambientales.

En esta perspectiva, proponemos buscar prioritariamente la real integración de todo el territorio nacional de forma que no haya ningún peruano que se encuentre incomunicado o aislado. Planteamos transitar de la actual descentralización sustentada solamente en un reparto administrativo y presupuestal a una descentralización estratégica y productiva en la que, simultáneamente, centralicemos estratégicamente y descentralicemos ejecutivamente.

En CONTIGO estamos preocupados por las amenazas naturales, las vulnerabilidades y los riesgos potenciales que se presentan en el Perú, uno de los países con mayor vulnerabilidad frente al cambio climático en el planeta. Planteamos una gestión integral de riesgos frente a desastres como una política de Estado, enfatizando en los aspectos preventivos y de educación de las personas y de sus familias. Nuestro propósito es abordar las causas que generan los desastres y no sólo enfocarnos en las emergencias, pues los riesgos no atendidos oportunamente se convierten en desastres con lamentables consecuencias en la población.

## **6. Innovación en las políticas de integración**

Planteamos, asimismo, superar la tradicional dicotomía entre globalización y nacionalismo y pasar a la **tricotomía globalización-nacionalismo-integración**.

Una de las consecuencias de la globalización es la pérdida de espacio (y de soberanía) de los Estados Nacionales. Cada vez más las políticas nacionales están supeditadas a acuerdos multilaterales o reglas de juego económicas y de otro tipo que se convierten en vinculantes y les restan “grados de libertad”; la reacción natural a este proceso de pérdida de soberanía nacional es recurrir a políticas nacionalistas o proteccionistas.

El Estado Nacional debe mantener para sí la acción política que garantiza la democracia, la libertad, la justicia social, el emprendimiento y el empoderamiento de la ciudadanía, pero su acción no debe estimular el retroceder hacia políticas proteccionistas que no estimulan la eficiencia y la competitividad.

La globalización exige entonces que los países actuemos conjuntamente, para aprovechar mejor las oportunidades que genera (mercados más abiertos, transferencia

de tecnologías, tamaño de inversiones) pero que también podamos atenuar los impactos negativos que produce (mayor concentración de la riqueza, mantenimiento de altos niveles de pobreza y desigualdad, abuso de posición dominante, subvaluación, dumping, entre otras prácticas comerciales).

Para ello debemos plantear una idea renovada de la integración. Proponemos el promover una **integración desde la ciudadanía** la que, además de fortalecer las relaciones económicas y políticas entre los Países Miembros, le dé un espacio sustancial a la integración social de los ciudadanos, a través de sus organizaciones nacionales o de formas integradas de asociación regional. La integración, así concebida, tendrá una mayor sostenibilidad e importancia en la vida diaria de las personas.

La integración desde la ciudadanía no debe limitarse a espacios territoriales; también puede sustentarse en espacios geo económicos, estratégicos y de integración sobre la base de aspiraciones sociales comunes. Se trata de una integración para una acción conjunta (“hacia afuera”) en el entorno global y no una integración defensiva (“hacia adentro”); se trata de trabajar conjuntamente hacia el mismo objetivo del desarrollo y el bienestar de la población.

## **7. Innovación en el marketing y en el accionar político**

Tradicionalmente la segmentación en política ha estado relacionada a niveles socio económicos, espacios territoriales y grupos clasificados por sexo y edades.

En los nuevos tiempos, **las estrategias políticas deben considerar una segmentación por “estilos de vida”** y no sólo considerar los niveles socio económicos, entendiendo – por ejemplo- que hay personas más dispuestas al cambio y al progreso (progresistas) y las hay las menos dispuestas, cualquiera que sea su nivel de ingreso. En este aspecto es necesario tener en cuenta la aspiración de millones de ciudadanos de integrar la clase media.

La segmentación también debe tener en cuenta las características del pensamiento de las personas según la generación a la que pertenecen. Por ejemplo, la población entre cero y 30 años, llamados “nativo digitales” tienen un pensamiento multifuncional, cortoplacista en el que se privilegia “el aquí y ahora”, y en el que la velocidad y el uso de las tecnologías de la comunicación e información es lo cotidiano.

Ellos son genuinamente electrónicas, escriben como hablan, no son secuenciales y son emocionalmente más abiertos y con menos estereotipos y prejuicios que anteriores generaciones. Para este –cada vez más creciente- grupo poblacional hay que desarrollar estrategias políticas muy concretas y de resultados inmediatos y, por supuesto, hay que utilizar las redes sociales para una buena comunicación.

Por su parte, la población con edades entre 30 y 60 años se caracteriza por ser escribales que desean ser electrónicas. Se adaptan por necesidad a los cambios y

velocidades y al uso de las nuevas tecnologías, pero su pensamiento es secuencial y habitualmente están pensando que en el pasado se vivía mejor. Con ellos se encuentra la mayor “resistencia al cambio”. Las estrategias políticas deben considerar estas características.

Finalmente, está la población mayor a 60 años comúnmente denominada “adulto-mayor” y que también está aumentando significativamente gracias al avance de la medicina y los estilos de vida sana que se practican. Ellos son escribales y no tienen la menor intención de ser electronales. Para ellos sigue siendo una buena forma de comunicación el reparto de volantes, la publicación de textos o el mitin partidario, entre otras prácticas tradicionales de comunicación política.

Además de estas nuevas formas de “segmentación”, la dificultad es mayor pues a ellas hay que agregar la existencia, en cada “segmento”, de variadas “partículas” de ciudadanos a los que hay que llegar con estrategias específicas de marketing.

Así, por ejemplo, en el segmento “jóvenes” a los que habrá que llegar en términos generales con un discurso puntual y renovado, debemos considerar también las “partículas” de jóvenes con diversos intereses como cuidar el medio ambiente, promover el deporte, trabajar por el cuidado de los animales, cultivar el arte o luchar por la igualdad de género. A cada uno de ellos hay que llegar con un mensaje también particular, en adición a las propuestas generales.

Otro aspecto fundamental de la innovación política es la organización en base a temas y responsabilidades específicas, dejando de lado la tradicional organización basada sólo en funciones y diferencias jerárquicas. Planteamos una política por resultados.

Cada miembro de la organización debe tener desde el principio una tarea asignada, de manera que su preocupación principal siempre sea el contribuir al objetivo común y no el tener un cargo o una candidatura. El trabajo en equipo y la organización por procesos deben privilegiarse para complementar el esfuerzo individual. Nunca debe perderse de vista que la organización política existe y tiene sentido en la medida en que esté cercana a la gente y a sus necesidades del día a día.

Cada integrante de la organización política debe sentirse, desde el principio, cómodo y motivado, seguro de que se le escucha y se le valora, convencido de que todos estamos en el mismo objetivo de servicio público y no con intereses subalternos individuales o grupales.

Las propuestas que realizamos en este Manifiesto tienen un alcance nacional y buscan como objetivo sustantivo el promover una nueva forma de hacer política. Sin embargo, queremos aplicarlas, como proyecto piloto, a la gestión en la Municipalidad de Lima, por lo que las plantearemos en las próximas Elecciones Municipales y Regionales 2018.

**Lima, abril de 2017**

**Enrique Cornejo Ramírez**

**DNI No. 08201280**

**Comisión Organizadora del Movimiento CONTIGO CIUDADANO**

## **Anexo No. 2**

# **CONTIGO CIUDADANO**

**Movimiento por la innovación Política**

## **NUESTRA VISIÓN DE LIMA**

Lima es una ciudad con casi diez millones de habitantes que ha crecido desordenadamente, sin una estrategia de planeamiento urbano, sin una visión y sin poner al ciudadano como el centro de la atención. Como consecuencia de ello tenemos

calles estrechas, un tráfico caótico, inseguridad, contaminación, falta de áreas verdes, vulnerabilidad ante los desastres y servicios públicos ineficientes.

En **CONTIGO CIUDADANO** estamos convencidos que los problemas antes mencionados podemos convertirlos en oportunidades aprovechando las potencialidades de la ciudad: su gente, su historia, su cultura, su diversidad, su ubicación geográfica.

En **CONTIGO CIUDADANO** queremos hacer política de una manera diferente, cercana a la gente, permanentemente y no sólo en campañas electorales, escuchando activamente, trabajando desde y con los ciudadanos, proponiendo políticas públicas que resuelvan problemas concretos de las personas, cumpliendo lo que prometemos, ofreciendo sólo lo que podemos hacer, buscando siempre una gestión transparente, formando nuevos dirigentes y organizándonos en base a tareas de manera que privilegiemos los encargos antes que los cargos partidarios.

En **CONTIGO CIUDADANO** sabemos que no partimos de cero y por eso rescatamos lo positivo de gestiones municipales anteriores en Lima como el Programa del Vaso de Leche impulsado por Alfonso Barrantes; la Bienal de Lima auspiciada por Alberto Andrade; las escaleras en los cerros y los Hospitales de la Solidaridad promovidos por Luis Castañeda y el PLAM 2035 que se elaboró durante la gestión de Susana Villarán. Para nosotros la política es de suma y de búsqueda de consensos.

El presente Manifiesto es una primera aproximación a nuestra visión de Lima; no es un plan de gobierno. El plan lo estamos trabajando seriamente y lo presentaremos oportunamente para consideración de la ciudadanía. En dicho plan detallaremos las medidas concretas que implementaremos, sus objetivos, metas, tiempos y financiamiento.

Nuestra visión es que Lima sea una ciudad ordenada, segura, ambientalmente sostenible, moderna y en la que los ciudadanos seamos felices.

Sabemos que lograrlo no será una tarea fácil pues requiere políticas de Estado en plazos largos y un verdadero cambio de cultura de quienes vivimos en esta ciudad, pero estamos convencidos que ha llegado el momento de iniciar este proceso de transformación y convertiremos al período de gobierno municipal 2019-2022 en el comienzo de un cambio sustancial e irreversible para el bien de Lima y de sus habitantes.

En el marco de esta visión, seis son las áreas estratégicas en las que pondremos mayor atención:

1. El transporte, el tránsito y la movilidad urbana
2. La seguridad ciudadana
3. El ordenamiento territorial, el cuidado medio ambiental y la gestión integral del riesgo de desastres
4. La promoción del auto emprendimiento y la creación de empleos competitivos
5. El desarrollo integral del ciudadano: educación, salud, deporte, recreación y cultura

## 6. La ciudad inteligente (Smart City)

Veamos, a continuación, los principales lineamientos de política pública que están incluidos en estas áreas estratégicas.

### 1. El transporte, el tránsito y la movilidad urbana

Los que habitamos en Lima pasamos en promedio tres horas diarias en el transporte público. Es demasiado tiempo, disminuye la productividad, genera estrés y refleja una problemática muy compleja en el transporte público.

Impulsaremos la constitución de un sistema integral de transporte público sobre la base de las líneas del Metro de Lima y Callao, complementadas con los buses de El Metropolitano, corredores alimentadores e integradores, trenes de cercanías, taxis y moto taxis organizados, bicicletas, así como vías rápidas urbanas para vehículos particulares.

Mientras desarrollamos el sistema, aplicaremos medidas de emergencia de ingeniería de tránsito, que le den fluidez y orden al tráfico vehicular, que le en sentido común al tráfico, de manera que se reduzca el tiempo promedio que dedicamos diariamente al transporte público.

Es importante señalar, sin embargo, que la prioridad no esté concentrada sólo en los vehículos sino principalmente en las personas. Generaremos espacios públicos y medidas concretas que promuevan la movilidad urbana.

### 2. La seguridad ciudadana

La inseguridad es también un grave problema que afecta a los que vivimos en Lima. Si bien es cierto que, desde el Municipio, no podemos hacer la labor del Ministerio del Interior o de la Policía Nacional, sí podemos contribuir a esta tarea mejorando la eficiencia del Serenazgo Municipal que complemente la acción policial, potenciando la red de cámaras de vigilancia y asegurando la operatividad de botones de pánico en los diferentes barrios.

Sin embargo, pensamos que la mejor manera de contribuir a la seguridad ciudadana desde el Municipio es enfatizando en la prevención. Los lugares críticos de mayor incidencia del delito callejero están debidamente identificados; corresponderá al Municipio convertir esos lugares en espacios de promoción del arte, la cultura y el deporte. Impulsaremos la participación organizada de la población en el logro de la seguridad ciudadana.

### 3. El ordenamiento territorial, el cuidado medio ambiental y la gestión integral del riesgo de desastres

Lima necesita una política de gestión territorial que le de orden y coherencia a su crecimiento. Las dos joyas de la ciudad, el Centro Histórico y la Costa Verde, deben ser puestas en valor.

El crecimiento futuro de las viviendas tiene que ser orientado masivamente a ciudades satélite al norte y al sur de Lima. La actual zona metropolitana debe seguir un planificado proceso de intervención que respete los parámetros urbanos, propicie el desarrollo sostenible y permita un crecimiento vertical acorde con adecuados criterios arquitectónicos, ambientales y de seguridad.

Lima debe organizarse con un criterio unitario de Metrópoli y no con 43 distritos que funcionan muchas veces como compartimentos estancos. En **CONTIGO CIUDADANO** consideramos que esa unidad de criterio la debe dar el Municipio Metropolitano, pero, al mismo tiempo, debemos alentar el funcionamiento de las mancomunidades de municipios distritales en el norte, centro y sur de la ciudad.

Propiciaremos el progresivo traslado de industrias a zonas dedicadas a este objetivo como Villa El Salvador, Lurín o Ancón. Crearemos Parques Industriales para las Pymes. Alentaremos también la concentración de terminales de buses en los extremos de la ciudad.

Queremos que Lima vuelva a ser una Ciudad Jardín. Alentaremos la creación de parques y zonas verdes en todos los distritos de manera de alcanzar la meta de 6 metros cuadrados de áreas verdes por habitante. Especial atención tendremos en la cobertura y calidad del agua potable de la ciudad, estimulando su racional uso y la toma de conciencia que Lima es una ciudad asentada en el desierto.

Propiciaremos una gestión integral del riesgo de desastres para lo cual crearemos los programas especiales para las tres cuencas de Lima: Chillón, Rímac y Lurín, priorizaremos una cultura de prevención y reasentaremos a las poblaciones que viven en zonas vulnerables.

#### **4. La promoción del auto emprendimiento y la creación de empleos competitivos**

Siendo la falta de empleo o su precariedad, una de las principales preocupaciones del ciudadano de Lima, **CONTIGO CIUDADANO** considera que desde el Municipio también debemos contribuir a la solución de este problema.

Organizaremos talleres de auto aprendizaje con el apoyo de mentores para que la población pueda generar su propio empleo competitivo. A fin de avanzar en este objetivo desarrollaremos programas piloto orientados a mejorar la oferta y calidad de servicio de las bodegas del barrio; ampliar la gama de servicios de los taxistas convirtiéndolos en eventuales guías turísticos o crear espacios físicos y aplicativos en Internet para ambulantes de manera que puedan ampliar su demanda con servicios delivery.

## **5. El desarrollo integral del ciudadano: educación, salud, deporte, recreación y cultura**

**CONTIGO CIUDADANO** en el Municipio propiciará que Lima ejercite su papel de región especial y, en tal virtud, solicitaremos al Gobierno Nacional la transferencia de funciones de Educación y Salud como ocurre en las otras regiones del país.

La educación se convertirá en uno de los principales instrumentos del cambio en la manera de hacer política. Promoveremos la educación en valores, el auto aprendizaje, el currículo flexible, el trabajo multidisciplinario, el enfoque en el trabajo y emprendimiento competitivo.

En la salud priorizaremos las políticas preventivas, el acceso universal a una salud de calidad y nuestro programa emblemático para garantizar, con adecuada alimentación y suplementos nutricionales, el completo desarrollo del cerebro de nuestros niños, desde el embarazo de la madre hasta que los niños cumplan los tres años de edad.

Haremos de la promoción del deporte uno de instrumentos más eficaces de transformación y de promoción de la participación ciudadana. Construiremos polideportivos con profesores especializados en todos los distritos de la ciudad. Nuestra meta es que todos los que vivimos en Lima practiquemos algún tipo de deporte o actividad recreacional.

Lima es una ciudad capital que tiene una gran riqueza cultural, diversidad y una historia que hay que destacar. Pondremos en valor nuestros centros arqueológicos, nuestra gastronomía y zonas turísticas. Promoveremos la cultura y el desarrollo de las artes en todas sus expresiones de manera de convertir a Lima en la capital de la diversidad cultural en América del Sur.

## **6. La ciudad inteligente (Smart City)**

Convertir a Lima en una ciudad ordenada, segura, ambientalmente sostenible y moderna exige el uso de las modernas tecnologías de la información y de la comunicación. Necesitamos convertir a Lima en una ciudad inteligente.

Esto pasa, entre otras acciones, por tener semáforos sincronizados y una Autoridad Única de Transporte; aprovechar las ventajas de la telemedicina; disminuir al mínimo la discrecionalidad del funcionario público poniendo en línea los diferentes trámites y procedimientos de la administración pública; instalar sistemas de wifi gratuito en los parques públicos; establecer un sistema integral de recaudo para los diferentes modos de transporte público a fin de que los usuarios usen una sola tarjeta; o, integrar en una red los sistemas de comunicaciones y de cámaras de vigilancia para mejorar la seguridad ciudadana.

**ESOS SON LOS PRINCIPALES DESAFÍOS QUE CONTIGO CIUDADANO SE PLANTEA PARA  
LIMA EN LAS PRÓXIMAS ELECCIONES MUNICIPALES 2018. CONTIGO LO  
LOGRAREMOS.**

Lima, abril de 2017

## **Anexo No. 3**

### **ESTATUTO DE LA ORGANIZACIÓN POLITICA INDEPENDIENTE “CONTIGO CIUDADANO”**

#### **TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES**

##### Artículo 1. Denominación

La denominación de la Organización Política que es materia del presente Estatuto es: “Organización Política Contigo Ciudadano”; pudiendo usarse alternativamente la

denominación abreviada “Contigo Ciudadano” (en adelante “Contigo Ciudadano” para efectos de este Estatuto)

#### Artículo 2. Contigo Ciudadano

“Contigo Ciudadano” es una Organización Política constituida como una persona jurídica de derecho privado, inspirada en los principios democráticos contenidos en la Constitución Política del Perú y sobre la base de lo que dispone la Ley de Partidos Políticos.

“Contigo Ciudadano” expresa la voluntad de hacer innovación política rompiendo los paradigmas tradicionales, para impulsar procesos participativos de transformación social, económica, ecológica y ambiental, que generen nuevas oportunidades para los ciudadanos de lograr objetivos superiores, y promuevan el desarrollo sostenible.

“Contigo Ciudadano” tiene su sede principal en la provincia de Lima y se organiza de conformidad a lo establecido en el presente Estatuto y en la Ley de Partidos Políticos, en adelante la Ley. Se constituye como una organización política provincial, y su duración es de carácter indefinido.

#### Artículo 3. La Innovación Política

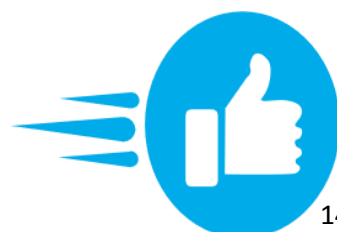
“Contigo Ciudadano” sustenta su propósito de hacer innovación política en el artículo primero de la Constitución Política del Perú y a partir del mismo, busca superar la tradicional dicotomía entre mercado y Estado y pasar a la tricotomía mercado- Estado-ciudadanía.

El nuevo Estado debe tener una acción de geometría variable, vertical en ciertos aspectos y horizontal en otros. Se debe promover un cambio de enfoque en la gestión pública buscando simultáneamente transparencia, eficiencia y velocidad. Incluir el “costo de oportunidad” en las decisiones y alinear los tiempos políticos con los tiempos legales y los tiempos sociales.

#### Artículo 4. Nombre y Símbolo

El nombre de la organización es el siguiente:

The logo features the word "CONTIGO" in a large, bold, blue sans-serif font. To the left of the letters "C" and "O" are three horizontal blue lines of varying lengths, suggesting motion or speed. The letter "O" is replaced by a blue circle containing a white thumbs-up icon. Below "CONTIGO" is the word "CIUDADANO" in a smaller, grey, all-caps sans-serif font.



Y el símbolo (isotipo) de la organización es:

Descripción: símbolo de fantasía que representa una mano con el pulgar hacia arriba, sobre un fondo celeste, acompañadas de tres trazos que transmiten la idea de propulsión.

#### Artículo 5. Principios Rectores

Los principios rectores que inspiran a “Contigo Ciudadano” son los siguientes:

1. La búsqueda de la justicia social
2. El respeto por la democracia y la libertad
3. La no discriminación, la práctica de la solidaridad y el fortalecimiento de la familia
4. El respeto a la mujer como madre, emprendedora y ciudadana
5. La acción desde y con la ciudadanía (ciudadano protagonista de su propio destino)
6. La búsqueda de la innovación desde la sociedad
7. La transparencia y la permanente rendición de cuentas.
8. El debate alturado, proponiendo y no atacando al adversario
9. El amor por el Perú y el deseo de hacer felices a los peruanos.
10. La apertura a todos los ciudadanos

#### Artículo 6. Lineamientos de Acción Política

Los lineamientos de acción política de “Contigo Ciudadano” son:

1. Recuperar la dimensión ética de la política
2. Asegurar la permanente cercanía con la población
3. Aplicar la metodología horizontal de trabajo político
4. Desarrollar nuevos métodos de comunicación y de marketing político
5. Promover la democracia interna
6. Articular la organización por tareas y procesos
7. Formular planes de gobierno serios y estrategias prospectivas de acción política para la construcción de políticas de estado.
8. Promover la capacitación y formación de nuevos dirigentes políticos
9. Empoderar a los jóvenes, revalorar la experiencia y sabiduría de los adulto-mayores
10. Promover la investigación y el desarrollo tecnológico

#### Artículo 7. Objetivos

1. Ofrecer a la provincia de Lima una alternativa innovadora en la forma de hacer la política, de cara al ciudadano, que lo represente, escuche su opinión y mejore su calidad de vida.
2. Formular planes y programas acordes con los principios rectores y lineamientos de acción política de la organización.

3. Representar democráticamente a los ciudadanos de Lima, desempeñando la autoridad, de ser elegidos, con transparencia, honestidad y espíritu de servicio.
4. Promover el civismo y el pleno conocimiento de los deberes y derechos ciudadanos.
5. Participar en procesos electorales.
6. Realizar actividades de cooperación y proyección social.
7. Suscribir “acuerdos ciudadanos” con diferentes sectores representativos de la sociedad civil.
8. Intercambiar conocimientos y experiencias con partidos políticos y organizaciones políticas nacionales y extranjeras.

#### Artículo 8. Acuerdos y Alianzas

Para el cumplimiento de sus objetivos, “Contigo Ciudadano” podrá suscribir acuerdos y/o establecer o integrar alianzas con partidos políticos, u organizaciones políticas de alcance regional y local. Estos acuerdos y alianzas se podrán efectuar respetando la identidad y autonomía de “Contigo Ciudadano”.

#### Artículo 9. Actividad pública de “Contigo Ciudadano”

“Contigo Ciudadano” mantiene una permanente presencia en la vida pública a través de acciones de incidencia política, manifiestos, pronunciamientos, acciones de cooperación y apoyo con las organizaciones de la sociedad civil, y participación en los procesos electorales.

## **TÍTULO II**

### **MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN, SIMPATIZANTES Y ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL**

#### Artículo 10. Los miembros de la organización

Se considera como miembros de la organización política “Contigo Ciudadano” a los ciudadanos domiciliados en la provincia de Lima, que libre y voluntariamente deseen serlo. Los miembros de la organización se obligan a cumplir con lo que dispone la Ley, el presente Estatuto y asumen obligatoriamente el “Código de Ética y Transparencia” de la organización.

Los fundadores de la organización forman parte de la misma sin necesidad de estar inscritos en algún comité distrital, debiendo cumplir con los requisitos dispuestos en los artículos siguientes.

Los menores de edad, con autorización de sus padres, podrán afiliarse y participar en los grupos juveniles denominados “Ciudadanos Jóvenes”

#### Artículo 11. Requisitos para ser miembro de la organización:

Se debe cumplir los siguientes requisitos:

1. Ser un ciudadano domiciliado en la provincia de Lima, que cuente con una conducta personal y/o trayectoria acorde con los principios y lineamientos de “Contigo Ciudadano”
2. No pertenecer a otro partido político nacional u organización política regional o local. El postulante a ser miembro de la organización suscribirá una Declaración Jurada en tal sentido.
3. Presentar una solicitud de afiliación al Comité Distrital que corresponda, o al Comité Ejecutivo Provincial
4. Suscribir las declaraciones juradas y compromisos que tiene establecidos “Contigo Ciudadano”

#### Artículo 12. Nuevos miembros.

Una vez inscrita la organización, el procedimiento para la aceptación de nuevos miembros será aprobado, mediante directiva, por el Comité Ejecutivo Provincial.

El Comité Ejecutivo Provincial, a través del órgano correspondiente, llevará un libro de registro con los miembros de la organización, organizado por distritos.

#### Artículo 13. Derechos de los miembros de la organización

Los derechos de los miembros de la organización son:

1. Participar, de acuerdo con la normatividad interna, en todas las actividades e instancias de “Contigo Ciudadano”.
2. Participar con derecho a voz y voto en todas las instancias de las que forma parte, de acuerdo con lo establecido en la Ley, el presente Estatuto, y las normas internas de los órganos respectivos.
3. Elegir y ser elegido para cargos directivos y/o para candidaturas a cargos públicos de elección popular en representación de “Contigo Ciudadano”, conforme a sus normas internas y en particular el Reglamento de Elecciones.
4. Presentar propuestas e iniciativas a las distintas instancias de “Contigo Ciudadano”
5. Solicitar de acuerdo con la normatividad interna revisiones y rendición de cuentas a los dirigentes sobre su gestión, ejercer la facultad de denuncia ante la instancia que corresponda respecto de actos que contravengan el presente Estatuto, sus reglamentos o los principios rectores.
6. Tener el derecho a disentir de los acuerdos adoptados y la posibilidad de impugnarlos ante la instancia inmediata superior, de acuerdo con la normatividad interna. En ningún caso este derecho implica manifestarse o realizar acciones contrarias al accionar político público de la organización.
7. Participar en las actividades de la organización de acuerdo con sus habilidades y capacidades.
8. Decidir retirarse de la organización

#### Artículo 14. Deberes y Obligaciones de los miembros de la organización

Los deberes son los siguientes:

1. Respetar y cumplir las normas estatutarias, de ética y las demás normas internas.
2. Respetar los espacios e instancias, canalizando cualquier reclamo a la instancia que corresponda.
3. Preservar la imagen de “Contigo Ciudadano”. Solo con autorización expresa puede hacer declaraciones públicas, pronunciamientos, suscribir o adherirse a documentos o declaraciones, o dar entrevistas en nombre de “Contigo Ciudadano”. De no estar autorizado, no puede irrogarse la representatividad de “Contigo Ciudadano”
4. Contribuir al sostenimiento económico de “Contigo Ciudadano” a través del pago puntual de los aportes mensuales y extraordinarios a los que se hubiere comprometido.
5. Cumplir y hacer cumplir los acuerdos adoptados de conformidad con la Ley y el presente Estatuto.
6. Participar en el proceso permanente de innovación política.
7. Contribuir al desarrollo de “Contigo Ciudadano”.
8. Apoyar en las campañas electorales y actividades políticas o formativas en las que se involucre “Contigo Ciudadano”, en la circunscripción de su respectivo comité y/o donde determine el Comité Ejecutivo Provincial.
9. Difundir y promover los principios de “Contigo Ciudadano”.
10. Suscribir la declaración de aceptación de las normas contenidas en el “Código de Ética y Transparencia” de “Contigo Ciudadano” y demás normas internas.
11. Suscribir el compromiso ético de mantener conducta intachable durante el tiempo en el que ejerza función pública, por elección popular o nombramiento; y durante todo el tiempo que permanezca en la organización.
12. Mantener una conducta intachable y de respeto a la mujer, la niñez y las poblaciones más vulnerables.
13. Aceptar y asistir a las invitaciones que formule el Comité Ejecutivo Provincial a quienes logren un cargo obtenido por elección popular, para atender a los ciudadanos y/o difundir las acciones que vienen desarrollando.
14. Rendir cuentas de sus actos y declaraciones.
15. Mantener permanentemente una actitud democrática de respeto de las posiciones u opiniones contrarias, de voluntad de dialogo y de solución de diferencias a través del debate alturado.

#### Artículo 15. Prohibiciones

Las prohibiciones son las siguientes:

1. Difundir información falsa o tendenciosa respecto de las actividades de la organización.
2. Asumir la representación de alguno de los órganos de “Contigo Ciudadano” de forma irregular o contraria a la Ley o el presente Estatuto.
3. Promover cualquier otra organización política, alianza o partido político que no sea “Contigo Ciudadano”, o el que el Comité Ejecutivo Provincial determine.

4. Participar como candidato de cualquier otra organización política, partido político o alianza electoral sin contar con la autorización del Comité Ejecutivo Provincial.
5. Tomar el nombre de la organización para actividades personales.
6. Solicitar, recibir o entregar dadas y/o donaciones, y/o realizar gestión de intereses para si o para terceros empleando su condición de miembro de la organización.
7. Otras establecidas en el presente Estatuto, y las que acuerde la Asamblea Provincial.

#### Artículo 16. Pérdida de la afiliación

Se pierde la condición de miembro de la organización, cuando se presenta uno o más de los siguientes supuestos:

1. Dejar de contar con alguno de los requisitos de afiliación.
2. Violar las normas estatutarias, las normas éticas o cualquiera de las demás normas internas.
3. Perder la afiliación como sanción por alguna infracción, siguiendo el debido proceso.
4. Renunciar. La renuncia es tramitada ante el Comité Distrital o el Comité Ejecutivo Provincial según corresponda.
5. Dejar de pagar las aportaciones a que se ha comprometido.
6. Recibir una sentencia judicial con calidad de cosa juzgada, en la que se determine su responsabilidad como autor o cómplice de delito doloso ó ser inscrito en el Registro Nacional de Sanciones de Destitución y Despido a cargo de la PCM. En este caso el Tribunal Provincial de Ética evaluará la naturaleza de los hechos para determinar si corresponde la perdida de la afiliación u otra medida.

Los procedimientos de desafiliación serán establecidos mediante las normas internas correspondientes.

#### Artículo 17. Los simpatizantes

Serán considerados como simpatizantes de “Contigo Ciudadano” los ciudadanos que solicitan participar de las actividades e instancias de “Contigo Ciudadano”.

Los simpatizantes pueden participar con voz, pero sin voto en las Asambleas, no pudiendo en ningún caso elegir o ser elegido para ningún cargo dentro de “Contigo Ciudadano” Esta prohibición podrá ser levantada en casos puntuales por decisión del Comité Ejecutivo Provincial.

Los simpatizantes de la organización pueden participar en los procesos de democracia interna para ser elegidos como candidatos a cargos de elección popular, siguiendo las normas de la organización.

#### Artículo 18. Organizaciones de la Sociedad Civil

“Contigo Ciudadano” podrá suscribir convenios de colaboración con organizaciones de la sociedad civil, para alcanzar objetivos acordados mutuamente, sin que ello comprometa los fines de la organización ni la independencia y línea política de “Contigo Ciudadano”

De la misma forma, “Contigo Ciudadano” puede convenir con organizaciones de la sociedad civil para que éstas realicen tareas de observancia y veeduría de las actividades de la organización.

### **TÍTULO III ESTRUCTURA ORGANICA**

Artículo 19. Estructura orgánica de gobierno:

1. La Asamblea Provincial
2. El Comité Ejecutivo Provincial
3. El Consejo Consultivo
4. La Asamblea Distrital
5. La Directiva del Comité Distrital

Artículo 20. Órganos provinciales autónomos:

1. Tribunal Electoral Provincial
2. Tribunal Provincial de Ética y Disciplina

### **TÍTULO IV LA ASAMBLEA PROVINCIAL**

Artículo 21. La Asamblea Provincial

La Asamblea Provincial, constituye el máximo órgano de gobierno de “Contigo Ciudadano”. Es un órgano deliberativo por naturaleza, en el que se encuentran representados sus miembros.

La Asamblea Provincial está constituida por:

1. Los miembros del Comité Ejecutivo Provincial.
2. Los Secretarios Distritales.

La Asamblea Provincial es dirigida por la Secretaría General.

Artículo 22. Funciones de la Asamblea Provincial

1. Aprobar las políticas generales de “Contigo Ciudadano”.
2. Elegir y nombrar la Secretaría General y los miembros del Comité Ejecutivo Provincial, de acuerdo con las reglas establecidas por el Estatuto y el Reglamento Electoral.

3. Establecer la política general de alianzas, incluyendo las restricciones o prohibiciones de alianzas con otras organizaciones políticas y/o partidos políticos
4. Aprobar las alianzas electorales.
5. Aprobar el “Código de Ética y Transparencia”, y todos los demás reglamentos de la Organización
6. Aprobar modificaciones al Estatuto, incluyendo cambios en la denominación y símbolos partidarios, al Ideario y a las normas éticas.
7. Recibir el Informe de Cumplimiento de Metas y Compromisos por parte del Comité Ejecutivo Provincial al finalizar su período de trabajo.
8. Delegar facultades al Comité Ejecutivo Provincial.
9. Aprobar, la rendición de cuentas del ejercicio vencido, así como el presupuesto del ejercicio siguiente.
10. Ratificar el régimen económico y de pago de cuotas.
11. Otras establecidas en el presente Estatuto.

#### Artículo 23. Convocatoria y quórum

La Asamblea Provincial se reúne ordinariamente una vez al año. De forma extraordinaria se reúne a pedido del Comité Ejecutivo Provincial, o a solicitud de no menos de 2/3 de los Comités Distritales y solo en caso de temas extraordinarios y urgentes que requieran atención inmediata.

El Comité Ejecutivo Provincial debe convocar con una anticipación no menor de cinco (5) días hábiles a la Asamblea Provincial mediante algún medio al que tengan acceso todos los coordinadores de los Comités Distritales, precisando la agenda a tratar.

El quórum para instalar la Asamblea Provincial no debe ser menor al cincuenta por ciento (50%) de sus integrantes en primera convocatoria y cualquier porcentaje en segunda convocatoria.

La participación de los miembros de la organización y la Asamblea Provincial en sí misma, podrá realizarse por medios virtuales.

#### Artículo 24. Asamblea Provincial Ampliada

Los miembros de la Asamblea Provincial, más los quienes ocupen cargos por elección popular integran la Asamblea Provincial Ampliada; que tiene por fin tratar temas de interés de la organización que involucren a quienes ocupen cargos por elección popular, todos los mencionados asisten con derecho a voz y voto.

El Comité Ejecutivo Provincial convoca la Asamblea Provincial Ampliada cuando lo estime pertinente.

### **TÍTULO V DEL COMITÉ EJECUTIVO PROVINCIAL**

## Artículo 25. El Comité Ejecutivo Provincial

El Comité Ejecutivo Provincial es la instancia ejecutiva de “Contigo Ciudadano”. Está conformado por ocho (8) miembros, son elegidos por la Asamblea Provincial.

El Comité Ejecutivo Provincial, estará integrado como sigue:

- Secretaría General, quien lo dirige.
- Secretaría de Innovación Política
- Secretaría de Organización y Movilización.
- Secretaría de Contacto con la Ciudadanía
- Secretaría de Formación y Auto emprendimiento.
- Secretaría de Tecnología de la Información.
- Secretaría de Medio Ambiente y Gestión Territorial.
- Secretaría de Juventudes
- Secretaría de la Mujer, Niñez y Poblaciones Vulnerables.
- Secretaría de Prensa y Comunicaciones.

La participación de las Secretarías y el propio Comité Ejecutivo Provincial podrá realizarse por medios virtuales. Los acuerdos en el Comité Ejecutivo Provincial se adoptan por mayoría de votos, en caso de empate, la dirimencia le corresponde a la Secretaría General.

El Comité Ejecutivo Provincial es elegido por un período de tres (3) años.

## Artículo 26. De las funciones del Comité Ejecutivo Provincial

Son funciones del Comité Ejecutivo Provincial las siguientes:

1. Convocar a la Asamblea Provincial.
2. Diseñar las políticas específicas necesarias para aplicar los acuerdos y políticas aprobadas por la Asamblea Provincial.
3. Diseñar las estrategias de desarrollo de “Contigo Ciudadano”.
4. Tomar decisiones sobre las alianzas que se produzcan con otras organizaciones políticas inscritas, en los niveles local, regional y nacional.
5. Aprobar su reglamento y demás normas internas, las que deben ser sometidas a ratificación por la Asamblea Provincial
6. Designar y remover al Tesorero.
7. Designar y remover a los Personeros Legales y Técnicos.
8. Designar y remover a los Voceros.
9. Designar a los candidatos y candidatas a las elecciones hasta el porcentaje máximo establecido por la Ley de Partidos Políticos.
10. Aprobar el Reglamento Electoral y demás normas electorales, a propuesta del Comité Electoral Provincial.
11. Aprobar el sistema de elección de candidatos o candidatas y representantes en elecciones, solos o en alianza.

12. Aprobar los planes de trabajo de las Secretarías y nombrar a sus responsables, quienes responden ante este órgano.
13. Aprobar el régimen de aportes.
14. Dirigir las campañas electorales, nombrando las comisiones u órganos necesarios para ejecutar las tareas necesarias. También lo hace en el ámbito distrital, cuando no exista el comité correspondiente a dicha jurisdicción.
15. Dirigir las relaciones internacionales de la organización y el relacionamiento con organizaciones locales y regionales, así como con partidos políticos.
16. Otras que le asigne la Asamblea provincial.

## **TÍTULO VI**

### **LOS COMITÉS DISTRITALES**

#### Artículo 27. Comités Distritales

Los Comités Distritales están a cargo de un Secretario Distrital que cuenta con secretarías como órganos de apoyo. Cada Comité distrital deberá contar con las siguientes secretarías:

1. Secretaría Distrital
2. Secretaría de Innovación Política
3. Secretaría de Organización y Movilización.
4. Secretaría de Economía y tesorería.
5. Secretaría de Contacto con la Ciudadanía
6. Secretaría de Formación y Autoemprendimiento
7. Secretaría de Juventudes
8. Secretaría de la Mujer, Niñez y Poblaciones Vulnerables.
9. Secretaría de Prensa y Comunicaciones.

La creación de secretarías se rige por el Reglamento de Organización Interna aprobado por el Comité Ejecutivo Provincial.

La participación de los miembros de la organización podrá darse por medios virtuales.

Los acuerdos en el Comité Distrital se adoptan por mayoría de votos, en caso de empate, la dirimencia le corresponde al Secretario Distrital

El Comité Distrital es elegido por un período de tres (3) años.

#### Artículo 28. Funciones del Comité Distrital

El Comité Distrital tiene las siguientes funciones:

1. Ejecutar las políticas, estrategias y plan político y electoral de alcance distrital en el marco de las políticas y directivas provinciales.
2. Aplicar políticas específicas de “Contigo Ciudadano” dentro de su jurisdicción.

3. Promover los objetivos y principios de “Contigo Ciudadano” en el ámbito de su jurisdicción.
4. Reunirse de manera ordinaria para tratar los temas del Comité Distrital.
5. Recaudar los aportes mensuales y aportes extraordinarios de los de su jurisdicción y administrar sus recursos económicos para el desarrollo de sus actividades en el marco de los acuerdos y directivas provinciales.
6. Desarrollar propuestas de gobierno para su jurisdicción, a ser presentadas al Comité Ejecutivo Provincial
7. Establecer estrategias y promover la participación activa de los ciudadanos en la vigilancia de la gestión de las entidades y autoridades de su jurisdicción.
8. Mantener permanente contacto con la población de la jurisdicción, recogiendo opiniones, aportes y sugerencias, identificando problemas y posibles soluciones a los mismos.  
Toda la información que se obtenga de esta forma debe ser transmitida al Comité Ejecutivo Provincial, mediante reportes trimestrales de actividades, salvo que el tema por su importancia requiera de una comunicación inmediata.

#### Artículo 29. Comité Consultivo

El Consejo Consultivo Provincial, es el órgano de asesoramiento del Comité Ejecutivo Provincial, es elegido por éste, entre los miembros de la organización y simpatizantes que no desempeñen ningún cargo dentro de la organización. Se compone de cinco (5) miembros.

El presidente del Consejo Consultivo tendrá derecho a voz y voto en las sesiones del Comité Ejecutivo Provincial y en la Asamblea Provincial.

El Comité Consultivo aprueba su reglamento de funcionamiento, debiendo ser sometido a ratificación por la Asamblea Provincial

### **TÍTULO VII DEMOCRACIA INTERNA**

#### Artículo 30. Tribunal Electoral Provincial

El Tribunal Electoral Provincial es elegido por un período de tres (3) años y está conformado por un Coordinador y dos (2) miembros que no desempeñan cargo de representación alguno dentro de “Contigo Ciudadano”.

Sus miembros no podrán participar en ninguna elección dentro de “Contigo Ciudadano” durante el período que dura su gestión. El Tribunal Electoral Provincial es autónomo de acuerdo a sus facultades que están establecidas en la Ley de Partidos Políticos.

Propone al Comité Ejecutivo Provincial para su aprobación el Reglamento Electoral y demás normas para la realización de los procesos electorales internos de “Contigo Ciudadano”.

### Artículo 31. Requisitos para participar en elecciones internas

Los miembros de la organización deben cumplir con los siguientes requisitos generales para poder elegir y ser elegido en cualquier elección interna que se realice en “Contigo Ciudadano”:

1. Encontrarse al día en sus aportes al momento de una votación. Se considera que un miembro de la organización se encuentra al día en sus aportes cuando ha cumplido con pagar el aporte correspondiente al mes anterior a la fecha de la convocatoria de la reunión o acto en donde se procederá a la elección.
2. Cumplir con los requisitos establecidos en las normas electorales aprobadas por el Comité Ejecutivo Provincial.

Lo dispuesto en los numerales anteriores es aplicable a los simpatizantes en lo que corresponda.

### Artículo 32. Elección de representantes para cargos públicos

La forma de elección y designación de los candidatos para los procesos electorales en los que el “Contigo Ciudadano” decida participar, se realizará mediante cualquiera de las modalidades que establece la Ley de Partidos Políticos y conforme al Reglamento Electoral de “Contigo Ciudadano”.

Le corresponde decidir cómo se hará la elección al Comité Ejecutivo Provincial, el mismo que tendrá derecho a designar, conforme a Ley, hasta el veinte por ciento (20%) del total de candidatos y candidatas a cargos públicos de nivel provincial y/o distrital.

## **TÍTULO VIII ETICA Y DISCIPLINA**

### Artículo 33. Tribunal Provincial de Ética y Disciplina

El Tribunal Provincial de Ética y Disciplina es un órgano colegiado, independiente y autónomo integrado por un Coordinador y dos miembros, son elegidos por el Comité Ejecutivo Provincial por un periodo de tres (3) años. Para ser miembro de dicho comité, se deberá cumplir los requisitos establecidos en el Reglamento Electoral.

Su función es la de velar por el comportamiento ético de los miembros de la organización y de aquéllos que ocupan cargos públicos elegidos por sufragio directo o designados en representación de “Contigo Ciudadano”.

El Tribunal de Ética y Disciplina es la última instancia, por lo que conoce en apelación las resoluciones que sobre el particular emita la Secretaría Provincial de Organización que hará las veces de primera instancia en los procedimientos disciplinarios.

#### Artículo 34. De las faltas e infracciones

Son consideradas faltas e infracciones de los miembros de la organización el incumplimiento de cualquiera de las disposiciones establecidas en la Ley de Partidos Políticos, en el presente Estatuto o en las normas éticas de “Contigo Ciudadano”. Dichas faltas e infracciones serán tipificadas en el Código de Ética y Transparencia.

#### Artículo 35. Sanciones

Las faltas e infracciones cometidas por los miembros de la organización pueden merecer la aplicación de una o más de las siguientes sanciones. El criterio a emplear será el de la gravedad de la falta:

1. Amonestación verbal.
2. Amonestación escrita.
3. Suspensión para el ejercicio de cargos hasta por dos años.
4. Suspensión de la afiliación hasta por un año.
5. Pérdida de la afiliación.

Si un mismo miembro de la organización es sancionado más de una vez constituye fundamento para calificar como grave la infracción o falta cometida.

### **TÍTULO IX DE LA ADMINISTRACIÓN**

#### Artículo 36. Administración General

La administración de “Contigo Ciudadano” se encuentra a cargo del Secretario General. Tiene a su cargo el manejo de los aspectos administrativos y logísticos de acuerdo al mandato específico del “Comité Ejecutivo Provincial”

El Secretario General podrá delegar algunas de las responsabilidades de administración a personas que él designe.

#### Artículo 37. La Tesorería

La Tesorería es un órgano dependiente del Comité Ejecutivo Provincial responsable exclusivo de la recepción y el gasto de los fondos de “Contigo Ciudadano”. Funcionalmente depende del Secretario General.

La Tesorería se encuentra a cargo del Tesorero titular, designado por el Comité Ejecutivo Provincial, oportunidad en la que se designa también al suplente en caso de que el Tesorero titular no pudiera ejercer temporalmente dicha función.

Las secretarías de economía de los comités distritales dependen funcionalmente del Tesorero.

### Artículo 38. De las funciones de la Tesorería

Son funciones de la Tesorería:

1. Abrir en el sistema financiero nacional las cuentas que resulten necesarias para el manejo de los fondos.
2. Acceder a las cuentas de la organización y realizar pagos con los recursos depositados en las mismas. La autorización de pagos requerirá de la firma conjunta del Tesorero con el Secretario General.  
El Tesorero puede autorizar abrir o cerrar las cuentas en los Comités Distritales, las que estarán a cargo del Coordinador y el responsable de Economía de dicho Comité, de forma solidaria. Todas las transacciones de dichas cuentas deberán ser notificadas periódicamente a la Tesorería, bajo responsabilidad, de acuerdo al procedimiento que para tal efecto apruebe el Comité Ejecutivo Provincial.
3. Coordinar con los responsables distritales de economía las acciones para la recaudación de fondos y el manejo de los recursos financieros de “Contigo Ciudadano”.
4. Recepcionar y registrar de los fondos partidarios, realizando la programación del gasto para el cumplimiento de compromisos.
5. Presentar informes a la Secretaría General y al Comité Ejecutivo Provincial de ser el caso.
6. Hacer la rendición de cuentas, de manera trimestral a la Secretaría General, y colaborar en la elaboración de la rendición de cuentas y presupuesto a ser presentados a la Asamblea Provincial
7. Facilitar y prestar colaboración en las auditorias que se ordene a la tesorería.

## **TÍTULO X**

### **REPRESENTANTES LEGALES Y PERSONEROS**

#### Artículo 39. Representante Legal y Apoderado

El Secretario General es el Representante Legal de “Contigo Ciudadano”; ambas designaciones pueden ser delegadas por escrito a otro(s) miembro(s) del Comité Ejecutivo Provincial siempre y cuando cuente con la aprobación de dicha instancia. Es apoderado de la Organización.

#### Artículo 40. Los Personeros Legales y técnicos

El(los) personero(s) legal(es) y técnico(s) titulares y alterno(s) es(son) designado(s) por el Comité Ejecutivo Provincial y ejercen su actividad conforme a lo que dispone la Ley de Partidos Políticos y las normas internas de “Contigo Ciudadano”. Son además apoderados de la Organización.

## **TÍTULO XI**

### **RÉGIMEN PATRIMONIAL Y FINANCIERO**

#### Artículo 41. Rentas

1. Los aportes mensuales obligatorios y otros aportes de los miembros de la organización.
2. Las donaciones, legados y aportes recibidos de simpatizantes o terceros. Para tal fin, las aportaciones procedentes de una misma persona natural o jurídica no pueden exceder los límites establecidos por la Ley.
3. El producto de las actividades, publicaciones, servicios y similares que realicen los órganos de “Contigo Ciudadano”. En el caso de montos provenientes de dichas actividades de financiamiento proselitista, éstos no podrán exceder de los límites que establece la ley, en el caso que no se pueda identificar a los aportantes.
4. Las rentas que generen el patrimonio de “Contigo Ciudadano”.

Los ingresos de cualquiera de las fuentes establecidas en el presente artículo se registran en los Libros de Contabilidad de “Contigo Ciudadano”

### **TÍTULO XII**

#### **LIBRO DE ACTAS Y MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO**

#### Artículo 42. Del registro de acuerdos

“Contigo Ciudadano” debe contar, con un libro de actas de las sesiones de la Asamblea Provincial y otro del Comité Ejecutivo Provincial en los que constarán los acuerdos adoptados.

Los libros a que se refiere el presente artículo se llevan con las formalidades de ley, bajo responsabilidad.

#### Artículo 43. Modificación Estatutaria

Sólo la Asamblea Provincial puede modificar el presente Estatuto. Para tal efecto, el Quórum de instalación debe ser no menor al sesenta y seis por ciento (66%) de quienes tienen derecho a votar en dicha Asamblea. La modificación debe ser aprobada con el voto de más de las 2/3 partes de los participantes de la Asamblea. Las mismas reglas se aplican para la decisión de fusión o adhesión a otro partido político u Organización Política.

### **TÍTULO XIII** **DISOLUCIÓN**

#### Artículo 44. Disolución

La disolución de “Contigo Ciudadano” debe ser declarada por la Asamblea Provincial convocada expresamente para evaluar dicho punto. El Quórum para esta decisión debe ser no menor las 2/3 partes de los integrantes de la Asamblea Provincial. La

aprobación de la disolución debe contar con el voto de más de la mitad de los asistentes a la misma.

#### **CLAUSULA TRANSITORIA**

##### Artículo 45.

De manera extraordinaria, por tratarse de una nueva organización, la persona encargada de presidir la constitución de los comités distritales elegirá entre sus integrantes, a dos personas que ocupen provisionalmente los cargos de Secretario Distrital y Secretario de Organización y Movilización del Comité Distrital, hasta la inscripción de CONTIGO CIUDADANO en el Registro de Organizaciones Políticas. Ocurrido ello se realizará una Asamblea para elegir a quienes ocuparán los cargos en el Comité Distrital.

## **Anexo No. 4**

### **LA EXPERIENCIA DE LA FIRMATÓN Y LOS PRIMEROS ESFUERZOS DE INNOVACIÓN DE “CONTIGO CIUDADANO”**

**C**uando terminábamos de escribir este libro nos encontrábamos en las etapas finales del trámite de inscripción del Movimiento “Contigo Ciudadano” en el correspondiente registro del Jurado Nacional de Elecciones. Pero, hemos tenido que superar innumerables vallas y auténticas “barreras de entrada” a lo largo del camino, como si el sistema legal imperante en materia electoral estuviera hecho para que ninguna otra organización política pueda participar.

El “kit electoral” lo adquirimos en mayo de 2017 ante la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) como manda la ley. De acuerdo a abundante jurisprudencia existente en el Jurado Nacional de Elecciones (JNE), el proceso de inscripción y los derechos adquiridos como participantes en dicho proceso empiezan precisamente cuando se adquiere el referido “kit”.

La ley electoral peruana establece varias categorías de agrupaciones políticas. En primer lugar, los partidos políticos que tienen un alcance nacional, luego los movimientos políticos regionales y también las agrupaciones políticas provinciales y locales. Los dos primeros, una vez inscritos, permanecen para desarrollar actividades políticas más allá de las elecciones propiamente dichas; en cambio, las agrupaciones de alcance provincial y local dejan de existir después de la contienda electoral.

Contigo Ciudadano es un movimiento político independiente de carácter regional, debido a que Lima Metropolitana -de acuerdo a la Ley de Descentralización- es considerada como una región especial. Por lo tanto, una vez lograda su inscripción en el JNE, Contigo Ciudadano aspira convertirse en un actor protagónico de la política peruana de aquí en adelante.

Para lograr la mencionada inscripción se piden tres requisitos fundamentales: a) Un Estatuto en el que se especifique con claridad los fines y objetivos, las características de la organización partidaria y los aspectos de democracia interna y rendición de cuentas que se exigen; b) Cerca de 300,000 firmas de adherentes (número que corresponde a un porcentaje de la población que participó en Lima Metropolitana en el último proceso electoral); y, c) Comités instalados en locales ubicados al menos en la mitad más uno de los distritos de Lima Metropolitana (como son un total de 43 distritos, se necesita acreditar al menos 23 comités del Movimiento).

Nosotros decidimos dividir las tareas a realizar, de cara a nuestra participación en las Elecciones Regionales y Municipales de octubre de 2018, en tres etapas. La primera, que hemos denominado “Firmatón” destinada a conseguir las firmas requeridas por la autoridad electoral, así como cumplir otros requisitos que se nos soliciten; la segunda etapa que le hemos denominado de fortalecimiento de la estructura y organización y en la cual se desarrollará el proceso de democracia interna para elegir a nuestras autoridades y candidatos para las próximas elecciones; y, la tercera que se refiere a la precampaña y a la campaña electoral propiamente dicha.

Las referidas etapas las dividimos en el tiempo de la siguiente manera: primera etapa a desarrollarse entre mayo de 2017 y abril de 2018; segunda etapa entre mayo y junio

de 2018; y tercera etapa entre julio y el 07 de octubre de 2018, fecha ésta última de la jornada electoral.

En noviembre de 2018 (la cita la habíamos pedido en octubre de ese año) presentamos al Jurado Nacional de Elecciones 300,000 firmas con sus respectivos planillones físicos y versión digital; los documentos relacionados a un total de 28 Comités distritales y la documentación correspondiente al Estatuto del Movimiento y otros requisitos (como libros de actas, padrones de afiliados, etc.).

La evaluación integral la realiza el JNE, a través de su Registro de Organizaciones Políticas (ROP) que recibe y evalúa la documentación, inspecciona físicamente los locales en los que funcionan los Comités y elabora el informe final consolidado en el que se aprueba la inscripción. Las firmas de adherentes, así como los padrones de afiliados son remitidos al Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC) para que haga la respectiva revisión.

En el camino, mientras estábamos realizando todo este proceso -que de por sí es complejo, sobre todo en el tema de las firmas- el Congreso de la República aprobó en octubre de 2017 una nueva ley que modifica los calendarios electorales en el marco de la denominada “Reforma Electoral”, que -concretamente para la elección de 2018- significa un adelanto de cinco meses en la fecha límite para que las organizaciones políticas que desean participar en la contienda del 07 de octubre ya se encuentren inscritas en el JNE.

Nadie nos avisó, no se hizo un período de transición ni tampoco uno de inducción. Además, en un estado constitucional, las leyes no se pueden aplicar con carácter retroactivo. Esta iniciativa no nació de los organismos electorales sino de los partidos políticos tradicionales que están representados en el Congreso de la República y que claramente no quieren competencia y desean quedarse solos, en lo que hemos denominado una situación tácita de “oligopolio político”.

Ya habían intentado (en el Congreso de la República) con anterioridad nada menos que “prohibir” la participación de nuevas agrupaciones políticas, intento que felizmente no prosperó.

Si bien el objetivo que se propugna es atendible, en el sentido que la fecha de inscripción de los nuevos partidos y organizaciones políticas no debe estar cerca de la fecha de las elecciones, lo que no resulta -desde nuestro punto de vista- justo ni legal es que se pretenda aplicar a rajatabla el mismo criterio a las organizaciones políticas que ya nos encontrábamos en proceso de inscripción antes de la vigencia de la nueva ley (octubre de 2017).

Esta situación no ha sido resuelta, en el fondo del asunto, por el Jurado Nacional de Elecciones y corresponderá a los Jurados Provinciales y en segunda instancia al JNE, resolverlo en la etapa en que se tengan que presentar las correspondientes candidaturas.

El tema ha afectado a decenas de movimientos políticos en todo el Perú y crea un ambiente de incertidumbre, nada positivo para el inicio de un proceso electoral que debería mostrar en todo momento transparencia e independencia.

Pero las dificultades son mayores aún. En el caso de los Movimientos Regionales -como Contigo Ciudadano- quien evalúa las firmas es la RENIEC muchas veces con criterios de exigencia que no están establecidos como tales en las normas existentes.

Por ejemplo, al evaluar las firmas de adherentes presentadas, se invalidan aquéllas que tengan dos o más caracteres (letras) diferenciados o errados en los nombres y apellidos de los adherentes, lo cual nos parece un exceso pues el hecho de que la persona firme y ponga su huella digital es demostración palpable de su voluntad de apoyar al movimiento para su inscripción, de manera que un error menor por apresuramiento en la transcripción no puede ir contra la voluntad del ciudadano invalidando su adhesión.

También RENIEC invalida las firmas de aquellos ciudadanos que figuran como inscritos en el ROP, en algún partido o movimiento político ya existente. Hay cerca de 2 millones de personas en esta situación y muchas de ellas no lo saben; fueron requeridos en algún proceso de inscripción anteriormente y nadie les avisó o simplemente -como no militan regularmente- no se han dado el trabajo de revisar si se encuentran en el ROP.

La verdad que, si de democracia se trata, los militantes de un partido o agrupación política ya existente deberían estar impedidos -como es lógico- de firmar como afiliados en otro partido, pero ¿por qué no pueden firmar sólo como adherentes para que otra agrupación política se inscriba? ¿No es acaso la competencia en democracia el mejor ejercicio para propiciar la renovación y la pluralidad en la toma de decisiones de los ciudadanos?

Otro factor de invalidación de firmas de adherentes que usa RENIEC es el referido a la dirección (ubigeo) que señala el DNI del ciudadano adherente. Para el RENIEC muchos de los ciudadanos que ya han hecho cambio de domicilio continúan en sus registros en la dirección anterior. Finalmente, RENIEC evalúa firma por firma si ésta es exactamente igual que la que se consigna en el DNI. Aquí también podría haber criterios más flexibles pues muchos no firmamos exactamente como está en nuestro DNI y, con el tiempo, los trazos y la firmeza con que firmamos no es la misma.

Así las cosas, de cada 100 firmas presentadas, fácilmente se invalidan, por estas y otras razones, 40 o 50 (cuando el proceso de recolección se ha hecho de manera seria y cuidadosa), y mucho más (como es lógico) cuando no se han tenido los cuidados correspondientes.

Definitivamente, este es un proceso ya obsoleto que, por tecnicismos y procedimientos burocráticos, claramente no refleja la voluntad de los ciudadanos -que es lo principal que se debería cautelar- y más bien complica la inscripción de nuevos movimientos políticos. Aquí no estamos hablando de firmas falsas, duplicidades y otros

temas que, por supuesto, no deben permitirse. Pero, el sentido común no parece funcionar.

Hace un tiempo alguna de las autoridades electorales señaló que en su opinión ya no deberían requerirse firmas sino sólo la toma de huella digital, como lo hacen actualmente, bancos y notarías. Así debería ser y esperemos que eso suceda, pero ya no servirá para nuestro caso.

En adición a todo lo señalado, el tema económico se convierte también en una “barrera de entrada” no declarada. En el mercado electoral (por así llamarlo), se suelen establecer tarifas para recolectar firmas y hay personas que ofrecen sus servicios para tal fin.

Así, la “tarifa” es de un sol por firma recolectada (en cada planilla hay espacio para diez firmas) e incluso hay tarifas por firma “verificada o validada”, que pueden llegar a los US\$2 por cada firma. Además, hay que financiar los viáticos y refrigerios de los que participan en la recolección de firmas y, de acuerdo a la costumbre, hacer algún “regalo” a cada adherente (que puede ser desde un lapicero, un polo, hasta una lata de conservas, un kilo de fideos o un helado).

Asumiendo que el “regalo” cuesta -comprándolo al por mayor- otro sol, entonces para lograr 300,000 firmas válidas se requieren al menos 900,000 firmas recolectadas y 900 mil regalos, todo lo cual totaliza un presupuesto de al menos 1.8 millones de soles (o casi US\$ 600,000). ¿Es este un presupuesto razonable para inscribir un movimiento político sin siquiera estar en campaña electoral?

Para completar el problema, las firmas que se presenten para reemplazar a las que no han sido validadas tienen un costo de casi 1 sol por cada firma evaluada, monto que se paga al JNE. Es decir, si hay que presentar, por ejemplo, cien mil firmas adicionales, hay que acompañar el pago de \$ 100,000. No hay proporción entre el servicio de evaluación brindado y el costo exigido.

Todo esto debe cambiar; de lo contrario la ley y los organismos electorales estarán propiciando -en la práctica- formas no convenientes de inscripción, situaciones de anomalía y corrupción que están muy lejos de buscar un sano y transparente proceso electoral y menos representar la voluntad ciudadana.

En todo caso, las exigencias deberían ser mayores para realmente asegurar democracia interna y transparencia en los partidos y agrupaciones políticas ya inscritas; para exigir renovación de cuadros, capacitación y cumplimiento de planes de gobierno. Pero en los hechos esto no parece interesar con la misma prioridad a los organismos electorales.

Contigo Ciudadano logrará su inscripción contra viento y marea, porque tenemos que hacer respetar la voluntad expresa de decenas de miles de ciudadanos que desean que participemos en la escena política y en la próxima contienda electoral.

Nosotros, desde el principio, estamos aplicando los criterios de innovación política que predicamos y hemos afrontado este proceso de recolección de firmas y de conformación de los comités distritales, con cientos de voluntarios -la mayoría jóvenes sin ninguna experiencia política previa- que dedican su tiempo libre a este empeño pagando incluso sus pasajes y refrigerios; no hemos pagado nada a nadie por esta tarea y hemos recurrido a diferentes métodos de recolección (muchos novedosos y disruptivos) que han captado la simpatía de los ciudadanos. Y así seguiremos trabajando.

No es fácil avanzar en el camino de la innovación política, pero el cambio es inexorable y debemos ser parte del cambio, para bien de nuestras sociedades.

## Anexo No. 5

### Ibarra, Asunción y Merlo: tres esfuerzos por la innovación política en América Latina, desde afuera y desde dentro de las organizaciones partidarias

**M**ientras proponemos que se inicie un debate en el Perú y en otros países acerca de la necesidad de un proceso de innovación política como requisito fundamental para reconciliarnos con la ciudadanía y recuperar legitimidad, en varios países de América Latina se vienen dando experiencias interesantes que apuntan al mismo propósito de salir de la crisis de institucionalidad que hoy tenemos en el plano político con esfuerzos innovativos.

Ibarra, pintoresca ciudad ecuatoriana de 41 km<sup>2</sup>, capital de la provincia de Imbabura, con alrededor de 250 mil habitantes y a 115 kilómetros al noreste de Quito, es uno de los principales centros administrativos, económicos, financieros y comerciales de ese país. Las actividades productivas principales son la agroindustria y el procesamiento de alimentos como la cebada, remolacha, caña de azúcar, papa, legumbres cítricos y viñedos.

En Ibarra, Juan Manuel Mantilla, joven político, fundador y director de “Ciudad Feliz”<sup>210</sup> organización que promueve la planificación y el desarrollo sostenible de las ciudades, que incluye temas como el uso de las bicicletas, la promoción de las ciudades con conciencia, entre otros proyectos.

Mantilla, quien es actualmente Concejal en el Municipio de Ibarra es, además, CEO de Conexiones Coworking, espacio de economía colaborativa que promueve la innovación y el emprendimiento. Con el lema: “Juntos podemos lograr una Ibarra sostenible, humana y próspera”, Mantilla lidera la conformación del Movimiento Político “Contigo Ibarra”, para lo cual ha iniciado un proceso de recolección de firmas ciudadanas bajo la denominación de “FIRMATÓN”, constituyéndose en el primer movimiento hermano en América Latina que abraza también la bandera de la innovación política, superando estereotipos y cambiando una cultura tradicional de entender la política en nuestros países.

Señala Mantilla: **“Nuestro objetivo es cambiar la realidad que hoy vivimos. Estamos convencidos que es posible aplicar la innovación y al mismo tiempo acercar a la ciudadanía a la política. Esta es nuestra oportunidad de cambiar las cosas. Por eso**

---

<sup>210</sup> Ver Página Web de la organización: [www.ciudadfeliz.org](http://www.ciudadfeliz.org) Se trata de una organización que busca, mediante una metodología de trabajo abierto, integrar políticos, académicos, ciudadanos, activistas y colectivos para desarrollar un trabajo conjunto en la generación de normativas (ordenanzas, leyes y reglamentos) para el desarrollo sustentable de las ciudades.

**hemos iniciado la FIRMATON, que es el proceso de recolección de firmas para transformar Ibarra. A través de este proceso inscribiremos al movimiento independiente Contigo con el que vamos a construir una nueva forma de hacer política”.**<sup>211</sup>

De manera más precisa, Juan Manuel Mantilla afirma que el objetivo es: **“Construir el primer movimiento político cantonal con el fin de innovar la forma en que se viene haciendo política, a través del trabajo conjunto con la ciudadanía para que podamos lograr una Ibarra humana, sostenible y próspera”.**<sup>212</sup>

Mantilla y el movimiento político que lidera hacen continuamente campañas para la el buen uso y cuidado del agua; el desarrollo de proyectos eco turísticos y, cada año, Mantilla hace rendición de cuentas pública de su gestión como Concejal, **“...como una forma de mostrar el respeto que se merece la ciudadanía ibarrea, mis mandantes”.**<sup>213</sup>

La experiencia de Ibarra en el Ecuador, que recién comienza, demuestra que la propuesta de la innovación política va adquiriendo fuerza y una de las tareas más importantes que hay que desarrollar en estos tiempos es la sistematización e intercambio de las diferentes experiencias en ciudades, regiones y países.

En Asunción, capital de la República del Paraguay y ubicada en la región oriental del territorio, habitan más de 524 mil personas. Sin embargo, como anota el consultor argentino Andy Rivas: **“En Asunción se dice que hay 1 millón y medio de habitantes en el día y cerca de 600 mil de noche”.**<sup>214</sup>

Asunción es la ciudad más poblada del país y una de las más antiguas de Sudamérica (fundada en 1541). La ciudad propiamente dicha tiene 117 km<sup>2</sup> y en ella se centralizan las principales actividades bancarias, económicas, culturales, sociales, gremiales, diplomáticas e industriales del país.

Asunción es una ciudad relativamente pequeña si la comparamos con otras capitales de América del Sur, pero tiene los problemas que encontramos en todas las ciudades de nuestra región: tráfico denso, deficiente mantenimiento de las pistas, precario estado del alcantarillado, deficiente recojo de la basura, cuidado de la salud, entre otros.

La ciudad cuenta con recursos escasos para afrontar estos problemas; su presupuesto anual bordea los US\$ 200 millones y necesita al menos US\$ 1,000 millones. Su Intendente (alcalde) es el periodista y político Mario Ferreiro que lidera el partido político independiente denominado “Avanza País”.

---

<sup>211</sup> Tomado de: [www.juanmanuel.org/firmaton](http://www.juanmanuel.org/firmaton)

<sup>212</sup> Tomado de: [www.juanmanuel.org/firmaton](http://www.juanmanuel.org/firmaton)

<sup>213</sup> Cuenta de Facebook de Juan Manuel Mantilla, [www.facebook.com/JuanManuelMantillaE](https://www.facebook.com/JuanManuelMantillaE)

<sup>214</sup> RIVAS, Andy... **“Conversaciones con Enrique Cornejo y Luis Jiménez”**; Asunción-Paraguay, lunes 02 de abril de 2018.

El período de gestión municipal es de cinco años y Ferreiro lo está haciendo bien, supliendo los presupuestos escasos con creatividad, seguimiento a los proyectos y mucha cercanía con su población. Uno de sus programas emblemáticos es, por ejemplo, los servicios que brinda una clínica veterinaria móvil en la ciudad.

Tras más de treinta años en la televisión, Ferreiro decidió entrar en la política el año 2012. En un principio participó en la concertación “Frente Guasú” y se alejó de la misma por diferencias políticas con Fernando Lugo. Decidió luego presentarse a las elecciones presidenciales, por la concertación “Avanza País” perdiendo frente a Horacio Cartés, el candidato del Partido Colorado.

En noviembre de 2015 postuló a Intendente Municipal de Asunción, por la concertación “Avanza País” en alianza con el “Partido Liberal Radical Auténtico” y ganó la elección, terminando con quince años del Partido Colorado en la Intendencia de Asunción.

Este es un resultado electoral particularmente notable en el Paraguay. A lo largo de la historia reciente de este país son dos grandes fuerzas políticas las que han dominado el escenario nacional: el Partido Colorado y el Partido Liberal.

El Partido Colorado es de centro derecha y tiene mucha fuerza en cuanto a su estructura organizativa y sus cuadros políticos en todo el territorio. **“En este país, para ser presidente de la República, necesitas votos colorados”**<sup>215</sup>, dice Andy Rivas. El Partido Liberal, por su parte, es de tendencia centro progresista y es fuerte en zonas rurales con significativa presencia de campesinado, pero es débil en áreas urbanas.

Andy Rivas señala que en el Paraguay actual hay dos grandes tendencias de los votantes: **“...los que siguen hablando de la dictadura y no han superado sus efectos negativos, y, el 37 por ciento de la población que son jóvenes menores de 30 años que no vivieron la dictadura y que tienen otra mentalidad”**<sup>216</sup>. El futuro político del Paraguay dependerá de la consideración de estas tendencias y Mario Ferreiro representa una nueva fuerza política, desconocida anteriormente y que actúa con criterios de eficiencia política.

Ferreiro, no es un político tradicional, goza de una gran popularidad y, a decir de muchos, podría ser efectivamente presidente del Paraguay en un futuro, si las fuerzas políticas de oposición al tradicional Partido Colorado logran aglutinarse en torno a su liderazgo. De hecho, uno de los más importantes líderes de la oposición, el senador liberal Blas Llano intentó infructuosamente en las elecciones de 2018, que Ferreiro fuera el candidato presidencial que pudiera competir con el candidato colorado. No hubo consenso.

---

<sup>215</sup> RIVAS, Andy... **“Conversaciones con Enrique Cornejo y Luis Jiménez”**; Asunción-Paraguay, lunes 02 de abril de 2018.

<sup>216</sup> RIVAS, Andy... **“Conversaciones con Enrique Cornejo y Luis Jiménez”**; Asunción-Paraguay, lunes 02 de abril de 2018.

Ferreiro es un excelente comunicador, lo que le ayuda significativamente en su trabajo político; es -además- muy carismático y, algo difícil de encontrar en los políticos tradicionales, sigue siendo una persona muy sencilla y gran conversador. Está permanentemente participando directamente en las redes sociales y desarrolla proyectos de innovación política que han tenido mucha acogida en la población.

Ferreiro señala: **“Asunción es así, sesenta y ocho barrios donde somos todos vecinos y si es posible hasta casi parientes. En la campaña eso me facilitó mucho, me dio mucha alegría que en cada barrio encontrara alguna proximidad, una cercanía casi familiar por mis años de comunicador, pero también porque finalmente, a pesar de lo que ha crecido Asunción, todavía es una suerte de ciudad de cercanías, ciudad de parentescos, ciudad de relaciones muy íntimas, una ciudad en la que todavía hay algunos elementos de aquél pueblo en el cual se criaron nuestros abuelos, bisabuelos e incluso nuestros propios padres”**.<sup>217</sup>

Ferreiro trabaja tomando decisiones “en todo momento y en todo lugar”. Para bien o para mal señala que “uno tiene que jugarse la vida” en cada decisión que toma, lo que incluso puede tener consecuencias jurídicas posteriores. Es un político “que viene de fuera de la política” y que no hace cálculos políticos para tomar decisiones. Quiere convertir a Asunción en una ciudad autónoma y su sueño es “mejorar la calidad de vida de la gente”.

Le gusta trabajar en equipo. En una reunión que sostuvimos en la ciudad de Asunción en abril 2018, Ferreiro nos contó entusiasmado cómo desde el inicio de su gestión había procurado que la mayoría de sus principales colaboradores participasen en reuniones internacionales de manera que no sólo sea un trabajo individual.

No olvida su origen de comunicador social. En el 2009 publicó un libro de cuentos que se titula “El Tranvía” en el que incluye historias generadas en experiencias a lo largo de treinta años de su vida. Su trabajo literario va, sin embargo, ya dibujando los elementos fundamentales de lo que será su posterior trabajo político.

Dice Ferreiro, en las palabras preliminares de su libro: **“Al fin y al cabo somos hijos del perverso tiempo final de la dictadura y el inicio, todavía a gatas, de la democracia de este país del fin del mundo del que nadie jamás se acuerda”**.<sup>218</sup>

En la dedicatoria de su libro que el autor tuvo la gentileza de escribir en ocasión de nuestra visita a Asunción para presentar el libro “Innovación Política” señala: **“Para el estimado Enrique, con sincero aprecio y admiración, unos breves retazos de crónicas urbanas de mi humilde paso por esta maravillosa vida”**.<sup>219</sup>

---

<sup>217</sup> FERREIRO SANABRIA, Mario...; **“El futuro de Asunción como ciudad autónoma”**; ensayo publicado en libro “La Historia del futuro. El Paraguay a partir del 2018”; Víctor Raúl Benítez (Editor); Asunción-Paraguay, noviembre de 2017; Editorial Libre; Página 98.

<sup>218</sup> FERREIRO, Mario...; **“El Tranvía”**; Criterio Ediciones; Asunción-Paraguay, noviembre de 2009; Cuarta edición, noviembre de 2011; Página 11.

<sup>219</sup> FERREIRO, Mario...; **Dedicatoria para Enrique Cornejo de su obra “El Tranvía”** (ya citada); Asunción-Paraguay, abril de 2018.

Ferreiro es un político que trata de estar siempre visible para la población. Considera que el político debe estar en la calle y no en el escritorio, conectando emocionalmente con los ciudadanos. Se trata de un esfuerzo de innovación política que hay que seguir muy de cerca y que está en la línea de innovar desde fuera de los partidos políticos tradicionales.

Otra experiencia interesante es la de Merlo, hermosa ciudad de los alrededores de la gran Buenos Aires, en Argentina, que es parte de lo se denomina “el conurbano bonaerense” que fue fundada en 1755 y que cuenta con alrededor de 700 mil habitantes. Su Intendente, para el período 2015-2019, es Gustavo Menéndez, joven abogado y político argentino, representante de una nueva generación del peronismo<sup>220</sup> y que hoy preside, nada menos, que el partido Justicialista de la Provincia de Buenos Aires.

Gustavo Menéndez es un ejemplo de esfuerzo innovador desde dentro de una organización política tradicional (el Partido Justicialista) y claramente esta es una tarea más difícil pues hay que contrarrestar estereotipos y una cultura política y organizativa arraigada por mucho tiempo.

Con un perfil muy sencillo y cercano a la población, conocimos a Menéndez junto a sus principales colaboradores en sus oficinas en la ciudad de Merlo y compartimos puntos de vista sobre lo que hay que hacer urgentemente en la política para recuperar la confianza de la población.

Menéndez es consciente del desafío que supone hacer política en estos tiempos y, en el caso argentino, encontrándose ahora el Justicialismo en la oposición luego de doce años de consecutivos gobiernos nacionales.

Menéndez no pierde su esencia y nos habló con gran entusiasmo de los preparativos que viene liderando para celebrar a lo grande, en abril de 2019, el 70º aniversario del discurso de clausura que Juan Domingo Perón pronunció en el Congreso Internacional de Filosofía de 1949 y que se publicó con el título “La Comunidad Organizada”<sup>221</sup> lo que constituye la base doctrinaria del Movimiento Justicialista.

Al mismo tiempo Menéndez propone reformas al interior del partido e intenta aplicarlas ya en su condición de Intendente o en su calidad de dirigente nacional del partido. Menéndez tiene una historia muy singular en su vida política al interior del peronismo, habiendo luchado contra las cúpulas partidarias y con caudillos tradicionales que le hicieron la vida imposible e incluso lo judicializaron. Pero él salió adelante.

En el auditorio del Municipio de Merlo donde presentamos el libro “Innovación Política” había muchos jóvenes y líderes independientes de la comunidad, en los cuales

---

<sup>220</sup> Peronista que creó el Frente para la Victoria (FPV). También fundó la agrupación “Grande Merlo”.

<sup>221</sup> PERÓN, Juan Domingo...; **“Comunidad Organizada”**; Discurso de Clausura del Congreso Internacional de Filosofía realizado en Mendoza en 1949; Ediciones Centauro; Buenos Aires, diciembre de 2015; 125 páginas.

encontramos gran acogida a nuestros conceptos de confianza e innovación política. Gustavo Menéndez tuiteó: **“Recibimos en el Gobierno de Merlo a nuestros hermanos de Perú, Enrique Cornejo y Luis Jiménez, e intercambiamos experiencias de innovación, modernización y gestión de la administración pública. Todo el éxito para las elecciones de Lima a los compañeros del Frente Contigo Ciudadano”.** <sup>222</sup>

Menéndez trabaja de otra manera, haciendo docencia política y permitiendo la participación política de la población organizada, no limitándola a la estructura partidaria. Le gusta el fútbol y no pierde la ocasión para jugar “una pichanga”.

Mientras escucha las preguntas que nos hicieron sobre el libro de innovación política, Menéndez nos comparte que desea que muchos de los jóvenes que están en el auditorio salgan al extranjero para capacitarse políticamente; luego se disculpa pues tiene que ir a presidir la instalación de la asamblea de la Intendencia.

En una reciente entrevista, Menéndez decía: **“Hay gente que viene a la política buscando poder, algunos por un laburo, otros para mejorar su economía: yo quiero trascender...”**<sup>223</sup>, y en cuanto sus objetivos en la presidencia del peronismo en Buenos Aires afirma: **“Me he puesto como objetivo unir a todo el arco justicialista. No hay que hablar de nombres propios sino de proyectos. La soberbia hace que perdamos: es una cuestión de maduración...”** <sup>224</sup>

Experiencias como las reseñadas en Ibarra, Asunción y Merlo nos indican que, desde diferentes realidades y con métodos también diferentes, la innovación política avanza y empieza a generar frutos. En las próximas ediciones de este libro seguiremos sistematizando las experiencias de innovación política e intercambiando información entre quienes consideramos que hay que implementar nuevas formas de hacer política en nuestros países.

---

<sup>222</sup> Cuenta de Twitter de Gustavo Menéndez: @gustavomenendez

<sup>223</sup> MENENDEZ, Gustavo...; **“Gustavo Menéndez, el peronista menos pensado: Quiero trascender”**; entrevista publicada en Sección Política de “Noticias”; Buenos Aires, 01 de febrero de 2018. La entrevista la realizó el periodista Juan Luis González.

<sup>224</sup> MENENDEZ, Gustavo...; **Op. Cit.**