



Un año después

#11 | MARZO 2024
América Latina

Mujeres

La participación política continúa en el debe

Entrevista

El arte de David Ross para el buen retrato político

Opinión pública

El aporte de los *focus groups* en la investigación



Relato

Año 3 | Número 11
América Latina, marzo de 2024

Dirección
Marcel Lhermitte

X
@relatocompol

Edición
Elda Arroyo

Instagram
@relato_compol

Relato Podcast y Relato TV
Fabián Cardozo

Facebook
@relatocompol

Consejo Editorial
Elda Arroyo (México)
Fabián Cardozo (Uruguay)
Daniela Castillo (Colombia)
Lucio Guberman (Argentina)
Federico Irazabal (Uruguay)
Saudia Levoyer (Ecuador)
Marcel Lhermitte (Uruguay)
Marcelina Romero (Argentina)
Luis Guillermo Velásquez (Guatemala)

TikTok
@relatocompol

YouTube
Relato

Dirección web
www.relatocompol.com

Colaboran en esta edición
Fede Abreu Silveira (España)
Pau Canaleta (España)
David Carballo (México)
Bella Carrillo (Honduras)
Martín González Carrère (Uruguay)
Vicente Inostroza Sánchez (Chile)
Federico A. Jovine Rijo (República Dominicana)
Engels Bladimir López Sánchez (Honduras)
José L. Mendoza de Anda (México)
Andrea Olano (Colombia)
Alfonso Pissano (Uruguay)
Franca Roibal Fernández (Argentina - Uruguay)
Rogério Tomaz Jr (Brasil)

Diseño
Gonzalo López

Diseño web
Mario Iván González Rojo

Contacto
revista@relatocompol.com

RELATO

REVISTA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

Contenidos

Editorial
Página 5

Brasil se reconstruye con Lula: éxitos económicos y victorias políticas
| Rogério Tomaz Jr.
Página 7

Boric y el calidoscopio electoral: ¿un mapa para el oficialismo?
| Vicente Inostroza Sánchez
Página 13

Latinoamérica: Mujeres, política y género un desafío estructural
| Bella Carrillo
Página 21

Claudia Sheinbaum ante una encrucijada
| José L. Mendoza De Anda
Página 29

Entre febrero y mayo. O el pendular entre las elecciones dominicanas de 2024
| Federico A. Jovine Rijo
Página 33

David Ross, el fotógrafo de los presidentes
| Fabián Cardozo
Página 41

La paz total en Colombia: ¿Una utopía?
| Daniela Castillo
Página 47

Pioneros: la incubadora de nuevos liderazgos que busca transformar la política en Colombia
| Andrea Olano
Página 55

Semillas del cambio
| Fede Abreu Silveira
Página 61

El violento relato de Ecuador
| Elda Magaly Arroyo Macías
Página 69

Desinformación, relato y democracia
| Saudia Levoyer
Página 75

La importancia del relato en política
| Pau Canaleta
Página 79

Las enseñanzas de Napolitan
| Marcel Lhermitte
Página 83

Investigación cualitativa. La evolución
| David Carballo
Página 89

De Goebbels a Milei, nada nuevo bajo el sol
| Alfonso Pissano
Página 95

Honduras: Límites y retos del Gobierno de la Refundación
| Engels Bladimir López Sánchez
Página 103

Carnaval uruguayo: grito de resistencia política y cultural
| Franca Roibal Fernández
Página 111

Relato en el Aula. El delfín. La narrativa de Álvaro Delgado hacia las internas 2024 en Uruguay
| Martín González Carrère
Página 119

Mapa electoral
Página 123

Relato Visual. Basta, la resistencia obrera en la gráfica de Carpini
Página 125



Editorial

Como todo año que comienza, recibimos el 2024 con mucha expectativa, con nuevos proyectos y muchos sueños por cumplir.

RELATO

Marzo nos encuentra con esta nueva edición de nuestra revista que hoy les estamos presentando, que viene nutrida de variada información de comunicación política, escrita por profesionales de distintos países de América Latina.

En esta edición traemos varias novedades, pero queremos poner nuestro énfasis en la formación, por eso vamos a destacar y compartir con ustedes el comienzo de la tercera edición del Diploma en Comunicación Política de la Universidad Claeh en Uruguay, que a partir de esta cohorte, que comenzará sus clases en abril, contará con una doble titulación, la del Claeh y la de **Relato**.

Cumplimos de esta manera con uno de los principales postulados que nos hemos marcado cuando concretamos nuestro proyecto colectivo, que es la promoción del conocimiento en comunicación política, no solo desde nuestras páginas, sino también desde la docencia que desarrollamos en nuestros cursos, en cada una de las instituciones latinoamericanas en las que brindamos formación, así como también en nuestro propio campus universitario.

El 2024 es un año especial, ya que más de la mitad de la población mundial está llamada a votar en distintos procesos electorarios y América Latina no es la excepción.

Es allí donde cobra mucha relevancia la formación, porque promovemos la profesionalización de las campañas electorales como una herramienta a favor de las ciudadanías del continente.

Somos férreos defensores de la libertad de expresión y celosos guardianes de la ética profesional. Estamos a favor de la persuasión de los electorados, del uso de la palabra y del argumento, y por lo tanto, creemos que se debe castigar las estrategias de manipulación de los mismos, cuando se utilizan técnicas de desinformación o malas prácticas en general.

La formación y profesionalización de la comunicación política no solo abarca las campañas electorales, sino también la comunicación sindical, la legislativa y la comunicación de gobierno en general. Una ciudadanía informada de las políticas públicas que se le ofrecen y del accionar de sus gobernantes redundará en el fortalecimiento de la democracia, algo que hace falta y mucho en nuestra América Latina.

Estamos contentos con lo que hemos realizado y con lo que tenemos en carpeta, pero no nos conformamos, por lo que este 2024 tenemos varios proyectos de formación en comunicación política, que dictaremos en instituciones del continente entero a lo largo de todo el año. Esperemos encontrarlos en este camino.



Brasil se reconstruye con Lula: éxitos económicos y victorias políticas

Diciembre de 2022. La victoria de Lula en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales, que puso fin al gobierno de extrema derecha, aún era celebrada por muchos simpatizantes del PT. Más que la batalla ganada contra Jair Bolsonaro, el resultado de esa elección fue la culminación del camino del héroe brasileño más famoso de la historia.



Por Rogério Tomaz Jr.

Lula da Silva, el niño que dejó el nordeste en los años 50, huyendo del hambre para buscar un lugar al sol en la metrópolis moderna e industrial que era São Paulo, la tierra de las oportunidades y locomotora del "país del futuro". Lula da Silva, el líder sindical que desafió a la dictadura y a la izquierda tradicional y fundó un partido que aglutinaba a trabajadores, intelectuales y militantes religiosos. Lula da Silva, el líder que perdió tres elecciones presidenciales, ganó en la cuarta vez que se presentó, hizo el mejor gobierno de la historia y se fue con un 87% de aprobación en 2010. Fue detenido en abril de 2018 y se le impidió presentarse a las elecciones de aquel año. El expresidente pasó 580 días en una celda fría y húmeda en Curitiba, donde fue a parar gracias a una operación judicial dirigida por un juez corrupto y un fiscal movido por el odio y el fanatismo religioso, ambos guiados por el Departamento de Justicia de Estados Unidos.

Durante el período de persecución y calvario impuesto por la "Lava Jato", Lula perdió a su mujer, a su nieto y a un hermano. Exactamente 1.729 días después de su detención, el hincha de Corinthians volvió a subir la rampa del Palacio de Planalto como Presidente de la República, elegido con un récord de 59,5 millones de votos. En las seis elecciones presidenciales a las que se ha presentado desde 1989, Lula ha acumulado la impresionante cifra de

240,3 millones de votos, un récord absoluto en el mundo occidental. La jornada del héroe a full.

El Congreso consiguió, tras más de 30 años de debate, aprobar una reforma que hace el sistema tributario más simple, transparente y eficiente, con la creación del IVA y la devolución de los créditos fiscales al consumo a los contribuyentes

Al iniciar su tercer mandato, Lula contaba con un gabinete repleto de líderes regionales que podrían competir en el futuro por ocupar su lugar, empezando por el vicepresidente Geraldo Alckmin, exgobernador de São Paulo en cuatro ocasiones y candidato presidencial al que Lula derrotó en 2006. Además de él, también formaban parte del equipo de Lula los exgobernadores Rui Costa (Bahía), Camilo Santana (Ceará), Flávio Dino (Maranhão), Márcio França (São Paulo), Renan Filho (Alagoas), Waldez Góes (Amapá) y Wellington Dias (Piauí). Otros grandes nombres del gabinete



son Fernando Haddad (Hacienda), Marina Silva (Medio Ambiente) y Simone Tebet (Planificación), también candidata a presidente en 2022. Nunca en la historia de Brasil un equipo presidencial reunió a tantos líderes de gran peso político y simbólico como el de Lula en 2023.

El desafío de gobernar con tanta gente acostumbrada a decir lo que hay que hacer, en lugar de recibir órdenes, no sería tarea fácil. El propio Lula bromeó sobre ello en algunas ocasiones. A finales de 2023, sin embargo, el balance es extremadamente positivo para el gobierno, en casi todas las áreas.

El desempleo alcanzó a finales de 2023 el nivel más bajo desde 2014 (7,8%) y, por primera vez en la historia, Brasil superó la marca de 100 millones de personas activas en el mercado laboral

En economía, Haddad tuvo autonomía para imponer cierto grado de austeridad, lo que disgustó a las figuras más desarrollistas del gabinete e incluso provocó críticas públicas de la presidenta del PT, Gleisi Hoffmann, entre otros exponentes del PT. Al mismo tiempo, sin embargo, Haddad entabló un intenso diálogo con los parlamentarios para garantizar la aprobación de medidas que aumentaran la recaudación, especialmente cobrando a los más ricos.

En este contexto, el Congreso consiguió, tras más de 30 años de debate, aprobar una reforma que hace el sistema tributario más simple, transparente y eficiente, con la creación del IVA y la devolución de los créditos fiscales al consumo a los contribuyentes, con el fin de aliviar la presión fiscal sobre los sectores más pobres. Fue una victoria muy celebrada por el gobierno, entre otras cosas porque fue aprobada prácticamente sin oposición, aparte de algunas críticas aisladas –y no muy consistentes– de los partidarios más radicales de Bolsonaro. Además de la reforma tributaria, el Parlamento también aprobó un nuevo régimen fiscal para regular los gastos y las inversiones del gobierno federal. Según Haddad, el nuevo régimen garantizará estabilidad y previsibilidad a las cuentas del Estado, sin obstaculizar las inversiones necesarias para el desarrollo del país en las diversas áreas estratégicas del proyecto político de Lula y del PT. Esta

medida sorprendió y complació incluso a los sectores más pesimistas y anti-PT del mercado.

La evolución del PIB ha devuelto a Brasil al top diez de las economías mundiales, superando a Rusia y Canadá y situándolo en el noveno puesto de este ranking

Las previsiones del mercado financiero a comienzos de 2023, que apuntaban a un crecimiento del PIB de solo el 0,79% y una inflación acumulada del 5,36%, resultaron ser totalmente erróneas. Brasil cerró el primer año del nuevo gobierno de Lula con una variación positiva del PIB del 2,9 por ciento y una inflación del 4,62 por ciento. El desempleo alcanzó a finales de 2023 el nivel más bajo desde 2014 (7,8%) y, por primera vez en la historia, Brasil superó la marca de 100 millones de personas activas en el mercado laboral. La evolución del PIB, además, ha devuelto a Brasil al top diez de las economías mundiales, superando a Rusia y Canadá y situándolo en el noveno puesto de este ranking, muy cerca de Italia, que ocupa el octavo lugar.



La inversión extranjera ha vuelto con fuerza. A pesar de la fuerte caída de este tipo de inversiones en todo el mundo, debido al escenario de guerras e incertidumbres, Brasil fue el segundo país que recibió más inversiones extranjeras en 2023, solo por detrás de Estados Unidos. Sobre este tema, cabe destacar que hubo una ola de anuncios de inversiones multimillonarias de la industria automotriz entre diciembre de 2023 y marzo de 2024. En total, diez fabricantes de automóviles¹ confirmaron que invertirán 104.800 millones de reales (21.000 millones de dólares) en Brasil entre 2024 y 2030.

Brasil fue el segundo país que recibió más inversiones extranjeras en 2023, solo por detrás de Estados Unidos. Hubo una ola de anuncios de inversiones multimillonarias de la industria automotriz

1 - Stellantis (30.000 millones de reales), General Motors (17.000 millones de reales), Volkswagen (16.000 millones de reales), Toyota (11.000 millones de reales), Great Wall Motor (10.000 millones de reales), Hyundai (5.450 millones de reales), Renault (5.100 millones de reales), CAOA (4.500 millones de reales), BYD (3.000 millones de reales), Nissan (2.800 millones de reales). Stellantis es propietaria de las marcas Fiat, Peugeot y Jeep.

Los presupuestos para salud (+12,85%) y educación (+7,85%) se recuperaron en 2023, con un fuerte incremento en comparación con el último año del gobierno Bolsonaro. Y la nueva versión del Programa de Aceleración del Crecimiento (PAC) fue lanzada en agosto, con una previsión de inversión de cerca de 1,4 billones de reales hasta 2026, con proyectos centrados principalmente en la infraestructura de servicios de salud, educación, deporte, cultura, ciencia y tecnología, agua y alcantarillado, producción de energía limpia, transporte y otros.

El desempleo alcanzó a finales de 2023 el nivel más bajo desde 2014 (7,8%) y, por primera vez en la historia, Brasil superó la marca de 100 millones de personas activas en el mercado laboral

Tras un largo diálogo con líderes de la industria, liderado por Alckmin a lo largo de 2023, Lula presentó en enero de 2024 un paquete de 300.000 millones de reales para financiar el sector, con especial atención a la innovación y la exportación de productos de valor agregado.

Para la agroindustria y la agricultura familiar, el gobierno presentó en junio de 2023 el

mayor Plan Safra [programa de financiación de la agricultura y la ganadería] de la historia: 364.000 millones de reales, un 27% más que el año anterior.

Petrobras, la mayor empresa de Brasil, pasó 2023 batiendo récords de valoración en los mercados y, en febrero de 2024, alcanzó el mayor valor de mercado de su historia: 552.000 millones de reales (111.000 millones de dólares).

En el ámbito internacional, Brasil ha dejado de ser un paria y vuelve a liderar iniciativas regionales y mundiales en diversas áreas y temas. Los enérgicos discursos de condena al gobierno israelí por el genocidio en Palestina son los ejemplos más recientes de la voz activa y altiva del país en la comunidad internacional.

Hay muchas más cifras positivas y la lista de logros del gobierno de Lula en su primer año es enorme, pero este resumen es suficiente, creo, para mostrar que Brasil ha superado el período de atraso e incompetencia del dúo Jair Bolsonaro y Paulo Guedes y está de vuelta en la senda del desarrollo económico que incluye la reducción de la pobreza y la desigualdad social, sirviendo una vez más de inspiración para América Latina, las economías emergentes y el mundo.



Rogério Tomaz Jr. (Brasil) es periodista y analista político. Trabajó durante once años en la Cámara de Diputados de Brasil (2009-2020). Vivió en Montevideo (2017) y trabajó en el Parlamento del Mercosur. Vivió en Argentina (2020-2022), donde cursa la maestría en Estudios Latinoamericanos en la Universidad Nacional de Cuyo, en Mendoza. Volvió a residir en Brasilia y a desempeñarse en la Cámara de Diputados en abril de 2022.

www.rogeriotomaz.com | Tw: @rogeriotomazjr



Boric y el calidoscopio electoral: ¿un mapa para el oficialismo?

El pasado 11 de marzo se cumplieron dos años de la asunción de Gabriel Boric en la Presidencia de Chile, un período de tiempo que ha estado marcado por la turbulencia de los procesos electorales.



Por Vicente Inostroza Sánchez

El escenario electoral turbulento de Gabriel Boric

Si pensamos que en el segundo gobierno del expresidente Sebastián Piñera hubo jornada tras jornada electoral, el gobierno del presidente Gabriel Boric no se quedará atrás. En el término de su mandato, si consideramos que se cumplen todas las primarias y segundas vueltas, sería el gobierno que tendría más elecciones y jornadas electorales desde la vuelta a la democracia (gráfico 1).

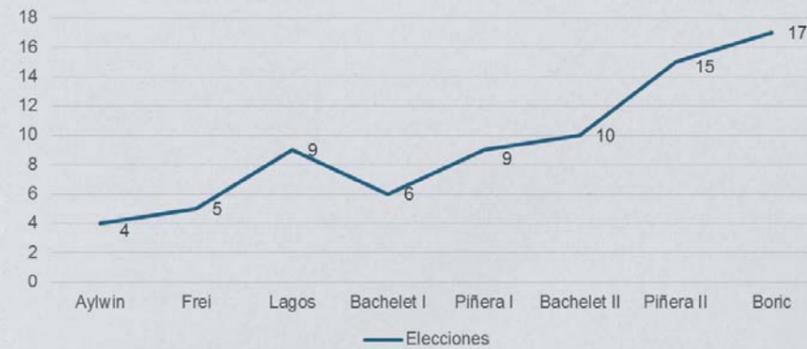
Desde hace algunos años en Chile estamos en una época turbulenta a nivel político-electoral, con un desgaste desde la ciudadanía y la política

Desde hace algunos años, estamos en una época turbulenta a nivel político-electoral, con un desgaste desde la ciudadanía y la política. Aquello genera una visión cortoplacista en el vínculo de representación elector-elegido, una mezcla de visiones políticas entre distintos niveles del sistema político y una confusión en las responsabilidades de las decisiones que se toman en el poder. Si

bien parte de las elecciones se dieron para canalizar la crisis de octubre de 2019, también este aumento de elecciones aumentó sostenidamente, desde el gobierno de Patricio Aylwin, por la cantidad de cargos electos democráticamente.

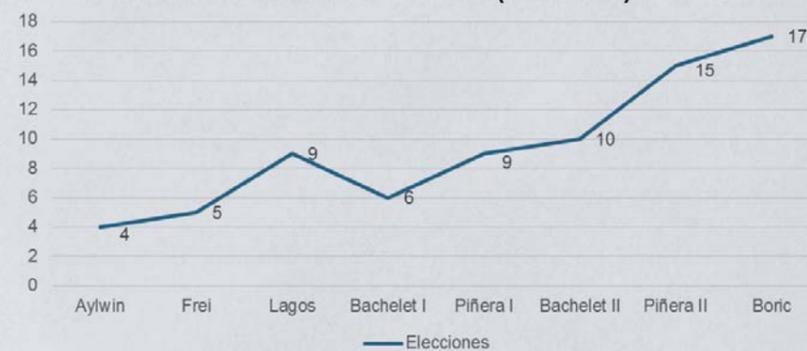
¿Qué consecuencias genera estas cantidades de elecciones para el gobierno de Boric, y sus sucesores en la presidencia de Chile? Considerando que cada semana existe una encuesta que evalúa la gestión presidencial y pone los temas en la agenda política de la semana, las diecisiete elecciones en curso posterior a las crisis socioeconómicas pueden generar un calidoscopio para el futuro del oficialismo. Utilizo de metáfora esta figura tubular porque, a través de distintas capas simulando los niveles de elecciones, podemos mirar la confusa realidad política chilena (incluso paradójica). Para tratar de observarla, debemos tratar de ajustar nuestra mirada ¿Solo existe oposición y apoyo al gobierno de Boric? ¿Ese apoyo siempre es permanente? ¿Existe un grupo que se mueve según el panorama y la situación sociopolítica? En esta columna, trataré de entregar algunas orientaciones territoriales ante la turbulencia electoral con datos de las elecciones que se han celebrado en el gobierno del presidente Boric, tomando su apoyo electoral que lo llevó a La Moneda.

Gráfico 1. Número de elecciones (papeletas) por período de gobierno en Chile, 1989-2023



Fuente: Elaboración del autor con datos de SERVEL.

Gráfico 2. Participación de la población en edad de votar en Chile (1989 - 2023)



Fuente: Elaboración del autor con datos de IDEA Internacional y SERVEL.
Nota: se toman solamente elecciones legislativas. Como en el gobierno de Gabriel Boric aún no hay dichas elecciones, se usó el dato de participación de la elección de Consejeros Constituyentes en 2023.

Nuevas reglas, ¿nuevas direcciones?

No solo la gran cantidad de elecciones componen la turbulencia electoral en el gobierno de Boric, sino que existen otros tres factores a considerar. Primero, tal como se muestra en el gráfico 2, las recientes elecciones superaron el 80% de participación al considerar la población en edad de votar, situación que no se repetía hace treinta años atrás, desde 1993. Cuando Gabriel fue electo presidente, obtuvo un resultado histórico con más de 4,6 millones de votos. Sin embargo, fue la última elección con voto

voluntario e inscripción automática. Después de diez años de este voto, más del 80% participó en el plebiscito constitucional sobre el nuevo borrador de Constitución Política, cercano a las ideas del oficialismo. Cerca de 8 millones de electores votaron para rechazar ese proyecto constitucional, lo que fue uno de los primeros fracasos electorales del gobierno de Boric. Por ende, desde esa elección, la votación será obligatoria y con inscripción automática.

Este tipo de cambio de voto, que pasó desde el voto obligatorio con inscripción voluntaria, luego al voto

voluntario con inscripción automática y, finalmente, un voto obligatorio generalizado, no fue la única particularidad electoral que va a caracterizar el transcurso de Boric en la presidencia. También, desde el plebiscito de 2022, los locales de votación fueron georreferenciados a la cercanía de los domicilios del electorado. Es decir, si antes se asignaba el local de votación dentro de la comuna o en una división comunal, ahora la variación territorial intracomunal será mucho más precisa para ver la segmentación política del electorado. Estos cambios en las reglas hacen que los representantes de niveles mayores en el poder opten por no hablarle solamente a su grupo político, sino que a otro electorado que, incluso, nunca ha votado en una elección. ¿Cómo cambia la configuración electoral del oficialismo, contando las elecciones que han pasado hasta la mitad del gobierno de Boric? ¿Cuáles son los desafíos del oficialismo para los próximos comicios electorales?

Ajustando el calidoscopio político para el oficialismo

A continuación, para ver el mapa político que está afrontando el gobierno del presidente Boric, realizaré una clusterización del apoyo oficialista en las elecciones de 2021, y los resultados electorales más afines al Gobierno desde 2022 hasta 2023.

Para aquello, utilizaré un método de “K-medias” que promedia estas variables para agruparlas en ciertos grupos de comunas (ver tabla 1). Por ende, cada grupo tendrá comunas con perfil político parecido en su interior, pero diferente a otros grupos de comunas. Como utilicé la metáfora del calidoscopio, un ajuste óptimo para observar la realidad política del oficialismo es agrupar las comunas en cinco perfiles políticos, saliendo de la típica dicotomía “apoyo-rechazo” u “grupo oficialista-grupo opositor”.

Cerca de 8 millones de electores votaron para rechazar el proyecto constitucional, lo que fue uno de los primeros fracasos electorales del gobierno de Boric

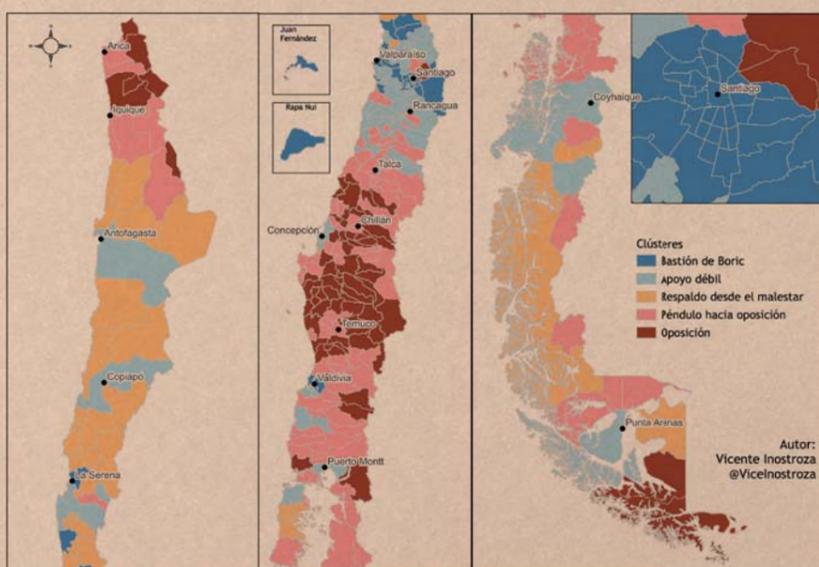
En primer lugar, está el clúster de Bastión de Gabriel Boric. No solo cuenta con un alto respaldo en la primera y segunda vuelta, sino que con un considerable apoyo a la opción “Apruebo” del plebiscito de 2022 y a la lista de constituyentes oficialistas para la elección de 2023. Como veremos en la distribución territorial del mapa político (ver figura 1), gran parte de las comunas

Tabla 1. Promedios de porcentaje por elección de clústeres de mapa político de Gabriel Boric (2021 – 2023)

| Clústeres | Comunas | Boric IV (votos totales) | Boric IV (electores) | Boric IV (votos totales) | Boric IV (electores) | Aprobado Plebiscito 2022 | Lista "Unidad para Chile" Constituyentes 2023 | Nulos y Blancos Constituyentes 2023 | En Contra Plebiscito 2023 |
|----------------------------|---------|--------------------------|----------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|---|-------------------------------------|---------------------------|
| Bastión de Boric | 55 | 32,24% | 15,38% | 64,57% | 36,84% | 46,8% | 36,15% | 21,52% | 61,95% |
| Apoyo débil | 85 | 23,7% | 11,03% | 56,85% | 31,7% | 35,52% | 26,54% | 23,04% | 55,75% |
| Respaldo desde el malestar | 36 | 22,7% | 8,53% | 66,41% | 29,01% | 39,12% | 29% | 30,85% | 62,34% |
| Péndulo hacia la oposición | 99 | 17,36% | 7,3% | 47,16% | 23,78% | 27,42% | 18,89% | 23,62% | 49,1% |
| Oposición | 70 | 12,78% | 5,26% | 33,92% | 16,53% | 20,66% | 11,92% | 19,82% | 40,75% |

Fuente: Elaboración propia con datos de SERVEL

Figura 1. Clústeres de mapa político de Gabriel Boric en elecciones 2021-2023



Fuente: SERVEL e INE. Nota: clústeres realizado con método de K-medias con elecciones presidenciales de 2021, constituyentes de 2023 y plebiscitos constitucionales de 2022 y 2023.

están en la zona urbana de la Región Metropolitana y otras en la zona central. También existen algunas capitales regionales que están rodeadas de distintos perfiles políticos, como Valdivia. Por ende, se puede deducir que existe un apoyo constante en estos territorios, pero no hay una mayor expansión hacia otras zonas de Chile.

Segundo, existe el grupo que se considera como un apoyo débil al presidente Boric. En las elecciones de 2021, no tuvieron un apoyo masivo en primera vuelta, pero sí hubo un aumento considerable en

la segunda vuelta presidencial. Sin embargo, no han estado masivamente con las opciones más cercanas al oficialismo, incluso en el plebiscito de 2023 con la opción "En Contra". Estas comunas se rodean del bastión territorial señalado en la zona central del país, sumado con otras capitales regionales como Copiapó. En tercer lugar, tenemos a otro grupo pequeño de comunas, pero refleja un patrón político interesante que se respalda desde el malestar político. Existen dos promedios que resaltan comparativamente a otros grupos: 1) un alto porcentaje en votos nulos y blancos de

la elección de constituyentes de 2023; 2) un masivo apoyo a la opción "En Contra" en el plebiscito constitucional de 2023. Incluso, apoyaron mucho a Boric en segunda vuelta, pero ha tenido un apoyo muy discreto con las opciones afines al oficialismo. Estas comunas se ubican en las zonas extremas del país o más alejadas a la capital, por lo que se muestra una situación de exclusión política.

Una vez ajustado el calidoscopio electoral de Boric, su gobierno ha estado disputado interinamente entre la izquierda y la centroizquierda

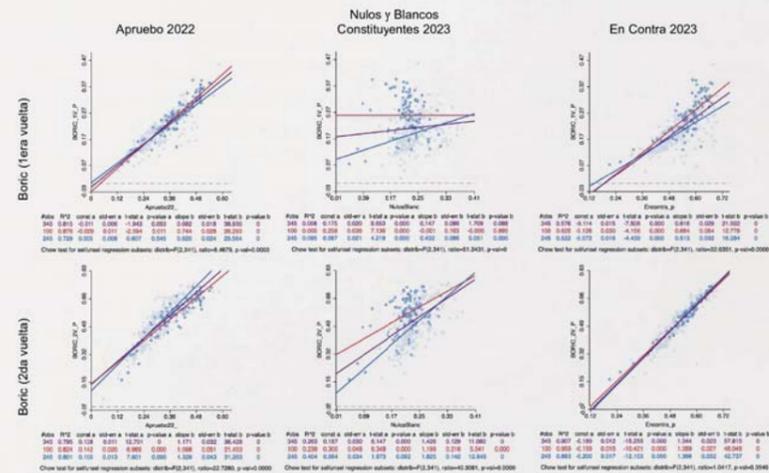
En cuarto y quinto lugar, encontramos a las comunas que tienden o pueden inclinarse hacia la oposición de Gabriel Boric. A simple vista, existe un cierto patrón territorial (o autocorrelación espacial en términos técnicos) entre estos dos grupos, por lo que existe una amenaza político-espacial para el oficialismo en las próximas elecciones. Por un lado, están las comunas que pueden pendular hacia otra opción política distinta a la izquierda o centroizquierda. Su gran diferencia con el territorio

más opositor es que hubo una disputa mayor en la segunda vuelta presidencial entre el opositor de derecha radical José Antonio Kast y Boric, pero durante el actual gobierno ha perdido apoyo político. Se ubica en gran parte del centrosur y sur, y algunas comunas del norte del país. Las capitales regionales que están en este grupo varían desde Iquique hasta Chillán. Por otro lado, están las comunas en oposición directa con Gabriel Boric, incluso desde su apoyo mayoritario a Kast. También están ubicadas en dichas zonas del país, aunque con característica más rural. Sin embargo, encontramos también el "cono de alta renta", ubicado en la zona nororiente de Santiago.

Los dos Boric

Una vez ajustado el calidoscopio electoral de Boric, su gobierno ha estado disputado interinamente entre la izquierda y la centroizquierda. Visto del punto de vista electoral, su coalición de origen (Frente Amplio y el Partido Comunista) estuvo apoyándolo en la primera vuelta, mientras que el sector oficialista más amplio (donde se incluye el "Socialismo Democrático") logró el triunfo en la segunda vuelta electoral. Con los resultados de las últimas elecciones de 2022 y 2023, ¿a qué Boric se puede acercar más? Se usaron algunas correlaciones tomando todas las comunas, y dos grupos con las cien comunas con más electores, y las otras 245 comunas restantes.

Gráfico 3. Correlaciones entre apoyo a Gabriel Boric en primera y segunda vuelta, y elecciones entre 2022 y 2023



Fuente: Elaboración del autor con datos de SERVEL.
 Nota: la línea morada agrupa a las 345 comunas (excluida Antártica), mientras que la línea roja son las cien comunas con más electores y la línea azul las otras 245 comunas restantes.

Las alianzas con las izquierdas se deben acompañar de un discurso común que vaya más allá de alguna realidad social, sino que aglutine distintas esferas sociopolíticas del país

Por un lado, si observamos los resultados de la primera vuelta, existe una mayor relación con la opción “Apruebo” del 2022 que con las demás elecciones. Eso demuestra el cambio de timón que tuvo el oficialismo luego de la derrota del primer plebiscito constitucional de salida. Incluso, en una opción que reflejó el malestar y la apatía política con los votos nulos o blancos de la elección de 2023, existe muy poca relación con esa primera vuelta presidencial. Sin embargo, por otro lado, la votación de segunda vuelta tiene una mayor relación no solo con el

“Apruebo” de 2022, sino con el rechazo al segundo borrador constitucional más inclinado a la derecha. También tiene una alta relación con los “votos de malestar” de la elección de constituyentes de 2023. Por ende, no es solo la unidad de las izquierdas que lograron un apoyo a Gabriel Boric, sino que también hay una relación en el relato que representa el malestar político y social.

El gobierno de Boric se alejó de la representación del malestar político que sigue vigente, quizás con otro sentido, pero es el “elefante en la habitación” que los sectores políticos no quieren hablar

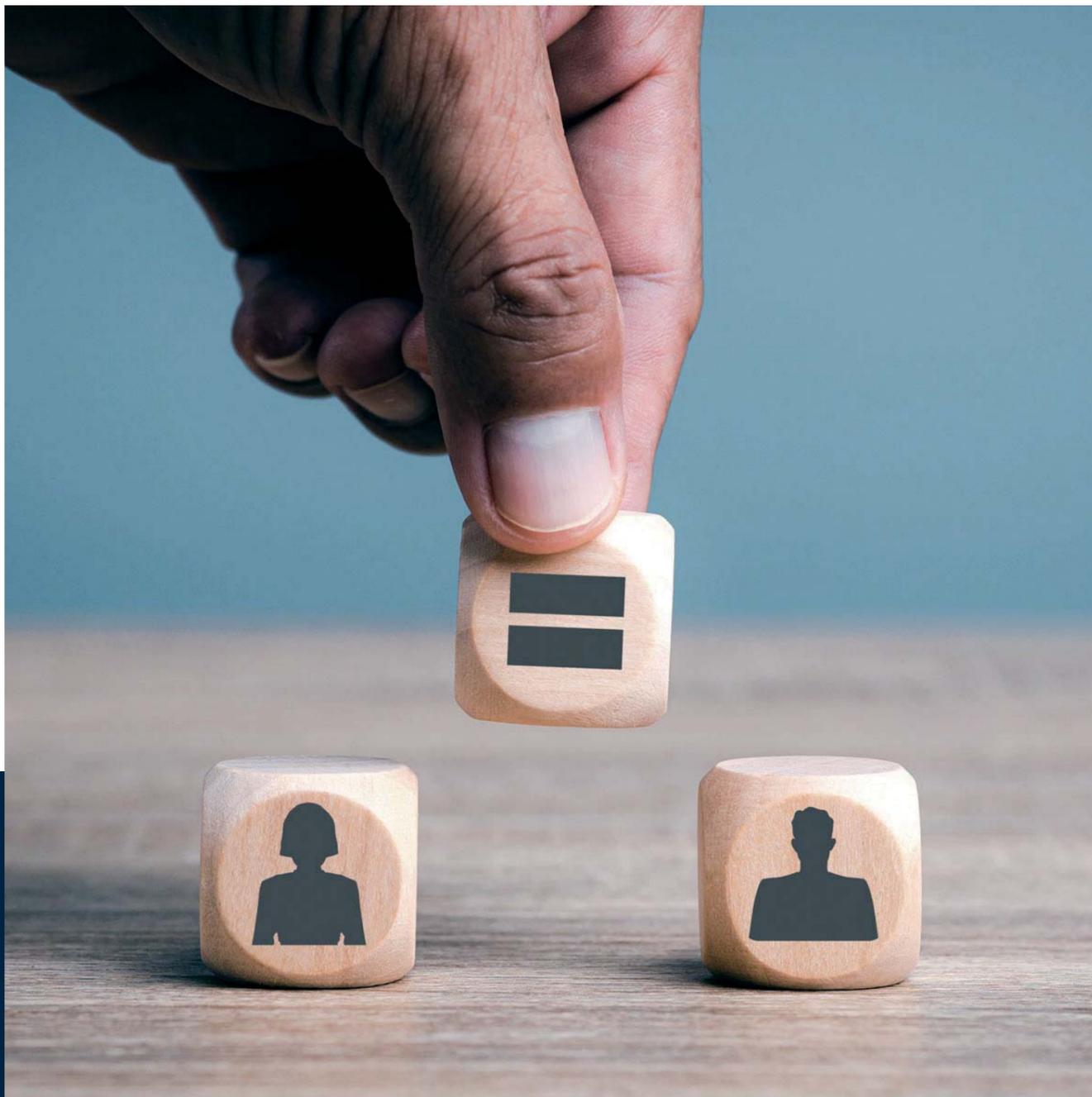
¿Cuáles son los desafíos para el oficialismo que muestra este tipo de visión en el calidoscopio electoral? Primero, se muestra territorialmente que el gobierno de Gabriel Boric está apelando a un sector más centralizado del país. Es más, en comunas donde se disputó la segunda vuelta, no ha tenido un desempeño óptimo

y siguen ligadas al malestar o apatía política. Por ende, si quiere avanzar territorialmente, debe apuntar hacia ese electorado. Segundo, si las reglas electorales apuntaran más a la coordinación entre partidos, las alianzas con las izquierdas se deben acompañar de un discurso común que vaya más allá de alguna realidad social, sino que aglutine distintas esferas sociopolíticas del país. Algún sector de la izquierda chilena siempre utiliza el concepto del “territorio”, pero realmente su mapa político es miope en no representar otros espacios de Chile. Tercero, el gobierno de Boric se alejó de la representación del malestar político que sigue vigente, quizás con otro sentido, pero es el “elefante en la habitación” que los sectores políticos no quieren hablar. Canalizarlo institucionalmente es la oportunidad para el oficialismo de, incluso, potenciar la representación democrática ante proyectos autoritarios en alza en América Latina ¿Cómo ajustará su calidoscopio para las próximas elecciones? Eso lo veremos.



Vicente Inostroza Sánchez (Chile) es cientista político y diplomado de Honor en Movilidad y Ciudad de la Universidad Diego Portales. Magister en Desarrollo Urbano de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Actualmente es estudiante del Doctorado en Ciencias Sociales UDP y docente en la Facultad de Gobierno de la Universidad de Chile. Sus principales líneas de investigación son: políticas de vivienda social, desigualdades socio-territoriales, y análisis geoespacial en ciencia política.

X: @Vicelnostrza



Latinoamérica: Mujeres, política y género, un desafío estructural

Referirse a la participación política de las mujeres es replantarse lo privado y posicionarlas en lo público, debido a que los roles establecidos para las mujeres han estado sumergidos en el quehacer de los cuidados.



Por Bella Carrillo

Partiendo de este punto, es importante establecer que las mujeres han estado en la construcción de lo social y lo político a lo largo de la historia, específicamente en la región de Latinoamérica, donde el auge de los movimientos sociales y partidos políticos progresistas han tenido una gran relevancia para la construcción de democracias que le apuesten a un desarrollo humano más sustentable.

Para ello, es valioso reconocer los distintos ejercicios políticos de las mujeres que trascienden la política denominada “formal” o “institucional”, que se desarrolla dentro de los partidos políticos progresistas y gobiernos, acciones que permitan a las mujeres la construcción de países con mejores condiciones de vida.

Argentina fue el país pionero en aprobar la primera ley de cuotas, en 1991. Luego de eso varios países de la región han aprobado legislación en este ámbito o la han fortalecido

Cuando me refiero a esos ejercicios, son específicamente esas acciones políticas que se dan dentro de los movimientos

sociales, donde las mujeres han estado presentes; entre ellos, los sindicatos, movimientos ambientalistas, colectivos feministas, organizaciones de mujeres, juntas de familias, patronatos comunales, movimientos artísticos, entre otras expresiones organizativas que se juntan para luchar y construir bien común.

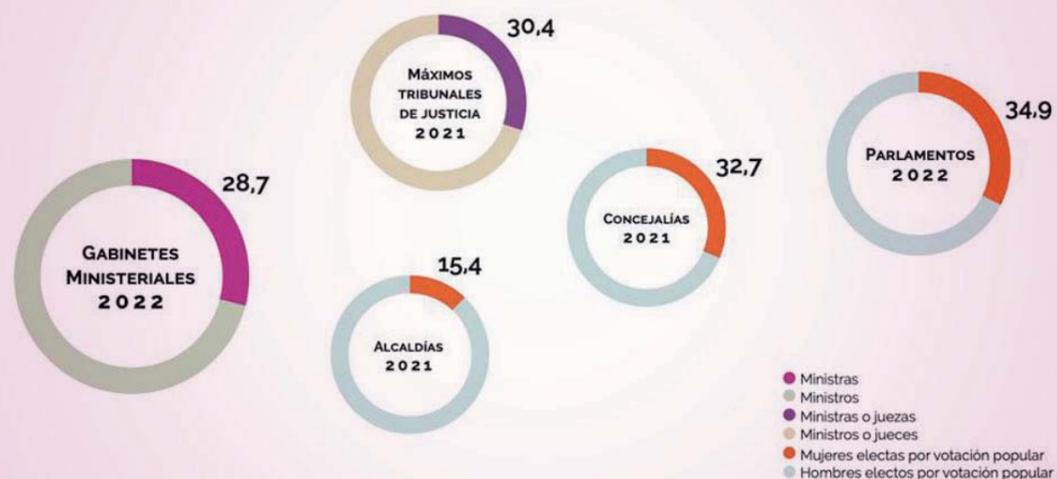
Recalcando lo anterior, paso a brindar una aclaración acerca del presente artículo, el cual me centraré a brindar un análisis crítico específicamente al actuar de la participación política de las mujeres en el campo político –formal e institucional–, sus avances y desafíos estructurales en Latinoamérica.

Paridad de género: ¿un avance real para las mujeres en Latinoamérica?

Si bien es cierto, en Latinoamérica existen avances significativos en relación a la participación política de las mujeres, tanto en los partidos políticos progresistas como en la institucionalidad pública de los países, avances que han sido construidos por las mismas mujeres a través de sus diversas luchas.

Una de ellas ha sido la creación de políticas públicas que garanticen la paridad de género. Según el Observatorio de Igualdad de Género, de América Latina y el Caribe de la CEPAL, publicado el 8 de marzo de 2023, expresa que

Gráfico 1
América Latina y el Caribe: promedios regionales de participación en cargos de toma de decisiones, 2021 o 2022^a
(En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe, sobre la base de fuentes oficiales.

^a Último dato disponible.

para alcanzar una democracia más igualitaria se necesita que los gobiernos de la región establezcas en sus agendas el tema de la paridad debido a que “la democracia paritaria como criterio –cuantitativo y cualitativo– constituye un pilar central para generar las condiciones para el ejercicio pleno de los derechos humanos y la ciudadanía de las mujeres”.

Analizando el documento, se observa que estos avances han tenido una mayor relevancia en los últimos treinta años, siendo Argentina fue el país pionero en aprobar la primera ley de cuotas, en 1991. Luego de eso, “varios

países de la región han aprobado legislación en este ámbito o la han fortalecido: hasta 2022, nueve países contaban con leyes de cuotas para las elecciones de cargos de representación y nueve países habían promulgado reformas constitucionales, reformas electorales o leyes destinadas a promover la paridad”.

En la gráfica anterior, observamos que el promedio de participación de las mujeres en los procesos de adopción de decisiones en el ámbito público se sitúa en torno al 30% (excepto en el caso de las alcaldías, que presentan una cifra inferior al 16%).

El promedio de participación de las mujeres en los procesos de adopción de decisiones en el ámbito público se sitúa en torno al 30%, excepto en las alcaldías, que es un 16%

Cabe mencionar que los gobiernos de El Salvador, Guatemala, Ecuador y Argentina han sostenido cambios en los gabinetes, parlamentos y alcaldías con la entrada de sus nuevos gobernantes durante el 2023 y 2024, pero estos cambios siguen rondando en las mismas cifras, que demuestran pocas mujeres al frente de la institucionalidad pública.

Ilustrando con los anteriores datos, partiré a brindar un análisis crítico al concepto de paridad y sus avances, no sin antes reconocer que se han brindado avances significativos respecto a la cuota cuantitativa, pero la pregunta de fondo respecto al tema, es ¿si el concepto de paridad garantiza una participación real de las mujeres en el campo político?

Si analizamos los datos presentados por la CEPAL, se concluye que la participación de las mujeres en los gabinetes de gobierno se concentra mayoritariamente

en los ministerios de carácter social y cultural (52,6%) y su participación en las carteras del ámbito económico (25,2%) y político (19,6%) continúa siendo sustantivamente menor.

Estos datos nos reafirman que las mujeres, dentro del mismo campo político, siguen ostentando cargos que se le atribuyen a lo social, que está relacionado con los cuidados. El campo económico y político sigue siendo disputado por hombres, asumiendo que las mujeres no deben de estar involucradas en temas de seguridad, economía o justicia, entre otros que son cruciales para la construcción de democracias más justas e incluyentes.

Entonces, la discusión respecto a la cuota de paridad, es que se asume que con esta basta para garantizar una participación real de las mujeres, por ello, es importante debatir acerca del concepto de paridad de género e igualdad, puesto que son conceptos relativamente iguales, pero en la interpretación social y política varía, sobre todo para generar cambios estructurales, para ello, Nancy Fraser, en el libro *¿Reconocimiento o distribución?, un debate entre marxismo y feminismo*, realiza un planteamiento respecto a la igualdad, donde establece que “para que exista justicia que garantice la igualdad debe de haber reconocimiento cultural, es decir, que existen diversidades de mujeres, diversidad de necesidades y planteamientos”.



Por lo tanto, si se reconocen estas diversidades se generarán oportunidades más estratégicas que apuesten a cambios estructurales en la vida de las mujeres, más allá de brindarles una cuota paritaria de género un espacio de la institucionalidad pública o partidos políticos progresistas, disminuyendo así de forma real las brechas de desigualdad que no solo recaen en el género, sino también en la raza y la clase.

Las mujeres siguen ostentando cargos que se le atribuyen a lo social, que está relacionado con los cuidados. El campo económico y político sigue siendo disputado por hombres

Por otra parte, cuando nos debatimos desde una mirada de género feminista esta representatividad de las mujeres en las instituciones, surgen preguntas en relación a los perfiles de las mismas, ¿representan estas mujeres a la colectividad?, ¿tienen conciencia de clase y género que les permitan generar programas y políticas orientadas a un bien común para las mujeres de nuestros países? Cuestionamientos que surgen

a través de las discusiones colectivas de distintos feminismos, y en muchos de los casos se concluye que estas mujeres siguen representando un poder patriarcal, racista y capitalista que sigue persiguiendo y criminalizando a las mujeres.

Por otro lado, existen mujeres en estos espacios con una conciencia de clase y género, que sostienen iniciativas para garantizar los derechos de las mujeres de nuestros países, mujeres que han simpatizado con los movimientos sociales de mujeres y feministas que al generar iniciativas de esta índole son minimizadas, estigmatizadas y agredidas, sufriendo violencias políticas patriarcales por miembros de sus mismas instituciones, frenando sus liderazgos e iniciativas.

Ante esto, puedo concluir que la paridad de género no garantiza igualdad en la participación política de las mujeres, pues no es lo mismo incluirlas por cumplir una cuota de género que respetar las iniciativas que garanticen igualdad de derechos en todos sus aspectos. Es decir, reconocer la existencia de las mujeres y sus múltiples necesidades y apuestas políticas.

Barreras estructurales

Es importante hacer un análisis crítico sobre las barreras estructurales a las que las mujeres se enfrentan para acceder al campo político institucional público. Para ello, debemos de

tener en cuenta tres aspectos relevantes: el tema de clase, género y raza. No es nada nuevo hablar que las condiciones de las mujeres en Latinoamérica son muy variables, dependiendo el contexto territorial, su condición de clase y etnia.

La paridad de género no garantiza igualdad en la participación política de las mujeres, pues no es lo mismo incluirlas por cumplir una cuota que respetar las iniciativas que garanticen igualdad de derechos

Como lo planteo anteriormente, las mujeres con conciencia de clase y género que ostentan cargos públicos están más sujetas a vivir mayores violencias políticas, debido a que suelen “incomodar” por sus planteamientos y perspectivas del quehacer político, por ello se les dificulta más en la institucionalidad que suelen instalarse o desean apuntar.

Esto se debe a diversas razones, que a simple vista no parecieran perjudiciales, pero cuando las analizamos de



forma crítica, vemos que la condición de ser mujeres, simple y sencillamente, las coloca en una situación de mayor vulnerabilidad. A eso, si es una mujer pobre o de base (como popularmente llamamos en Honduras a las compañeras que no cuentan con un puesto de poder en el partido político o gobiernos), pero que ejercen un rol crucial para estas instituciones, también sumarle la condición étnica. Latinoamérica al ser una región con un índice alto de mujeres indígenas, muchas de ellas deciden emprender una carrera política y sus barreras estructurales son mayores.

Por otro lado, se encuentran las acciones denominadas “micromachistas”, donde se admite que las mujeres no se les debe de asumir en lo político, por sus emociones, debido a que son “más problemáticas”, o que no cuentan con las capacidades competentes. Aunque las tenga, debe de hacer un esfuerzo triplicado para hacer valer su liderazgo, al contrario de los hombres.

Para la politóloga venezolana Albanys Monilla, a quien entrevisté para este análisis, expresa que “otras de las razones por las cuales a las mujeres se les dificulta estar en estos espacios son sus maternidades, pues las cargas para

estas mujeres son mayores y no cuentan con apoyos en lo privado ni por parte de las instituciones para que se pueda desenvolver de forma más eficiente en el campo político”.

Otro de los factores relevantes que impide la participación política de las mujeres, sigue siendo la distribución de los roles de los cuidados, pues son las mujeres que asumen en lo privado el cuidado de sus familias, al contrario de los hombres que solo asumen la responsabilidad en lo público y político, generando así grandes brechas de desigualdad.

Las condiciones de las mujeres en Latinoamérica son muy variables, dependiendo el contexto territorial, su condición de clase y etnia

Debido a la jerarquización y dinámica de poder patriarcal que sostienen los gobiernos y partidos políticos progresistas, suele ser más difícil confrontar estas prácticas, que afectan a las mujeres en su quehacer político. En su mayoría estos problemas son minimizados, restando importancia de afrontarlos como un

problema real y estructural que sigue afectando la participación política de las mujeres en Latinoamérica.

En conclusión, las mujeres y los movimientos feministas latinoamericanos no podemos dejar las discusiones sobre el actuar político de las mujeres en la institucionalidad pública. Debemos seguirnos juntando para conocer otras dinámicas políticas, reconocer que el poder sigue emanando del pueblo, de ese pueblo del que nosotras sumamos.

Es la institucionalidad la que nos continúa reprimiendo, violentando y expulsando, por ello, es importante continuar con replanteamientos sobre su actuar. Son las funcionarias con conciencia las que tienen una responsabilidad de no distanciarse de los movimientos feministas sin caer en la instrumentalización y seguir creando desde la colectividad alternativas contrahegemónicas que garanticen una vida digna para todas las mujeres de Latinoamérica. No olvidemos que el capitalismo y el patriarcado sigue siendo nuestro enemigo.



Bella Carrillo (Honduras) es comunicadora, feminista marxista, analista política en comunicación estratégica, feminismos y participación política de las mujeres. Ha participado en distintos espacios políticos en Honduras, generando activismo por la emancipación de las mujeres desde sus planteamientos de clase y feminismos.

X: @BelaCarrillo_ | Ig: @bella_agui

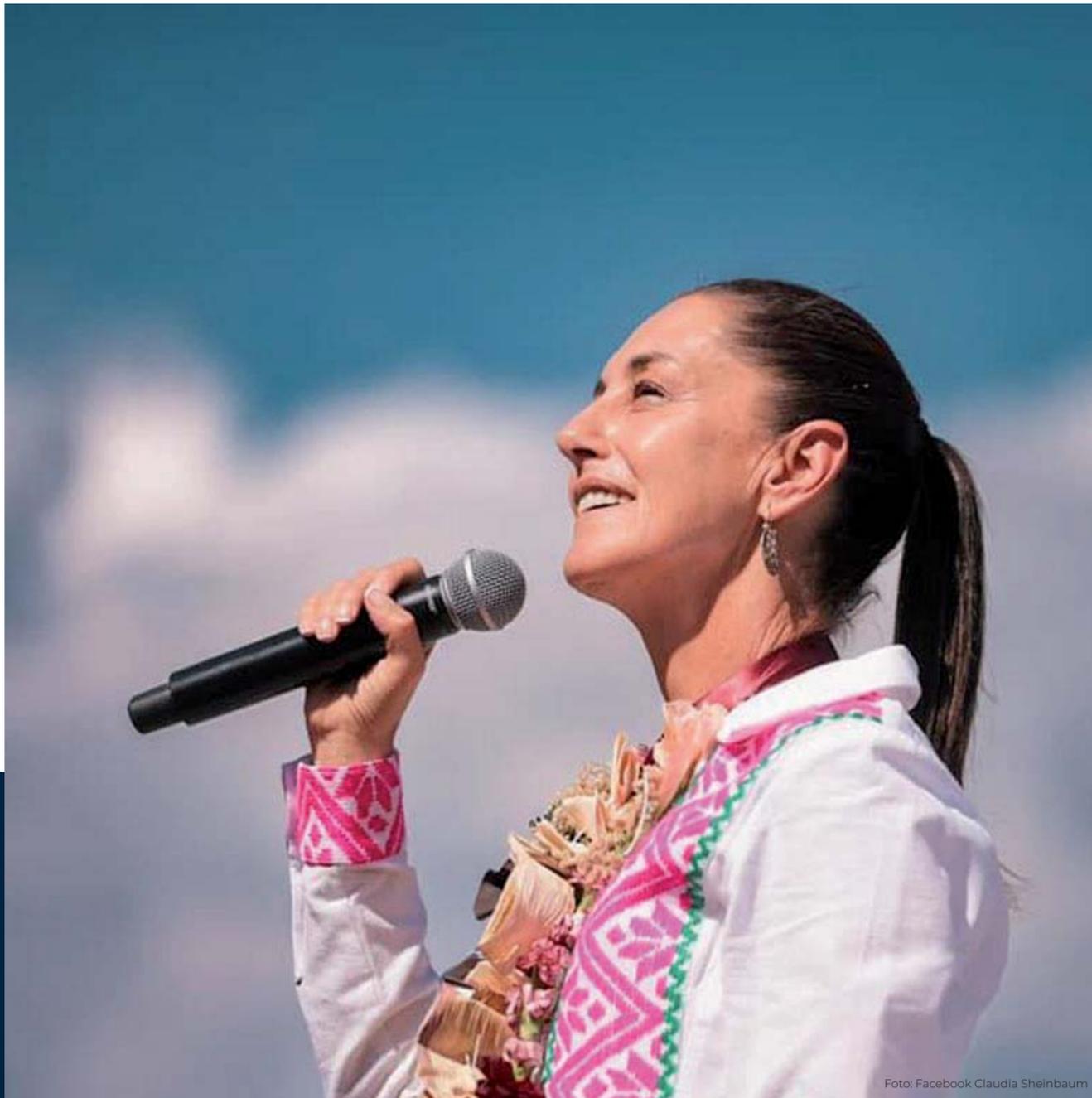


Foto: Facebook Claudia Sheinbaum

Claudia Sheinbaum ante una encrucijada

La comunicación política es un delicado arte, una danza entre la imagen pública y la percepción ciudadana, una comunión sutil entre el individuo social y el gobierno.



Por José Mendoza de Anda

Bajo este contexto, es fundamental comprender la gestión y estrategia de comunicación de la entonces jefa de gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum, la cual ha estado bajo escrutinio y análisis tanto de propios como de extraños.

La estrategia de comunicación de Sheinbaum experimentó diversos cambios, principalmente en su búsqueda por lograr un mayor impacto positivo y una mayor cercanía con el público objetivo en el contexto de la Cuarta Transformación. Se ha observado una carencia de cercanía considerable hacia el séquito morenista y los ciudadanos de la Ciudad de México.

Antoni Gutiérrez-Rubí contribuyó significativamente a moldear la nueva imagen de Claudia Sheinbaum, haciéndola más humana y cercana, y, por ende, más efectiva

Una de las principales acciones de Sheinbaum fue la incorporación del

experimentado asesor de comunicación catalán, Antoni Gutiérrez-Rubí, a su equipo. Este movimiento marcó un punto de inflexión en su enfoque comunicativo. Gutiérrez-Rubí, consultor catalán reconocido por su experiencia en comunicación política, contribuyó significativamente a moldear la nueva imagen de la jefa de gobierno, haciéndola más humana y cercana, y, por ende, más efectiva.

Así, la ahora candidata presidencial adoptó posturas mucho más cercanas y personales, sobre todo en redes sociales. A través de plataformas como Twitter, Facebook, Instagram y TikTok, compartía momentos cotidianos, fotografías atractivas de la capital nacional, y proporcionaba detalles sobre el progreso de las obras públicas.

El objetivo era claro: acercar el gobierno a los ciudadanos y permitirles conocer la parte más humana de la entonces titular de la Ciudad de México, estableciendo así una conexión entre el gobernante y el gobernado.

Esta estrategia demostró su efectividad, ya que gradualmente el nivel de aceptación, percepción y alcance de la imagen de Sheinbaum fue cambiando. Sin embargo, aún se encontraba lejos de la meta de diferenciarse de la sombra carismática del presidente Andrés Manuel López Obrador.



Foto: Facebook Claudia Sheinbaum

Sheinbaum se enfrenta a una encrucijada. Por un lado, debe forjar su propio camino y estilo de liderazgo. Por otro lado, cada gesto, cada palabra, se compara con el carisma de López Obrador

La comparación con Andrés Manuel López Obrador es inevitable. El actual jefe de Estado, con su estilo carismático y su habilidad para conectar con las masas, se ha ganado un lugar en el corazón de muchos mexicanos.

Sheinbaum se enfrenta a una encrucijada. Por un lado, debe forjar su propio camino y estilo de liderazgo. Por otro lado, la sombra de AMLO es alargada. Cada gesto, cada palabra, se compara con el carisma del presidente. La ciudadanía espera que ella también inspire y movilice.

No obstante, la sombra de Andrés Manuel López Obrador no es el único gran reto que enfrenta la candidata presidencial de Morena.

En mayo de 2021, ocurrió una de las peores tragedias nacionales: el colapso de la línea 12 del metro de la Ciudad de México. Sheinbaum no logró desvincularse completamente del incidente, ya que el peritaje señaló a su gobierno como responsable. Ante la falta de una respuesta contundente, su imagen y credibilidad se vieron afectadas.

Por lo que este reto pendiente sigue siendo una mancha en su carrera que, en vísperas de la elección presidencial puede costarle caro, una vez que la oposición nacional tiene marcado en su consciente colectivo la falta de respuesta de la entonces jefa de gobierno de la Ciudad de México.

En resumen, la gestión y estrategia de comunicación de Claudia Sheinbaum sufrieron cambios significativos que le permitieron avanzar y apropiarse la candidatura a la presidencia de México por Morena y aliados, no obstante, retos como la falta de respuesta al accidente de la línea 12, la copia de un discurso, postura y mímica de imitación de López Obrador y la poca humanización de su imagen pueden ser pasos en falso que limiten el posible triunfo de la ahora candidata.

La danza continúa, y son millones de mexicanos los que están atentos a cada paso que la elegida por Morena está dando.



José L. Mendoza De Anda (México) es licenciado en Ciencias Políticas y Administración Pública por la Universidad Autónoma de Nuevo León. Maestrante en Administración Pública. Consultor político en Nuevo León.

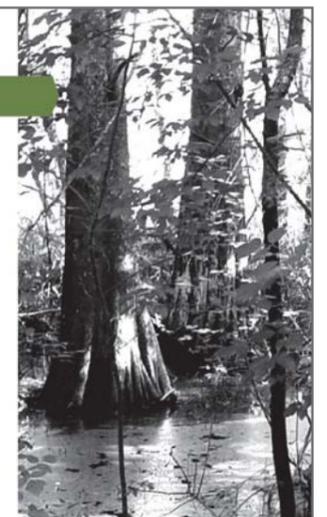
Tw: @PepeMendozaMx

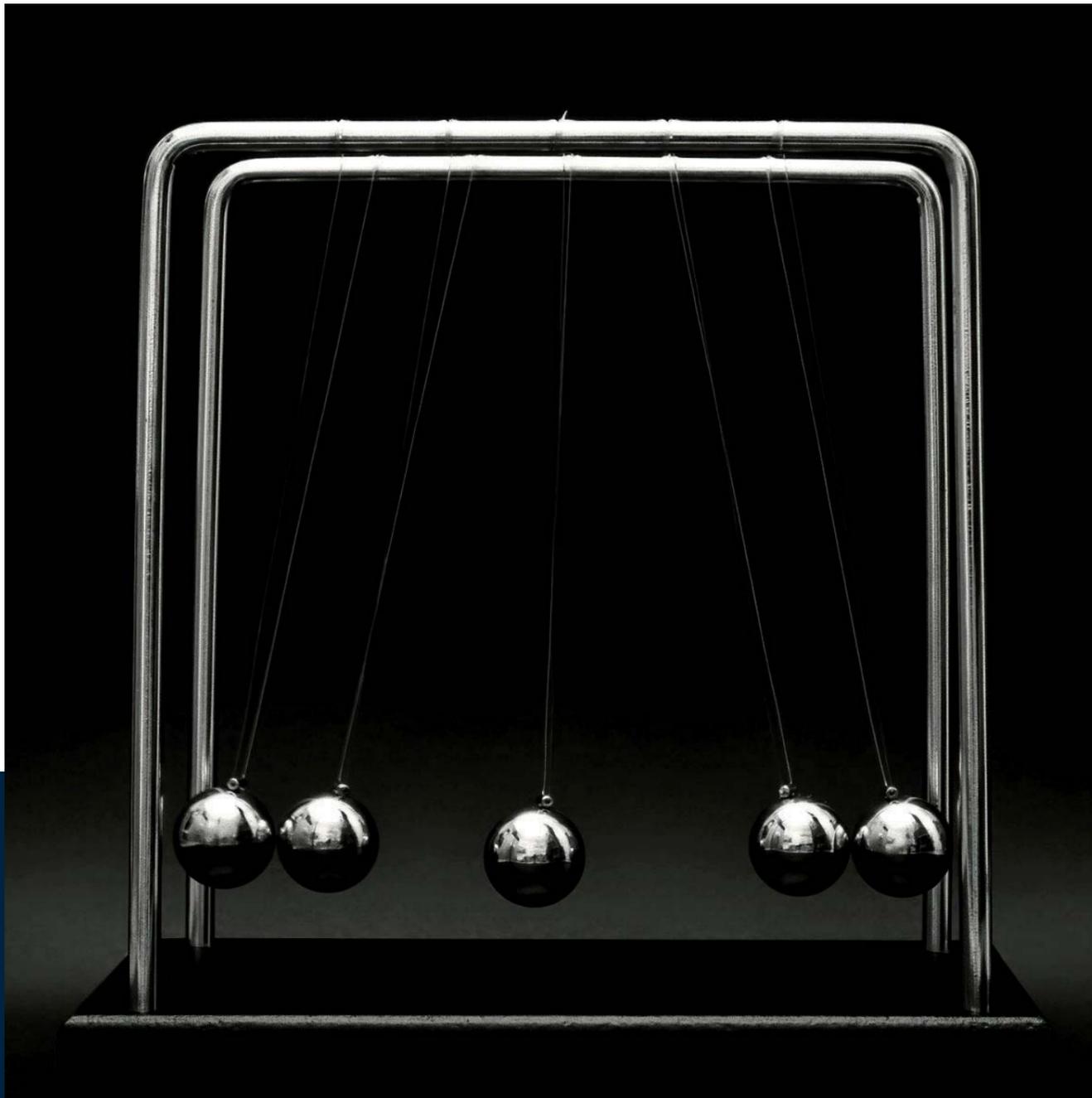


NOVEDAD

GONZALO CARÁMBULA
ECOSISTEMA CULTURAL

EDICIÓN A CARGO DE
DANILO URBANAVICIUS





Entre febrero y mayo. O el pendular entre las elecciones dominicanas de 2024

Si la disyuntiva de los bolcheviques, al principio de la Revolución de Octubre, era de si hacer o no la "revolución permanente", en República Dominicana se vive en un estado de campaña electoral permanente, que, si bien es cierto se ajusta a la idiosincrasia de una sociedad muy dada al debate y la discusión, también se explica en función de que la actividad política constituye el ascensor social por excelencia... y que aún funciona.



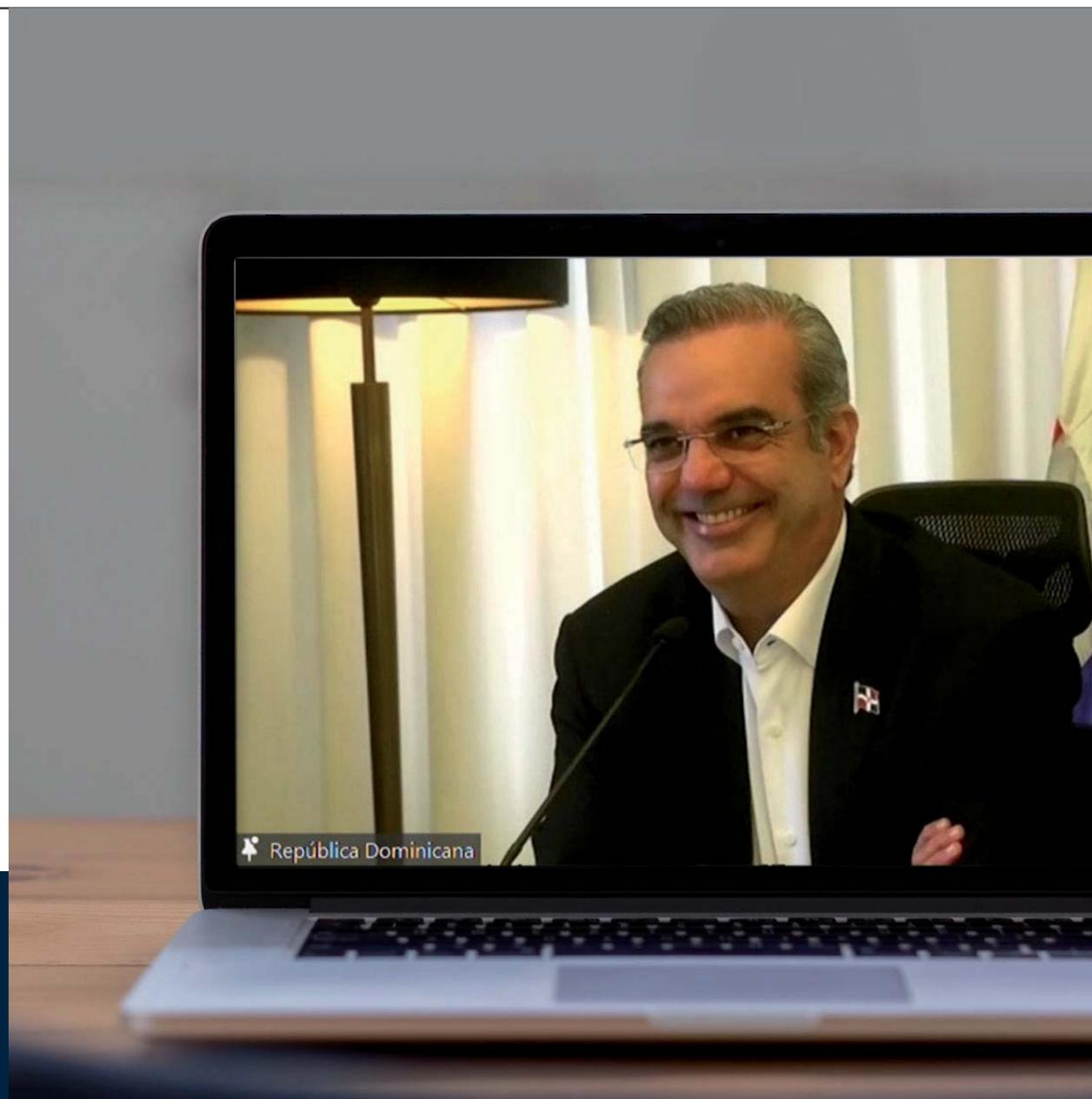
Por Federico A. Jovine Rijo

A sí las cosas, cada proceso electoral se convierte en una oportunidad de validación o movilidad. En una sociedad con un 56,7% de informalidad en el empleo, acceder a una posición en el Estado permite –en el menor de los casos– asegurar una fuente de ingreso, cuando no de negocios o prebendas (31,3% de los empleos son públicos). En la periferia, a medida que nos alejamos del centro, esta dinámica es fundamental, pues en las provincias más pobres del país los cargos públicos se constituyen en la fuente principal de empleo formal. Sobre ese supuesto, cada proceso es crítico y determinante, y de cara a él se desplegarán cualquier medida a los fines de garantizar el resultado electoral que se procura.

En las elecciones municipales de marzo y las presidenciales de junio de 2020 residen las claves de interpretación del proceso de febrero 2024, y –quizás–, las proyecciones del próximo mayo

Las pasadas elecciones municipales del 18 de febrero fueron importantes por razones que iban más allá del hecho de que en las mismas estuviesen sometidos a disputa en 158 municipios y 255 distritos municipales; la selección de 3.849 cargos municipales electivos; o que el padrón de concurrentes habilitados tuviera 8.105.151 electores. En efecto, las mismas también deben ser leídas e interpretadas dentro del marco del proceso anterior –2020–, que dio al traste con el dominio hegemónico ininterrumpido de 16 años que mantuvo el Partido de la Liberación Dominicana (PLD) y que, en plena pandemia de Covid-19, posibilitó el ascenso del Partido Revolucionario Moderno (PRM), con Luis Abinader, a la presidencia de la república.

Es en dichas elecciones –las municipales de marzo y las presidenciales de junio de 2020– donde residen las claves de interpretación del proceso de febrero 2024, y –quizás–, las proyecciones del próximo mayo, pues los resultados de ambas elecciones estuvieron vinculados a tres externalidades no contempladas en ningún cálculo. Una derivada de la no resolución de las contradicciones internas en el PLD, que desembocaron en la impensable división del partido en octubre de 2019, con la salida de su presidente, Leonel Fernández –tres veces presidente de la República–, y la fundación de un nuevo partido –Fuerza del Pueblo (FP)–, lo que, por un lado fragmentó el voto del gobierno, a la par que permitió encapsular todas las falencias y cuestionamientos ciudadanos a determinadas



prácticas del gobierno en un solo partido –PLD–, haciendo que su candidato presidencial –Gonzalo Castillo– cargaría con todo el lastre de 16 años de gobierno, justo en el momento que otra externalidad (Covid-19) hacía mella en la popularidad del gobierno, en función de la gestión que este hacía de la pandemia, pero que ya venía resistiéndose a raíz de los cuestionamientos ciudadanos que habían desembocado en la “Marcha Verde” y que fueron potenciados por el Caso Odebrecht.

En ese contexto, la suspensión de las elecciones municipales de febrero por parte de la JCE, aduciendo fallas

técnicas –tercera externalidad–, significó el punto de inflexión en el dominio del PLD, pues la ciudadanía la percibió como parte de una maniobra planificada de cara a vulnerar voluntad popular, lo que generó un proceso de concentraciones multitudinarias en plena pandemia (Plaza de la Bandera) y constantes expresiones de protestas (cacerolazos) que desembocaron en un hartazgo ciudadano generalizado que se tradujo en reclamo e indignación, y que Abinader, entonces opositor, supo capitalizar al presentarse como “El Cambio”... lo demás fue historia.

Al triunfo de las elecciones extraordinarias municipales de marzo, siguió una ola electoral que “barrió” con todo en las elecciones presidenciales y congresuales de junio, y lo que es más importante, que se configuró en el imaginario colectivo y de los operadores políticos (sin validación de estudios de medición), la idea de que las elecciones municipales (febrero 2024) determinarían las presidenciales (mayo).

La Alianza Rescate RD fue suscrita entre los principales partidos opositores, la cual se presentó, más como una manifestación de interés que como un ejercicio real de unidad

En agosto de 2023, las mismas condiciones que permitieron el triunfo de Abinader en primera vuelta (la división del PLD) se mantenían inalteradas; con la agravante de que el proceso de crecimiento o no, tanto de Leonel Fernández (candidato de la FP), como de Abel Martínez (candidato del PLD) se daba dentro de la lógica de la canibalización del mismo nicho electoral, en un juego de suma cero.

Esta debilidad fue percibida en ambos partidos, y hubo conciencia de que solo la unidad total –ex ante– del bloque opositor podría brindar alguna posibilidad de revertir las tendencias proyectadas por las principales encuestas, las cuales venían mostrando el escenario favorable que tendría el gobierno en las elecciones de 2024; sobre la base, tanto de los niveles de aprobación del presidente, como del poco marcaje del candidato del PLD y la tasa de rechazo del de la FP.

En ese contexto se gestó la Alianza Rescate RD, suscrita entre los principales partidos opositores, la cual se presentó, más como una manifestación de interés que como un ejercicio real de unidad, tanto a nivel de dirección, gestión e implementación. En efecto, la ausencia de los expresidentes Fernández y Medina en el acto de lanzamiento de la alianza –ausencia que se ratificó en los hechos al estos no coincidir en ningún acto de la campaña electoral municipal–, venía a confirmar la hipótesis de que la “Alianza Rescate RD”, no había sido tal, y que más bien necesitaba ser rescatada.

La idea de formar un bloque opositor unificado era viable y necesaria, pero, como todo acuerdo, el sustrato sobre el que se basaba la alianza era la confianza que las partes contratantes pudieran tener entre sí, y ahí no solo se expresaban las viejas rencillas políticas entre dos expresidentes, sino también las heridas abiertas entre uno que se sintió perseguido y burlado en su propio gobierno



(Leonel) y otro que piensa que la “traición” del primero les provocó la salida del gobierno (Danilo).

Según Gallup-RCC Media, del universo total de ciudadanos que no votaron, el 51,2% lo hizo, o bien “porque no tenía deseo” (22,9%), o tenían “dificultades para ir a votar” (15,3%), o “no tenía simpatía por ninguno de los candidatos” (13,3%)

Con desacuerdos en demarcaciones que representaban más del 50% del padrón electoral, la fractura en las principales plazas hablaba de la inutilidad de la alianza en función de los objetivos opuestos encontrados. Para el PLD, partido articulado y estructurado, la alianza era viable porque le permitiría fortalecer sus capacidades congresuales y municipales y mantener un nivel aceptable de votos, incluso superior al que las encuestas proyectaban que podría sacar su candidato presidencial; no así para la FP, partido débil a nivel de estructuras, propuestas y recursos, que apostaba más a la fuerza y arrastre del liderazgo de Fernández, que a sus capacidades reales a nivel local.

En ese contexto de oposición dividida, a nivel territorial, la lucha por los gobiernos locales se volvía más determinante que la lucha congresual o presidencial, pues mientras más alejado, pequeño, pobre y desamparado sea el municipio, la alcaldía representa una fuente primaria de ascenso político, económico y validación social.

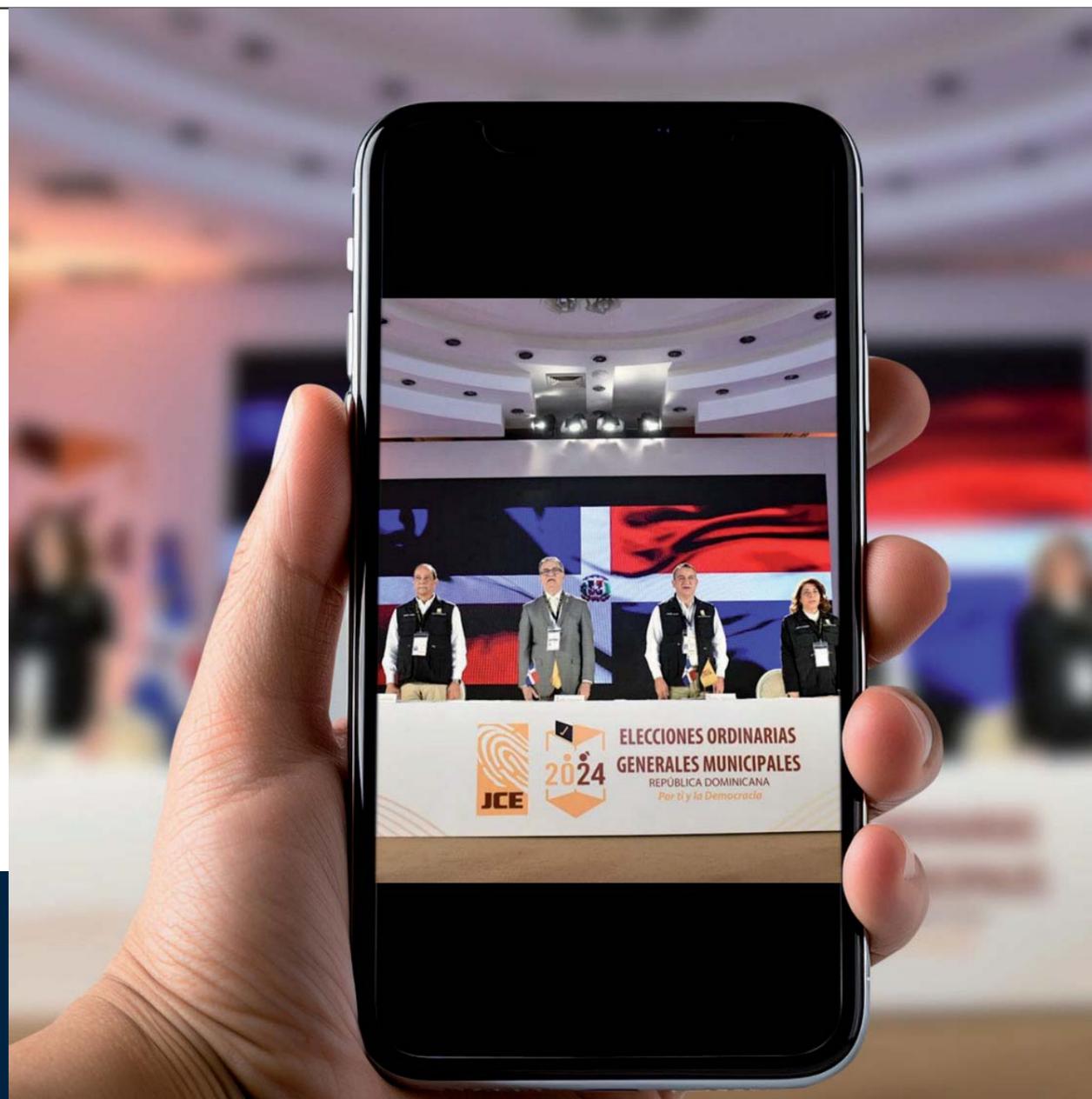
De 158 municipios a nivel nacional, 28 representan 5.757.088 votos (71,03%), de ahí que –independientemente de los esfuerzos locales– gobierno y oposición focalizaron recursos en estas plazas, no solo porque son más grandes, manejan nómina y presupuesto, sino porque representan más votos frente a la JCE de cara al manejo de recursos y abultan las cuentas de votos sacados, tan esenciales para la oposición al momento de cuadrar cuentas internas y mirar a mayo.

Dentro de Rescate RD, las oportunidades aumentaban si iba unida. El problema es que los intereses diferían en función de que, mientras Fernández veía a la alianza como el instrumento natural de su vuelta al poder, bajo la lógica de garantizar por medio de ella el endoso automático de los apoyos necesarios en un hipotético escenario de segunda vuelta, los del PLD la vieron como el mecanismo a través del cual podrían cuadrar cuentas en los municipios donde más ventaja llevaban –en función de sus mayores niveles de fortaleza institucional y operativa– y trabajaron enfocados en que al final hubieran más votos morados (PLD) que verdes (FP) y, de esa

forma, no solo garantizar la mayor cantidad de gobiernos locales a sus estructuras partidarias, sino también para quedar a nivel de partido por encima de la FP y de esa forma compensar las debilidades de su candidato con unos resultados que subvirtieran el orden lógico de la nominación, frente a un Fernández que las encuestas presidenciales de cara a mayo lo dan de segundo, pero que los resultados municipales no se proyectaban de igual forma.

Así las cosas, para las elecciones municipales del 18 de febrero, de 158 municipios, el PRM llevaba 139 candidatos propios (88%); el PLD llevaba 109 (69%); y la FP 89 (56%). En otro orden, así impactaban sus propuestas a nivel de electores: PRM 6.122.315 (75,53%); PLD 5.015.644 (61,28%); FP 3.676.457 (45,35%). Es decir, que el mayor nivel de ofertas electorales en todos los territorios lo tenía el partido de gobierno, y, a nivel de los 28 municipios principales y la proyección de resultados en función de alianzas, el PRM llevaba 26 propuestas electorales, impactando en 6.122.315 votos (68,8%); el PLD, siete (2.183.513; 26,94%); FP, seis (1.183.468; 14,6%).

Las elecciones del 18 de febrero constituyeron un ejemplo de civismo, orden y transparencia. Sin incidentes destacables, ese día fueron habilitados 16.851 colegios electorales en 4.295 recintos, y, de un padrón de 8.105.151 electores convocados votaron 3.775.587 (46,67%), para una abstención nominal de 53,33%, ligeramente



superior a marzo 2020 (50,86%). Si al padrón general de electores le descontamos los dominicanos que viven en el exterior, y que estaban habilitados para votar en las municipales –de haberse trasladado al país (870.000; 10,73%)–, la abstención real sería de 47,8%. El número es de preocupación, pero no crítico ni atípico en unas elecciones municipales y, por demás, el más bajo en la región en elecciones en 2024 (Jamaica 71%, Costa Rica 69%, El Salvador 69,9%). Jamaica 71%, Costa Rica 69%.

No obstante, análisis aparte, los partidos políticos deben plantearse en qué se está fallando. La encuesta Gallup-RCC Media del 14 de marzo de 2024 indica que, del

universo total de ciudadanos que no votaron, el 51,2% lo hizo, o bien “porque no tenía deseo” (22,9%), o tenían “dificultades para ir a votar” (15,3%), o “no tenía simpatía por ninguno de los candidatos” (13,3%); y de ese mismo universo de encuestados, el 29,7% entendía que el “descontento con los partidos políticos”, o la “desconfianza en la clase política” (29,0%), podrían ser posibles razones de dicha atención. En todo caso, el dato es un llamado de alerta que las próximas elecciones determinarán si se corresponden a un patrón, derivado de cansancio ciudadano, o más bien unos resultados y una valoración inherente a las dinámicas de las elecciones municipales.

Los resultados de las elecciones se ajustaron bastante a las proyecciones realizadas en función de la oferta total de candidatos hecha por cada partido, con la salvedad de que el gobierno encabezaba una alianza con 22 partidos RD Avanza, y la oposición no pudo trabajar unida en las principales plazas donde podría haber tenido un mejor desempeño, por las razones anteriormente expuestas.

A nivel de alcaldías y distritos municipales (DM), el PRM ganó 122 y 150, respectivamente; para un total del 47,34% de los votos emitidos (58,88% con los 22 partidos que le acompañaron); el PLD ganó 15 alcaldías y 36 DM, para un 22,39% de los votos emitidos; la FP, 6 alcaldías y 36 DM, para un 14,22%.

A la luz de los resultados, el PRM se consolidó como la fuerza hegemónica, fortaleciendo sus posibilidades de cara a las elecciones presidenciales y congresuales

A la luz de los resultados, el PRM se consolidó como la fuerza hegemónica, fortaleciendo sus posibilidades de cara a las elecciones presidenciales y congresuales (Abinader, 64%, Gallup-RCC); mientras, la oposición se

debilita (Fernández, 19%, Gallup-RCC), en razón de que el PLD, a pesar de que su candidato está en tercer lugar en las encuestas presidenciales (Abel, 12%, Gallup-RCC), como partido fue más exitoso que la FP a nivel de demarcaciones ganadas en febrero (+150%) y de votos alcanzados (+57%), lo que dislocaría el “orden natural” de la boleta electoral en un acuerdo opositor de cara a una remota segunda vuelta.

De cara a mayo, todos los partidos comparten el desafío de movilizar al electorado precisamente en las zonas de mayor concentración del voto (en promedio, en los municipios más poblados la abstención fue superior al 55%), por lo que los resultados de febrero obligan a redefinir las estrategias en función de los resultados y las proyecciones de las encuestas, las cuales han sido asumidas como válidas por la mayoría.

Una vez más, la política se vuelve centro de debate y movilización en la sociedad dominicana; y mientras el presidente suspende inauguraciones de obras a partir del día 20 de marzo y ha accedido a participar en un debate presidencial –el primero desde 1962–, todos los candidatos transitan el camino que los acerca al 19 de mayo, mientras los hechos parecen precipitarse aceleradamente hacia la cita final.



Federico A. Jovine Rijo (República Dominicana) es escritor, poeta, montañista, abogado especializado en derecho de mercados financieros; analista político y consultor en gobernabilidad, gestión de procesos de fortalecimiento institucional, planificación y desarrollo local, alianzas público-privadas, sostenibilidad territorial, responsabilidad social empresarial y gestión de crisis.

X: @federicojovine



David Ross, el fotógrafo de los presidentes

Con un método especial, que consiste en estimular los puntos clave de los centros de energía del sujeto, ha logrado tomar las mejores imágenes de la mayoría de los políticos y empresarios mexicanos.



Por Fabián Cardozo

A lo largo de sus 79 años de carrera como fotógrafo de políticos y empresarios, David Ross ha desarrollado la técnica llamada *Do in*, la cual le ha permitido hacer de su trabajo uno de los más cotizados para las figuras públicas, pues cómo él dice es “una gran arma para hacer un candidato ganador”.

De acuerdo a la descripción que hace Ross para Relato, su técnica está basada en la acupresión, pues con ella logra estimular los puntos clave de los centros de energía del sujeto a fotografiar y provocar un relajamiento total de las facciones, que facilite la captura de imágenes de alto impacto activando principalmente las endorfinas.

Con 90 años de edad, David Ross Zundel, dice que apenas está iniciando su carrera y si bien ya tiene su propia figura en el Museo de Cera de la Ciudad de México, en la sala dedicada a los ex presidentes, sin serlo, aún considera que tiene mucho por ofrecer profesionalmente

Ross cursó la carrera de Ingeniería Civil en la Universidad Nacional Autónoma de México, cuenta con una maestría en Administración y Mercadotecnia en la Universidad de las Américas, además de un segundo posgrado en Psicología Práctica por la Universidad Estatal de San José, California.

Con 90 años de edad, David Ross Zundel, dice que apenas está iniciando su carrera y si bien ya tiene su propia figura en el Museo de Cera de la Ciudad de México, en la sala dedicada a los ex presidentes, sin serlo, aún considera que tiene mucho por ofrecer profesionalmente.

“Me hice famoso como retratista de ejecutivos. Llegué a retratar casi al 90 por ciento de los ejecutivos más importantes de México, por ejemplo, a Carlos Slim o el ex presidente de Bimbo (Lorenzo Servitje Sendra+), también al presidente de Televisa (Emilio Azcárraga) y al ex director de Bacardí (Oscar Eduardo Calvillo Amaya)”.

Los conceptos de Ross y su experiencia

Sobre la complejidad que hay entre capturar imágenes de políticos, Ross explica que “es muy distinto retratar a mujeres y a hombres. Son dos sexos y son personas que piensan de una manera diferente. Sí y si me preguntas que, si es difícil retratar a candidatos y candidatas, te voy a decir que sí. Yo he tenido mucha experiencia con candidatas y es muy difícil convencerlas de



Foto: Facebook David Ross

que lo que importa es su liderazgo y no su hermosura y en el liderazgo está su belleza como política, porque la belleza no es real, la hermosura sí, porque la hermosura tiene contorno, y la hermosura llegará el momento en que la Inteligencia Artificial podrá detectarla, porque se da una coherencia de las cosas con su forma, pero la belleza es un hechizo que nos conmueve con la emoción y con el sentimiento. La belleza es algo que la Inteligencia Artificial nunca podrá detectar, porque la belleza va con la fuerza de voluntad, con la honra, con la virtud, con la moral, con la honestidad, entonces es la belleza interior de cada persona. Tú puedes ser un

viejito muy feo, qué te voy a decir, el tiempo afea todas las circunstancias y a una persona, pues la hace fea, arrugada. Es un viejo, pero si el viejo está lleno de entusiasmo, al viejo lo ves bello, y hasta llega a embellecer, a hermosear su rostro, porque ves un rostro lleno de emoción, lleno de brillo y lleno de actitud, y eso es lo que lo hace atractivo”.

Y agrega que “he retratado a muchos candidatos presidenciales, en muchos países. Los políticos no saben la fuerza que tiene un retrato. Una imagen vale más que mil palabras y un buen retrato político vale más que mil imágenes. Es un relámpago de vivencia, un momen-

tísimo de elocuencia que ningún medio puede alcanzar jamás. ¿Cuánto tiempo tardas en convencer a la gente hablándoles y diciéndoles discursos? Pero un retrato, lo captas en un momento y ¿por qué? Porque está en nuestro código genético”.

La belleza es algo que la Inteligencia Artificial nunca podrá detectar, porque la belleza va con la fuerza de voluntad, con la honra, con la virtud, con la moral, con la honestidad, entonces es la belleza interior de cada persona

Ross explica a Relato las virtudes de un buen retrato y cómo éste influye en lo que se busca comunicar, pues “grandes candidatos han sido retratados sin alma, sin espíritu, sin fuerza, eso es una injusticia en contra del candidato y de todos los que llevan la campaña, eso solo sucede por el desconocimiento de la importancia de la fotografía. El primer paso para no desbarrancar una campaña es tener una buena fotografía que refleje todo lo anterior.

Sobre la importancia de contar con un experto en retratos, como parte del equipo de campaña, el fotógrafo apunta que “a veces los especialistas en mercadotecnia política no tienen claro qué debe transmitir el rostro de su candidato. Cuando se hacen fotos para políticos, lo que importa por encima de todo, es el rostro. El líder agrupa todos los atributos positivos que debe tener una persona y las fotografías de campaña deben resumir esos conceptos y mostrar a una persona con propósito y fuerza de espíritu”.

Ross agrega que “hace cientos de años, Cicerón escribió un manual de campaña. Lo primero que dice es que la apariencia de un hombre es aún más importante que todas sus cualidades juntas. La gente no es capaz de captar todas las virtudes de una persona, pero sí puede hacerse una idea general a partir de su imagen. Tomas a una persona y la sientas, le tomas un retrato. En ese instante, a la persona la estás matando en vida. Está espantada por la cámara y no sabe cómo va a salir, piensa en función de su sonrisa o de su cara. Lo van a juzgar y entonces se mete en un propio torbellino de ideas. Yo estoy esperando que salga de adentro la vida, como si el pollito rompiera un huevo y como si el astronauta se despojara de su traje espacial. Eso implica mucha paciencia. Yo no voy a tomarte una foto. La foto es un proceso que vamos a construir los dos. Yo voy a ser tu guía, pero entre los dos vamos a hacer ese proceso que es muy interesante”.

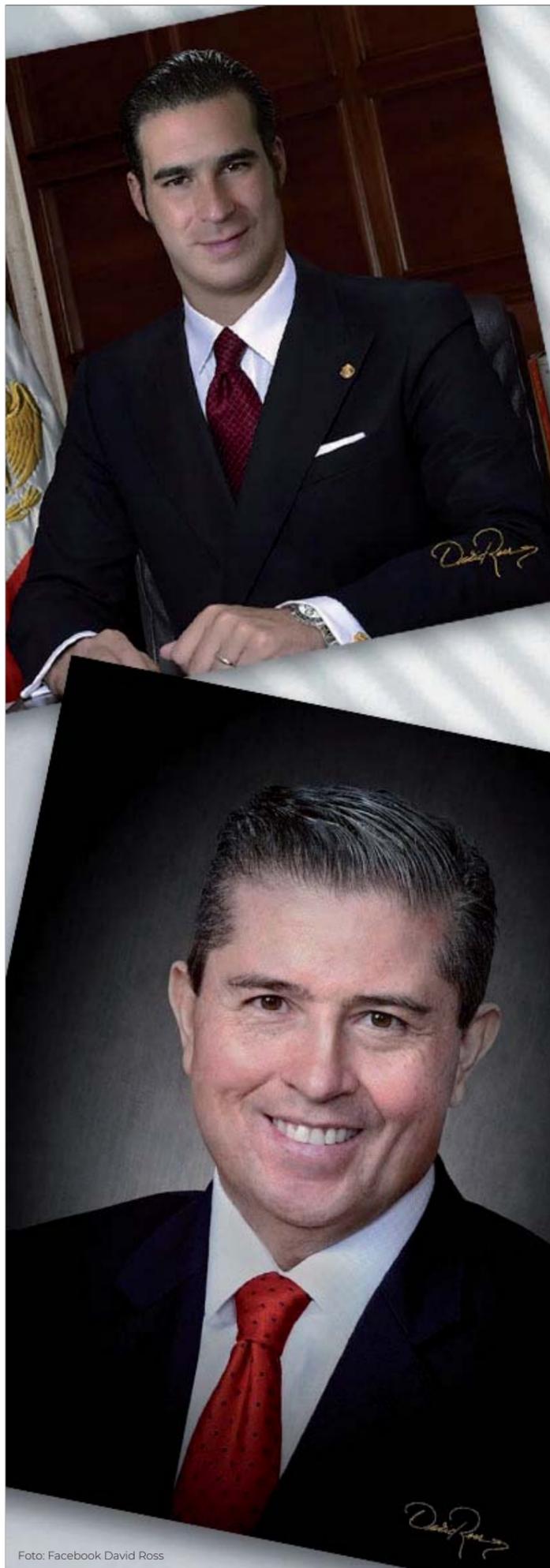


Foto: Facebook David Ross

Destaca que “lo que yo obtengo de una persona, para que sea un retrato maravilloso, fenomenal, extraordinario, nada más es buscar la combinación de dos elementos del rostro: la mirada, penetrante, la mirada dura fuerte; y un gran entusiasmo”.

Una trayectoria única

A lo largo de las casi ocho décadas de experiencia que ofrece Ross, se puede mencionar que su trayectoria ha sido única, pues es uno de los pocos fotógrafos que incluye en su currículum “por lo menos a casi 150 presidentes de todo el mundo que han posado, que han estado frente a mi cámara. Algunos como Julio María Sanguinetti, Shimon Peres o Rigoberta Menchú, entre otros. He retratado premios Nobel, he retratado a grandes artistas, a los más importantes artistas de mi tiempo como Armando Manzanero, he retratado a grandes directores de orquestas internacionales.

Para Ross, la importancia de una fotografía es tal, que incluso considera que esta puede ganar una elección y argumenta que “en una elección intervienen el partido en el poder, que ya estás harto del partido en el poder, muchos otros factores, pero si fuera en frío, entre dos personas, que no intervinieran factores externos, un retrato te gana una elección y ¿sabes por qué? Porque te da la empatía, te da confianza, porque vas a encontrar

en la otra parte un amigo, más que un enemigo, y te vas a encontrar una cosa muy importante: los ojos de un líder que sabe a dónde va, que tiene espíritu, que tiene determinación, que tiene fuerza, entusiasmo y seguridad en sí mismo”.

Lo que yo obtengo de una persona, para que sea un retrato maravilloso, fenomenal, extraordinario, nada más es buscar la combinación de dos elementos del rostro: la mirada, penetrante, la mirada dura fuerte; y un gran entusiasmo

Añade que “esta combinación hace que tú sientas una atracción muy especial, un amor muy grande que se llama el amor altruista, que se le tiene al líder y el líder te puede llevar hasta arriba de tu propio instinto de conservación y hasta el sacrificio”.

El mejor retrato

Al preguntarle a Ross sobre cuál es el mejor retrato, éste explica que “evidentemente tiene que tener algo de

pose, pero ¿cuánto? Si levantas mucho la cabeza, la primera proyección que tienes de una persona es altivez, soberbia, presunción y lo rechazas. Si tienes la cabeza hacia abajo te inspira desconfianza, entonces la primera pose o postura de la cabeza tiene que ser natural. Ahora, si te toman de frente completamente, pues es una fotografía como de credencial, que así te toman y tampoco te sirve. O sea, tiene que tener un poquito de inclinación, como de unos 30 grados. Si te toman para atrás, vuelve la soberbia y si te toman de adelante, muy abajo, te haces como bobo. Tiene que ser una determinada inclinación, es como si tú abrazas a un hijo, entonces, el niño siente el ala protectora del papá. Dentro de esa amabilidad, viene la fuerza, la empatía y todas las características de la persona. Eso te hace reconocer al líder y como somos tribales, seguimos a un líder, pues eso te hace seguir a un candidato y te hace votar por él”.



Fabián Cardozo (Uruguay) es consultor en comunicación política y campañas electorales. Diplomado en Comunicación Política UBA y Diploma de Especialización en Marketing Político y Comunicación de Gobierno Camilo José Cela (España). Periodista con veinte años de trayectoria en medios uruguayos e internacionales actualmente en la tv pública y en la agencia de noticias Sputnik. Ex presidente de la Asociación de la Prensa Uruguaya. Desde allí impulsó el pacto ético de todos los partidos políticos con representación parlamentaria del Uruguay.

Tw: @facardoza | Ig: @fabicar16



La Paz Total en Colombia: ¿Una utopía?

Una de las banderas más importantes y ambiciosas del gobierno de Gustavo Petro para Colombia es la Paz Total. Su apuesta busca un camino negociado con los grupos armados ilegales en el país, esto incluye guerrillas y grupos criminales, con el fin de acabar o disminuir de manera significativa la violencia en los territorios, sin duda suena soñador, ambicioso y retador.



Por Daniela Castillo

Infortunadamente, a lo largo de la historia de Colombia el conflicto armado ha sido una característica cotidiana que *pari passu* ha llevado a los diferentes gobiernos a proponer estrategias tendientes a superarlo, pero que a la hora de implementarlas evidencian que realmente es más complicado de lo que se cree. Sonaría ilógico que alguien no quiera la paz, pero los intereses, la vulnerabilidad de la población y las dinámicas del conflicto en Colombia son tan complejas y diversas que dificultan la implementación de la paz en todas sus esferas.

Las estrategias para lograr la paz han estado tradicionalmente en el centro del debate nacional por quienes quieren dirigir el país. El gobierno Petro no ha sido excepción en ese propósito y ya elegido la ha priorizado de manera particular: con apertura a los Derechos Humanos y seguridad humana, manifestado un especial compromiso con la garantía de los derechos y la protección de la vida humana y medio ambiente, intentando construir una nueva relación entre la ciudadanía y la institucionalidad.

En noviembre de 2022 el presidente Petro sancionó la Ley 2272 definiendo la política de la Paz Total, en la que prioriza la iniciación de diálogos y negociaciones con ELN, FARC-EMC, Segunda Marquetalia y

bandas criminales. Esto muestra la importancia y voluntad del gobierno para conseguir diversos diálogos que ayuden a fortalecer la pacificación y transformación de los territorios. Sin embargo, se ha observado que, del discurso a la práctica, la ejecución de la política es mucho más complicada de lo que parece.

Petro propone por medio de la política de la Paz Total reducir o acabar con la violencia, pero en definitiva eso no ha sido una realidad. La violencia en los territorios sigue siendo una constante

Si bien es cierto que el presidente Petro recibió un país con grandes retos en temas de seguridad y paz, el panorama no ha cambiado. El gobierno Petro propone por medio de la política de la Paz Total reducir o acabar con la violencia, pero en definitiva eso no ha sido una realidad. La violencia en los territorios sigue siendo una constante para la población, se sigue presentando extorsión, asesinatos, secuestros, reclutamiento, entre otros.



Según INDEPAZ, en el año 2023 hubo 94 masacres, 189 líderes y 42 firmantes de paz asesinados; en el 2023 hubo 94 masacres, 188 líderes y 44 firmantes de paz asesinados. Ya en lo que va del 2024 van 14 masacres, 32 líderes y 7 firmantes de paz asesinados. Esto demuestra que seguimos en una dinámica de retórica y no de ejecución de políticas de protección a la vida. Escuchamos frecuentes discursos sobre la protección a la vida o Colombia potencia mundial de la vida, pero en la realidad, la violencia y graves violaciones a los derechos humanos no disminuyen y menos se detienen.

Con algunos de los grupos armados se han firmado ceses bilaterales y temporales al fuego, con el objetivo de avanzar en los diálogos. Incluso, algunos se han prolongado

En este punto preocupa la orientación e implementación de la política

de paz del gobierno, ya que trasciende solo la falta de rigurosidad, planeación e implementación. Uno de los factores positivos de la política es la oportunidad de tener nueve mesas de diálogo con grupos armados de origen y pensamiento totalmente diferentes. El gobierno ha logrado entablar conversaciones o acercamientos con: ELN, FARC-EMC, Segunda Marquetalia, AGC, ACSN, Shottas y Espartanos, Oficinas en Medellín, Las Fuerzas Armadas RPS, Los Locos Yam y Los Mexicanos y Ex AUC, aunque algunos de estos espacios de diálogo se debilitan con el cambio del nuevo Comisionado de Paz. Esta pluralidad de espacios es la novedad que cambia el fenómeno histórico en Colombia, ya que tradicionalmente los gobiernos se han enfocado en dialogar con un solo grupo armado, mientras combaten militarmente a los demás.

Habilitar nueve espacios de diálogo simultáneos es una tarea altamente retadora que requiere de estructura programática, expertos y dirección. Con estos espacios, el gobierno busca que los grupos armados demuestren sus voluntades de paz y logren una salida negociada a las dinámicas de violencia en los territorios. Otra medida positiva de la política de paz es que con algunos de los grupos armados se han firmado ceses bilaterales y temporales al fuego,

con el objetivo de avanzar en los diálogos. Incluso, algunos se han prolongado. Esta medida además pretende disminuir los impactos que tiene el conflicto en la población civil, buscando así, la pacificación de los territorios. También se han logrado acuerdos, donde se han realizado corredores humanitarios para llevar alimento o medicina a veredas específicas o treguas entre los grupos para detener los asesinatos.

El fortalecimiento de los grupos armados es una realidad. Esto solo significa que algo dentro de la política de paz y los espacios de diálogo con los grupos, está fallando

La idea de dialogar con diversos grupos armados es que estos demuestren su voluntad de paz reduciendo sus estrategias violentas de control social contra la población civil. No obstante, los grupos armados siguen operando de manera violenta en contra de la población, crecen en número de



integrantes y se expanden rápidamente en el territorio. Paradójicamente se dice que, gracias a los ceses temporales al fuego firmados con el gobierno nacional, ha facilitado a estos grupos su fortalecimiento. Lastimosamente, esta no es la primera vez que pasa algo similar, no se puede olvidar cuando en el gobierno de Pastrana, en la 'zona de distensión', las FARC ampliaron su poder armado. Según las Alertas Tempranas de la Defensoría, se confirma que FARC-EMC y Segunda Marquetalia, han aumentado su presencia, pasando de controlar 230 municipios a 299 en el año 2023. Los departamentos que se ven más afectados son Antioquia, Guaviare, Meta, Caquetá, Cauca y Nariño. Incluso se ha evidenciado la falta de la presencia estatal en algunos lugares del país, donde grupos armados están inaugurando vías terciarias y entregando útiles escolares a niños, esto en definitiva solo demuestra el fortalecimiento de los grupos en los territorios y la ausencia del Estado Social de Derecho.

Por otro lado, los números de los integrantes del ELN son alarmantes, las fuerzas militares indican que este grupo contaba con 4 mil integrantes y ahora rondan los 5 mil. Otro grupo que es altamente alarmante es AGC, su expansión no ha parado, la Oficina del Alto

Comisionado para la Paz dijo a principios del 2023 que este grupo tenía cerca de 10 mil integrantes y actualmente, el grupo dice tener hasta 13 mil integrantes, eso significa un preocupante crecimiento del 30% aproximadamente.

El fortalecimiento de los grupos armados es una realidad. Esto solo significa que algo dentro de la política de paz y los espacios de diálogo con los grupos, está fallando. Algunos grupos y disidentes de ellos han burlado en varias oportunidades a la población colombiana y a los acuerdos en los que se ha llegado en los espacios. Los grupos ilegales se han dedicado a realizar paros armados en comunidades vulnerables, desplazamiento forzado y reclutamiento. Para el año 2022 el 41% de los habitantes de las zonas más afectadas se sentían seguros, para el 2023 solo el 37% se sienten seguros, esto deja ver que la sensación de inseguridad cada vez crece más y que, en definitiva, no mejora la confianza institucional; todo lo contrario, se está generando falta de credibilidad en las instituciones.

Según el informe del 2023 de la Defensoría, el desplazamiento forzado es uno de los fenómenos que más rápido está creciendo. Nariño se vio afectado por 58 eventos que impactaron casi a 24 mil personas,

también se registraron 215 confinamientos para el año pasado afectando a más de 18 mil familias, se dice que hubo un incremento del 63% en comparación con el 2022, donde se registraron 132 confinamientos. La Oficina del Alto Comisionado para la Paz de la ONU también ha revisado once reglamentos de conducta elaborados por parte de los grupos armados no estatales impuestos en comunidades pertenecientes a los departamentos de Antioquia, Arauca, Caquetá, Cauca, Guaviare, Huila, Meta, Valle del Cauca, Tolima y Nariño. Estos reglamentos de conducta contienen pautas de control social que restringen derechos y tienen como objetivo someter a la población civil al control del grupo armado.

Es necesario reforzar y mejorar la articulación entre la política de Paz Total, la política de desmantelamiento y la política de seguridad humana de los territorios



Las acciones para reducir la violencia y su impacto en las comunidades deben ser concretas e inmediatas. Si bien es cierto que han disminuido los enfrentamientos entre los grupos armados y la fuerza pública, es un hecho que los enfrentamientos entre los grupos armados, con el impacto no deseado sobre la población, han aumentado de manera significativa, que incluso hoy son la fuente principal de violencia, generando así una desarticulación entre la política de seguridad y la política de Paz Total. El Ministerio de Defensa gastó casi todo el primer año definiendo y

planeando la política de seguridad, pese a los esfuerzos, hoy solo se evidencia una fuerza pública pasiva en su actuar, ausente en regiones, sin articulación con los entes locales y sin lineamientos o estrategias específicas para combatir la violencia y buscar la protección de la vida.

La política de Paz Total por ahora no está dando la respuesta esperada a los territorios, muchas veces hasta la misma población percibe que no tiene un norte claro. Los grupos armados deben demostrar su voluntad real de paz, como

acuerdo para reducir la violencia contra la población civil. Es necesario reforzar y mejorar la articulación entre la política de Paz Total, la política de desmantelamiento y la política de seguridad humana de los territorios.

El gobierno busca que los grupos armados demuestren sus voluntades de paz y logren una salida negociada a las dinámicas de violencia en los territorios

Por las cifras referidas, la política de Paz Total debería tener un giro radical, debiendo ser mucho más aterrizada y consiente de las dinámicas reales del conflicto en Colombia y entender muy bien el

alcance que puede tener, dado que ya solo quedan dos años y medio de gobierno. Colombia no puede seguir naturalizando la violencia, necesita una política de paz que genere resultados concretos y que verdaderamente proteja la vida. Las armas no son la solución y tenemos que seguir fortaleciendo el diálogo para la pacificación de los territorios, siempre y cuando, esta vía tenga una estructura, un norte y una agenda clara, de lo contrario, seguirá siendo solo un discurso alentador y hasta esperanzador, pero que en la realidad se siguen contando muertes, masacres y violaciones a los derechos humanos.



Daniela Castillo (Colombia) es politóloga de la Universidad del Rosario, LLM en derechos humanos y justicia transicional de Ulster University. Actualmente doctoranda en Ciencias Políticas y de la Administración y Relaciones Internacionales en la Universidad Complutense de Madrid. Experta y asesora en temas de construcción de memoria histórica después del conflicto, con experiencia en sector público y privado para la implementación del Acuerdo de Paz en Colombia, asesora política y técnica en temas de paz y experiencia en investigación.

Tw: @Daniela_C93 | Ig: @dcastilloo



A 40 AÑOS

Los ecos del NO.
Las elecciones internas de 1982 de Marcel Lhermitte.

Reserve su ejemplar en tunel@tunel.com.uy

ediciones **túnel**



Pioneros: la incubadora de nuevos liderazgos que busca transformar la política en Colombia

¿Qué es ser pionero(a)? Justamente con esa pregunta inicia la sesión uno (la primera de cuatro) del ciclo de inducción al movimiento social y político Pioneros, un proceso de formación en liderazgo ideado y puesto en marcha hace siete años por un grupo de jóvenes colombianos que para entonces llevaban casi una década trabajando en política de la mano del hoy alcalde de Bogotá, Carlos Fernando Galán.



Por Andrea Olano

“ Pioneros nació de la necesidad de transformar la política... de cambiar esa relación de desconfianza que existe entre la política y la ciudadanía. En Colombia los partidos se caracterizan por ser muy jerarquizados y no brindar un acceso real a los nuevos liderazgos, entonces nosotros nos preguntábamos cómo romper con todos esos imaginarios que la ciudadanía tiene sobre la política y sobre los políticos (...)”, explica José David Castellanos, exconcejal de Bogotá y fundador del movimiento.

“Pioneros nació de la necesidad de transformar la política... de cambiar esa relación de desconfianza que existe entre la política y la ciudadanía”

Según Castellanos, Pioneros se pensó inicialmente como un “laboratorio” que pudiera formular estrategias innovadoras para lograr hacer diferente lo que la gente considera que no está bien de las prácticas políticas y de las conductas de quienes la ejercen, en sus palabras: “aparecer solo en campaña, no convocar a nuevas ciudadanías y no permitir el crecimiento de nuevos liderazgos que puedan desafiar a quienes concentran el poder y toman las decisiones”.

“Éramos jóvenes universitarios, estudiábamos de día y por la noche nos pensábamos el país. Recuerdo que decíamos: ‘es por la noche cuando se cambia el mundo’ y en esas inolvidables conversaciones se alimentó una urgencia de transformar la sociedad. Fue esta urgencia, combinada con la pasión y el talento de un grupo de humanos lo que nos llevó a crear un movimiento en donde todos y todas pudieran desarrollar sus talentos para transformar la política, el ejercicio de lo público y la sociedad. Queríamos ser los primeros en lograr esto y de allí viene el nombre de Pioneros”, cuenta Luisa Fernanda Gallo, cofundadora del movimiento y actual oficial de Cooperación de la Embajada de la Unión Europea en Colombia.

La misión de Pioneros es “la promoción de ciudadanías activas y la formación de líderes con principios éticos, capaces de desempeñarse en escenarios de representación ciudadana con las más altas calidades”



Fueron casi tres años de gestación los que condujeron a que ese anhelo de un grupo de jóvenes se convirtiera en lo que hoy es considerado por muchos analistas como “el carro eléctrico de la política colombiana”, un movimiento que ha logrado incidir de manera importante en la escena pública capitalina: ha participado activamente en cuatro procesos electorales (entre los que se cuentan las dos últimas campañas a la alcaldía y las más recientes elecciones de Congreso), ha mantenido una representación en el Concejo de Bogotá por tres periodos consecutivos, ha impulsado a candidatos a edil en diez localidades y ha obtenido dos curules durante dos periodos conse-

cutivos en las Juntas Administradoras Locales de Usaquén y Teusaquillo. Además, en 2022 logró elegir veintiún consejeros que hoy integran los Consejos Locales de Juventud de la ciudad.

“Han sido siete años en los que, con varios triunfos y algunas derrotas electorales, hemos logrado demostrar que la política se puede hacer de manera decente, con altura, sin necesidad de caer en las innumerables trampas que existen en el medio”, testifica Jesús Araque, actual concejal de Bogotá y director ejecutivo del movimiento.

Tal como se enuncia en sus sesiones de inducción, el propósito superior o misión

de este colectivo ciudadano es “la promoción de ciudadanías activas y la formación de líderes con principios éticos, capaces de desempeñarse en escenarios de representación ciudadana con las más altas calidades”.

“Cumplimos nuestra misionalidad cuando logramos que una nueva persona se interese en la política y se empieza a convertir en un líder político. Cuando esa persona entiende la importancia de lo público y lo colectivo, y comprende además que tiene las capacidades para tomar decisiones y ser líder desde cualquier ámbito social en el que se desempeñe, esa persona empieza también a transformar su núcleo familiar y su territorio: su cuadra, su barrio, su localidad, su ciudad y su país”, asegura Araque.

El gran diferencial

Precursores en qué o avanzados en qué, es la pregunta que se hace cualquier persona cuando le hablan de un movimiento o agrupación social con ese nombre, más aún si, como es el caso, la agrupación tiene un evidente tinte político. Por ello, y teniendo en cuenta que su objetivo es hablarle al 90% de los ciudadanos que no se sienten atraídos por la política, Pioneros busca desafiar y desmontar tres mitos que existen sobre ésta:

El primero: Que los políticos solo aparecen en campaña.

Contrario a esa afirmación tan común en nuestro tiempo, a través de su proceso de formación en liderazgo, Pioneros

tiene un contacto permanente e ininterrumpido entre sus representantes políticos y sus militantes.

El segundo: Que en la política las decisiones se toman entre unos pocos.

Si bien es cierto que en muchos partidos políticos el poder se concentra en las cabezas, Pioneros tiene como bandera la adopción de reglas y modelos de democracia interna como, por ejemplo, la realización de consultas colectivas para elegir a sus candidatos a cargos de elección popular y/o la convocatoria y consulta a la militancia para la toma de las decisiones más importantes.

Asimismo, y en contraste a lo que comúnmente ocurre en otras agrupaciones políticas, Pioneros busca empoderar a sus militantes a través de la formación y la creación de redes de apoyo. Con ese fin, genera experiencias y ofrece oportunidades a sus miembros para adquirir conocimientos que le agreguen valor a sus proyectos de vida sin importar su edad, raza, identidad de género o nivel socioeconómico.

El tercero: Que los proyectos políticos requieren de un líder o ‘mesías’.

Según Jeannette Herrera, gerente de Formación de Pioneros, “transformar el ejercicio de lo público es una misión que no depende de una sola persona. Para nosotros son muchas pequeñas acciones en el presente las que pueden llegar a cambiar el mundo en el futuro, por eso,



tenemos un lema sobre lo que queremos ser: un gran batallón de golondrinas que puedan hacer el verano que soñamos”.

A Pioneros se le reconoce como una incubadora de líderes. Ha llegado gratuitamente a más de 1.600 personas a través de su proceso de formación

En ese mismo sentido, Luisa Fernanda Gallo, cofundadora de Pioneros, asegura que “actualmente hay Pioneras y Pioneros aportando a la sociedad en muchos escenarios y ámbitos, y el éxito de eso se debe en buena parte a que se ha logrado conservar la esencia del proceso, el ser un espacio inclusivo, democrático, en el que prima lo colectivo y se valora lo más importante: el talento de las personas”.

Logros

Combatiendo los tres mitos y enarbolando la bandera de los nuevos liderazgos, el movimiento Pioneros se ha consolidado como una fuerza política importante en la capital del país y actualmente se le reconoce como una incubadora de líderes. Además, ha llegado gratuitamente a más de 1.600 personas a través de su proceso de formación, y aunque muchas de esas



RELATO

personas se han convertido en activistas sociales y políticos, otras simplemente han adquirido herramientas que les sirven para su vida personal y profesional.

“Antes de unirme al movimiento mi visión de las problemáticas sociales era limitada y no sabía cómo trabajar en equipo de manera efectiva, no tenía un espacio donde poner en práctica mis conocimientos y habilidades. En Pioneros tuve la oportunidad de descubrir más sobre la función pública, el abordaje comunitario y los diferentes tipos de liderazgo, lo que me ha permitido crecer de manera exponencial, ampliando mi perspectiva y brindándome las herramientas necesarias para enfrentar los desafíos sociales de manera más efectiva”, explica Andrea Quintero, actual consejera local de juventud y gerente de Juventudes del movimiento Pioneros.

“Nuestro sueño, en el que ya estamos trabajando, es llevar a Pioneros a varias regiones de Colombia para transformar desde la raíz el ejercicio de lo público”

Así mismo se expresa Jeannette Herrera, gerente de Formación, quien asegura que “lo que más nos motiva es ver la transformación y el progreso en los proyectos de vida de las personas que hacen parte del movimiento.

Muchas personas que, por ejemplo, a pesar de tener una gran preparación académica no habían desarrollado lo suficiente sus habilidades blandas, hoy han podido mejorar en su calidad profesional e incluso acceder a cargos de mayor relevancia”.

Testimonios como los anteriormente citados se suman a los muchos elogios que ha recibido este movimiento que, aunque en construcción, desde ya promete ser un referente en innovación política en Latinoamérica; no en vano, el hoy alcalde mayor de Bogotá y uno de los políticos de centro con mayor proyección en el continente, Carlos Galán, ha impulsado y acompañado varias de sus iniciativas y ha considerado a Pioneros como una escuela de líderes que promueve la construcción social, el diálogo y el debate público.

“Tenemos una meta ambiciosa porque creemos profundamente en este proyecto. Nuestro sueño, en el que ya estamos trabajando, es llevar a Pioneros a varias regiones de Colombia para transformar desde la raíz el ejercicio de lo público”, apunta el director ejecutivo de la colectividad, Jesús Araque, quien a partir de este 2024 tendrá el reto de replicar y mejorar la experiencia bogotana en otras ciudades y municipios del país.



Andrea Olano (Colombia) es comunicadora social con énfasis en Periodismo de la Pontificia Universidad Javeriana, especialista en Marketing Político y Estrategias de Campaña de la Universidad Externado de Colombia. Ha ejercido su profesión en diferentes medios de comunicación como la W Radio, el Canal Institucional, Canal Capital y la Radio Nacional de Colombia. Ha sido asesora en entidades públicas. Actualmente se desempeña como gerente de Comunicaciones del movimiento social y político Pioneros.

X: @Andre_Olano | Ig: @andreolano123 | Ig Pioneros: @Pioneroscol



Semillas del cambio

El movimiento del 15M emergió como una protesta que desafiaba los fundamentos de nuestro sistema representativo, convocando a una participación masiva que englobó a miles de personas en toda España. Sin embargo, en la actualidad, la izquierda española se encuentra considerablemente distanciada de aquellos momentos de participación multitudinaria ¿Qué ha sucedido en el camino?



Por Fede Abreu Silveira

Introducción

Entre mayo y octubre de 2011, cientos de miles de personas salieron a las calles, en una movilización que varió en su grado de espontaneidad, para demandar un cambio radical en las reglas de la democracia. Este período marcó un hito en la participación y organización ciudadana, dando lugar a múltiples expresiones de descontento. Una de estas manifestaciones desembocó en la formación de Podemos, un partido político que se propuso canalizar esas demandas para institucionalizar los cambios desde dentro del sistema. En sus inicios, una de las claves fundamentales fue la preservación de un modelo participativo y asambleario en la toma de decisiones.

Sin embargo, en la actualidad, la participación en estos espacios ha experimentado una drástica reducción. ¿Qué ha ocurrido para que la ciudadanía se aleje de estos ámbitos decisorios? ¿Son factores internos o externos los que inciden en esta disminución de la participación? Estas interrogantes, y otras más, son el foco de atención de este artículo, que busca arrojar luz sobre las causas que han llevado a este cambio y sus implicaciones para el activismo político en España.

Las Razones del 15M

El surgimiento del movimiento del 15M se enmarca en un contexto cargado de antecedentes tanto internos como externos. A partir de 2008, España y gran parte de Europa se vieron afectadas por las secuelas de la denominada Gran

Recesión. El declive económico y las políticas impulsadas por la Unión Europea sentaron las bases para el surgimiento de manifestaciones espontáneas que exigían un cambio en las reglas del juego político.

Las demandas del 15M demostraron una transversalidad inédita. Se clamaba por una transformación en los modelos de representación política, así como por una mayor participación ciudadana en la toma de decisiones estratégicas

La publicación del libro *"¡Indignaos!"* de Stéphane Hessel, el impacto mediático de la Primavera Árabe, el movimiento *Geração à Rasca* en Portugal, las revueltas en Grecia de 2008 y las protestas en Islandia contra el pago de la deuda, son algunos de los antecedentes que contextualizan el surgimiento del 15M.

Bajo el lema "Democracia Real Ya, no somos mercancía en manos de políticos y banqueros", la ciudadanía española



tomó las calles para exigir un cambio de paradigma. Las demandas del 15M demostraron una transversalidad hasta entonces inédita. Se clamaba por una transformación en los modelos de representación política, así como por una mayor participación ciudadana en la toma de decisiones estratégicas. Los reclamos abarcaban una amplia gama de áreas, desde vivienda, sanidad y empleo hasta juventud, reforma fiscal y una extensa lista de demandas con las que la ciudadanía global se identificaba.

Junto a estas demandas, y no menos significativo, el movimiento introdujo un nuevo enfoque en la práctica política.

Existe una disminución en la participación de todas las fuerzas políticas. (...) Este proceso de retroceso también se ha observado en otros ámbitos, como los sindicatos, que han experimentado una caída gradual en su afiliación

La participación no se limitaba meramente a la presencia física. Entre las características más destacadas de este enfoque participativo se incluyen: la horizontalidad en la toma de decisiones, la inclusión de diversos sectores de la sociedad, la organización en redes, la no violencia como principio rector, el énfasis en lo colectivo sobre lo individual, la reflexión estratégica en lugar de la mera operatividad, el empoderamiento y el fomento de liderazgos horizontales.

De la plaza a la institución

Con el tiempo, se hizo evidente que la movilización ciudadana requería influir en espacios institucionales. Se comprendió que el cambio no podía lograrse únicamente desde las calles, sino que era imprescindible acceder a las instituciones para establecer una nueva forma de hacer política que desafiara la lógica bipartidista dominante.

En este proceso, surge Podemos como partido político, adoptando tanto las demandas expresadas en el 15M como, especialmente, una forma de organización que preservara el espíritu asambleario y horizontal.

Es relevante destacar que—en los primeros años— la participación, tanto en eventos presenciales como en consultas telemáticas, experimentó un crecimiento notable. A modo de ejemplo, en 2018, durante la consulta sobre la permanencia de los líderes Pablo Iglesias e Irene Montero, participaron cerca de 190.000 militantes.

La caída en la participación

La disminución en la participación se ha hecho notable en las últimas consultas ciudadanas. En noviembre de 2023, cuando se presentó la nueva hoja de ruta, participaron 31.000 personas, y en las primarias que llevaron a Irene Montero al primer puesto para las elecciones al Parlamento Europeo, votaron poco más de 36.000. Aunque estas cifras siguen siendo significativas, claramente algo ha cambiado. Es probable que esta transformación tenga explicaciones tanto externas como internas al partido.

Entre las explicaciones del contexto, es importante señalar que varios actores han experimentado una reducción en su capacidad para convocar a militantes. El sistema político en su conjunto ha estado enfrentando una creciente desafección durante años, lo que ha resultado en una disminución en la participación de todas las fuerzas políticas. De hecho, un ejemplo relevante es el Movimiento Sumar, de reciente creación, que surge como una plataforma aglutinadora de diversas fuerzas de izquierda y cuenta con alrededor de 70.000 inscritos. Este proceso de retroceso también se ha observado en otros ámbitos, como los sindicatos, que han experimentado una caída gradual en su afiliación en las últimas décadas.

Otro factor externo que contribuye a explicar este fenómeno es la pandemia de 2020. Tras un impulso de organización



espontánea que llevó a pensar que estábamos presenciando un renacimiento de lo colectivo, rápidamente, con el retorno a la normalidad, ese entusiasmo comenzó a desvanecerse, y el panorama resultante fue aún menos alentador que antes de la pandemia.

En contraposición a la idea individualista que parece prevalecer, una parte significativa de la ciudadanía busca activamente espacios de participación para contribuir a la transformación de la sociedad

En el complejo entramado de la participación política, diversos factores internos también contribuyen a la disminución de la implicación ciudadana. Las frecuentes escisiones dentro de la izquierda, que generan desilusión; un alejamiento ocasional de las preocupaciones de la ciudadanía en favor de debates internos; la dificultad para dotar de contenido coherente a múltiples procesos participativos simultáneos; la tendencia a regresar a liderazgos individuales; y la presión por tomar decisiones de



forma inmediata, relegando procesos reflexivos que demandan calma y análisis profundo, son solo alguno de ellos.

Otros agentes

Por otra parte, resulta que, en contraposición a la idea individualista que parece prevalecer, una parte significativa de la ciudadanía busca activamente espacios de participación para contribuir a la transformación de la sociedad. Solo como ejemplo, el número de personas que participan en actividades de voluntariado se acerca a los 4,5 millones, según datos de la Plataforma del Voluntariado de España (PVE). Además, otros movimientos de participación, como el movimiento feminista, el activismo contra el cambio climático o el movimiento de pensionistas, logran una adhesión y participación considerable en sus respectivas movilizaciones.

Entonces la pregunta es: ¿cuál es la diferencia entre unos y otros? ¿Por qué en algunos casos la participación es masiva, pero cuesta tanto en otros que la gente se acerque?

Es importante que la participación sea significativa y orientada hacia la construcción de un cambio efectivo y sostenible

Entre las múltiples causas, una central parece ser el convencimiento indudable de que la participación tendrá un impacto directo en la resolución de problemas que afectan directamente a las personas involucradas. Un elemento común entre estos movimientos es que quienes participan viven los problemas en primera persona y les motiva construir soluciones colectivas porque se identifican directamente con el sujeto político involucrado.

Hacia la reconexión

Así, para reconectar con la población, es crucial que la izquierda española en general, y Podemos en particular, analicen a fondo el vínculo entre sus reivindicaciones y los significados que movilizan a los diversos sujetos políticos que pretenden representar.

Si se desea recuperar aquellos valores tan característicos que se heredaron del 15M, como la horizontalidad, la heterogeneidad y los liderazgos compartidos, es hora de enfrentar reflexiones profundas. Esto implica cuestionar las prácticas actuales y buscar formas innovadoras de fomentar una participación más inclusiva y significativa. Es fundamental abrir espacios de diálogo y debate donde se escuchen, se admitan y respeten las diversas voces y perspectivas. En última instancia, recuperar estos valores requerirá un esfuerzo colectivo y continuo por parte de todos los actores políticos y sociales comprometidos con la construcción de una democracia más participativa, inclusiva y justa.



Además, ya desde un enfoque metodológico, será esencial abordar las siguientes preguntas: ¿Qué significa realmente participar en el contexto político y social? ¿Cuál es el propósito fundamental de promover la participación ciudadana? ¿Cuáles son los mecanismos efectivos para gestionar la participación de manera inclusiva y equitativa? Y, por último, ¿quiénes son los actores clave responsables de dinamizar y facilitar la participación activa de la ciudadanía en los procesos políticos y sociales?

Cuando reflexionamos sobre el "qué" de la participación, nos referimos a dos ámbitos que suelen confundirse: la militan-

cia y el activismo. La militancia implica un compromiso más constante, que va más allá de la acción inmediata, incluyendo la reflexión política y la consideración de perspectivas a largo plazo. Por otro lado, el activismo se centra en acciones concretas y más inmediatas, como participar en marchas o distribuir folletos. Ambas formas de participación son igualmente válidas, pero se basan en motivaciones y enfoques diferentes.

En cuanto al "para qué" de la participación, es crucial considerar los objetivos y las motivaciones tanto de la militancia como de la dirigencia. ¿Se busca simplemente la presencia en ciertos espacios

de decisión, o se aspira a tener un andamiaje colectivo real en la transformación de las estrategias políticas? Es importante que la participación sea significativa y orientada hacia la construcción de un cambio efectivo y sostenible.

Los diálogos actuales están mediados por múltiples plataformas, y debemos aprovechar estas herramientas para promover un diálogo más inclusivo y diverso

La reflexión sobre el "cómo" de la participación también es esencial. Si bien hemos heredado formatos participativos del pasado, debemos adaptarnos a los nuevos contextos y tecnologías. Los diálogos actuales están mediados por múltiples plataformas, y debemos aprovechar estas herramientas para promover un diálogo más inclusivo y diverso. Además, es necesario replantear los formatos tradicionales de participación presencial y buscar nuevas formas de facilitar el diálogo y la colaboración.

También será fundamental planificar y evaluar la participación de manera sistemática, incorporándola en una planificación estratégica que busque

profundizar la construcción de un pensamiento colectivo y fortalecer el impacto organizacional.

Finalmente, para que la participación sea efectiva, es necesario contar con equipos sólidos, multidisciplinares y capacitados, dedicados a la investigación y generación de conocimiento sobre los procesos participativos.

En definitiva, nos encontramos en un momento propicio para que la izquierda pueda volver a construir desde las bases, pero esto requiere una reflexión honesta sobre el rol y el alcance que se pretende alcanzar. Esta reflexión debe otorgar un papel central a la militancia, reconociendo su protagonismo en la articulación de procesos participativos y en la definición de las estrategias políticas. Asimismo, es crucial consolidar equipos sólidos y comprometidos que apoyen y fortalezcan estos procesos desde una perspectiva colaborativa y orientada hacia el bien común. En este sentido, la participación activa de la militancia y el respaldo de equipos dedicados son fundamentales para construir una izquierda sólida y comprometida con las necesidades y aspiraciones de la ciudadanía.



Fede Abreu Silveira (Donostia, España) es consultor en procesos de construcción de conocimiento colectivo. En la actualidad, entre otros proyectos, apoya la construcción de procesos participativos para la militancia de Podemos en Euskadi. Licenciado en Comunicación Educativa por la Universidad de la República Oriental del Uruguay.

In: Federico Abreu Silveira



El violento relato de Ecuador

La crisis de seguridad que se vive en el país sudamericano involucra factores tan complejos como los grupos del crimen organizado, la construcción de una figura política y las amenazas a los medios de comunicación.



Por Elda Magaly Arroyo Macías

El 2024 golpeó con fuerza a Ecuador. A inicios de año, las noticias que predominaban sobre este país estaban vinculadas a la violencia ejercida por los grupos del crimen organizado, por lo que casi de inmediato, el joven y recién proclamado presidente Daniel Noboa pronunció un discurso de mano dura contra la delincuencia, el cual le generó adeptos entre la población, pero también lo puso en el ojo del huracán ante una posible similitud con el salvadoreño Nayib Bukele.

Daniel Noboa, discursivamente, ha sido comparado con Nayib Bukele y ha incrementado su popularidad gracias a la famosa frase “mano dura” contra el crimen

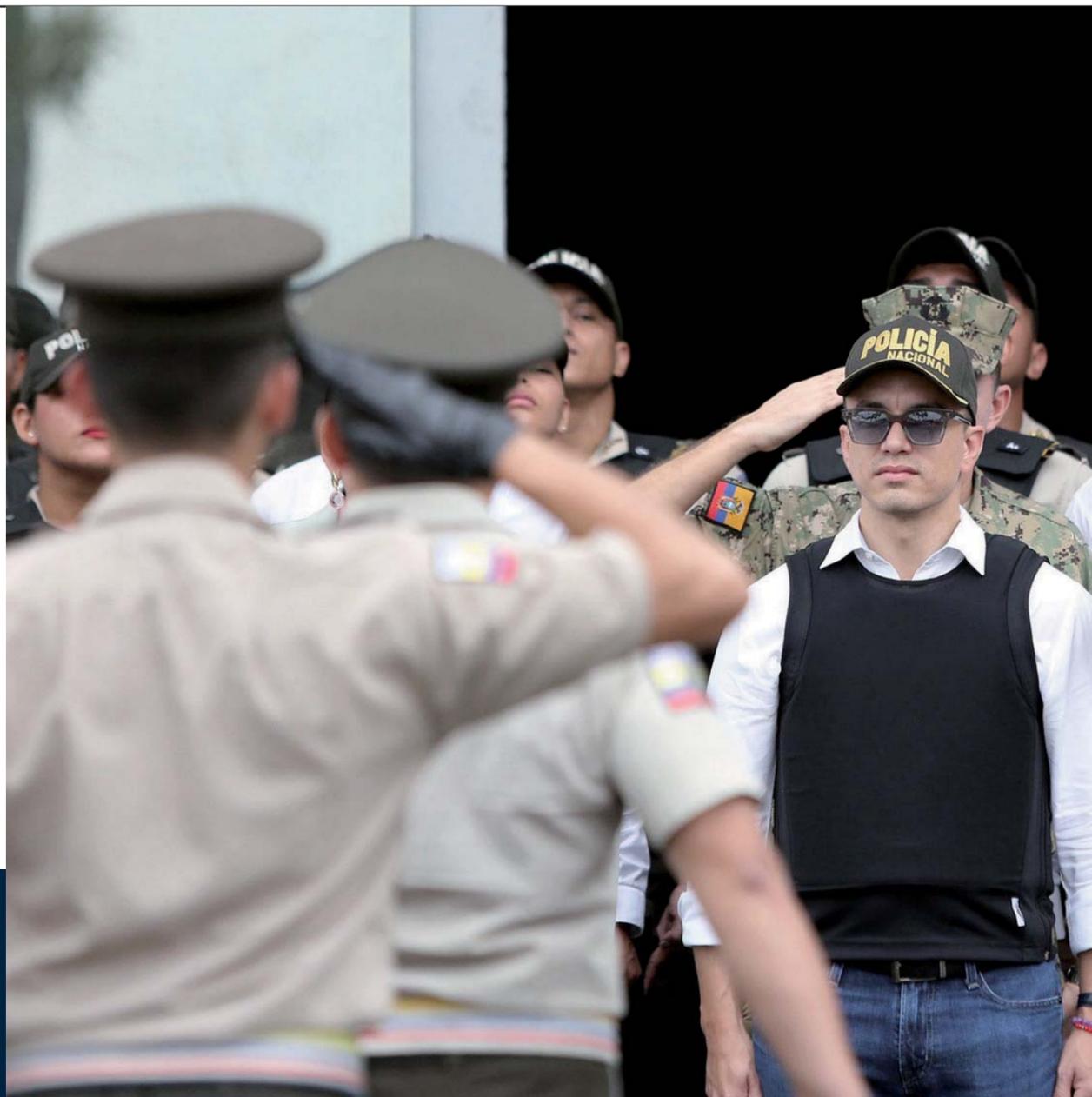
La crisis social que experimenta Ecuador es crónica, pues arrastra factores que son constantes marejadas de combustible, en un fuego que no deja de avivarse. Uno de los componentes más importantes en esta situación crítica

está ligada a la facilidad que han encontrado los cárteles de la droga para convencer a los jóvenes que no estudian ni trabajan en sumarse a sus estructuras bajo dos premisas: una rápida riqueza y un sentido de pertenencia.

Como en México y en El Salvador, este convencimiento ocurre cuando las organizaciones criminales aprovechan la falta de oportunidades y el poco desarrollo social que generan las políticas públicas que no son focalizadas hacia la prevención e integración de los jóvenes.

Durante los días más álgidos del estallido social, las imágenes que predominaban y quedaron documentadas en la toma del canal TC Televisión de Ecuador fueron las de quince jóvenes, cuyos rasgos fisionómicos permitían observar que ninguno excedía los 25 años, fuertemente armados y quienes reconocieron ser integrantes de la pandilla Los Tiguerones.

El amague cumplió con un propósito comunicativo, característico de los grupos criminales como emisores de información: infundir miedo, someter a través del terror y replicar el mensaje de un Estado doblegado ante la violencia.



Ecuador es un punto estratégico para la producción y tráfico de droga en América, de ahí la fuerte presencia de organizaciones criminales como el Cártel Jalisco Nueva Generación y el Cártel de Sinaloa

La respuesta gubernamental fue la esperada, la inmediata reacción de la Policía de Ecuador al informar que atendían la situación y que incluso había detenidos, haciendo un llamado a la calma. Desde la perspectiva de la comunicación pública de la seguridad, en un momento de crisis como ese, se hizo lo correcto, no se dejaron vacíos informativos pese a lo duro de las imágenes que le dieron la vuelta al mundo.

En tanto, la declaración del estado de excepción, de parte

del presidente Noboa, y la advertencia de consecuencias reales para quienes atentaran contra el Estado fue mucho más contundente que la hecha meses atrás por su antecesor Guillermo Lasso, cuando fue asesinado el candidato presidencial Fernando Villavicencio, pues la comunicación de las fuerzas de seguridad se incrementó sin temor a mostrar imágenes explícitas en donde el Estado usa legítimamente la fuerza.

La construcción del actor público

Daniel Noboa, discursivamente, ha sido comparado con Nayib Bukele y ha incrementado su popularidad gracias a la famosa frase “mano dura” contra el crimen, incluso, fue su decisión de intervenir las cárceles lo que habría provocado la violenta reacción de enero, tras la fuga de varios líderes delincuenciales, pero sus acciones respaldan

su dicho, ya que no solo se han hecho detenciones, sino que también hay resultados en la incautación de droga.

Informar en medio de un conflicto armado es una actividad de riesgo, pero también implica que se tenga una intensa preparación y profesionalización para ello

Ecuador es un punto estratégico para la producción y tráfico de droga en América, de ahí la fuerte presencia de organizaciones criminales como el Cártel Jalisco Nueva Generación y el Cártel de Sinaloa, quienes han trasladado su pugna desde



LOS DATOS AL MOMENTO DEL PANORAMA POLÍTICO

ESTUDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA E INVESTIGACIÓN DEL MERCADO ELECTORAL

CONTACTO +52 55 4908 7410 REDES SOCIALES @X@prospectaop PÁGINA WEB www.prospectaop.com



México hasta esta parte del continente, pues su ubicación favorece a la fabricación y movilización de toneladas de cocaína.

Sin la incautación de droga, como se ha estado haciendo de parte de las fuerzas federales ecuatorianas, quienes se han coordinado estrechamente con sus homólogos de Colombia y Perú, los esfuerzos de Noboa quedarían solo en el discurso, por lo que deberá mantener la constancia y evitar que aparezca nuevamente la corrupción que permitió el asentamiento de los grupos criminales para incrementar el millonario negocio.

Sumar las fuerzas armadas a las tareas de seguridad pública es un camino recurrente en los gobiernos que buscan “pacificar” sus conflictos armados internos

Sumar las fuerzas armadas a las tareas de seguridad pública es un camino recurrente en los gobiernos que buscan “pacificar”

sus conflictos armados internos y si bien se obtienen resultados a corto plazo, es indispensable que haya una observación puntual y con una perspectiva civil y de derechos humanos, que no permita que la corrupción o el abuso del poder se conviertan en el génesis del círculo vicioso.

En el relato de la comunicación de gobierno, los primeros cien días son esenciales para mantener el convencimiento de quienes votaron por el proyecto político ganador, Noboa está en ese momento y conviene destacar que si bien, la mayor parte del tiempo ha estado montado en la ola de la crisis, también está dando respuestas con habilidades políticas que son parte del piso que se necesita para mejor la seguridad, habrá que ver si se sostiene durante su gestión.

Las amenazas a los medios

Informar en medio de un conflicto armado es una actividad de riesgo, pero también implica que se tenga una intensa preparación y profesionalización para ello, pues el trabajo no solo consiste en exponer y documentar los hechos, sino también en protegerse a sí mismo.

Los periodistas ecuatorianos atraviesan un momento complicado, pues la Fundación Andina para la Observación y Estudios de Medios, una organización no gubernamental del país, informó que, durante febrero, tanto las fuerzas de seguridad del Estado, como los gobiernos locales y las organizaciones criminales han protagonizado ataques contra la prensa.

Las agresiones han ido desde lo verbal, hasta amenazas y contacto físico contra reporteros y camarógrafos mientras realizaban coberturas de hechos relacionados con la seguridad. La crisis se agrava cuando sabemos que, en menos de un año, once periodistas ecuatorianos han recurrido al exilio, luego de ser intimidados con privarlos de la vida, por lo que además de trabajar para recuperar la paz, el Estado Ecuatoriano también tiene como tema pendiente la generación de mecanismos que brinden protección a los periodistas y así cimentar la gobernabilidad ante el ojo de la sociedad informada.



Elda Arroyo (México) es licenciada en Letras Hispánicas por la Universidad de Guadalajara y maestrante en Administración Pública. Trabajó para Milenio, Notisistema y Eastern Group de Los Angeles, California, entre otros. Cuenta con formación policial y actualmente es directora de Comunicación de la Secretaría de Seguridad del Estado de Jalisco, en México.

X: @elda_arroyo | Ig: @eldaarroyo



Desinformación, relato y democracia

Seguramente si pedimos que levante la mano quien se ha cruzado en sus redes sociales, de mensajería instantánea, incluso en algún medio de comunicación, con algún contenido falso o que tiende a despertar emociones como el miedo o la intolerancia, todos lo harían.



Por Saudía Levoyer

El fenómeno de los contenidos falsos, también llamados *fake news*, y de la desinformación está frente a nosotros, pero no hablamos –al menos en América Latina– lo suficiente al respecto, como para pensar en políticas estatales o acciones concretas, como ocurre en la Unión Europea o Estados Unidos.

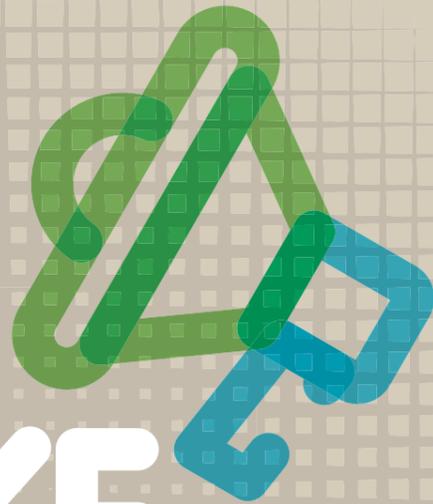
¿Cómo funciona el mundo de la desinformación y de los contenidos falsos? Primero debemos recordar que muchos de los contenidos que se distribuyen no son información, es decir, no cumple con algunas características vitales para alcanzar esa categoría, como es ser contextualizada, contrastada y verificada. Otra parte, además de no cumplir con esto, es pensada como una táctica de una estrategia de grupos (pueden ser de poder o criminales) que normalmente quieren obtener ventajas políticas o económicas, es decir, necesitan generar miedo y caos en la mayor cantidad de usuarios que le sea posible. El objetivo de esto es ejercer control, aumentar la incertidumbre y obtener el fin que se hayan trazado. Esto lo logran fácil y rápidamente por la penetración de la tecnología, que permite la viralización de las versiones que ponen a circular.

En simple: si se sabe cómo enganchar a una audiencia (que es normalmente a través de sus emociones), se puede decir prácticamente lo que sea, porque muy pocos están dispuestos a gastar su tiempo en verificar si lo que le llegó es cierto o si tuvo alguna intención que no se percibió en la vorágine de compartir lo que llega a sus sistemas de comunicación.

En las campañas electorales las estrategias de desinformación han generado que aumenten los niveles de violencia e intolerancia e, incluso, algunos autores han hablado de incidencia en el voto

En las campañas políticas de los países democráticos, estas estrategias han generado que aumenten los niveles de violencia e intolerancia e, incluso, algunos autores han hablado de incidencia en el voto. En épocas de crisis sociales, han ayudado a que se generen relatos y, por tanto, que la batalla por este,

FAKE NEWS



tome nuevos niveles, ya que cuestionan al trabajo de periodistas (más allá de los errores, a veces imperdonables) que, por principio, deben contrastar, contextualizar y verificar la información antes de lanzarla a la selva del debate público generado por las redes y sistemas de mensajería instantánea.

En este punto es importante señalar que los periodistas eran los intermediarios de la información hasta que el sistema mediático sufrió la transformación que hoy lo tiene como está. Esa intermediación ahora se resalta, no solo por su

apoyo en la conducción del debate público de sus audiencias, sino por justamente la experticia en la verificación de datos. Con mejor información, con mayor calidad, las audiencias pueden tener mejores contenidos y apoyar a una discusión sobre lo público de una manera más sensata.

En esa medida, la educación mediática se hace imprescindible. No se trata solo de saber cómo cuidar los datos personales, entregados fácilmente a los consorcios tecnológicos que los manejan a su antojo y basado en la actividad que hace

cada persona de su mundo digital, sino también de entender que lo que está en juego es la democracia. Tras ella, más allá de sus debilidades, errores o falencias, está un sistema de valores, principios, derechos y oportunidades, sobre los cuales se han construido las actuales sociedades, llamadas a ir fortaleciéndola, cambiándola, adaptándola, sin perder de vista su esencia.

La educación mediática se hace imprescindible. No se trata solo de saber cómo cuidar los datos personales, sino también de entender que lo que está en juego es la democracia

Es hora de que la discusión alrededor de la libertad de expresión en contextos de desinformación, polarización, contenidos falsos y una larga lista de problemas, sea entendida bajo esa luz. Es hora también de ver que los controles que hacen los gigantes informáticos son mínimos, que los Estados tendrán que buscar alianzas para enfrentarlos y sobre todo comprometerlos en soluciones. Es momento de que las sociedades democráticas se centren en exigir y apoyar para que la libertad de informar, de prensa, de expresión, la pluralidad y la tolerancia regresen, para frenar la polarización, fenómeno que requiere de la desinformación para hacerse más fuerte.



Saudia Levoyer (Ecuador) es periodista y docente universitaria de pregrado y posgrado. Ha trabajado como reportera y editora Política y de Investigación en medios de Ecuador. Actualmente mantiene una columna en *El Universo*. Autora y coautora de cuatro libros. Profesora de la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador.

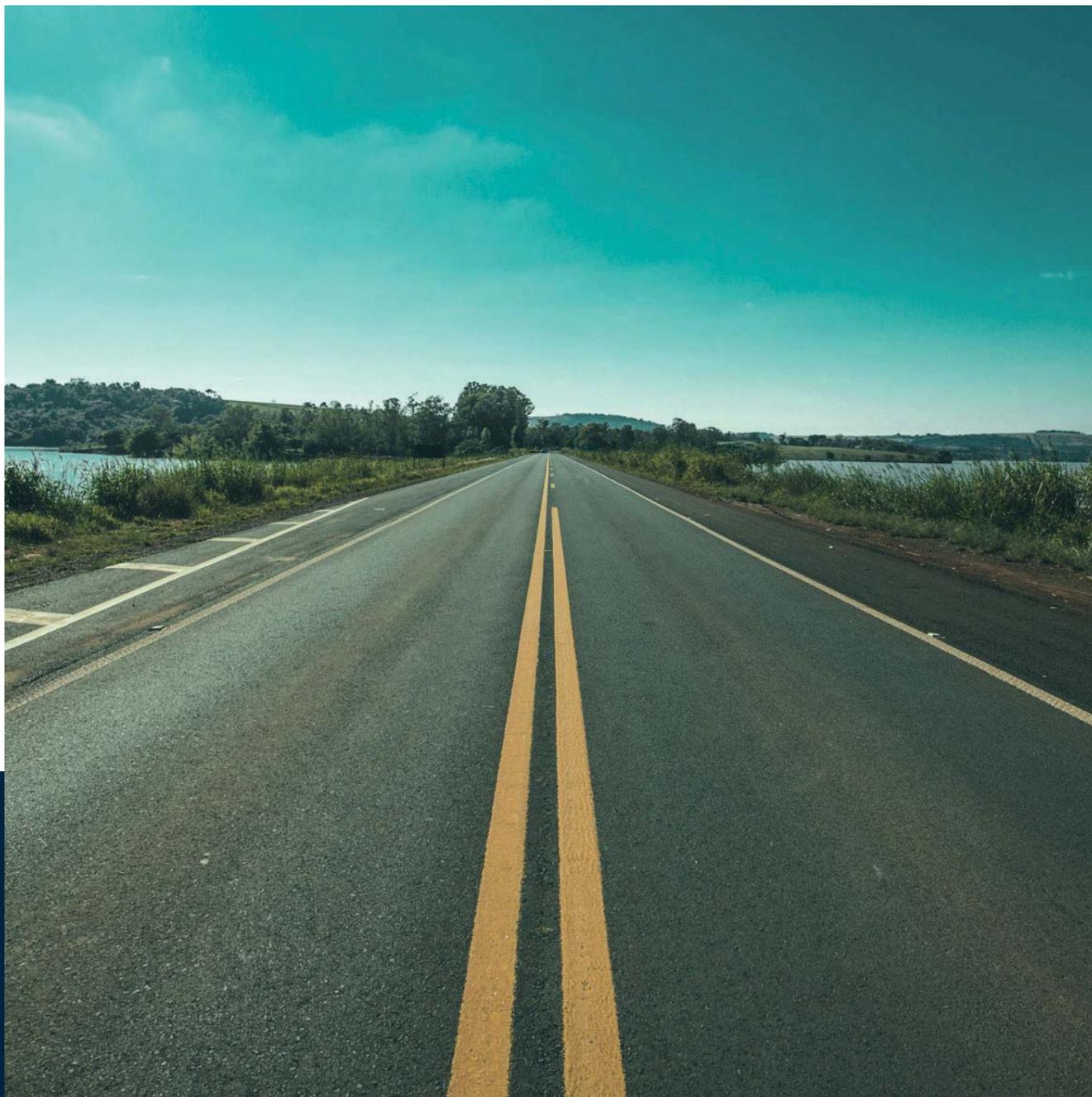
X: @slevoyer



La newsletter disruptiva de comunicación política creativa de los creadores de **Beers & POLITICS**

Suscríbete en www.politicacreativa.com

Y recibe ideas innovadoras, agenda de eventos, noticias relevantes, guías en profundidad, ofertas de trabajo y muchas sorpresas más...



La importancia del relato en política

Para todo aquel que siga la actualidad política seguro que le sonará el concepto de relato. Una palabra de moda que todos los analistas, periodistas y políticos utilizan para referirse al punto de vista de una opción política que acaba imponiéndose mayoritariamente entre la opinión pública.



Por Pau Canaleta

Se habla de relato sin saber muy bien de qué se está hablando.

Debido a mi experiencia de consultor en comunicación política con más de veinte años de carrera y después de haber escrito un libro sobre cómo construir un relato, *Explícate con una historia*, para mí, el relato no es nada más que la voluntad de transmitir un mensaje utilizando la estructura narrativa. Y cuando hablamos de un mensaje en el fondo queremos decir, nuestro "punto de vista".

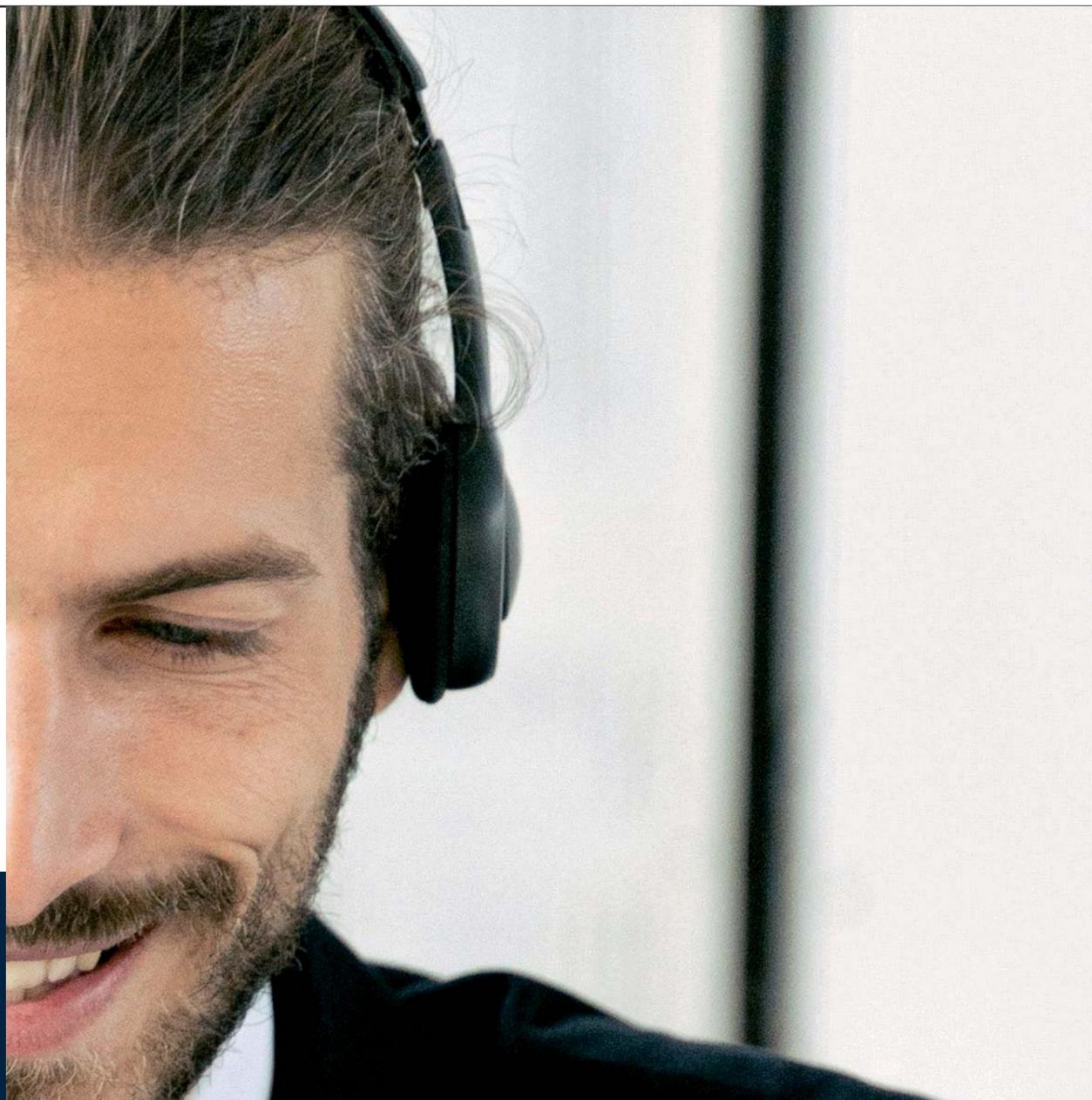
Pero, ¿por qué es tan importante la narrativa en comunicación? Porque desde tiempos inmemoriales, la humanidad cuando ha tenido que transmitir cualquier hecho importante, acontecimiento o cambio a las generaciones posteriores, lo ha hecho utilizando la estructura narrativa simple: inicio, nudo y desenlace. Un inicio en el que se pone en antecedentes y se contextualiza la acción, un nudo, que describe propiamente los hechos y un desenlace que es el mensaje que queremos transmitir. La moraleja o lección de vida. Aquella enseñanza que queremos transmitir. Esta estructura narrativa simple, al ser tan utilizada desde los orígenes de los tiempos nos es familiar y despierta el círculo virtuoso de la comunicación. De tal manera que siempre que transmitimos el mensaje utilizando

esta estructura narrativa: es más fácil de entender, es más fácil de recordar. Y lógicamente, al recordarlo es más fácil de transmitir a terceros.

El relato, en política, no es solo una historia y sobre todo no es un discurso. Es algo más troncal. Es explicar qué somos, qué nos hace diferentes y qué queremos a través de la narrativa.

Es por esto, que al hablar de relato hacemos referencia a la estructura narrativa simple, pero también hablamos de la estructura temporal: de dónde venimos, dónde estamos y hacia dónde vamos. Las dos estructuras han de ir de la mano a la hora de construir un buen relato político.

En el "de dónde venimos" describimos los momentos importantes de la trayectoria del protagonista que explica cómo ha llegado hasta el día de hoy. Es importante destacar dos claves al construir este "de dónde venimos": en primer lugar, es muy importante decidir dónde empieza el relato. En que momento empieza la historia. Es importante por qué este momento inicial ha de dar sentido a todo el relato y ha de ser coherente con el "hacia dónde vamos" del final. Y, en segundo lugar, es muy importante que los momentos del pasado que seleccionemos sean



ciertos y reconocidos por los públicos a quiénes nos dirigimos. El "dónde estamos" es el momento actual, que puede haber empezado hace dos días o hace cinco años. La clave es tener claro a partir de qué momento ya no hay cambios respecto la situación actual, el presente. Y finalmente, el "hacia dónde vamos" es el mensaje, es la visión política del candidato o gobernante. Hacia dónde quiere llevar el país. Si nos fijamos, este "hacia dónde vamos" es el mensaje que da sentido al relato político. Y es que buena parte de la importancia de la utilización de la narrativa en política se

trata de esto, de dar sentido a lo que hacemos y proponemos. ¿Hacia dónde queremos llevar el país o la ciudad en los próximos quince años? ¿Cuál es el reto?

Hay una cita de Tom Clancy que siempre me ayuda a explicar la importancia del sentido en la narrativa política: "¿La diferencia entre la realidad y la ficción? La ficción siempre tiene sentido".

Cuando construimos relatos, en cierta manera estamos ficcionando. Con hechos reales, pero ficcionamos, porque seleccionamos

aquellos momentos que dan sentido a lo que queremos transmitir y no otros, y porque ordenamos los hechos dentro de la lógica temporal.

En las sociedades occidentales, las elecciones han dejado de ser confrontaciones de programas electorales para convertirse en una confrontación de relatos. Relatos personales que explicitan dos o más visiones diferentes del país y del mundo. Que se basan en valores diferentes y obviamente, tienen en cuenta los temas claves de la elección.

El paradigma de la construcción del relato del candidato es el Partido Republicano norteamericano. En las últimas elecciones, el candidato republicano siempre ha tenido un relato personal que encajaba con una visión muy clara del país y sobre todo, con el contexto político del momento, en los temas clave de cada elección así como los valores de la derecha norteamericana.

Así, John Mc Cain (2008) era un héroe de guerra en un momento en el que los EEUU estaban inmersos en dos guerras, Afganistán e Irak. Mitt Romney (2012) era el gran gestor que había salvado los juegos olímpicos de invierno de Salt Lake City, en un contexto de gran crisis económica. Y Donald Trump es el hombre *antiestablishment* en un contexto de populismo y de malestar contra la política tradicional.

Es solo un ejemplo de la importancia del relato en la política norteamericana, pero, sobre todo, de lo que esto supone, ya que la historia de un solo hombre o mujer, ha de transmitir todo aquello que antes hacían los partidos, el programa y el equipo. Si hoy preguntásemos a los ciudadanos americanos cuales eran las principales propuestas de los candidatos a la presidencia, seguro que muy pocos se acuerdan, pero todos recuerdan el relato de cada uno de ellos.

Y esto ha venido para quedarse, ya que más allá de las elecciones, también hay un relato de todos y cada uno de los fenómenos políticos que se suceden. Hay una lucha entre relatos, entre visiones sobre lo que va sucediendo y siempre se acaba imponiendo uno en la opinión pública. Ser que sea el nuestro, no es cosa del azar, es método y visión.



Pau Canaleta (España) es consultor en comunicación, licenciado en Historia, máster en Marketing político y diplomado en Estudios Europeos. Profesor asociado de Ciencias Políticas en la Universidad de Barcelona, coordinador del Master de Comunicación Política de la Barcelona School of Management y profesor de comunicación política en los principales másteres de España. Autor de cinco libros sobre comunicación política e institucional, entre ellos el recientemente publicado *Comunicación de gobiernos e instituciones públicas. 80 cosas que he aprendido comunicando*.

paucanaleta.com | X: @paucanaleta

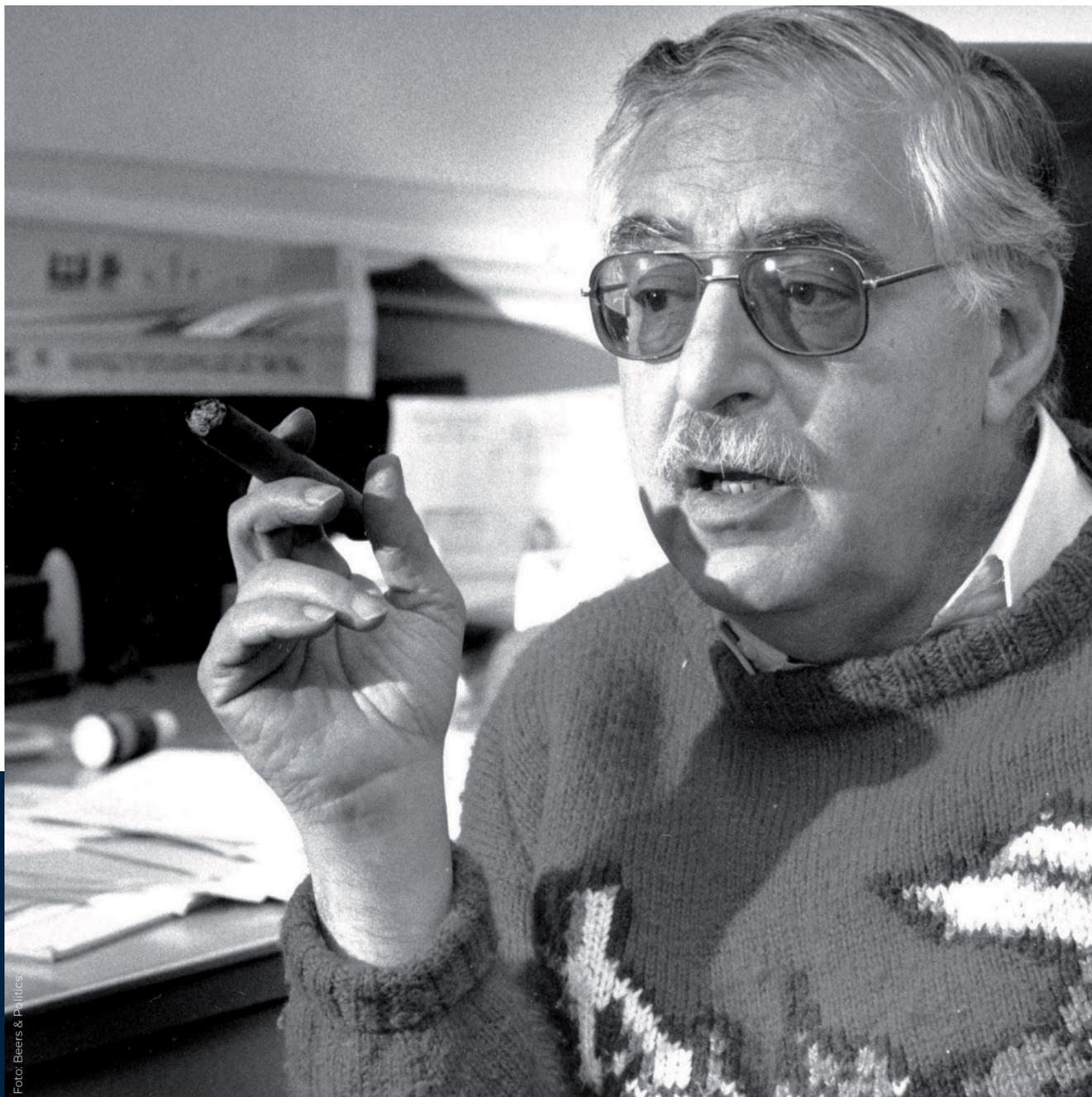


Foto: Beers & Politics

Las enseñanzas de Napolitan

Toda estrategia comienza en el conocimiento de los objetivos políticos que se buscarán en una campaña electoral y estos los conoceremos luego de una serie de entrevistas con nuestro candidato o candidata y su equipo.



Por Marcel Lhermitte

El 6 de marzo es la fecha escogida como el día del consultor político, y no es casual, ya que se trata justamente del natalicio de Joseph Napolitan, quien es considerado el padre de la consultoría y uno de los profesionales que más han aportado en materia de comunicación política y campañas electorales.

Napolitan realizó más de un centenar de campañas en los Estados Unidos y América Latina, entre ellas la mítica presidencial de John Fitzgerald Kennedy, en 1960, pero más allá de lo cuantitativo o lo anecdótico de su labor, este consultor norteamericano dejó unas cuantas enseñanzas, producto de su labor en terreno. Mucha de su experticia se resume en el libro *Cien peldaños al poder*, que cuenta además con comentarios del consagrado consultor ecuatoriano Jaime Durán Barba.

“Una estrategia correcta puede sobrevivir a una campaña mediocre, pero hasta una campaña brillante puede fracasar si la estrategia es equivocada”

No es intención de esta columna resumir o comentar el libro, que eso ya lo ha realizado muy bien Durán Barba, sino marcar algunas de las enseñanzas que dejó Napolitan y que continúan sumamente vigentes en las campañas electorales actuales.

A nadie debe extrañar que la lección más importante que aprendió el profesional estadounidense sus primeros treinta años de consultoría –según él mismo reconocía– es que “la estrategia es el factor individual más importante en una campaña electoral”.

“Una estrategia correcta puede sobrevivir a una campaña mediocre, pero hasta una campaña brillante puede fracasar si la estrategia es equivocada. La estrategia debe diseñarse para que sirva en una campaña determinada y no se debe pensar que la campaña debe adaptarse a una estrategia abstracta. (...) Si usted no puede escribir su estrategia en una hoja de papel, es que simplemente no la tiene”, sentenciaba Napolitan.

No existe la fórmula del éxito en lo que a estrategias de campañas electorales se refiere, más allá de que existen quienes las venden y exhiben –sin demostrar– escandalosos porcentajes de presuntas victorias que serían producto de sus destrezas.



La estrategia es labor de un profesional que se ha preparado para tal, no de un publicista o de alguien de confianza política y buen militante. Napolitan explicaba que, si un día tienes un problema particular de salud y debes operarte, lo más recomendable es que acudas a un cirujano experimentado, no a alguien que puede ser bueno en otro metier o que solo es un buen y confiable amigo.

Toda estrategia comienza en el conocimiento de los objetivos políticos que se buscarán en una campaña electoral. Esos objetivos los

conoceremos luego de mantener una serie de entrevistas con nuestro candidato o candidata y su equipo político. Posteriormente acudiremos a las técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas, haremos un diagnóstico para conocer nuestro estado de situación y cuáles son nuestros recursos, para luego sí, realizar la planificación estratégica de la campaña electoral, en donde constará nuestro plan, nuestra hoja de ruta, la estructura de la campaña, el posicionamiento y también el relato y la narrativa en general.

Deberemos contar con un plan de medios de comunicación tradicionales, un plan de redes sociales, de movilización, de eventos y también de finanzas, entre otros materiales teóricos que nos irán marcando el camino que decidimos transitar.

La estrategia tampoco es algo rígido, estaremos obligados a evaluarlas y monitorearlas en el día a día para realizar los ajustes correspondientes

Pero la estrategia tampoco es algo rígido, sino que, al trabajar con escenarios de corte prospectivo, como no somos conocedores del futuro y a sabiendas de que nuestros adversarios políticos también tienen las propias, muchas veces antagónicas y en disputa con las nuestras, estaremos obligados a evaluarlas y monitorearlas en el día a día para realizar los ajustes correspondientes. No existe una estrategia tan perfecta que no deba ser modificada en alguna ocasión.

Decía el consultor estadounidense: “cada campaña es diferente, todas

las campañas son lo mismo”, en referencia a que el objetivo final siempre es “persuadir a los votantes” para que elijan nuestra opción, pero al mismo tiempo cada campaña nos trae “aspectos diferentes y el acercamiento y estrategias deben ser definidos y adaptados para que concuerden con los elementos existentes. Del mismo modo como algunos generales son a veces acusados de seguir peleando la última guerra, nosotros no deberíamos jamás permitirnos el ‘pelear la campaña anterior’, sino que tenemos que adaptar nuestras técnicas para que sirvan en la campaña presente”. La estrategia es un traje a la medida de la candidatura. Una estrategia que antaño fue triunfadora no necesariamente lo será otra vez, porque no existen dos campañas iguales, ni siquiera cuando transitamos hacia una reelección. En esos casos nos vamos a encontrar que nuestro candidato o candidata ya no es el mismo, pues tiene un período de tiempo de gestión en la administración pública, con sus aciertos y errores; pero más allá de eso los adversarios no serán los mismos tampoco, los medios de comunicación y sus profesionales habrán cambiado, sin dudas que la tecnología nos habrá aportado nuevas herramientas y las preocupaciones ciudadanas ya no serán las mismas. Conclusión: al igual que un viejo traje que antes nos lucía bien, hoy

ya se encuentra ajado y fuera de tiempo, así sucede cuando queremos apelar a las viejas estrategias que tantos beneficios nos dieron en algún momento.

Napolitan agrega a también un detalle muy importante sobre la estrategia: el hecho de que esté escrita. Una experiencia recurrente cuando se habla con un candidato, jefe de campaña o dirigente político y se lo consulta por su estrategia es que este afirme que cuenta con una, pero cuando le pedimos que nos la pase, nos responde que no puede, porque no la tiene escrita, y cuando intentamos profundizar sobre su presunta estrategia confirmamos que se trata de un montón de buenas voluntades desordenadas y sin un rumbo. Pues bien, si no somos capaces de plasmar nuestro plan estratégico y compartirlo con quienes deben conocerlo en profundidad para que no haya lugar a dudas ni a diferentes interpretaciones es porque, sencillamente, no lo tenemos.

Núcleo duro y timing

Me gusta imaginar la conquista de los votos como un conjunto de círculos concéntricos, en donde el primero de ellos es nuestro núcleo duro, a partir de él encontramos un nuevo círculo de votantes adquiridos, a continuación, uno de potenciales, otro de frágiles y por último, uno de lejanos.

Toda campaña va a comenzar por la conquista de nuestro núcleo duro, de nuestros propios votantes, de los más cercanos, aunque parezca una tontería.

La estrategia es un traje a la medida de la candidatura. Una estrategia que antaño fue triunfadora no necesariamente lo será otra vez, porque no existen dos campañas iguales, ni siquiera cuando transitamos hacia una reelección

“Si tiene una buena base que lo sostenga, proteja primero a ella, vaya luego tras otros votos. Incluso, resulta más fácil acrecentar el porcentaje de votación dentro de un entorno favorable que conseguir un número equivalente de votos en un entorno hostil. Nunca crea que sus bases están definitivamente conquistadas”, enseñaba Napolitan.

Es imprescindible tomarnos el tiempo necesario para enamorar a nuestros militantes de nuestro proyecto político, además de que logren identificarse y consustanciarse con el candidato. Es que serán ellos los cimientos de la campaña, los que llegarán a donde el postulante ni los medios de comunicación lo harán, serán los encargados de dar batallas discursivas en núcleos de amigos y familiares, así como ser nuestra infantería en el territorio electoral.

Si no contamos con el convencimiento de esos votantes y no logramos acrecentar ese núcleo duro será muy difícil conseguir los objetivos planteados, porque como decía William Gladstone, ex primer ministro británico y creador de las campañas modernas, allá por 1878 en Midlothian, “los votos se ganan en la calle”.



Marcel Lhermitte (Uruguay). Periodista, licenciado en Ciencias de la Comunicación y magister en Comunicación Política y Gestión de Campañas Electorales. Ha sido consultor en campañas electorales en América Latina, el Caribe y Europa. Asesor de legisladores y gobiernos locales en Iberoamérica. Director del colectivo latinoamericano de comunicación política Relato. Coordinador del Diploma de Comunicación Política de la Universidad ClaeH. Autor de los libros *La Reestructura. La comunicación de gobierno en la primera presidencia de Tabaré Vázquez*, *La campaña del plebiscito de 1980. La victoria contra el miedo* y *Los ecos del No. Las elecciones internas de 1982*.

X: @MLhermitte | Ig: @marcel_lhermitte



Investigación cualitativa. La evolución

Durante la última década, la investigación cualitativa ha evolucionado aceleradamente en la mayoría de los mercados de consumo en Latinoamérica. Actualmente, lejos han quedado aquellos días donde únicamente se identificaba al *focus group*, como sinónimo de investigación cualitativa.



Por David Carballo

En la actualidad la investigación cualitativa se ha complejizado y evolucionado para poder brindar conocimiento más certero, profundo y holístico que brinde los elementos necesarios para que los tomadores de decisión, es decir, políticos, asesores, mercadólogos, y publicistas, cuenten con información e *insights* que brinden mejor comprensión de los fenómenos y transformaciones socioculturales, así como de los *links* emocionales que establecen los ciudadanos / consumidores tanto con los discursos y figuras políticas, como con marcas, productos y servicios.

La investigación cualitativa nos brinda un conocimiento vasto tanto de las variables socioculturales, como de las emocionales que entran en acción durante los procesos de formación de las percepciones de los ciudadanos

Si partimos de que “los métodos cualitativos son humanistas. Los métodos mediante los cuales estudiamos a las

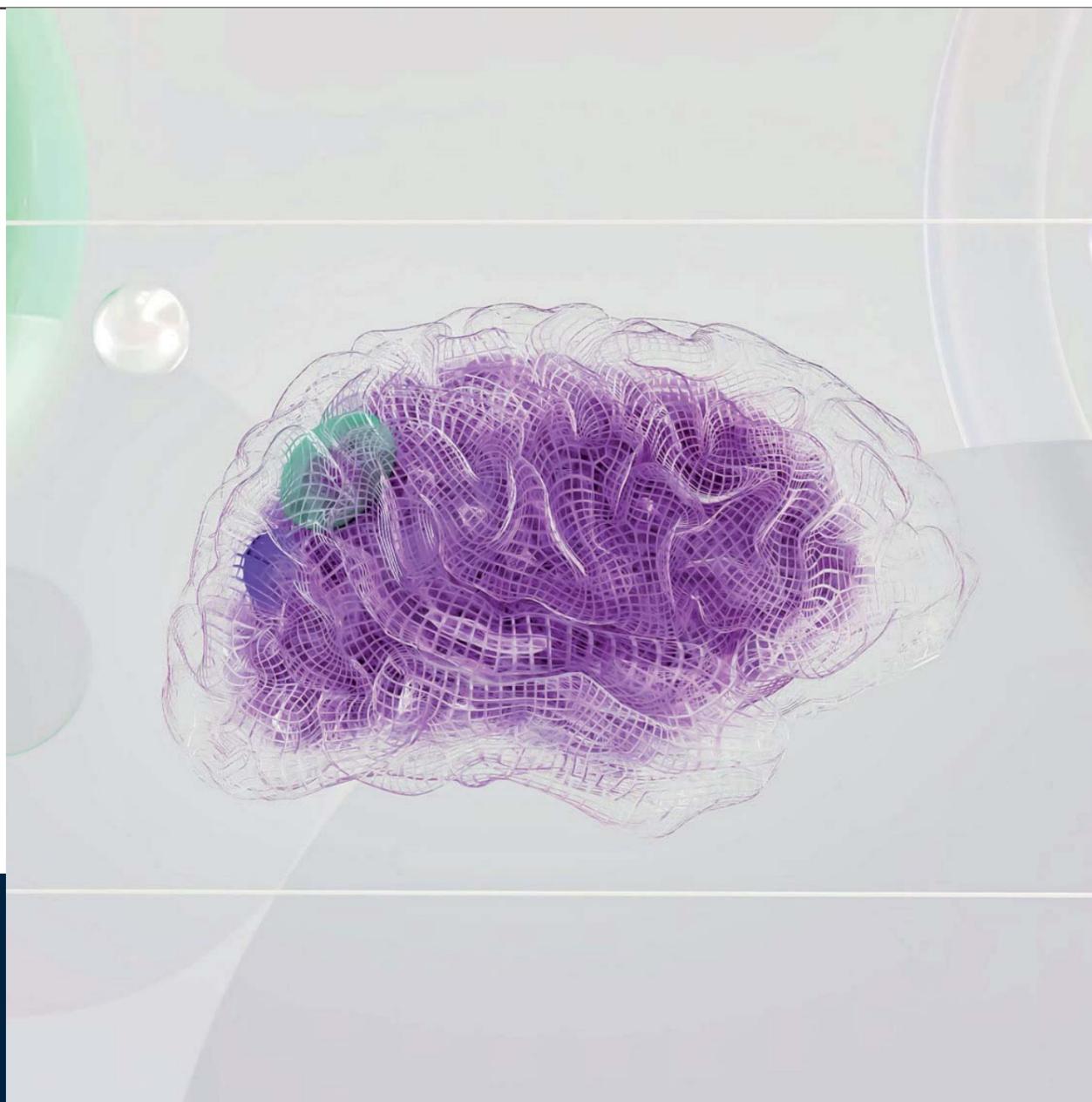
personas necesariamente influyen sobre el modo en que las vemos. Cuando reducimos las palabras y actos de la gente a ecuaciones estadísticas, perdemos de vista el aspecto humano de la vida social. Si estudiamos a las personas cualitativamente, llegamos a conocerlas en lo personal y a experimentar lo que ellas sienten en sus luchas cotidianas en la sociedad”.¹

La investigación cualitativa en la actualidad, comprende diversos métodos para conocer a profundidad, tanto lo que los ciudadanos / consumidores expresan verbalmente en una sesión grupal o entrevista en profundidad, como lo que los individuos y grupos sociales hacen y experimentan de forma vivencial dentro de sus propios contextos de desenvolvimiento. Esto se logra a través del acercamiento etnográfico.

Desde esta perspectiva, la investigación cualitativa, nos brinda un conocimiento vasto tanto de las variables socioculturales, como de las emocionales que entran en acción durante los procesos de formación de las percepciones de los ciudadanos, ya sea en cuanto a la apropiación y “consumo” de un discurso / figura política, como de los productos y servicios que están presentes en la vida cotidiana de los individuos.

“En la metodología cualitativa el investigador ve el escenario y a las personas con una perspectiva holística; las personas, los escenarios o los grupos no

1 - S. J. Taylor y R. Bogdan (1987). *Introducción a los métodos cualitativos en investigación. La búsqueda de significados*. Ediciones Paidós. Barcelona, España. Pág. 19.



son reducidos a variables, sino considerados como un todo. El investigador cualitativo estudia a las personas en el contexto de su pasado y de las situaciones en las que se hallan”.²

El etnomarketing se erige como la nueva opción de conocimiento profundo del consumidor / ciudadano desde su propia cotidianidad

2 - S. J. Taylor y R. Bogdan (1987). *Introducción a los métodos cualitativos en investigación. La búsqueda de significados*. Ediciones Paidós. Barcelona, España. Pág. 18.

de su vida cotidiana, con todas las complejidades, problemáticas y verdaderas necesidades de consumo que tiene que enfrentar en el día a día.

La llamada antropología del marketing, del consumo o etnomarketing, se erige como la nueva opción de conocimiento profundo del consumidor / ciudadano desde su propia cotidianidad. Se basa en la observación, interacción y análisis de los comportamientos y motivadores de forma *in situ*, es decir, en el contexto real donde se da la apropiación y uso de los productos y servicios, así como de los discursos y figuras políticas, por parte de los diferentes segmentos poblacionales.

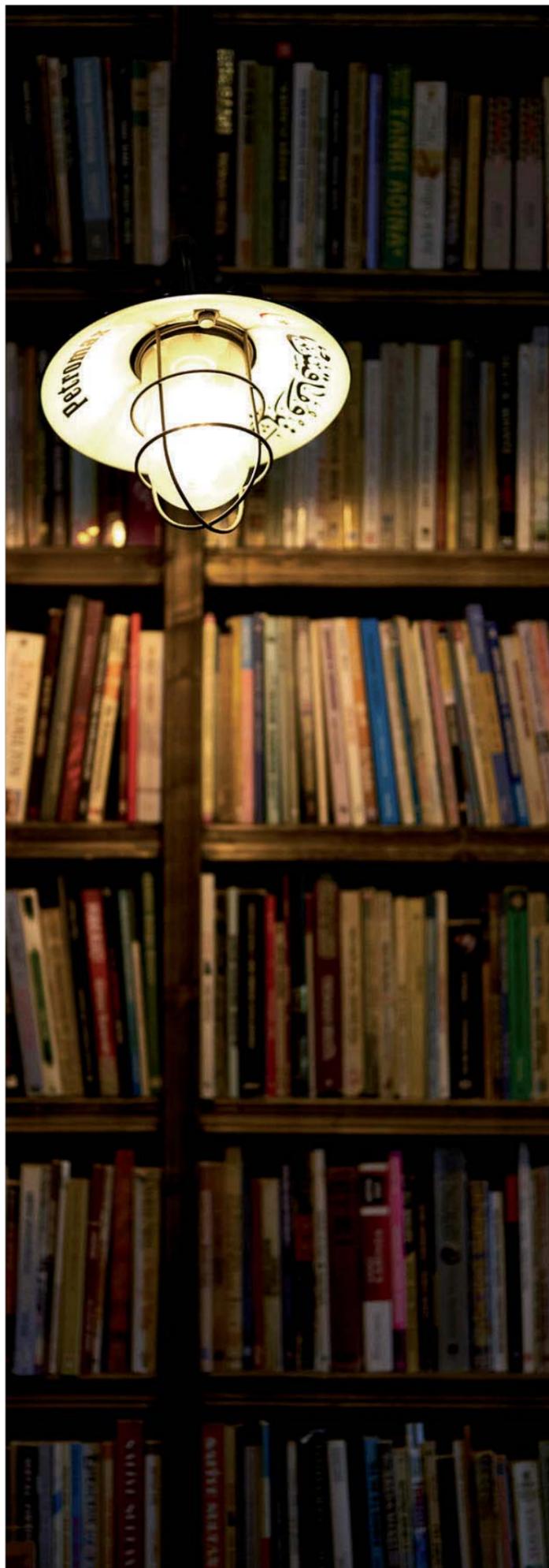
Por su parte, la incorporación de la semiótica, también llegada del campo académico, trajo consigo nuevas formas de conocimiento de los signos dentro de la vida social, pero ahora desde la perspectiva del consumo, se puede penetrar en la relación del significado y el significante en los mecanismos de apropiación de las marcas y discursos de comunicación.

Por su parte el neuromarketing, arribó a la escena de la investigación no hace más de un par de décadas. Esta peculiar forma de abordar el entendimiento del consumidor, retoma la aplicación de técnicas pertenecientes a las neurociencias, pero al servicio de las soluciones de mercadotecnia, para estudiar los efectos de la experiencia en los diferentes

targets. Esta novedosa metodología parte del supuesto de que el consumidor no puede alterar sus respuestas y reacciones ya que se basa en mediciones biométricas (actividad cerebral, ritmo cardíaco, presión arterial, respiración, entre otros), para conocer los efectos y respuestas de los consumidores ante estímulos publicitarios o vivenciales en el punto de venta.

La incorporación de la semiótica trajo consigo nuevas formas de conocimiento de los signos dentro de la vida social

A partir de la incorporación efectiva de nuevas formas de entendimiento y acercamiento a los consumidores, es que se han sumado profesionales de las ciencias sociales, tales como antropólogos, etnólogos, trabajadores sociales, comunicólogos, semiólogos, lingüistas e historiadores, así como psiquiatras y neurólogos. Esta perspectiva interdisciplinaria, en la actualidad enriquece tanto el trabajo de campo cualitativo, como su posterior análisis y aterrizaje. Por ello, en la última década la investigación cualitativa de mercados y opinión pública, se tornó más compleja, profunda y holística, ganando participación con relación a los tradicionales estudios cuantitativos.



De forma paralela mientras los investigadores de mercado, incorporábamos y adaptábamos técnicas de investigación, los clientes por su parte hacían su tarea al conocer los alcances y limitaciones de las nuevas formas de abordaje, en identificar las técnicas y poder diferenciar las soluciones que cada una aporta.

El neuromarketing parte del supuesto de que el consumidor no puede alterar sus respuestas y reacciones, ya que se basa en mediciones biométricas para conocer los efectos y respuestas de los consumidores ante estímulos publicitarios o vivenciales en el punto de venta

Esto nos ha llevado en la actualidad, en términos generales, a que los mismos clientes tengan mucho más claros los alcances y aplicaciones metodológicas, así como las características de las técnicas cualitativas.

Hoy por hoy es muy satisfactorio cuando un cliente pide directamente un “estudio etnográfico” para conocer los hábitos, usos y dinámicas reales en torno al consumo de tal o cual producto, o cuando solicitan una “investigación semiótica” para conocer la apropiación que hace su *target* ante el nuevo empaque, eslogan o discurso político.

La investigación cualitativa de mercados se ha transformado, complejizado y con ello se ha logrado una evolución satisfactoria que produce mejores resultados a las diversas necesidades de las marcas de bienes, servicios y discursos políticos.

En la última década la investigación cualitativa de mercados y opinión pública se tornó más compleja, profunda y holística, ganando participación con relación a los tradicionales estudios cuantitativos

Sin embargo, como todo proceso evolutivo, aún nos falta dar pasos para lograr la verdadera excelencia en los estudios cualitativos. Uno de los pasos que se están

gestando, tiene su origen en las agencias internacionales grandes de publicidad. El *planning* estratégico está dejando su morada original para incorporarse a las soluciones integrales y aterrizadas que las agencias de investigación deben proporcionar. El *planning* trasciende, por mucho las clásicas y limitadas “recomendaciones de marketing” que la mayoría de las casas de investigación proporcionan, para entrar de lleno al plano de la estrategia misma de las marcas, al generar territorios, plataformas estratégicas, conceptos y caminos de comunicación que verdaderamente repercutan en el posicionamiento, apropiación, penetración y crecimiento de la marca o figura política en cuestión.

El camino es largo, pero la evolución de los estudios cualitativos se da a pasos firmes, augurando una mejor integración con otras metodologías de investigación, para aportar a los usuarios o clientes finales un conocimiento integral que genere mejores estrategias para sus necesidades de mercado u opinión pública y a los ciudadanos una mejor comprensión de sus vivencias y necesidades, que deriven en mejores propuestas y discursos políticos.



David Carballo (México) es licenciado en Comunicación Social y candidato a magíster en Antropología Social por la UNAM. Actualmente estudia el Diplomado de Comunicación Política en el CLAEH. Fue investigador de FLACSO México y del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. Incursionó en la investigación de mercados y opinión pública, donde junto con su equipo, han sido considerados los precursores del Marketing Antropológico en México y en Uruguay.

dcarballoinvestigación@gmail.com | In: David Carballo



De Goebbels a Milei, nada nuevo bajo el sol

En las declaraciones del líder libertario se pueden encontrar similitudes que recuerdan a las estrategias utilizadas por el artífice de la propaganda del Partido Nacionalista Obrero Alemán.



Por Alfonso Pissano

Javier Milei asumió la Presidencia de Argentina el 10 de diciembre de 2023, tras una de las campañas más polémicas en décadas. Entre declaraciones propias y lecturas ajenas, el nuevo presidente representa acciones y tendencias de todo, menos nuevas.

Ya podían advertirse rasgos comunicativos durante la construcción de su candidatura, donde montó una identidad de forastero, irreverente y agitador. Milei se mueve a través de un lenguaje verbal y corporal agresivo, que comparte con mandatarios de una línea ideológica similar como Jair Bolsonaro (Brasil), Donald Trump (Estados Unidos) y el salvadoreño Nayib Bukele. En tres meses ha emitido cientos de mensajes verbales y paraverbales que podemos analizar y desmenuzar para entender cómo lo hace, por qué y qué quiere decir.

La propaganda opera a partir de un sustrato previo, ya sea una mitología nacional o un complejo de odios y prejuicios que ya existen en la sociedad

Joseph Paul Goebbels es conocido por haber sido el ministro de propaganda del régimen nazi. Nacido en 1897 en Rheydt, Alemania. Muerto junto a su familia por

auto-envenenamiento ante la victoria de los aliados, en Berlín, mayo de 1945. Estudió en la universidad de Heidelberg y se graduó en 1922 como doctor en filología alemana. Fue apasionado por la literatura, por la dramaturgia y también por el periodismo, elementos que combinó para sus construcciones políticas. Murió siendo el artífice del mito de Hitler y como titular del Ministerio del Reich para la Ilustración Pública y Propaganda, donde controlaba todos los aspectos que hacen a la cultura y la absorción de información pública.

Mientras Hitler escalaba al poder, Leonard W. Doob, profesor emérito de psicología y comunicación de la Universidad de Yale, realizaba estudios complementarios en la Universidad de Frankfurt (1930-1933). Observó el aumento de la propaganda y el trabajo del ministro Goebbels, convirtiendo estos apuntes en una tesis que explicaría a la propaganda como la comprensión de la comunicación y las ciencias del comportamiento.

Doob afirmó que la opinión pública surge, sobre todo, de actitudes y sentimientos colectivos duraderos. Está íntimamente relacionada con la historia común de una sociedad y la forma en la que se socializa la persona al crecer, cuando nos inculcan rasgos de la personalidad, valores, estereotipos, modales sociales, etc.

También tomó parte del trabajo de Sigmund Freud y Harold Lasswell, y estudió la psicología de la sugestión tras los estímulos emocionales. Señaló que, si



bien no tenían un efecto inmediato, las personas son susceptibles a la sugestión, especialmente cuando la información viene de fuentes que consideran prestigiosas. Por ende, la propaganda podía despertar y recombinar actitudes preexistentes por un estímulo de la identidad individual como el orgullo, la vergüenza, la emoción o la culpa. En 1950, Doob publicó un estudio sobre la técnica de la propaganda de Joseph Goebbels en *Goebbels' Principles of Propaganda* a partir del cual analizaremos a Javier Milei.

Los principios según Leonard W. Doob

- 1. Principio de simplificación y enemigo único.

- 2. Principio del método de contagio.
- 3. Principio de transposición.
- 4. Principio de exageración y tergiversación.
- 5. Principio de vulgarización.
- 6. Principio de orquestación.
- 7. Principio de renovación continua.
- 8. Principio de verosimilitud.
- 9. Principio de silenciamiento.
- 10. Principio de transfusión.
- 11. Principio de unanimidad

Comienza con la simplificación. Adopte una sola idea, un solo símbolo. La representación debe ser fácil de identificar, así como la forma ideal de ser y pensar que se intenta establecer. En contraste, hablará

de pensamientos y personas que van en contra de la construcción social ideal. Identificará al adversario en un enemigo único, que será responsable de todos los males. Luego, con el principio de contagio, reunirá a toda oposición en la misma categoría. Cuando presente al enemigo hará la transposición, cargará al oponente con sus propios errores y defectos. Responderá al cuestionamiento con ataques buscando la tergiversación de la discusión. Si no puede negar las malas noticias, inventará otras para distraer a la opinión pública de ellas. Debe exagerar para mal conducir la reflexión sobre los temas a tratar, convertir cualquier situación o anécdota, por pequeña que sea, en una seria amenaza.

Adaptará su mensaje al menos culturizado de los individuos a quienes va dirigida, es decir, vulgarizar el discurso. Cuanto mayor sea la masa a convencer, menor debe ser el esfuerzo mental de los receptores. La capacidad receptiva de las masas -dice- es limitada y su comprensión media es pobre (por falta de datos), al igual que su memoria.

La propaganda debe limitarse a un pequeño número de ideas y repetirlas incansablemente. Para cumplir con el principio de orquestación, ha de presentarlas desde diferentes perspectivas, para que se vinculen en el mismo concepto. Sin dudas ni fisuras.

La información y los argumentos deben renovarse a tal velocidad que cuando el oponente responde, la audiencia ya está

interesada en otras cosas. La verosimilitud construye argumentos ficticios a partir de distintas fuentes veraces, y distribuirlos a través de los llamados “globos sonoros” (hoy *think tanks*) y de información fragmentaria. Podemos llamarle a esta técnica “mentir con la verdad”.

Milei discurre sobre haber sido “traicionados” (él y el pueblo) por los políticos y se mimetiza discursivamente con su electorado. Identifica a sus enemigos y los aúna en el “comunismo”, el “socialismo” y “la casta”

La propaganda opera a partir de un sustrato previo, ya sea una mitología nacional o un complejo de odios y prejuicios que ya existen en la sociedad. La transfusión difunde argumentos que pueden enraizarse en actitudes primitivas. Los preceptos a difundir deben tener coherencia y para cerrar su estrategia debe hacer creer que las opiniones expresadas por el líder son compartidas por todos, creando una falsa unanimidad.

simplificar
contagiar
transponer
exagerar/tergiversar
vulgarizar
orquestar
renovar
verosímil
silenciar
transfusión
unanimidad

Lo que dice Milei

Milei discurre sobre haber sido “traicionados” (él y el pueblo) por los políticos y se mimetiza discursivamente con su electorado. Identifica a sus enemigos y los aúna en el “comunismo”, el “socialismo”, y “la casta”. En su constructo, los opresores son aquellos que hablan de justicia social, pues padecen u observan la desigualdad y así se oponen al “respeto irrestricto sobre el proyecto de vida ajena”.

Escribió tres libros: *Pandemonics*, *El camino del libertario*, y *Otra vez sopa*. En ellos detalla su visión de la economía, sus opiniones políticas y el “deber ser” de su séquito. Tiene su propio documental (principio 4 y 5) donde explica sus lineamientos políticos.

Una de las inteligencias de su campaña fue construir al anarcoliberalismo como algo contracultural, lo que “las élites no quieren que sepas”. Así instala los principios 10 y 11, transfiriendo a la población de sus prejuicios culturalmente enraizados y construyendo falsa unanimidad.

El presidente ignoró los protocolos de transición de Argentina, que establecen que el primer discurso debe ser en el interior del congreso. Hacia los representantes del pueblo, como un gesto de compromiso con todos los sectores de la sociedad. En su lugar, convocó a sus votantes a las afueras del Congreso de la Nación y dio su primer discurso de espaldas al edificio y a los legisladores, después de jurar y tomar posesión de la banda presidencial. Su

partido entró con menos del 15% en diputados y 10% en senadores, esa oportunidad era la mejor para tratar de tejer alianzas legislativas de cara al Decreto Nacional de Urgencia (DNU).

Algunos legisladores expresaron preocupación por la decisión del mandatario, tal gesto no era solo un desprecio hacia la diversidad ciudadana sino también una forma de empezar a comunicarse y actuar sin intermediarios. Este acto es la primera comunicación del nuevo gobierno con el pueblo. Al cambiar intencionalmente las reglas, Milei proyecta una imagen rebelde. Afirmar que “la casta política” no lo manda ni lo regula y que tampoco los respeta (o respeta al Estado) para actuar protocolarmente.

Las cinco frases

Comenzó así su gobierno bajo la premisa “no hay plata”. Para resumir el discurso de apertura, tomaré cinco frases:

- 1. “No hay alternativa al ajuste y no hay alternativa al shock”. Milei retoma a su admirada Margaret Thatcher, quién puso de moda la frase “no hay alternativa” para justificar acciones bélicas y económicas. Los gobernados tienden a pensar que no miente, pero aplica el principio 8.
- 2. “Sabemos que en el corto plazo la situación empeorará, pero luego veremos los frutos”. Este es un recurso que se llama “la luz al final del túnel”. Consiste en convencer a los gobernados de los buenos tiempos por venir como premio por el sufrimiento y la resiliencia.

- 3. “Ningún gobierno ha recibido una herencia peor que la que estamos recibiendo nosotros”. El recurso de la “herencia maldita” pero magnificado, pues hace alusión a tres “fracasos” anteriores y no uno: Kirchner, Macri y Fernández. Justifica cualquier subida o bajada, recorte o venta. Principios 3, 6 y 5.

- 4. “A aquellos que quieren utilizar la violencia o la extorsión para obstaculizar el cambio, les decimos que se van a encontrar con un presidente de convicciones inamovibles”. Emplea el principio 1 y 2, así como la transposición, identifica al enemigo y su conducta, que desea “traicionar”, “impedir” o “romper”. En paralelo plantea la conducta deseable, pues dice “quien corta las calles violando los derechos de sus conciudadanos no recibe la asistencia de la sociedad”, un precursor para la ministra de Capital Humano, Sandra Pettovello: “el que corta, no cobra”. Criminalización de la protesta y la disidencia. Principios 10 y 3.

- 5. “Hoy comienza una nueva era en Argentina”. Marca una nueva forma de ser argentinos y de ser Estado. Usa el principio 5 para polarizar conceptos, por ejemplo: “un país en el que el Estado no dirija nuestras vidas/ sino que vele por nuestros derechos. Un país en el que las hace/ y las paga”. Como principios 4 y 7, mantiene frentes de conflicto con poco espacio de tiempo, saturando en contenido todos los medios al tiempo que permanece visible y nombrado.



Foto: elDiarioAR

Las acciones

Despidió a más del 10% de la plantilla de trabajadores estatales, además del cierre de ministerios e institutos. Sostuvo en su relato la palabra “ñoquis” para identificarlos y estigmatizarlos. Impuso una cifra estimada de inflación mucho mayor para proveer una falsa amenaza que desvíe la reflexión sobre la devaluación y el ajuste. Fue a foros de economía con otros líderes conservadores y magnates, y a la Antártida a “investigar” sobre microplásticos en el mar. Viajó a Mar del Plata a visitar a su novia, Fátima Flores, en el teatro donde actuaba. Se besaron de forma pública generando contenido mediático e hizo uso del espacio para reiterar el discurso de “la luz al final del túnel”.

Milei justificó la represión en las manifestaciones que ocurrieron hasta el momento. Sus ministerios sacaron eslóganes amenazantes, que criminalizan la protesta como “el que corta, no cobra” o “el que las hace, las paga”.

Patricia Bullrich, ministra de Seguridad, lanzó un protocolo antipiquete y amenazó con cobrarles los operativos de seguridad a las organizaciones civiles y construir el relato de lo que estos “cuestan al pueblo”. Cuestionó y ninguneó a la comisión de las Naciones Unidas que vio peligroso el protocolo y lo evaluó como inconstitucional y contrario a los Derechos Humanos. Fue denunciada por el Movimiento Socialista de los

RELATO

Trabajadores (MST) luego de haber recibido cartas donde se le cobraban millones a la organización.

Milei estuvo en Israel posicionándose a su favor en las acciones bélicas contra Palestina. También visitó al Papa Francisco después de haber dicho que era “el representante del maligno en la tierra”. Interrumpió las partidas para los comedores populares nacionales por presuntas “irregularidades” generando manifestaciones por el hambre.

Amenazó a los gobernadores del país con “fundirlos”. Presionó legisladores a través de los medios como cuando el vocero, Manuel Adorni, dijo en conferencia de prensa que la suba del dólar blue era una “muestra gratis” de lo que pasaría si no se aprobaban las leyes en el Congreso.

El presidente argentino despidió a más del 10% de la plantilla de trabajadores estatales, además del cierre de ministerios e institutos. Sostuvo en su relato la palabra “ñoquis” para identificarlos y estigmatizarlos

El presidente apremió para aprobar el DNU y conseguir facultades legislativas entre otros cambios que desregulan la economía y los derechos sociales. Cuando el DNU no fue aprobado, acusó a los legisladores de traidores y obstaculizadores del “cambio que la Argentina votó”.

Comenzó una relación de recelo con su vicepresidenta, Victoria Villarruel, por la presunta existencia de secretas y periódicas reuniones con el expresidente Mauricio Macri. Se peleó por los medios con Lali Espósito y con la cultura argentina. Cuestionó los fondos del Cosquín Rock y dijo que era propagandística su gestión, tratando de construir a los trabajadores de la cultura como construye a los medios no afines: “ensobrados”, “ladrones” y “mentirosos”.

El nuevo capítulo está en la resistencia que presentan varios gobernadores por el amago de retirar el Fondo de Fortalecimiento Fiscal de la provincia de Buenos Aires, el cambio de la actividad pesquera en el sur del país y la retención de la coparticipación que reciben las provincias.

Con cada evento aplica estos principios para construir e intentar sostener su poder, para armar marcos según la conveniencia del momento. Y, sobre todo, para vivir su sueño. ¿No ven que está feliz?



Alfonso Pissano (Uruguay) es activista trans. En su juventud inició su militancia como artista (poeta) y enfermero. En 2018 se incorporó a la sociedad civil organizada para proseguir su activismo políticamente. Actualmente estudia comunicación política y continúa aportando a su comunidad desde esta disciplina.

Ig: @fonsopisano



Honduras: Límites y retos del Gobierno de la Refundación

El 27 de enero del 2024 se conmemoraron dos años del gobierno de la presidenta Xiomara Castro en Honduras, en un contexto marcado por los ataques de la derecha y la política injerencista de los Estados Unidos, a través de sus dispositivos ideológicos: la embajada norteamericana y medios de comunicación.



Por Engels Bladimir López Sánchez

Asimismo, un contexto en que el gobierno en muchas ocasiones no ha logrado gestionar en el campo institucional las demandas de la población y de los movimientos sociales, ante la fragmentación ideológica de un gran sector del gabinete ministerial que en términos políticos está más cerca del liberalismo, que, de los principios de la refundación socialista.

El neoliberalismo en Honduras, como doctrina económica, política, ética, cultural y militar, ha sido en uno de los países de Latinoamérica donde sus efectos fueron altamente devastadores

La llegada de la Presidenta ha significado el resurgir de las fuerzas progresistas, ante la hegemonía que por más de treinta años mantuvo el bipartidismo tradicional (Partido Liberal y Partido Nacional). Estas estructuras político-partidarias, en el marco de la llamada “transición democrática”, inauguraron las políticas neoliberales a través del proceso de “la puerta giratoria” entre el sector privado, las multilaterales y las

élites en sus diferentes matices: política, religiosa, económica y militar. El neoliberalismo en Honduras, como doctrina económica, política, ética, cultural y militar, ha sido en uno de los países de Latinoamérica donde sus efectos fueron altamente devastadores.

Las políticas neoliberales conllevaron a un proceso de desnacionalización y privatización de la economía, despolitización de la ciudadanía y debilitamiento de las relaciones sociales, destrucción de la institucionalidad pública de corte social, la militarización de la sociedad y las instituciones públicas, creación de redes de corrupción públicas-partidarias-privadas que saquearon las finanzas públicas, la instauración de un fascismo social de naturaleza clasista, racista, xenofóbica y patriarcal, la entrega del territorio rural, indígena y campesino al gran capital y, la construcción de un Estado-mafia, que resguardó y reprodujo los intereses del narcotráfico, los poderes fácticos y el crimen organizado. Cuando se escriben estas líneas, el expresidente Juan Orlando Hernández (2013-2022), se somete a un juicio por narcotráfico en Estados Unidos.

Ante el fracaso de la transición democrática y del modelo neoliberal, la narrativa política e ideológica que ha posicionado el partido LIBRE, ha sido la del Poder Popular, Refundación y el Socialismo Democrático. La experiencia progresista Latinoamericana del siglo XXI sugiere, que cada partido y



gobierno crea su propio sujeto de cambio, su método de transformación y su proyecto societal. En Honduras, el sujeto de cambio se plantea alrededor de la idea del Poder Popular, el método de transformación se concibe bajo la idea de la Refundación y el proyecto societal futuro, gira en las fronteras del Socialismo Democrático.

En palabras de la presidenta Castro la Refundación es “cambio en las relaciones sociales y económicas de producción en beneficio del desarrollo equitativo; cambiar la forma en que los hondureños nos relacionamos con la riqueza y la forma en la que se focalizan los recursos

de nuestro país”¹. Es decir, la Refundación como método de cambio y transformación que se sustenta en tres principios: instrumental, político e ideológico. Instrumental, porque ofrece un nuevo marco analítico para comprender e interpretar la realidad social. Político, porque increpa las estructuras de dominación colonial, racista, patriarcal y clasista. Y es ideológica, porque moviliza el proyecto de cambio y transformación de las clases subalternas.

El momento actual de la Refundación en Honduras lo podemos enmarcar alrededor del “retorno del Estado”, en seis campos refundacionales: 1) campo

1 - El pensamiento de Xiomara Castro en sus discursos, Tegucigalpa, SECAPPH, Editorial Nacional, Eva Thais, 2003, pp.37.

energético, el rescate de la Empresa Nacional de Energía Eléctrica; 2) campo institucional, la creación de nuevas secretarías de Estado (de naturaleza social); 3) campo territorial, políticas de seguridad alimentaria, ambientales y resolución de conflictos agrarios; 4) campo de las relaciones internacionales, ampliación de las relaciones económicas con diversos países (China), más allá de la centralidad comercial de Estados Unidos; 5) campo de salud y educación, creación de hospitales públicos y el aumento de presupuesto público y; 6) campo jurídico, derogación de leyes lesivas para el Estado de derecho y la eliminación de fideicomisos en manos del sector privado. En esa dirección, una tarea pendiente es analizar la naturaleza de ese retorno del Estado, en los esfuerzos por dimensionar si es un Estado de bienestar, patrimonialista, multicultural y socialista, entre otros.

Ante el fracaso de la transición democrática y del modelo neoliberal, la narrativa política e ideológica que ha posicionado el partido LIBRE, ha sido la del Poder Popular, Refundación y el Socialismo Democrático

En Honduras la idea del Socialismo Democrático se presenta más como una narrativa, que como un proyecto de transformación acabado. Analizando algunos de los principales discursos de la Presidenta Castro, el Socialismo Democrático lo componen nueve ideas principales: 1) el Estado como promotor de la justicia, libertad, bienestar, igualdad y paz; 2) la democracia participativa y directa; 3) política exterior soberana, multilateral y complementaria; 4) desarrollo territorial sustentable y descentralizado; 5) la identidad morazánica como forma de cambio cultural y ético; 6) defensa del pluralismo cultural/multicultural de la sociedad; 7) la aceptación del mercado como elemento central en el modelo económico, enfatizando el rol del Estado; 8) construcción de una economía social de naturaleza endógena; 9) creación de instituciones democráticas y transparentes y; 10) medidas encaminadas a asegurar una mejor distribución del ingreso y combate a la concentración desmedida de la riqueza.

El Socialismo Democrático respeta los derechos humanos, la democracia, promueve la democratización de la economía y la inclusión social². El posicionamiento del Socialismo Democrático, se viene dando alrededor de una serie de “estrategias refundacionales”, comprendidas como un instrumento político de acción que promueve cambios reformistas, modernizadores y revolucionarios en un contexto de transición política

2 - Brunednius, Claes y Bitar, Sergio (Editores), Socialismo democrático en el nuevo siglo: opciones para América Latina, Santiago, Chile, Editorial Catalonia, 2022, pp.45.



refundacional. Sobresalen tres estrategias: 1) populismo refundador; 2) centralidad del Estado y; 3) política internacional contestaria y abierta. Las estrategias en el campo político han logrado antagonizar con la derecha e ir desmotando el sentido común del neoliberalismo en el campo mediático.

La primera, se ha centrado en crear una frontera antagónica entre ellos (la élite) y nosotros (pueblo en resistencia), y retomar los valores y experiencias del pasado como forjadores del futuro (cultura Morazanista y el golpe de Estado de 2009). La segunda, se ha caracterizado en devolverle al Estado su centralidad económica, política, cultural, a través de una mayor presencia de las instituciones públicas en la sociedad. Y la tercera, en mantener un discurso antiimperialista moderado y relaciones abiertas en un mundo multipolar, conllevando a que la Presidenta Castro promueva y lidere procesos de integración económica desde una perspectiva latinoamericanista.

En Honduras la idea del Socialismo Democrático se presenta más como una narrativa, que como un proyecto de transformación acabado

En conclusión, la transición refundacional se está gestando alrededor del retorno del Estado. Quizás uno de los grandes logros de la llegada de LIBRE al poder, reside en que el Estado poco a poco va dejando de ser aquella unidad abstracta y ficticia alegada de la sociedad y legitimadora del orden político tradicional y se presenta como una instancia que puede articular y promover procesos de cambio y transformación. ¿Cuál será su dinámica y orientación? Es pronto para afirmarlo, sin embargo, la disputa política e ideológica girará alrededor de dos grandes proyectos: el neoliberal-empresarial y el refundacional-popular.

Límites y retos de la transición refundacional³

En el marco de la transición refundacional se identifican siete grandes límites, presentes en cuatro campos de transformación: 1) Campo Ideológico: a) La persistencia de la razón neoliberal en la gestión institucional, en un contexto de crisis políticas múltiples; b) Poca articulación política y programática entre la refundación, el Poder Popular y el Socialismo Democrático. 2) Campo político: a) La ausencia de la batalla de las ideas y un populismo refundacional con peligros de derivas autoritarias; b) Falta de planificación estratégica que promueva la transformación de la matriz productiva y el desarrollo de una nueva política social que ataque las diferentes desigualdades. 3) Campo Institucional: a)

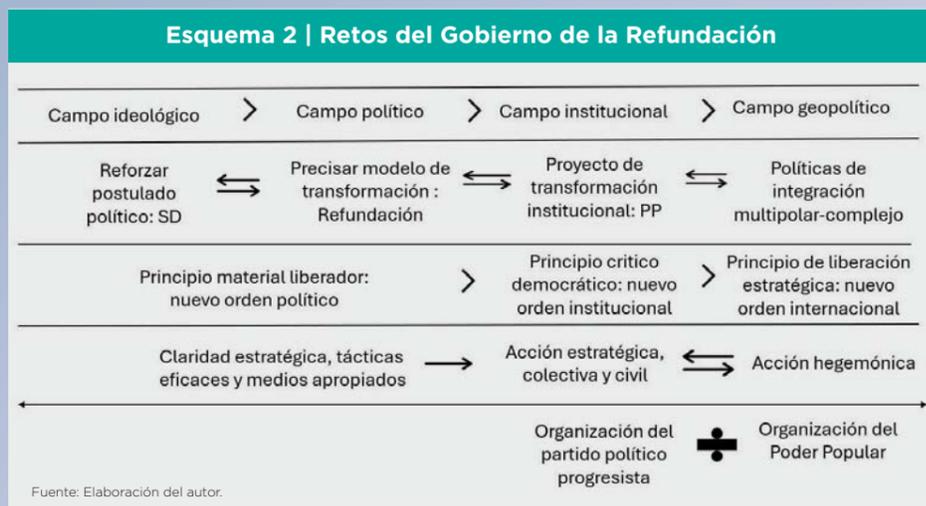
Los particularismos, caudillismos y clientelismos en la administración pública y una élite burocrática cómoda en la Jaula de Hierro y; b) Lucha pragmática contra las redes de corrupción público-partidaria-privada. 4) Campo Geopolítico: a) La geopolítica colonialista de los Estados Unidos, en un marco de desaceleración de la económica global, consolidación del narcotráfico y el crimen organizado y los efectos globales de la pandemia de la Covid-19.

Las estrategias en el campo político han logrado antagonizar con la derecha e ir desmotando el sentido común del neoliberalismo en el campo mediático

Lo anterior nos obliga a dimensionar desde una perspectiva crítica la dinámica de los actores nacionales, los problemas institucionales del gobierno como factor explicativo y la geopolítica en clave regional e internacional en un escenario global multipolar. Los límites y retos ponen en perspectiva lo que Ernesto Laclau y Chantal Mouffe⁴, han llamado como el difícil nacimiento de una nueva lógica política y lo que Enrique Dussel⁵, ha identificado como la

3 - Este apartado es una síntesis de un documento (en construcción) más amplio que el autor ha titulado *Los límites de la Refundación en Honduras: A dos años del gobierno de la presidenta Xiomara Castro*, Tegucigalpa, Honduras, 2024.

4 - Laclau, Ernesto y Mouffe, Chantal, *Hegemonía y estrategia socialista: Hacia una radicalización de la democracia*, Argentina, FCE, 2004, pp. 79-85.
5 - Dussel, Enrique, *20 tesis de política*, México, Siglo XXI, 2006, pp. 48-54.



falta de articulación político, institucional y normativa del proyecto de transformación, ante la dispersión en el campo político de la acción colectiva, acción civil, acción estratégica y la acción hegemónica.

Por un lado, los límites (esquema 1) ponen en perspectiva la forma en la cual la transición refundacional es bloqueada por una serie de límites (conducción, ejecución y transformación), que deberán resolverse en los diferentes campos de transformación, en los esfuerzos por encausar un proceso político refundacional con bases sólidas y consecuente con la realidad del país. Es por esto, que

combatir de manera táctica y estratégica la razón neoliberal-pragmática-burocrática-colonialista, sea una de las tareas principales para desbloquear los límites y encausar la razón refundacional socialista. Más allá de la voluntad política, este giro dependerá del talento estratégico de la clase dirigente y de la presión desde abajo: desde los movimientos sociales y populares alrededor de los principios del Poder Popular.

Por otro lado, los retos (esquema 2) tratan de poner en perspectiva los cambios en los diferentes campos

en los cuales confluye la transición actual. Más allá de una conceptualización y delimitación política, se trata de reforzar y delimitar el postulado político, modelo de transformación y el proyecto de transformación institucional, que encause la creación de un nuevo orden político, institucional y fundación de las relaciones internacionales, en un contexto de cohesión interna e integración externa. En el fondo, los retos intentan decir que definir y priorizar los distintos niveles de estrategias y acciones políticas será clave, para resolver en el seno del campo refundacional los límites de LIBRE como partido y los límites del Poder Popular, como actor principal en el proceso de construcción del Socialismo Democrático.

Quizás uno de los grandes logros de la llegada de LIBRE al poder reside en que el Estado se presenta como una instancia que puede articular y promover procesos de cambio y transformación

En conclusión, los retos tratan de decir que la discusión sobre el modelo de Estado, modelo de sociedad y modelo económico vendrá después que se resuelva o delimite en el campo político los límites y retos que encara la transición refundacional. Sin duda, la pregunta que surge de fondo es, si una Asamblea Nacional Constituyente resuelve en el campo ideológico, político e institucional los límites y retos. De no ser así, el campo para pensar el cambio y la transformación en Honduras sigue abierto, a las posibilidades múltiples del futuro o a las limitaciones históricas de la coyuntura actual. Por ahora, profundizar sobre los límites y retos, parece ser el cometido histórico más importante, en un país donde el tren de la revolución socialista del siglo XX fue efímero y la noche militar, neoliberal y conservadora ha sido larga.



Engels Bladimir López Sánchez (Honduras) es egresado de la Escuela de Sociología y Trabajo Social de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH). Pasante de la Maestría en Desarrollo Territorial-Rural, en FLACSO-Ecuador.



Carnaval uruguayo: grito de resistencia política y cultural

El carnaval uruguayo, definido como un Broadway villero, es un fenómeno social del país que está fuertemente comprometido con la justicia social, la historia, la defensa de los derechos humanos y, fundamentalmente, con la crítica política con una mirada de izquierda.



Por Franca Roibal Fernández

“Contar la historia desde la perspectiva del Carnaval es, también, un pretexto para hacer, o intentar hacer, historia social”.
Milita Alfaro

“El Carnaval, al denunciar las mentiras convencionales y las crueldades secretas de ‘el establishment’ constituye una expresión contestataria y revolucionaria”.
Daniel Vidart

Milita Alfaro y Daniel Vidart son historiadores. El trabajo de Alfaro es crucial en la formación de los estudios de carnaval en espacios académicos. En estas dos citas se ve el legado del carnaval uruguayo en cuanto al compromiso con lo que puede considerarse político, con la justicia social, con un lado del espectro político, con los conceptos de la historia social y lo revolucionario.

La cultura popular es un fenómeno dinámico que tiene el poder de marcar tendencias y ayudar a hacer progreso en cuanto a la justicia social. “Cultura popular” es difícil de definir, porque es un ámbito que evoluciona y cambia constantemente. También hay mucha controversia sobre qué es y qué no es. Para los propósitos de este trabajo, cultura popular se refiere a cualquier manifestación artística con amplia participación y consumo de las masas.

El carnaval es un fenómeno de cultura popular que, de alguna manera, existe en todos los países de América. Entre los más famosos está el brasileño, pero cada país de América Latina y el Caribe tiene alguna forma de celebración y espectáculo que ocurre en esas fechas. El carnaval uruguayo es el más largo del mundo, dura 40 días y 40 noches. Al extenderse temporalmente más que en otros países, se volvió en un fenómeno más performativo –el público asiste a espectáculos– que participativo, como lo es en otros lugares (aunque hay varios momentos que cruzan esa frontera, por ejemplo, en el candombe y la murga).

El carnaval uruguayo consiste en un concurso oficial, en el cual participan agrupaciones en cinco categorías: revistas, humoristas, parodistas, lubolos (candombe) y murga.

En sociedades fundadas en el supremacismo blanco, el genocidio de poblaciones indígenas y la esclavitud de personas africanas, que haya sobrevivido el candombe es un acto político



Las dos categorías políticamente más comprometidas son las Llamadas, donde desfilan las agrupaciones de candombe¹ y la murga. La manifestación más importante de candombe durante el carnaval son las Llamadas, un desfile que ocupa dos días, donde más de cuarenta comparsas desfilan por las calles del Barrio Sur y Palermo en Montevideo, barrios tradicionalmente asociados con las poblaciones afrodescendientes.

Mientras que las Llamadas y los espectáculos de lubolos en el concurso y los tablados no siempre tienen contenido deliberadamente político, la existencia de este componente en el carnaval, y el hecho de

que sea de los más populares, es representante de la resistencia de una población marginalizada. En sociedades fundadas en el supremacismo blanco, el genocidio de poblaciones indígenas, y la esclavitud de personas africanas, como lo son todos los países de América, que haya sobrevivido esta manifestación cultural con raíces africanas es un acto político. Y que sea una manifestación tan importante y popular habla de la esencia de resistencia que la marca. No en vano, durante la dictadura cívico-militar se desalojó y derrumbó el conventillo Mediomundo, el cual da nombre a una de las comparsas más grandes, C 1080, que alude a la dirección del citado lugar, en la calle Cuareim.

¹ - El candombe es música afrouroguaya que se toca con tambores chico, repique y piano.

El candombe es la música precursora al tango, que hoy se presenta mundialmente como música argentina, cuando no también está siendo apropiado por Francia y/o lo europeo y blanco, pero en todo caso pasa por un proceso de blanqueamiento histórico en el que se “olvida” las raíces afrolatinas de la música. Una de las características más importantes del candombe es que se mantuvo vivo y relevante con el pasar del tiempo, y hoy las Llamadas es uno de los componentes más importantes del carnaval.

Mientras que el candombe es político simplemente por el acto de existir, la categoría de carnaval que tiene más contenido e historia política es la murga. En una entrevista con el periodista argentino Lalo Mir, Raúl Castro –una de las figuras más importantes en la historia de la murga– describió a la murga como un “Broadway villero”. Es una expresión muy apropiada para ayudar a las personas que nunca han visto murga a entender qué es. Las murgas son teatro popular. La parte de “Broadway” se refiere al aspecto artístico, teatral, de performance, los disfraces, el maquillaje, y el teatro musical. Lo “villero” se refiere a lo popular, de la gente, de la calle.

El primer premio en murgas en el carnaval 2024, fue para Nos Obligan a Salir. En su espectáculo Sed, las protagonistas encarnaron las figuras políticas de Carolina Cosse (intendenta de Montevideo) y María Inés Obaldía (directora de Cultura de la intendencia capitalina). En este

cuplé hay burlas, ironía y sátira. Se burlan de las críticas que muchos le hacen a Cosse por enfocarse en cosas como reformar el Teatro de Verano o hacer ciclovías, o el famoso escándalo por el costo de la construcción de Antel Arena, todas obras que lideró la intendenta. La critican por, entre otras cosas, enfocarse en cosas que no son tan importantes. “Ay, ay, ay cómo critica la murga, ¿eh?”, dice el personaje de Carolina en un momento “metamurguístico” y sarcástico.

La cultura popular es un fenómeno dinámico que tiene el poder de marcar tendencias y ayudar a hacer progreso en cuanto a la justicia social

Otro espectáculo notable fue el de la murga Queso Magro. La presentación estuvo llena de contenido “metamurguístico”, burla y sátira. El espectáculo se llama 2074 porque la trama indica que la murga ganó el primer premio en el año 2024, pasaron 50 años y están recordando cómo fue aquella época.

Queso Magro nació en el movimiento de Murga Joven y marcó un antes y un después en cuanto a la evolución de la murga. A pesar de que se burlan del hecho de que se siga hablando de



“murga joven” cuando varios integrantes son millennials o mayores, el espíritu de ese fenómeno sigue viviendo en Queso Magro. La autoburla permanente y el hecho de que no se tomen en serio ninguna parte del espectáculo se puede analizar como un mensaje sobre su posición en cuanto a la importancia del concurso oficial.

Son muy conscientes de que el estilo de murga que ellos presentan no es el estilo de murga que buscan los jueces de Carnaval, y eso no los detiene de hacer el espectáculo que quieren hacer. Queso Magro quedó cuarta en el concurso. Fue de las favoritas de la gente.

El espectáculo quizás más político fue el de Doña Bastarda. Enter se trata de tres personajes, uno encarnado por Pablo Pinocho Routin, que son personas mayores, militantes de izquierda, que no entienden por qué no hay nadie manifestando en las calles. Se toman una pastilla, “enter”, que los lleva a otra dimensión para ver el panorama actual y van aprendiendo sobre cómo ha evolucionado la manera de manifestarse. La primera dimensión que visitan es la dimensión de las “apps” en las que cada componente se disfraza de una diferente: WhatsApp, Facebook, Instagram, etc. Este cuplé, que viene a ser el popurrí de la murga, tiene momentos graciosos y de análisis profundo sobre la sociedad actual y la realidad de ser militantes en esta época. Es una de las mejores partes de la murga en la que critican, pero no entran en el espacio de lamentar



los tiempos de antes, o condenar a la tecnología como la culpable del estado de las cosas, como lo hacen muchas personas de la edad de los personajes que encarna la murga. Durante esta parte de hablar de la tecnología y las apps, toman una posición muy clara que muchos tratan de evitar llamar lo que es. Cuando están dando ejemplos de las maneras que personas como Milei ganan popularidad, la murga se atreve a denunciar el fascismo en redes nombrándolo como lo que es, fascismo.

En un momento de sátira dicen “Qué bien nos vendría una murga de derecha”, burlándose de las personas que critican a las murgas y al carnaval por comprometerse con una ideología.

La historia de la murga, el hecho de que sea un “Broadway villero”, que sea arte popular, de los de abajo, en su esencia y su historia, la compromete con los derechos humanos y la justicia social, estándares de la izquierda.

En un momento emocionante, al final y en el momento culminante de una de las canciones, dicen: “Seguirá La Bastarda en el mismo lugar donde ha estado siempre, en la misma vereda, sea quien sea nuestro presidente”. En este momento se hace claro que tienen un compromiso con un lado político, pero más allá de eso, habla a la esencia histórica de la murga, y ayuda a contestar la pregunta que hacen algunos críticos de la murga, que es esencialmente ¿por qué no hay

murgas de derechas? ¿Por qué atacan más a un lado que al otro?

En estas líneas está claro que van a criticar más fuerte a los que están del lado anti derechos humanos, porque no importa quién sea el gobernante actual, la murga se compromete con el lado de la justicia social, el progreso y la izquierda.

Mientras que el candombe es político simplemente por el acto de existir, la categoría de carnaval que tiene más contenido e historia política es la murga

Otro momento notable es la crítica al machismo por parte de los tres personajes principales, dos hombres y una mujer, pero en especial el personaje de Emilia Díaz, que nos recuerda que todavía falta mucho por hacer en este ámbito.

La retirada es emocionante y sentimental. En las espaldas de todos los integrantes cantantes de la murga, llevan muñecos gigantes de figuras importantes de la historia uruguaya como Tabaré Vázquez, José Batlle y Ordoñez y Luisa Cuesta. En la canción incorporan frases famosas de estas figuras en un momento que tiene



un efecto inspirador y conmovedor, entre ellas la cita de Tabaré Vázquez en su discurso de despedida: “Les ruego de corazón que no se rindan, no te rindas que la vida es eso, continuar el viaje, perseguir tus sueños, destrabar el tiempo, correr los escombros y destapar el cielo”. Al citar este momento, también están alineándose con los ideales de Vázquez y del Frente Amplio.

Hay personas que critican a las murgas por ser muy de izquierdas, o dicen que las murgas critican demasiado para un lado (la derecha) y no para el otro. En realidad, las murgas históricamente tienen una posición política, antifascista, antidictadura y de izquierda.

También es verdad que sí critican bastante al Frente Amplio y a los movimientos de justicia social, sin embargo, como es obvio para cualquier persona comprometida, que el neofascismo en el que se está entrando Latinoamérica a través de figuras como Javier Milei y Nayib Bukele, es grave, y es el lado que critican más, por necesidad, porque son quienes reprimen y desprecian las manifestaciones de arte popular como lo es el Carnaval y la murga.

En un nivel teórico y filosófico, la murga es arte popular. Ahora las murgas se han profesionalizado, salen músicos profesionales, los trajes son maravillosos, hacen talleres de murga y de canto. Pero en su

génesis, la murga era teatro de barrio, de hombres (porque históricamente era un espacio machista. Si bien ahora se incorporan más mujeres, todavía hay mucho que cambiar en este espacio) que se juntaban a salir en Carnaval porque les gustaba. El arte popular históricamente tiene un compromiso con los valores de la izquierda. De hecho, los conservadores, las personas de derecha, y los elitistas (que en muchos casos también están en la izquierda), criticaban, critican y menospreciaban a la murga por ser demasiado de bajo nivel. Eso es político. Es arte que es politizado por su mera existencia, es marginalizado por la elite social, históricamente.

También muchas murgas se comprometieron con los derechos humanos durante la dictadura, cuando las murgas podían criticar más que otros artistas porque encontraban maneras creativas de hacerlo, y en muchos casos fueron perseguidas y llevadas presas por juntarse a expresarse. Esa es historia que también marca la tendencia política de la murga como concepto.

Hay mucha controversia en el mundo carnalero sobre la importancia del concurso, cuestiones de cuál es el “carnaval de verdad,” si el del Teatro de Verano (lugar donde ocurre el concurso oficial) o el de los tablados y festivales que no salen en la televisión. Como con muchas cosas, el capitalismo y la plata se filtran y para algunos esto arruina la esencia del Carnaval “de antes”. También cabe mencionar que, para algunos, el Carnaval “de antes” es un espacio donde el machismo y la discriminación reinaban. La evolución hacia

un Carnaval más inclusivo y equitativo, que debería ser bienvenido, no lo es por muchas de estas personas y eso también hay que reconocerlo.

Anteriormente se mencionó el análisis del espectáculo de Queso Magro en cuanto a su posición hacia el concurso, que no es una murga que “sale para ganar”. Para Queso Magro, y para muchos de nosotros, la magia del Carnaval está en las cuarenta noches que dura, el concurso es una parte del carnaval, pero no es esencialmente la más importante. A final, como con todo el arte, es una cuestión de gustos, hay murgas que les llegan más a unos que a otros, hay personas que son “hinchas” de las murgas como si fueran equipos de fútbol, y hay personas que disfrutaban de varios espectáculos y los aprecian por el valor artístico que le aportan a la vida.

Al fin de cuentas existen muchas más murgas que no han ganado y eso no quita que todas hayan formado parte de ese fenómeno que nos ayuda a hacer la historia social de la que nos habla Milita Alfaro, y que el Carnaval y la murga se debe disfrutar como a manifestación de cultura popular multidimensional que es, sin preocuparnos tanto por el concurso.



Franca Roibal Fernández (Argentina - Uruguay) es profesora e investigadora de Estudios Latinoamericanos y Lengua Española. Consultora de diversidad, equidad e inclusión en Pennsylvania y New Jersey, Estados Unidos. Recibió su Ph.D. de Boston University. Sus áreas de enfoque son literatura, cine, música, cultura popular latinoamericana (carnaval, fútbol) con una especialización en el Cono Sur y dictaduras. Tiene un enfoque transdisciplinario, descolonizante e interseccional en antiimperialismo y antirracismo.

Tw: @srtaintelectual - @solylunaconsult
 Ig: @srtaintelectual - @solylunaconsulting

RELATO EN EL AULA

Una síntesis de la investigación
y el conocimiento
de nuestros estudiantes



El delfín. La narrativa de Álvaro Delgado hacia las internas 2024 en Uruguay

Se puede identificar un plan estratégico que se sostiene en elementos retóricos y narrativos conexos y articulados entre la comunicación de Lacalle Pou para las elecciones de 2014 y de 2019, durante su gestión como Presidente y en la reciente campaña publicitaria de lanzamiento de la candidatura del candidato oficialista Álvaro Delgado.



Por Martín González Carrère

Previo a que Luis Lacalle Pou resultara victorioso en las elecciones de 2019, los anteriores comicios en 2014 lo despidieron derrotado en balotaje con el frenteamplista Tabaré Vázquez.

En aquella ocasión, su primera elección como presidenciable, fue bastante evidente que el comando de campaña de Lacalle Pou basó su estrategia en no contrastar con los logros de la gestión del Frente Amplio, que aparecía con innegable aprobación popular.¹

Con tono conciliador el candidato afirmaba en aquel entonces: “Si hay algo que el Frente Amplio ha hecho bien tenemos que ser los primeros en elogiárselo (...)”.²

Y acotaba que: “nadie espere que una campaña por la positiva sea decir que está todo bien”.³

Así fue que su consigna de campaña obvió la confrontación y se focalizó en proponer una beneficiosa alternancia en el poder.

El triunfo de 2019 no fue solo consecuencia del desgaste de la gestión del Frente Amplio, sino también de una efectiva construcción de la figura de Lacalle Pou

1 - <https://www.teledoc.com/telemundo/nacionales/encuesta-cifra-mujica-se-va-con-68-de-simpatia-y-63-de-aprobacion/>

2 - <https://www.montevideo.com.uy/Noticias/Lacalle-Pou--una-campana-por-la-positiva-no-es-decir-que-esta-todo-bien--uc245588>

3 - *Ibid.*



Quizás, el triunfo de 2019 no fue solo consecuencia del desgaste de la gestión del Frente Amplio, sino también de una efectiva construcción de la figura de Lacalle Pou, mediante un plan de comunicación coherente con lo realizado previamente en las elecciones anteriores.

“LUIS. Un gobierno para evolucionar”, el *claim* de campaña heredero de “Por la positiva”, tenía en cuenta el nuevo contexto de desgaste y de peores indicadores de la última gestión del Frente Amplio.

Lacalle Pou se apropió así de una “trama del cambio”⁴ o incluso de una “trama resiliente”⁵: heredero de una estirpe de políticos, rebelde al mandato familiar de ser el primogénito varón con aspiraciones de líder político, finalmente resuelve su conflicto

ingresando a un parlamento con mayorías del Frente Amplio, encarna la nueva centro-derecha antagonista de movimientos sociales y de reformas de la agenda de derechos.

Ya como presidente de la República, los resultados de cada nueva encuesta de imagen se trasladan como indicadores de aprobación de la gestión del gobierno nacional. Esto lo lleva a estar en constante construcción de un relato personal, valiéndose de recursos transmedia en las redes sociales y un eficiente uso de la prensa.

Al cabo de 2023, Lacalle Pou apareció con una aprobación general de un 50%⁶, aunque entre los votantes multicolores trepa al 80%. Sin posibilidad de reelección, se lanza a crear un nuevo liderazgo, un candidato heredero, para las siguientes elecciones.

4 - D'Adamo, Orlando y García Beaudoux, Virginia. *Comunicación Política: narración de historias, construcción de relatos políticos y persuasión. Comunicación y Hombre*. 2016, n°12, p. 32

5 - *Ibid.*, p. 33

6 - <https://portal.factum.uy/analisis/2023/ana230926.php>



Podemos entender la candidatura de Delgado como parte de un plan iniciado en los albores de la gestión de Lacalle Pou, bajo la promesa de continuismo identificada con la figura más valorada entre los votantes “multicolores”

Aquí entra el exsecretario de Presidencia Álvaro Delgado, el “delfín del Presidente” y la segunda figura en presencia mediática del Ejecutivo.

Podemos entender su candidatura como parte de un plan iniciado en los albores de la gestión de Lacalle Pou, bajo la promesa de continuismo identificada con la figura más valorada entre los votantes “multicolores”.

La primera campaña publicitaria de Delgado aparece consecuente al relato construido a lo largo de las dos elecciones previas de Lacalle Pou y a los recursos de comunicación utilizados en los años de gobierno.

La estructura del primer mensaje de campaña parece confirmar esta hipótesis:

- La iconografía del doble *tick*, tan heredera del isologo de la campaña “Por la positiva” como lo es el candidato del legado de Lacalle Pou.

- El doble ícono sugiere la “segunda gestión” y como son gemelos, con la misma identidad de la gestión original.
- Memes en redes sociales han propuesto con sarcasmo que el doble tick representaría un “visto” de mensaje de WhatsApp. Más allá de esta ironía, la interpretación de “mensaje recibido y comprendido” quizás suma sentido al mensaje.
- Prescinde del mensaje lingüístico.
- Introduce una paleta de colores dirigida al electorado cautivo del Partido Nacional para las elecciones internas.
- Postura: sentado, sonriente, en posición receptiva, con manos a la vista. Una toma fotográfica infrecuente en la publicidad política. El plano se ubica en la horizontalidad del espectador, intentando construir la idea de un candidato predispuesto al diálogo y a la escucha.

Complementando este mensaje publicitario, Delgado recurrió a un mensaje lingüístico en redes sociales, anunciando su dedicación a la campaña como candidato, reivindicando su participación en el “gobierno de @LuisLacallePou”, atribuyéndose que “pusimos al Uruguay de pie” prometiendo a la vez un futuro de desarrollo. El siguiente tuit del hilo expande el sentido anterior, sumando una referencia al “otro negativo” contrastado con el “tipo de país que queremos”.

La primera campaña publicitaria de Delgado aparece consecuente al relato construido a lo largo de las dos elecciones previas de Lacalle Pou y a los recursos de comunicación utilizados en los años de gobierno

Conclusiones

Si en las elecciones de 2019 y de 2014, Lacalle Pou debió instalar una “trama del cambio”, la campaña publicitaria de Álvaro Delgado hacia las elecciones internas del Partido Nacional en 2024 demuestra apelar a la promesa continuista de la gestión del actual presidente. Para ello, recurre a tropos utilizados en la comunicación histórica del hoy mandatario, intentando posicionar a Delgado como heredero natural del presidente.



Martín González Carrère (Uruguay) es licenciado en Ciencias de la Comunicación y director creativo publicitario independiente. En constante adaptación a nuevas realidades, tecnologías, medios y formatos. *El delfín. La narrativa de Álvaro Delgado hacia las internas 2024 en Uruguay*, es un extracto del trabajo realizado por el autor en el curso Comunicación política Estrategias, narrativas e investigación, dictado en la Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República en 2023.

In: [linkedin.com/in/martin-gonzalez](https://www.linkedin.com/in/martin-gonzalez) | X: @LodeTinchoGonz



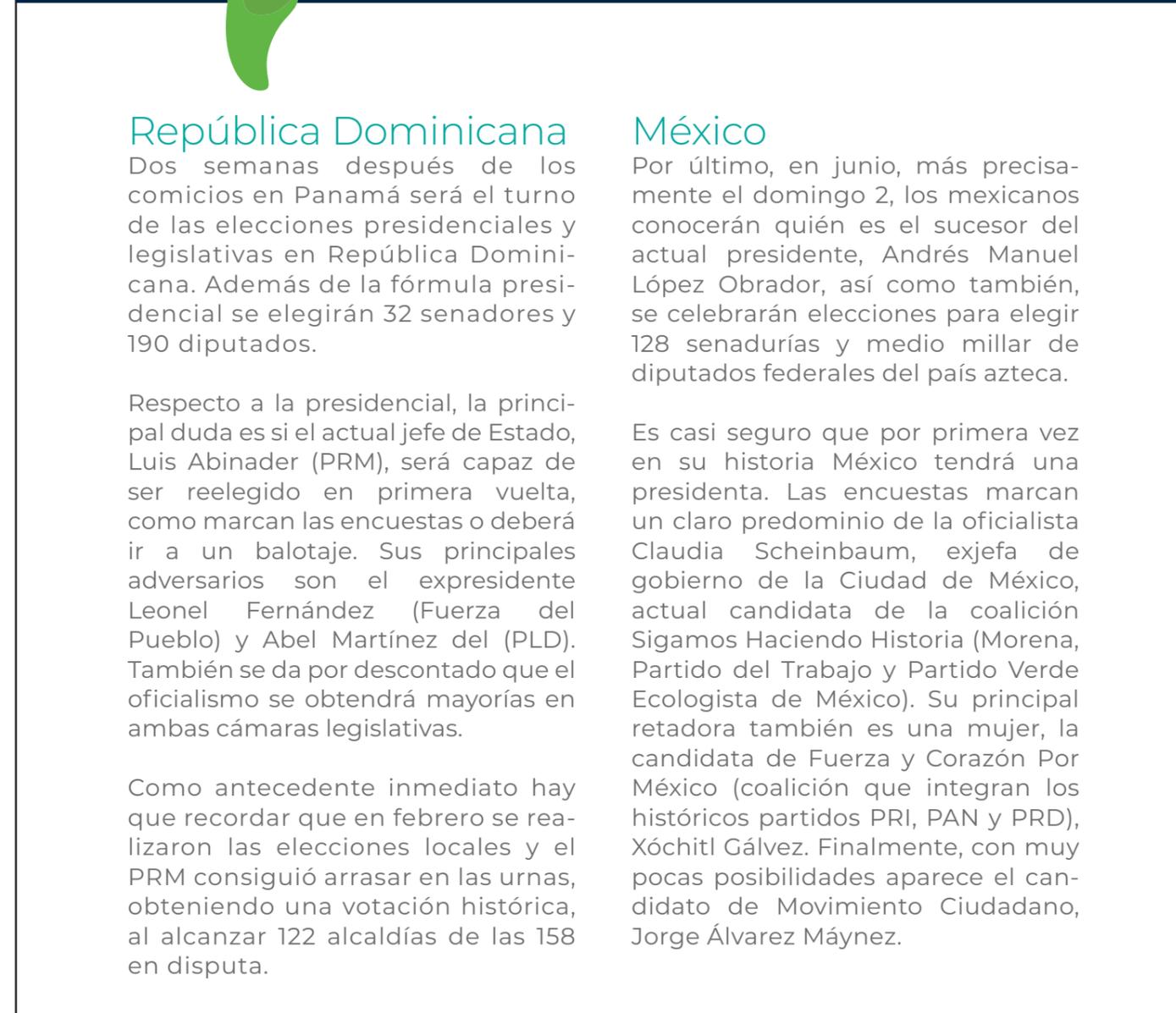
MAPA ELECTORAL

En un año en donde más de la mitad de la población del mundo está convocada a votar en distintos procesos en todo el planeta, tendremos un trimestre muy movido en América Latina, con tres elecciones presidenciales: Panamá, República Dominicana y México.

Panamá

El domingo 5 de mayo los panameños definirán quién es el sucesor de Laurentino Nito Cortizo en la presidencia de la República, así como también elegirán a los 71 diputados de la Asamblea Nacional 20 del Parlamento Centroamericano, 81 alcaldes, 702 representantes de corregimientos y once concejales.

Prácticamente la mitad del electorado aún se muestra indeciso. Una encuesta publicada por el diario *La Estrella de Panamá* a finales de febrero, destacaba un empate técnico entre los candidatos José Raúl Mulino (Realizando Metas) con 19,8% y Rómulo Roux (Cambio Democrático) con 19,6%. Más atrás, pero con posibilidades ciertas aún, aparecen José Gabriel Carrizo (PRD) con 15,7% y Martín Torrijos (Partido Popular) con 9,7%.



MAPA ELECTORAL

República Dominicana

Dos semanas después de los comicios en Panamá será el turno de las elecciones presidenciales y legislativas en República Dominicana. Además de la fórmula presidencial se elegirán 32 senadores y 190 diputados.

Respecto a la presidencial, la principal duda es si el actual jefe de Estado, Luis Abinader (PRM), será capaz de ser reelegido en primera vuelta, como marcan las encuestas o deberá ir a un balotaje. Sus principales adversarios son el expresidente Leonel Fernández (Fuerza del Pueblo) y Abel Martínez del (PLD). También se da por descontado que el oficialismo se obtendrá mayorías en ambas cámaras legislativas.

Como antecedente inmediato hay que recordar que en febrero se realizaron las elecciones locales y el PRM consiguió arrasar en las urnas, obteniendo una votación histórica, al alcanzar 122 alcaldías de las 158 en disputa.

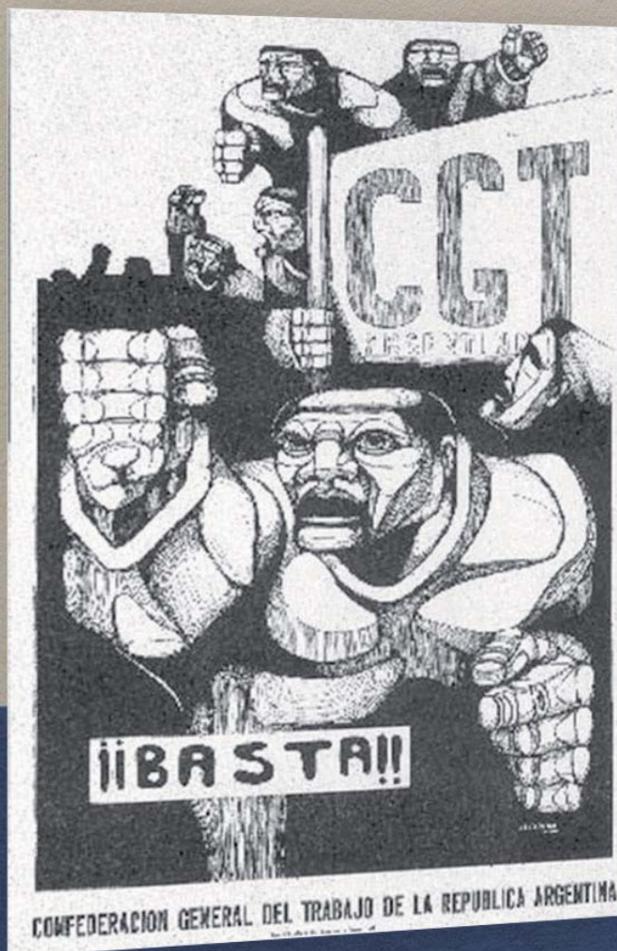
México

Por último, en junio, más precisamente el domingo 2, los mexicanos conocerán quién es el sucesor del actual presidente, Andrés Manuel López Obrador, así como también, se celebrarán elecciones para elegir 128 senadurías y medio millar de diputados federales del país azteca.

Es casi seguro que por primera vez en su historia México tendrá una presidenta. Las encuestas marcan un claro predominio de la oficialista Claudia Scheinbaum, exjefa de gobierno de la Ciudad de México, actual candidata de la coalición Sigamos Haciendo Historia (Morena, Partido del Trabajo y Partido Verde Ecologista de México). Su principal retadora también es una mujer, la candidata de Fuerza y Corazón Por México (coalición que integran los históricos partidos PRI, PAN y PRD), Xóchitl Gálvez. Finalmente, con muy pocas posibilidades aparece el candidato de Movimiento Ciudadano, Jorge Álvarez Máynez.

Por periodismo libre y heterogéneo apoyá VOCES

<http://semanariovoces.com/apoya-voces>



Basta, la resistencia obrera en la gráfica de Carpini

Corría el año de 1962 y la Argentina de la época experimentaba un interesante periodo de agitación política y social, por un lado, el Gobierno de Arturo Frondizi enfrentaba desafíos dentro de su propio partido, la Unión Cívica Radical Intransigente, la inestabilidad económica era la constante, ya que la resistencia a sus políticas de promoción de la inversión extranjera era evidente, pero sobretudo los conflictos laborales estaban activos, por lo que sindicatos y trabajadores a menudo realizaban protestas.

Estas tensiones políticas, de constante polarización y confrontación entre diferentes facciones del poder fueron el contexto y, una de las principales referencias sociales, que quedarían plasmadas en la obra gráfica de unos de sus artistas más comprometidos con la causa social: Ricardo Carpini.

Basta es considerado uno de los afiches más emblemáticos de la época y que más representa las demandas de los sectores labores, pues con esta contundencia, el autor expresó la resistencia y el punto de inflexión que exigían los argentinos a las marginales condiciones de trabajo y a los salarios indignos.

Con un estilo muralista, Carpini representa la fuerza de los obreros a través de rasgos toscos y determinados que hacen énfasis en el mensaje de protesta y rechazo a la opresión y las injusticias, dejando claro el llamado a la acción a la que incita al espectador.

El artista argentino empoderó a la clase obrera, haciéndola protagonista de este *Relato Visual*, al mostrarla con fortaleza, remarcando la tensión de los nudillos y los músculos mientras alza el puño, dentro de un colectivo que está dispuesto a luchar por sus valores.



INSCRIPCIONES ABIERTAS

DIPLOMA EN
**COMUNICACIÓN
POLÍTICA**

ONLINE



FACULTAD
DE LA CULTURA

SOMOS
EL LUGAR
**PARA
VOS**

Por más información:
✉ admisiones@clae.edu.uy
🌐 clae.edu.uy



SÍGUENOS EN NUESTRA WEB:
www.relatocmpol.com
y en nuestras redes sociales

 @relatocmpol

 @relato_compol

 @relatocmpol

 relato

 @relatocmpol

RELATO

REVISTA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA