

MÁS PODER LOCAL

MAGAZINE



**ACTORES POLÍTICOS,
EL DESAFÍO DE LA
GOBERNABILIDAD
DEL SIGLO XXI**

**PARADOJAS DE LA
CORRUPCIÓN MUNICIPAL
EL BAUTISMO DEL
OPEN GOVERNMENT
PARTICIPACIÓN CIUDADANA
EN LA POLÍTICA MUNICIPAL:
¿VERDAD O MENTIRA?
LA NUEVA FRONTERA
DE LA ADMINISTRACIÓN
ELECTRÓNICA**



The workshops
around the world.

www.politicsaroundtheworld.com

Abierto
plazo de
Inscripción

Strategic Paths & Political Challenges

New ways for Political Communication	Buenos Aires	Argentina	Ago 2010
New challenges in multilevel government	Córdoba	Argentina	Sep 2010
Government agenda to the context of crisis	Veracruz	México	Oct 2010
Communication and leadership	Washington	EEUU	Oct 2010
Democracy, governability and governance	Lima	Perú	Oct 2010
Design of electoral campaigns	Madrid	España	Ene 2011
Leadership in regional election	Murcia	España	Ene 2011

SUMARIO

EDITORIAL	5
EN PORTADA	
<i>Paradojas de la corrupción municipal.</i>	6
<i>Participación ciudadana en la política municipal: ¿Verdad o mentira?</i>	8
<i>El bautismo del Open Government.</i>	10
<i>La nueva frontera de la Administración Electrónica.</i>	14
AGENDA PÚBLICA	
<i>La participación ciudadana local en Europa.</i>	16
<i>El Pacto de los Alcaldes en Bruselas.</i>	18
<i>Regulación de Campañas Electorales en América Latina.</i>	20
PERISCOPIO ELECTORAL	
<i>Calendario Electoral.</i>	22
<i>Elecciones en Argentina:</i>	
<i>Panorama electoral de las Provincias.</i>	24
<i>Elecciones en Brasil: La continuidad de la izquierda en el gobierno.</i>	26
<i>Elecciones Municipales: Perú y Paraguay.</i>	28
EL CONSULTOR	
<i>Comunicar como un estadista.</i>	30
<i>Desarrollo de programas y campañas de Marketing Social.</i>	32
<i>Diez claves de la comunicación institucional.</i>	34
EXPERIENCIAS	
<i>La importancia del presupuesto participativo de Porto Alegre.</i>	36
<i>Entrevista con Gianfranco Pasquino: El liderazgo se gana con las ideas.</i>	40
ACTIVIDADES DE FORMACIÓN	44
AULA VIRTUAL	46
RESEÑAS DE LIBROS	50

**MÁS
PODER
LOCAL**
MAGAZINE

DIRECCIÓN
Ismael Crespo

CONSEJO DE REDACCIÓN

Ana Belén Campillo, Ileana Carletta, María Ángeles Catalá, Montserrat Fernández, Josefa García Grande, Ana Leal, Alberto Mora, Ana Isabel Navajas, Anne van Nistelrooy, Sofía de Roa, Jesús Sánchez Lambás.

COLABORAN EN ESTE NÚMERO

Vicente Castellanos, Analía del Franco, Antonio Garrido, Antonia González, Adrián González, J. Emilio Graglia, Alfredo Alejandro Gugliano, Fernando Jiménez, Marcos Marín, Tarson Núñez, Fernando de Pablo, José Alfredo Pérez, Miriam Poves, Mario Riorda.

DISEÑO Y MAQUETACIÓN
Ana Leal

EDITA



Departamento de Comunicación
Política e Institucional
Fundación Ortega-Marañón
Madrid. España

MÁS PODER LOCAL. MAGAZINE
Fortuny, 53
28010 Madrid. España
contacto@maspoderlocal.es
www.maspoderlocal.es

ANUNCIANTES
anunciantes@maspoderlocal.es

COLABORADORES
colaboradores@maspoderlocal.es

Depósito Legal: MU 1092-2010
ISSN: 2172-0223
©2010. Más Poder Local.



PROYECTO
INSTITUTO UNIVERSITARIO
ORTEGA Y GASSET
ARGENTINA

Seminarios en Comunicación Política e Institucional

Agosto 2010 a Mayo 2011 / 300 horas lectivas

- **Seminario I:** La Comunicación en la Sociedad de la Información
- **Seminario II:** Métodos de Investigación en Comunicación y Opinión Pública
- **Seminario III:** Planificación y Gestión de Campañas Electorales
- **Seminario IV:** Planificación y Gestión de la Comunicación

Workshop New Ways for Political Communication

Agosto/Septiembre 2010 / 55 horas lectivas

En el marco del **Programa Strategic Paths & Political Challenges**, el Proyecto Instituto Universitario Ortega y Gasset Argentina lleva adelante esta iniciativa junto a otras instituciones de educación superior de España y América Latina, con el patrocinio de la Fundación Séneca, la Agencia Española de Cooperación Internacional y el Instituto Federal de Gobierno.

Liderado por la **Fundación Ortega y Gasset de España**, este Programa desarrolla entre junio de 2010 y febrero de 2011 seis talleres centrados en temas de comunicación, política y liderazgo: Madrid, Buenos Aires, Córdoba, Veracruz, Washington y Murcia

Sede Central

Río Carapachay y Arroyo Gallo Fiambre
Tigre, Provincia de Buenos Aires - Argentina

Sede Centro

Chacabuco 314 - 4º Piso
CABA - Argentina

+ 5411.4342.0179
info@iuog.com.ar

www.iuog.com.ar

EDITORIAL

Coincidiendo con el inicio del curso político, ve la luz un nuevo número de esta revista. No cabe duda que la política local ha estado siempre apartada de los principales estudios, siendo la bibliografía aún reducida. Sin embargo, los fenómenos sociales y políticos que se vienen produciendo en las últimas décadas ponen de manifiesto la importancia creciente de lo local en los procesos de decisión y en las nuevas construcciones sociales.

El fenómeno de la globalización ha traído consigo un impulso a la democratización de las sociedades, potenciando de una manera importante la participación de la sociedad civil en los procesos de formulación de políticas públicas. Los ciudadanos y los organismos públicos pueden más fácilmente interrelacionarse, colaborar de manera conjunta en la construcción de la cultura política, del ordenamiento jurídico y mejorar, en definitiva, sus posibilidades comunicativas y de acción.

Con los avances tecnológicos se crean nuevas y favorables condiciones para la acción de gobierno, para el ejercicio de la política, para fortalecer la calidad de la democracia. Pero, si bien, surgen acciones políticas loables como los Presupuestos Participativos que abordamos en estas páginas, aún queda mucho camino para hablar de una democracia participativa, la cual, se encuentra en peligro ante los casos de corrupción política que se producen en el ámbito local y regional, que también analizamos.

En este segundo número, nos acercamos a la Gobernabilidad, con artículos en portada sobre corrupción, participación ciudadana y cooperación entre gobiernos locales. Destacamos una entrevista con Gianfranco Pasquino, quien recorre la política actual a ambos lados del Atlántico con su habitual mirada crítica que bien nos sirve de autocrítica.

Como en el número precedente, incluimos en estas páginas análisis sobre las próximas elecciones, consejos de destacados consultores y expertos en comunicación sobre aspectos muy relacionados con la Comunicación Institucional, así como experiencias triunfadoras de implementación de políticas, opiniones, etc.

Para finalizar, agradecer a todos y todas las que hicieron posible este nuevo número, que pretende continuar con el espíritu con el que se creó: convertirse en un referente de las revistas de comunicación política e institucional en el ámbito local y regional, exponiendo de una manera práctica, sin renunciar al rigor científico, los principales avances en este campo.

Para ello, os invitamos a que colaboréis en esta revista, vuestra revista.

PARADOJAS DE LA CORRUPCIÓN MUNICIPAL

Analistas políticos no sólo españoles sino del mundo entero comparten la opinión de que los problemas de corrupción son mucho más frecuentes en el nivel local de gobierno que en otros niveles como el regional o el nacional.

Fernando Jiménez

Hay diversas razones o hipótesis que apoyan sólidamente esta opinión. Las redes de corrupción tendrían una mayor capacidad de penetración en las estructuras del gobierno local debido a factores tales como la mayor debilidad organizativa de la administración local (con empleados públicos que tienen un mayor grado de dependencia laboral respecto de las autoridades políticas y unos niveles de formación y profesionalidad menores que en otros ámbitos de gobierno, así como un tamaño de la organización mucho menor) o la pre-existencia de redes clientelares tradicionales en las que se ha basado históricamente la estructura del poder local y que se convierten en canales privilegiados para el acceso de las tramas corruptas.

El caso español parece confirmar esta opinión internacional generalizada. En efecto, la mayor parte de los escándalos de corrupción en los 30 años del período democrático en España han afectado principalmente al ámbito local. La gran mayoría se han producido en áreas de políticas públicas como la contratación pública y el urbanismo. De hecho, en estos momentos hay en torno a un centenar de alcaldes que se encuentran imputados en diversas investigaciones judiciales sobre la corrupción y, de acuerdo con diversos informes

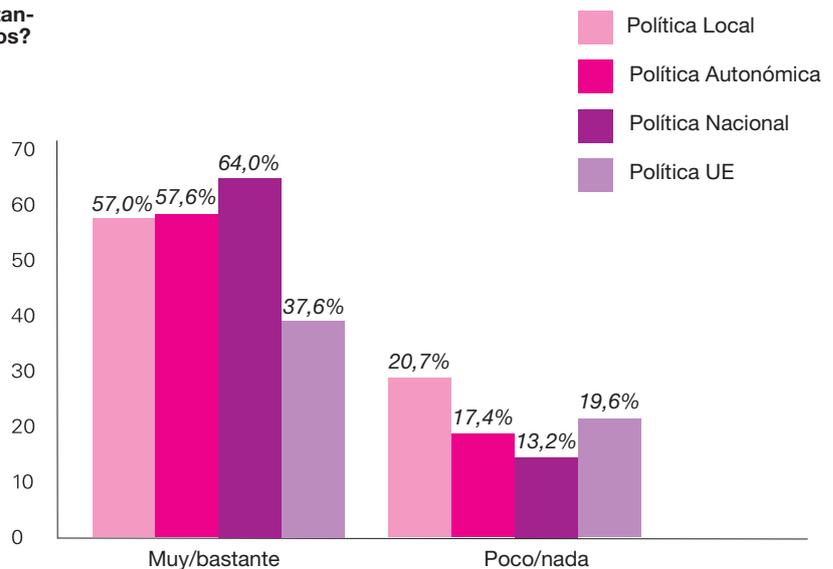
policiales recientes, en los últimos cinco años se han desarrollado unas 240 operaciones policiales contra la corrupción que han dado lugar a la detención de unas mil personas, y a la intervención de bienes valorados en más de tres mil millones de euros. La mayor parte de los afectados por estas operaciones han sido personas vinculadas a la política municipal.

La mayor parte de los escándalos de corrupción en los 30 años del período democrático en España han afectado principalmente al ámbito local

Desde luego que en el caso español también existen razones poderosas que podrían explicar esta mayor incidencia de la corrupción en el ámbito municipal. Por un lado, los problemas de la debilidad organizativa de la administración local son especialmente evidentes y visibles. En primer lugar, tenemos un enorme problema de minifundismo municipal: casi el 91% de todos nuestros municipios no alcanzan los 10.000 habitantes y, pese a ese gran número, en ellos sólo vive

Valoración de la Corrupción en la Política

¿Cree que la corrupción está: muy extendida, bastante, poco o nada extendida en los siguientes ámbitos?



Fuente: CIS 2828, Diciembre 2009

el 21% de la población española. Este dato por sí solo constituye un tremendo problema para la prestación eficiente de servicios públicos básicos y haría más que aconsejable una revisión de nuestro mapa municipal. En segundo lugar, los ayuntamientos españoles son un perfecto ejemplo de lo que la literatura sobre gobierno local denomina la forma de gobierno de “alcalde fuerte” - *strong mayor* -, es decir una forma de gobierno en la que se da una alta concentración del poder en el alcalde, tanto frente a la oposición política como frente a los directivos y empleados municipales. Frente a otras formas de gobierno municipal distintas (como, por ejemplo, la del *council-manager*) el contrapeso que pueden ejercer los funcionarios municipales frente a las decisiones del alcalde y su equipo de gobierno es especialmente limitado.

En los últimos cinco años se han desarrollado unas 240 operaciones policiales contra la corrupción

Por otro lado, un segundo grupo de factores que explicarían la mayor incidencia de la corrupción en el mundo local tienen que ver con la ineficiencia con la que han funcionado en estos años los mecanismos institucionales de control de los ayuntamientos. El reconocimiento de la autonomía municipal en la Constitución de 1978 dio al traste con el sistema tradicional de control sobre los municipios que copiamos en el siglo XIX del modelo napoleónico y que sigue plenamente vigente hoy día en Francia. Con la aprobación de la Constitución, ya no podíamos seguir considerando a los ayuntamientos como entidades menores de edad

necesitadas de la tutela del gobierno central a través de las figuras del Gobernador Civil (a diferencia del Prefecto francés, de infausta memoria en nuestro país) y de los funcionarios de habilitación nacional. La garantía de la autonomía municipal exigía la renuncia a los controles de oportunidad política y, por tanto, sólo se iban a permitir los controles de legalidad. Sin embargo, los abundantes casos de corrupción municipal son una prueba de que se nos fue la mano con el cambio de modelo. En la práctica, sustituimos los controles de tutelas por el único control de la jurisdicción contenciosa, que ha demostrado en estos años graves problemas de ineficiencia.

Este análisis quedaría incompleto si no reflexionáramos sobre los datos de percepción de la corrupción que aparecen en el gráfico superior. Pese a lo dicho, los españoles perciben menos corrupción en el ámbito local que en el autonómico o en el nacional. Este dato podría deberse bien a que asumen que la corrupción municipal es más visible y, por tanto, mantienen graves sospechas sobre lo que no se ve tan claramente en los otros niveles de gobierno, bien a que hacen responsables de la existencia de corrupción municipal a los gobiernos autonómicos y central.



Fernando Jiménez

Profesor titular de Ciencia Política y de la Administración de la Universidad de Murcia y miembro del capítulo español de Transparency International.
fjimesan@um.es

PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA POLÍTICA MUNICIPAL: ¿VERDAD O MENTIRA?

J. Emilio Graglia

Es recomendable y deseable que los habitantes de un municipio participen activamente en el diseño y la gestión de las políticas municipales. Nadie se anima a negarlo, por lo menos desde la teoría o el discurso.

Los enfoques teóricos y los discursos políticos reivindican la intervención de los ciudadanos en los asuntos públicos. Sin embargo, la realidad demuestra que la participación ciudadana brilla, pero por su ausencia.

A pesar de la generalización, la participación ciudadana es una asignatura pendiente en la mayoría de los municipios y, también, de los países. ¿Por qué? ¿Cuál es la razón por la cual la realidad niega lo que la academia “recomienda” y la dirigencia “desea”?

¿Están dispuestos a restringir la discrecionalidad en la toma de decisiones que implica la participación en el diagnóstico de los problemas irresueltos y las alternativas posibles?

Las respuestas hipotéticas son dos:

1. Respecto a la academia:

Probablemente, los enfoques teóricos carezcan del realismo necesario. ¿La docencia universitaria forma a los actores políticos en los principios y valores de la participación ciudadana? ¿La investigación universitaria formula, propone o aplica modelos que faciliten la intervención de los ciudadanos en los asuntos públicos?

2. Respecto a la dirigencia:

Posiblemente, los discursos políticos carezcan de la suficiente sinceridad. ¿Los gobernantes quieren que los ciudadanos participen real y efectivamente? ¿Están dispuestos a restringir la discrecionalidad en la toma de decisiones que implica la participación en el diagnóstico de los problemas irresueltos y las alternativas posibles?

Finalmente, es imprescindible la generación de metodologías participativas y la formación de equipos técnicos.

CÓMO HACER

Para que la participación ciudadana no sea una mentira, debe haber profesionales que faciliten la reunión de los actores políticos y sociales, el debate entre ellos y la búsqueda de consensos. En nuestro libro "Diseño y gestión de políticas públicas" (EDUCC, 2005), proponemos un modelo "relacional" que hemos aplicado en cientos de capacitaciones y asesoramientos. Desde nuestro punto de vista, mediante la asistencia de esos profesionales, la participación sectorial y ciudadana debe darse en tres momentos:

1. En el diagnóstico.

Los ciudadanos deben intervenir en la identificación de los problemas a resolver por el gobierno municipal y en la selección de las alternativas posibles. La consulta no debe limitarse a una encuesta de opinión pública. Se deben crear los ámbitos para que los ciudadanos debatan y acuerden. Metodológicamente, recomendamos la realización de foros o talleres.

2. En la dirección.

Los ciudadanos también pueden participar en la gestión propiamente dicha de los proyectos decididos

por el gobierno municipal, tanto en la ejecución como en el control de lo ejecutado. Metodológicamente, recomendamos la constitución de organismos formales (consejos intersectoriales, por ejemplo).

3. En la evaluación de resultados.

De poco o nada vale que los ciudadanos de un municipio diagnostiquen los problemas y las soluciones si no pueden evaluar la gestión gubernativa. Metodológicamente, recomendamos la realización de entrevistas a informantes claves.

Las conclusiones son el punto de partida para la corrección del diseño o la gestión de las políticas municipales. Suponiendo el realismo académico y la sinceridad dirigente, sin metodologías probadas y equipos idóneos, la participación ciudadana seguirá siendo retórica.



J. Emilio Graglia

*Presidente del Instituto Provincial de Capacitación Municipal de la Provincia de Córdoba (Argentina).
Asesor y consultor en políticas para el desarrollo.
emiliograglia@yahoo.com.ar*

**20 AÑOS DE EXPERIENCIA
EN ESTUDIOS DE OPINIÓN
PÚBLICA Y CONSULTORÍA
EN EL ÁMBITO DEL
MARKETING POLÍTICO,
DE GOBIERNO Y SOCIAL
EN ARGENTINA Y
LATINOAMÉRICA.**

EL BAUTISMO DEL OPEN GOVERNMENT

El voto es la muestra más visible de la actividad política, es fácil y medible, pero sólo es una pequeña parte del espectro de actividades políticas que contiene el concepto de democracia: *“Ordinary citizens have more to offer than voting or answering polls. People can work together to gather and analyze information, and even make decisions. The official no longer needs to be the sole decision-maker. This is a radical idea, but one whose time has come.”*⁽¹⁾

Montse Fernández

Las esperanzas de muchos en el regreso de una democracia deliberativa, similar a la que se ejercía en el ágora griega, ha saltado con fuerza a la escena política y social con la expansión de Internet y su capacidad para conectar a las personas, acceder a información variada e ilimitada, generar contenido y distribuirlo, y soportar espacios deslocalizados para la conversación y la deliberación.

Se reclama un sistema democrático mucho más colaborativo, en el que todos aquellos que estén preparados puedan participar activamente en cualquier toma de decisión, cooperando en el desarrollo colectivo del conjunto

Concretamente, la consolidación y propagación de las redes sociales 2.0 han incrementado la conciencia de poder y responsabilidad en las sociedades que ahora, más que nunca, reflexionan sobre la eficacia de un sistema democrático establecido en el que se elige a un líder para que dirija a toda la comunidad duran-

te un período de tiempo determinado. Las voces de las élites están dejando de ser las únicas a la vez que van perdiendo verosimilitud y confianza. La noción de que el Gobierno lo sabe todo y lo mejor, empieza a ser un mito: *“My questioner was raising a valid point: in this emerging 2.0 world of collaboration, community and transparency, do we really need to elect people to run stuff? ... I just mean that we can make good decisions ourselves without all the buttoned up politicians in the way.”*⁽²⁾

El desarrollo de la Web 2.0 ha acuñado un novedoso y rebelde concepto. Nos referimos al conocido como “la sabiduría de las masas” o “la alquimia de las multitudes” y, junto a él y como consecuencia, el tono difuminado que va adquiriendo en la Red el valor de los “expertos”, aquellos que se ocupaban en exclusiva de los métodos de catalogación y de las resoluciones en la difusión de la información que consideraban relevante.

Una de sus principales consecuencias es que ha empezado a reclamarse un sistema democrático mucho más colaborativo, en el que todos aquellos que estén preparados puedan participar activamente en cualquier toma de decisión, cooperando en el desarrollo colec-

tivo del conjunto. Claro está que no todos los individuos podrán o querrán trabajar en tareas de gobierno, pero podríamos encontrarnos con una clase de *micro-élite*, bien formada y con un alto interés en este trabajo, que contribuyera a solventar los problemas de su comunidad y aclarar sus dudas y desconocimientos. Un asociacionismo y un colectivismo político.

Las administraciones no entendieron correctamente –o no quisieron entender- lo que suponía emprender una modernización con las nuevas tecnologías. Anunciaron tiempos de innovación que repercutirían positivamente en los ciudadanos, pero se limitaron a dotarse de herramientas que, aunque hábiles y de gran utilidad, se destinan a la agilización de los trabajos de tramitación de expedientes. Y en la actualidad, si bien mínimas estructuras empiezan a moverse en esta dirección, son escasos los Gobiernos locales, regionales o nacionales, que han iniciado cambios ante las primeras voces en demanda de un “gobierno abierto” y de una “democracia deliberativa”, avaladas éstas por la facilidad y la capacidad de las nuevas tecnologías y el acceso masivo a las mismas.

La consolidación y propagación de las redes sociales 2.0 han incrementado la conciencia de poder y responsabilidad en las sociedades actuales

El presidente Barack Obama prometió una nueva era de transparencia en la Casa Blanca dando sus primeros pasos al poner a disposición de cualquiera, bajo licencia Creative Commons, todo el contenido publicado en la página web oficial de la Casa Blanca. La transparencia es ya un requisito para la verdad y para la confianza. La administración de Barack Obama ha sido pionera del cambio hacia una cultura de *Open Government*.

La filosofía *Open Government* –apertura del gobierno o gobierno abierto- es una doctrina política que sostiene que los asuntos del Estado deben abrirse a todos los niveles para que sean posibles su auditoría y supervi-



sión públicas. Se opone a los instaurados “secretos de Estado” o “fondos reservados” y resurge con fuerza tras la expansión y el éxito del *Open Source* –código libre y abierto- solicitando que el ciudadano, a voluntad, pueda implicarse directamente en los procesos de gobierno.

La transformación de Gobiernos en Gobiernos Abiertos sería – y será - lento y costoso si los propios dirigentes no promueven iniciativas en este sentido

Las novedosas propuestas lanzadas por Obama en relación a una diferente forma de trabajar la política y de gobernar, no sólo calaron en la intensificación del activismo político durante su campaña sino que despertaron en muchos ciudadanos la idea generalizada de continuar con su compromiso pasadas las elecciones en el primer periodo de su gobierno: el 62% de sus votantes declaró su intención de animar a otros a respaldar las políticas de la nueva administración y el 24% acudió a la Red para involucrarse en la transición presidencial. Y esta tendencia no fue exclusiva del Partido Demócrata. La comunidad online del Partido Republicano ha debatido, en sitios web como *redstate.com* y *rebuildtheparty.com*, cómo movilizar a los votantes para que se involucren en futuras elecciones a candidaturas internas.

Conseguir la transformación de Gobiernos en Gobiernos Abiertos sería –y será- lento y costoso si los pro-

PASOS DE GOBIERNO PARA LAS AGENCIAS DE SU ADMINISTRACIÓN

1. Publicar online información de gobierno.
2. Mejorar la calidad de la información publicada.
3. Crear e institucionalizar una cultura de Gobierno Abierto.
4. Generar un marco político que permita el desarrollo de un Gobierno Abierto.

PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

El Gobierno debe de ser transparente, lo que supone que las operaciones y decisiones de las distintas agencias tendrán que estar disponibles online.

El Gobierno debe ser participativo, aprovechando la experiencia colectiva de los ciudadanos en el proceso de toma de decisiones.

El Gobierno debe ser colaborativo, empleando la tecnología para compartir y cooperar con otras agencias, instituciones sin ánimo de lucro y el público mismo.

prios dirigentes no promueven iniciativas en este sentido. Una vez más, Barack Obama ha sido el impulsor de la puesta en práctica de un Gobierno Abierto al liberar a los pocos días de su llegada a la Casa Blanca, concretamente en diciembre de 2009, el memorándum "Open Government Directive" en el que recogía los nuevos pasos de gobierno para las agencias de su administración. La orden redactada por Obama ofrece una visión de gobierno organizada alrededor de tres principios fundamentales: Transparente, participativo y colaborativo.⁽³⁾

Son escasos los Gobiernos locales, regionales o nacionales, que han iniciado cambios ante las primeras voces en demanda de un "gobierno abierto" y de una "democracia deliberativa"

La puesta en marcha de *data.gov* por la Administración de Barack Obama supuso una muestra indudable de su voluntad de transparencia y democratización de los datos públicos. Con un tímido inicio de 47 feeds,

alcanzó en tan sólo dos meses la cantidad de 100.000 registros. Registros que no sólo hacen que el Gobierno sea transparente y auditable, sino que pueden ser empleados por terceros para la creación de nuevos servicios. La información está accesible. Su clasificación con etiquetas, su interpretación con herramientas de visualización de datos y el debate que en torno a ella se puede generar de modo colaborativo mediante wikis, suponen una revolución en el modo en que hasta ahora entendimos la locución "Gobierno". Indudablemente, las habilidades de las herramientas online han alentado a los ciudadanos a una mayor implicación participativa en el terreno político. Es pronto aún para definir si las nuevas tecnologías significan más un marketing que un cambio en el modo de hacer política, pero lo que sí nos atrevemos a asegurar es que las REDES existen y pueden funcionar. Las iniciativas sin ánimo de lucro y *off-government* ya han arrancado. Nunca antes las personas estuvieron tan conectadas como lo están ahora. Y la tecnología procura el cambio.

Quizás todavía no estemos preparados para que la humanidad por completo se vuelque en el logro de una democracia deliberativa y mejores prácticas de GOBIERNO. Pero existe una enorme probabilidad de que llegue a ocurrir, porque se ha tomado conciencia de su posibilidad y se cuenta con las herramientas para realizarlo. Es el desafío que nos aguarda a TODOS en el siglo XXI: *And this is the final challenge: to make sure that the new tools of democracy are not just used by the elites or the special interests, but allow all Americans to be active participants in the democratic life of the 21st century.*⁽⁴⁾

NOTAS

(1) Government by the People. Beth Simone Noveck. Rebooting America: Ideas for Redesigning American Democracy in the Internet Age. 2008. Personal Democracy Press.

(2) Who needs Elected Officials? Tara Hunt. Rebooting America: Ideas for Redesigning American Democracy in the Internet Age. 2008. Personal Democracy Press

(3) Government Online: The internet gives citizens new paths to government services and information. Abril de 2010. Pew Internet & American Life Project

(4) Citizen 2.0. Nancy E. Tate y Mary G. Wilsom. Rebooting America: Ideas for Redesigning American Democracy in the Internet Age. 2008. Personal Democracy Press

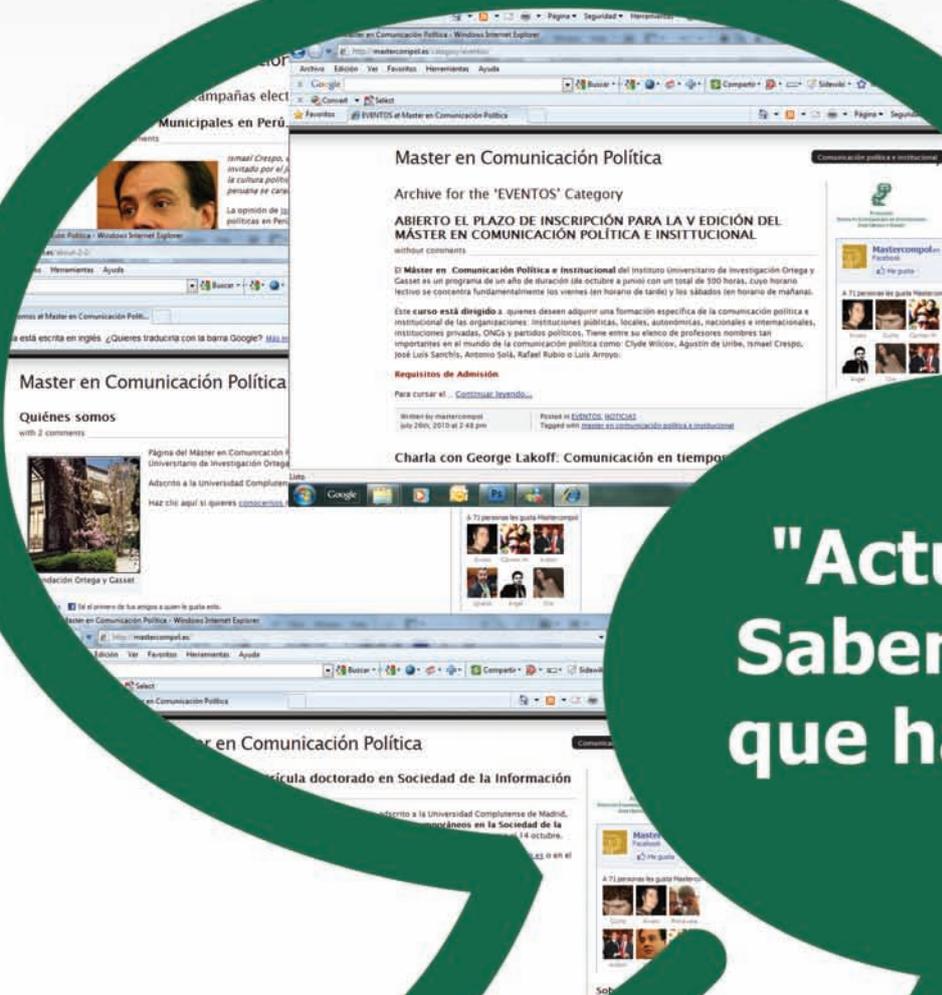


Montse Fernández

Lic. en Ciencias de la Información. DEA en Sociedad de la Información. Socia fundadora de Spin Media. Autora de "Internet, Blogs y Política 2.0".
montse.fernandez.crespo@gmail.com

BLOG DEL MÁSTER EN COMUNICACIÓN POLÍTICA E INSTITUCIONAL

<http://mastercompol.es>



**"Actualízate.
Sabemos de lo
que hablamos"**



FUNDACIÓN
INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIÓN
JOSÉ ORTEGA Y GASSET

LAS TIC AL SERVICIO DE LA TRANSPARENCIA DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) han permitido un salto de calidad y conveniencia en el acceso de la ciudadanía a los servicios públicos. El Gobierno español trabaja ahora para que las TIC contribuyan a potenciar la transparencia de la acción gubernamental y administrativa porque así lo demanda la sociedad.

Fernando de Pablo

Hace apenas quince años que las Administraciones Públicas comenzamos a hacer un uso generalizado de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). Parece, sin embargo, que han pasado décadas desde que las Declaraciones del IRPF sólo podían rellenarse con bolígrafo y el BOE únicamente existía en formato papel. Las TIC han sido compañeras de viaje en un proceso de transformación de los servicios públicos que culminó con la entrada en vigor de la *Ley de Acceso Electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos (Ley 11/2007)*¹.

En diciembre de 2009 los servicios públicos electrónicos dejaron definitivamente de ser excepción y su implementación se convirtió en norma obligada para las Administraciones Públicas: la Administración General del Estado ya tiene en el canal Internet la práctica totalidad de sus más de 2000 procedimientos y servicios.

La Administración Electrónica ha sido y es objeto de múltiples estudios y recomendaciones por parte de organismos internacionales como Naciones Unidas, la Unión Europea o la OCDE, que han señalado el valor y utilidad del uso de las TIC por el sector público para

incrementar la eficacia, eficiencia, competitividad y la productividad de los Estados, así como para potenciar y mejorar la calidad de los servicios prestados a los usuarios.

La crisis económica, las amenazas medioambientales y los retos sociales derivados de la globalización demandan unas Administraciones Públicas más abiertas a la ciudadanía

Nuestro país ha avanzado muchísimo en Administración Electrónica, como así lo demuestra el ranking que Naciones Unidas realiza periódicamente sobre gobierno electrónico, y en el que nuestro país ocupa el noveno puesto a nivel mundial y el quinto europeo. En el último año hemos avanzado 11 puestos en el ranking mundial y Naciones Unidas ha reconocido ese logro otorgándonos el premio al Servicio Público por el progreso experimentado en los servicios que la Administración General del Estado presta a los ciudadanos a través de Internet.

Las TIC se convierten en aliado imprescindible de la Administración contribuyendo a que la transparencia se asiente de modo efectivo de la relación entre Administración y ciudadanía

No obstante, sabemos que la plena disponibilidad de los servicios y procedimientos electrónicos no es el final del camino. La crisis económica, las amenazas medioambientales y los retos sociales derivados de la globalización demandan unas Administraciones Públicas más abiertas a la ciudadanía. Y con ese fin queremos construir conjuntamente con la sociedad las políticas públicas que mejor sirvan al interés general. Y en la consecución de ese fin va a ser determinante –lo está siendo ya– la utilización de las TIC por parte de los poderes públicos.

La colaboración entre Sociedad y Administración será mucho más enriquecedora para todos si compartimos la misma información y hacemos de la transparencia uno de los ejes de la acción pública. Una vez más, las TIC se convierten en aliado imprescindible de la Administración contribuyendo a que la transparencia se asiente de modo efectivo de la relación entre Administración y ciudadanía: los procedimientos administrativos, el manejo de los datos personales y las políticas públicas. En esta fase de implantación de las TIC en la vida administrativa, existen realidades palpables y voluntad de profundizar en los esfuerzos ya realizados.

Nadie puede dar la espalda a una realidad cada día más presente en la actividad de las Administraciones Públicas: el uso de las TIC como instrumento básico en la construcción de una Administración más abierta al espacio de la ciudadanía

La entrada en vigor de la Ley 11/2007 ha hecho realidad en España derechos que no existen en otros países. Los ciudadanos no solo pueden elegir la vía electrónica para iniciar los procedimientos adminis-

trativos, también cuentan con la posibilidad de conocer por medios electrónicos el estado de tramitación de aquellos procedimientos en los que tiene la condición de interesado.

Actualmente, en toda la Unión Europea está en vigor, en materia de Administración Electrónica, la Declaración Ministerial de Malmö, que se estructura en torno a tres prioridades políticas, una de ellas la de contribuir a la capacitación de la ciudadanía por Gobiernos transparentes colaborativos.

Las políticas públicas y proyectos normativos iniciados por la Administración se basan en el conocimiento de la realidad obtenido mediante la información que generan en su actividad, y facilitar el acceso de la ciudadanía a esa información será determinante para alcanzar una mayor participación de la sociedad. En la actualidad nadie puede dar la espalda a una realidad cada día más presente en la actividad de las Administraciones Públicas: el uso de las TIC como instrumento básico en la construcción de una Administración más abierta al espacio de la ciudadanía.

Profundizar en todos los aspectos de la transparencia enumerados, será el objetivo de la *Ley de Transparencia y Acceso a la Información* que el Gobierno español va a presentar próximamente al Parlamento. Una ley que vendrá a sumar un derecho más de ciudadanía: el acceso a toda aquella información que, salvaguardando la confidencialidad y la seguridad, obre en poder de las Administraciones Públicas. Un derecho cuya implementación tendrá que ir ligada, sin duda, a la utilización de las nuevas tecnologías.

La sociedad demanda más que nunca Administraciones Públicas participativas, íntegras y responsables en sus actuaciones. Y quienes desarrollamos nuestra actividad en el ámbito de los poderes públicos estamos atendiendo esa demanda desde el convencimiento de que si colocamos las nuevas tecnologías en primera línea de nuestro trabajo, conseguiremos el objetivo.

NOTAS

(1) <http://www.boe.es/boe/dias/2007/06/23/pdfs/A27150-27166.pdf>



Fernando de Pablo

Director General para el Impulso de la Administración Electrónica. Secretaría de Estado para la Función Pública (Ministerio de la Presidencia).

LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA LOCAL EN EUROPA

La participación ciudadana en el ámbito local muestra debilidades y presenta dificultades para implicar a un ciudadano cada vez más apático y desconfiado respecto a sus representantes.

Antonia González

“El fomento de la participación ciudadana en el ámbito local se ha planteado como un intento de regeneración de una democracia que parece mostrar debilidades en varias facetas, como la representatividad y la gobernabilidad, y que presenta dificultades para implicar a un ciudadano cada vez más apático y desconfiado respecto a sus representantes. Este intento de revitalización democrática desde la participación local ha sido promovido por la Unión Europea a través de propuestas concretas, recomendaciones, principios y medidas”.

La falta de interés por la política y las dificultades para implicar a los ciudadanos en lo público, no implica un declive de la participación de los ciudadanos en la política local

En 1981, la Unión Europea aprobó una recomendación, R (81) 18, que estableció el marco estratégico de la participación en la vida local y que solicitaba una mayor influencia de los ciudadanos en la plani-

ficación municipal. Poco después, en 1985, el Comité de Ministros del Consejo de Europa adoptó la Carta Europea de la Autonomía Local, que señalaba a las entidades locales como uno de los principales fundamentos del régimen democrático, y resalta la importancia del derecho de los ciudadanos a participar en la gestión de los asuntos públicos locales, ya que a este nivel el derecho de participación puede ser ejercido más directamente.

En 2001, como continuación a la Recomendación (81) 18, se aprobó la Recomendación (2001) 19 sobre la participación de los ciudadanos en la vida pública a nivel local, con la finalidad de ofrecer a los decisores públicos un conjunto coherente y moderno de principios y medidas dirigidos a favorecer, estimular y reforzar la participación de los ciudadanos.

Entre los principios esenciales para desarrollar una política participativa a nivel local, se recoge la búsqueda de nuevas vías para promover una cultura de la participación, la creación de una amplia gama de instrumentos para la participación, el desarrollo de una conciencia de pertenencia a la comunidad o el intercambio de buenas prácticas participativas como

sistema de aprendizaje en las entidades locales, entre otros.

Los ámbitos locales de muchos de los países de la Unión Europea, entre ellos España, se encuentran sobrecargados de funciones a desarrollar pero carentes de financiación para desarrollarlas

Para la Unión Europea, la falta de interés por la política y las dificultades para implicar a los ciudadanos en lo público, no implica un declive de la participación de los ciudadanos en la política local, sino un cambio en los modos de implicación de los ciudadanos que optan por formas más directas, informales flexibles y puntuales de participación. Recomienda, por tanto, que los gobiernos locales, elaboren una “verdadera política de promoción de la participación de los ciudadanos en la vida pública local”, con el establecimiento de medidas normativas concretas y de acciones que tengan en cuenta “la importancia del papel de la sociedad civil y las entidades asociativas”.

El problema que se nos presenta ante estas numerosas declaraciones de buenas intenciones es que los ámbitos locales de muchos de los países de la Unión Europea, entre ellos España, se encuentran sobrecargados de funciones a desarrollar pero carentes de financiación para desarrollarlas. En este contexto precario, la participación se contempla como una de las competencias no obligatorias que las entidades locales pueden atender dependiendo de la voluntad de los gobernantes, sin embargo, en muchas ocasiones, la voluntad primera que impulsa la participación no se preocupa por llevar a cabo esa “verdadera política de promoción de la participación de los ciudadanos” que demandaba el Consejo de Europa, la búsqueda de beneficios electorales podría liderar el intento de fomento de la participación ciudadana, reduciendo las posibilidades de lograr la revitalización democrática a partir de la participación.



Antonia González

Doctora en Ciencias Políticas. Profesora de la Universidad de Murcia.

agonzalez@um.es

CEMOPmurcia

Centro de Estudios Murcianos de Opinión Pública

Realizamos estudios semestrales de opinión pública, de naturaleza barométrica, con el objetivo de establecer series de indicadores fiables y válidos para la Región, además de otros estudios que cubren temas políticos, sociales o económicos, como la inmigración, la juventud, y en general, sobre la percepción social de las grandes cuestiones de interés para nuestra Región y sus ciudadanos.

CEMOPmurcia

Departamento de Ciencia Política, Facultad de Derecho. Universidad de Murcia | Ronda de Levante, 10. 30008 Murcia
Teléfono 868 888 353 | www.cemopmurcia.es

EL PACTO DE LOS ALCALDES EN BRUSELAS

¿Qué es el Pacto de los Alcaldes y cómo influye el dinamismo de las autoridades locales? Dos asuntos presentes en el Pacto de los Alcaldes son interesantes e importantes: la posibilidad de trabajar a nivel internacional y obtener resultados reales para los gobiernos locales y las implicaciones a nivel democrático y responsivo.

Anne van Nistelrooy

Hace unos meses se celebró la segunda ceremonia del Pacto de los Alcaldes en Bruselas, Bélgica, en la que 500 municipios europeos más firmaron el Pacto. Este Pacto es una colaboración interesante entre las autoridades locales a nivel europeo. El ambicioso Pacto demuestra el poder de los municipios, las ciudades y las regiones para hacer cambios impactantes en la Unión Europea y en el mundo. También nos demuestra una posibilidad para las autoridades locales de responder más directamente a las preocupaciones de sus poblaciones, reforzando el nivel democrático y la efectividad del poder responsable a nivel local.

El año pasado la Unión Europea adoptó el Paquete de Clima y Energía. Este paquete, también conocido como el "Paquete 20-20-20", consiste en reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (como el CO₂) hasta por lo menos un 20% por debajo de los niveles del año 1990, obtener un 20% de la consumición de energía de recursos renovables y consumir un 20% menos de energía a través de la eficiencia energética. Como es debido, por el principio de la supranacionalidad una medida aceptada por la UE significa la implementación de esta medida en la legislación nacional de los Estados miembros. En este caso, no

todas las autoridades locales están convencidas que estas medidas sean suficientes para resolver el problema y están dispuestos a ir más allá para luchar contra el cambio climático y la dependencia energética. Esta lucha, sin embargo, es difícil de ganar si sólo se hace a nivel local, regional e incluso nacional.

El Pacto de los Alcaldes es una iniciativa de la Comisión Europea para municipios progresistas que reúne a 36 países y 1800 ciudades





Alcaldes en la segunda ceremonia del pacto, Bruselas 04/05/2010

Los Alcaldes Europeos han unido las fuerzas para lograr resultados más ambiciosos, mediante el Pacto de los Alcaldes, una iniciativa de la Comisión Europea para municipios progresistas. Actualmente hay casi 1.800 ciudades que han firmado el Pacto, representando 120 millones de personas en 36 países (como la Unión Europea sólo está integrada por 27 países, se nota que este proyecto no se limita sólo a la UE). Hay 677 firmas españolas, pero más sorprendente es que también hay una firma argentina (la ciudad de Buenos Aires) y una firma de Nueva Zelanda (la ciudad de Christchurch). Aparte de estas firmas exóticas, también han firmado 55 municipios del continente europeo que no pertenecen a la UE.

Encontrando aliados locales internacionales con las mismas ideas, los ayuntamientos y las regiones de los diferentes países se pueden ayudar mutuamente y obtener resultados significativos

El Pacto de los Alcaldes nos enseña dos cosas interesantes. Primero, podemos ver que cuando los gobiernos nacionales no se comprometen lo suficientemente a una causa, los gobiernos regionales o locales pueden tomar las medidas por su mano, trabajar juntos y obtener un resultado real. Segundo, el caso del Pacto de los Alcaldes nos enseña la viabilidad de un proyecto tras-fronterizo enfocado en un asunto muy puntual y específico, y demuestra una oportunidad sumamente democrática.

En la aldea global en que vivimos, muchos problemas han pasado de ser locales a ser mundiales y, por lo tanto, las soluciones también tienen que ser globales. En el caso del cambio climático el problema sólo se puede resolver si hay un compromiso global. En otros casos el carácter continental o global no tiene por qué ser necesario, pero siempre puede asegurar mejores resultados y casi siempre tendrá su repercusión o impacto a nivel local. Esto puede suponer un obstáculo para las autoridades locales. Los diferentes pueblos regionales de Europa pueden tener diferentes prioridades y tradicionalmente las autoridades locales son las que están más cercanas al pueblo, y las primeras para saber sus necesidades. Mientras el Estado intenta darle la atención necesaria a cada una de las preocupaciones de las regiones, los votantes de cada región pueden tener la idea de que no se hace bastante para resolver sus inquietudes a nivel nacional o europeo. Saben que solos probablemente no son capaces de resolver muchos problemas con dimensión internacional, y se pueden sentir dependiente de un Estado que no les escucha. Encontrando aliados locales internacionales con las mismas ideas, los ayuntamientos y las regiones de los diferentes países se pueden ayudar mutuamente y obtener resultados significativos.

De esta forma, se pueden dedicar a aquellos problemas que más les preocupan a sus ciudadanos, y responder a ellos sin más demora. Asimismo la responsabilidad política -una de las características de la buena gobernanza- se aumenta inmediatamente.



Anne van Nistelrooy

Consultora de proyectos europeos para autoridades y organizaciones locales
annevannis@yahoo.co.uk

REGULACIÓN DE CAMPAÑAS ELECTORALES EN AMÉRICA LATINA

Hay suficientes motivos para sostener que los organismos electorales tienen la capacidad de influir sobre el comportamiento electoral de los distintos actores que participan en unas elecciones, principalmente porque tales organismos constituyen los réferis en ese “juego” que consiste en la lucha por el poder en nuestras democracias.

José Alfredo Pérez Duharte

En América Latina, la mayoría de los países han optado por elegir el modelo de administración electoral permanente y especializada, y un rasgo que resulta característico de los órganos electorales que la conforman es que constituyen las grandes reguladoras de los procesos electorales. En efecto, este tipo de instituciones son las encargadas de establecer o precisar temas a través de normas, referidos por ejemplo a cuáles son los impedimentos para la realización de propaganda política por parte del partido de gobierno, cuáles son los requisitos para ser candidatos a un cargo de elección popular, con cuanto tiempo de anticipación deben renunciar los funcionarios públicos a sus respectivos cargos si es que quieren participar de un próximo proceso electoral, o los requisitos técnicos que deben cumplir las encuestadoras para poder publicar sus encuestas. Todos estos ejemplos podrían enmarcarse dentro de lo que podríamos denominar la “regulación convencional” de los procesos electorales.

Existen también mecanismos de regulación no convencional, como por ejemplo los pactos éticos (pactos de no agresión entre partidos políticos) o distintas campañas y herramientas que se utilizan para ofrecer información a la ciudadanía, sobre los diferentes as-

pectos que intervienen en una elección. Este tipo de iniciativas son generalmente desarrolladas por organismos electorales que tienen funciones que van más allá de las estrictamente jurisdiccionales, organizacionales y fiscalizadoras del proceso electoral, como ocurre en México, República Dominicana, Panamá, Guatemala, Honduras, Colombia y Perú, por citar algunos casos.

Como los equipos de fútbol, si quieren tener buenos resultados en un juego importante, deben analizar las características principales del árbitro de la contienda, si hará frío o calor, o si el césped es natural o sintético

En el Perú por ejemplo, el Jurado Nacional de Elecciones viene implementando el proyecto INFOGOB -www.infogob.com.pe-, que no es otra cosa que un observatorio político y de gobernabilidad, en donde cualquier persona puede buscar información referida a las hojas de vida de los candidatos, los planes de

gobierno, las promesas electorales, etc. Estos proyectos, conjuntamente con las campañas de educación destinadas a orientar al ciudadano para lograr un voto informado y la utilización de tecnologías de la información y comunicación (nos referimos al uso del facebook o el twitter) han terminado por diseñar un ambiente electoral totalmente diferente al de hace algunos años.

Esto ha obligado a hacer política de una forma diferente porque las reglas de juego no son las mismas, lo cual significa sin duda alguna, un cambio en las agendas de las organizaciones políticas y candidatos en su manera de encarar las campañas electorales. Por un lado, son las organizaciones políticas las que tienen que programar sus actividades tomando en cuenta los plazos, regulaciones y otros mecanismos que establezcan los órganos electorales. Por otro, estas organizaciones tienen que ser capaces de manejar y estar al día con herramientas tecnológicas vigentes en la actualidad, como el uso del Internet o de los teléfonos celulares, sobre todo en América Latina donde cada vez más familias tienen acceso a este tipo de instrumentos. Las organizaciones políticas se verán también en la obligación de ser muy cuidadosas al momento de elegir a sus candidatos, ya que sus hojas de vida serán públicas y de fácil acceso para el ciudadano.

De cara al futuro, por parte de los organismos electorales está el reto de mejorar las reglas del juego electoral. Está pendiente todavía analizar si se tendrían que

regular las campañas electorales a través del Internet sin violar las libertades de los ciudadanos (por ejemplo, la publicación de encuestas o mensajes por twitter un día antes de la elección) o qué hacer en caso de que una persona muy conocida a nivel mediático decida ser candidato o candidata varios meses antes de una elección y aparezca todas las semanas en medios de difusión masivo con temas vinculados a su campaña (el caso de Jaime Bayly en Perú). ¿No estaría sacando ventaja sobre sus competidores?, ¿el organismo electoral tendría que intervenir?

Por su parte, las organizaciones políticas deberán poner énfasis en la formación de cuadros y equipos de campaña que sean capaces de elaborar agendas y cronogramas de trabajo considerando las reglas del juego que establezcan los organismos electorales, y los demás factores externos que puedan afectar su desempeño en el marco de los procesos electorales. Así, como los equipos de fútbol, si quieren tener buenos resultados en un juego importante, deben analizar las características principales del árbitro de la contienda, si hará frío o calor, o si el césped es natural o sintético, lo mismo deberán hacer los partidos políticos si quieren salir airosos de una elección.



Jose Alfredo Pérez Duharte

Ex-Director de la Escuela Electoral y de Gobernabilidad del Jurado Nacional de Elecciones del Perú.

jpduarte@yahoo.com

XV Edición del Diploma Internacional en Diseño y Planificación de Campañas Electorales

Madrid, del 12 de enero al 12 de marzo de 2011

Contacta con expertos y profesionales de la comunicación política reunidos en un programa académico líder celebrado en media docena de países.

Conoce en profundidad el diseño y planificación de las campañas electorales. Comparte encuentros y talleres prácticos de casos reales explicados por sus propios protagonistas.

FUNDACIÓN



Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset · C/ Fortuny, 53 (28010 Madrid)

Tif.: 91 700 41 21/31 · Fax: 91 700 41 23 · comunicacion.politica@fog.es · www.ortegaygasset.edu

CALENDARIO ELECTORAL

CITA CON LAS URNAS A AMBOS LADOS DEL ATLÁNTICO

Ana Isabel Navajas y María Ángeles Catalá

En este último semestre del año ya se han celebrado las elecciones presidenciales en Colombia; en julio, en un importante número de Estados los ciudadanos eligieron a sus gobernantes, diputados y/o alcaldes; en septiembre tuvieron lugar en Venezuela las elecciones parlamentarias.

En los próximos meses, tanto en Latinoamérica como en España, los ciudadanos tienen nuevas citas electorales para elegir a sus representantes.



Brasil. 3 de octubre (1ª vuelta) y 31 de octubre (2ª vuelta)
Brasil elige al sucesor de Lula da Silva.



Perú. 3 de octubre
Elecciones Regionales y Municipales.



Paraguay. 7 de noviembre
Elección de intendentes municipales y miembros de las juntas municipales.



Colombia. 30 de octubre
Elecciones Locales y regionales.



España.
28 de noviembre Cataluña / 29 de mayo 2011 resto de CCAA.
Elecciones Locales y Autonómicas.



México.
6 de febrero en Querétaro y Baja California / 20 de febrero en Hidalgo.
Elecciones Locales.



tns™

Nuestra comprensión de la sociedad nos hace líderes

Profundo
conocimiento
de la realidad política
y social de
nuestro país

Amplia **experiencia**
en la realización de sondeos
electorales y estudios
políticos y de opinión

Cobertura
Internacional

PANORAMA ELECTORAL DE LAS PROVINCIAS

Analía del Franco

El mapa pre-electoral 2011 se presenta altamente dinámico en Argentina. A partir de un oficialismo muy activo en el ámbito nacional, con altos niveles de gestión y mucha presencia mediática, el gobierno nacional está trabajando muy fuerte en pos de reconvertir debilidades de su estilo de conducción de cara a la sociedad. Por otro lado, una nutrida oposición, cristalizada en variopintas y disonantes voces, sin un liderazgo contundente, se enfila a una primera experiencia de "primaria" abierta como antesala a la contienda electoral.

En este contexto, la aventura del pronóstico electoral hoy toma ribetes cuasi adivinatorios. Lo cierto es que el desafío del oficialismo se presenta, en primera instancia, como dependiente de un triunfo en los distritos más populosos para lograr una buena diferencia en la primera vuelta electoral, especialmente en las provincias de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba.

Más allá de los diferentes distritos, resulta relevante para el análisis pensar de manera transversal según el tamaño de las localidades, o sea, diferenciando entre grandes ciudades, semi-urbanas y áreas rurales. En las primeras, la posición del oficialismo tiende a ser

más crítica y a medida que se avanza sobre el interior provincial, el voto tiende a mantener la situación del statu quo.

La tendencia que se observa para el 2011 es respaldar lo actual: la mitad de los distritos renovará gobernadores en el mismo sentido de los gobiernos actuales

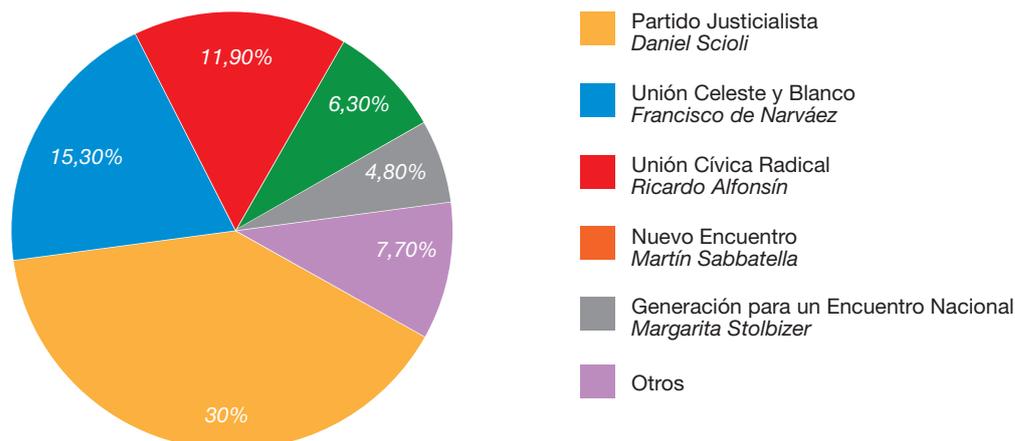
De los 24 distritos, 15 están gobernados por partidos políticos que corresponden al signo del oficialismo nacional, uno gobernado por el PRO, 5 por la UCR, 1 por la Coalición Cívica, 1 por el Movimiento Popular Neuquino y 1 por el Partido Socialista.

Considerando la elección a gobernador, la tendencia que se observa para el 2011 es a respaldar lo actual. Esto resulta muy claro en 10 provincias en las que gobierna el Frente para la Victoria, también en las provincias con partidos locales como el Movimiento Popular Neuquino o gobernadas por Frentes liderados

Elecciones Provincia de Buenos Aires

Argentina 2011

Estimación de %voto



Fuente: Ibarómetro

por el radicalismo como en Catamarca y en Santiago del Estero –aunque con diferentes posturas cada uno, opositor al gobierno nacional el primero, y oficialista el segundo-.

Buenos Aires y Santa Fe se convirtieron en provincias en las que las elecciones de medio término funcionaron a modo de advertencia.

Las provincias del norte del país, preferentemente al mando de gobernadores de signo kirchnerista, son distritos con bajo peso de electores pero con alta concentración de fidelidad al oficialismo, lo que ayudará a garantizar el piso necesario para la elección presidencial. La región sur es la más variada en el signo de sus gobernantes. En Neuquén gobierna el MPN desde 1983; en Río Negro la UCR; en Santa Cruz, de línea de conducción kirchnerista, en las elecciones legislativas del pasado año el oficialismo perdió por 2 puntos frente a la UCR. Sin embargo, ese resultado puede tomarse sólo como un mensaje electoral de medio término, no necesariamente vinculante con la elección a gobernador –especialmente bajo la hipótesis que sea la propia Alicia Kirchner la que tome la candidatura a gobernadora a su cargo-; en Chubut gobierna un justicialista enfrentado al kirchnerismo, alineado con el justicialismo disidente, y pre candidato a Presidente en 2011; finalmente, en Tierra del Fuego, quien asumiera la gobernación desde el ARI hoy está alineada con el oficialismo. Probablemente Chubut, Neuquén y Río Negro retengan el gobierno, mientras que Santa Cruz y Tierra del Fuego tengan que dedicar mayor esfuerzo en este sentido.

Buenos Aires y Santa Fe se convirtieron en provincias en las que las elecciones de medio término funcionaron a modo de advertencia. En Buenos Aires, el mensaje crítico de las urnas fue dirigido al gobierno nacional y en Santa Fe, muy probablemente al gobernador, ya que el ganador Carlos Reutemann fue un peronista disidente con sucesivas aproximaciones a ser candidato presidencial.

En Capital Federal también advertidos. El partido gobernante ganó, pero lo hizo por escaso margen –obtuvo aproximadamente 15 puntos menos que en la primera vuelta de 2007-; en segundo lugar, y sorprendentemente, se fortaleció en poco tiempo un tradicional dirigente de izquierda no orgánico.

Definitivamente, se trata de un mensaje crítico al gobierno local abriéndose una oportunidad para la oposición. Sin embargo, un ingrediente que puede modificar este decaimiento electoral es la candidatura a presidente del actual Jefe de gobierno.

En síntesis, se observa que la mitad de los distritos renovará gobernadores en el mismo sentido de los gobiernos actuales, mientras que el resto presenta dificultades por cuestiones internas y por tratarse de una votación en la que en más de 20 distritos coincidirán la elección a presidente con la de gobernador, generando el primero una tracción que puede desequilibrar las acciones particulares de los distritos.



Analía del Franco

Socióloga. Analogías SRL.

analiadel franco@yahoo.com.ar

LA CONTINUIDAD DE LA IZQUIERDA EN EL GOBIERNO

Después de dos mandatos en la presidencia, Luiz Inácio Lula da Silva, tiene a su candidata como favorita en las elecciones nacionales. La candidata del Partido de los Trabajadores (PT) tiene amplias posibilidades de victoria en la primera vuelta.

Tarson Núñez

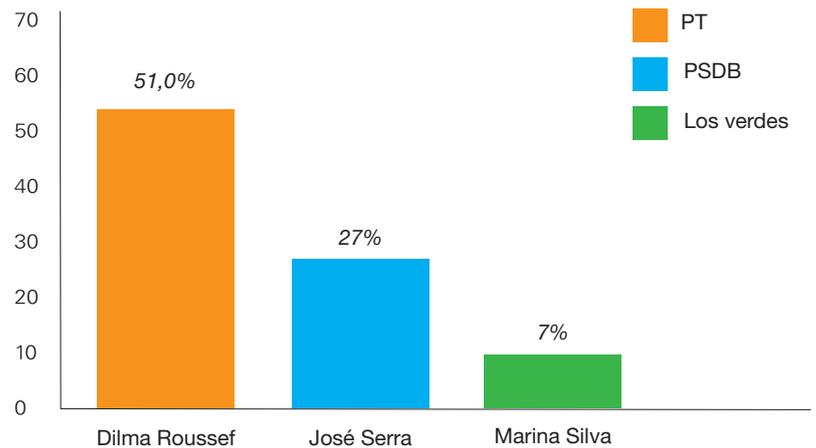
A treinta días de las elecciones en Brasil la candidata del PT, Dilma Rousseff, lidera por un amplio margen. Las últimas encuestas divulgadas en la prensa señalan la victoria de Dilma con el 51% de los votos, contra el 27% de su principal oponente, José Serra, del PSDB y el 7% de Marina Silva, de los verdes. De mantenerse este escenario, Dilma vencería las elecciones en la primera vuelta, en octubre. En relación a la encuesta anterior, realizada hace poco más de diez días, Dilma tenía el 43% y Serra el 32% del apoyo. El inicio del horario electoral en la televisión -50 minutos de la programación diaria para la propaganda política- fue muy favorable para la candidata del presidente Lula.

Dilma, una economista de 63 años, fue ministra de la Casa Civil de Lula, responsable de la coordinación política y la gestión de los proyectos del gobierno. Su trayectoria política tiene un perfil técnico: fue secretaria de Finanzas de la municipalidad de Porto Alegre a finales de los 80, secretaria de Minas y Energía del gobierno del PT en su estado en los años 90, y ministra de Lula desde 2002, primero en el Ministerio de Minas y Energía, y después en la Casa Civil. Pero nunca disputó en unas elecciones, por lo que inicialmente se dudaba de sus posibilidades de victoria. Pero el apo-

yo decidido de Lula y su gobierno, que tiene índices de aprobación popular entre 75% y 85%, contribuyeron de manera decisiva a llevarla al primer lugar.

“La desconocida ministra de Lula” no lograría superar el 15% de las intenciones de voto. Pero la realidad demostró que el apoyo popular al gobierno de Lula es mucho más consistente de lo que la oposición y los medios suponían

La situación actual es un duro golpe para la oposición, que contaba con el apoyo de la mayoría de los medios de comunicación y tenía como candidato a José Serra, gobernador del estado más rico de la federación brasileña. Hacia mediados de abril, Serra lideraba las encuestas y los analistas políticos hacían previsiones de una victoria de la oposición. A finales del año pasado, el dueño del principal instituto de opinión del país afirmaba que “la desconocida ministra de Lula” no lograría superar el 15% de las intenciones de voto. Pero la realidad demostró que el apoyo popular al go-



bierno de Lula es mucho más consistente de lo que la oposición y los medios suponían.

Nadie quiere saber de privatizaciones, desregulamentación o del alineamiento automático con Washington característicos de los dos gobiernos de Fernando Henrique

Las elecciones en Brasil oponen dos proyectos políticos muy distintos. En la oposición, una coalición de partidos de centro y derecha aglutinan las mismas fuerzas políticas que componían la base de apoyo de los gobiernos de Fernando Henrique Cardoso (1994/2002). Su composición tiene como principales fuerzas el PSDB, partido socialdemócrata identificado con la "Tercera Via" y los Demócratas, partido liberal conservador. Del otro lado, un amplio frente de centro-izquierda liderado por el PT, que va desde el Partido Comunista, el Partido Socialista, los Laboristas, hasta el PMDB, un partido que es más bien un frente heterogéneo de liderazgos regionales aglutinados por un difuso discurso liberal-demócrata.

La popularidad de Lula y de su gobierno hace que la oposición enfrente dificultades para construir un discurso coherente. Las tesis neoliberales que orientaban los gobiernos del PSDB en los años 90 son extremadamente impopulares. Nadie quiere saber de privatizaciones, desregulamentación o del alineamiento automático con Washington característicos de los dos gobiernos de Fernando Henrique. A lo que se suma el

crecimiento de la economía (que será del 7% en este año) y las políticas sociales del gobierno, que sacaron de la pobreza a más de 10 millones de personas y vienen reduciendo las desigualdades sociales en los últimos 8 años.

Con esto queda para la oposición una mezcla ambigua de discurso anticomunista heredado de los tiempos de la Guerra Fría, con una tentativa de mostrarse capaz de dar continuidad a las realizaciones del gobierno. Serra, el candidato de la oposición, utiliza la imagen de Lula en sus programas de TV, y dice explícitamente que va a continuar las realizaciones del presidente. Por otro lado, intenta explorar el pasado de Dilma, su actuación militante en la lucha contra la dictadura en los años 60/70, acusándola de "terrorista" y "guerrillera". Se acusa también el PT de vínculos con las FARC de Colombia y de ligación con proyectos políticos identificados por la oposición como autoritarios, como el de Chávez en Venezuela y Evo Morales en Bolivia.

Pero estos argumentos tienen poca eficacia ante la percepción mayoritaria de que el país está bien, y de que el gobierno del PT debe continuar. Y más allá de la popularidad personal y el carisma del presidente, aparentemente la ciudadanía se identifica con un proyecto político que busca superar definitivamente el neoliberalismo en Brasil.



Tarson Núñez

Doctorando del Programa de Postgrado en Ciencias Políticas de la Universidad Federal do Rio Grande do Sul.

tarson_nunez@hotmail.com

DOS ELECCIONES: PERÚ Y PARAGUAY

Con apenas un mes de diferencia Perú y Paraguay decidirán quienes serán sus representantes municipales en el último trimestre del año 2010.

Rafael Roncagliolo y Alberto Adrianzèn

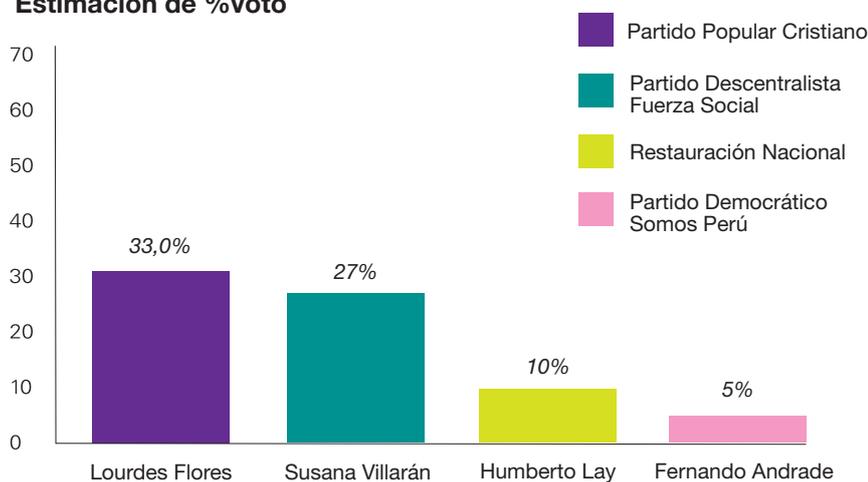
PERÚ: LA IRRUPCIÓN DE UNA IZQUIERDA MODERNA

El Perú tendrá elecciones presidenciales y parlamentarias en abril del próximo año, pero el 3 de octubre tendrá elecciones regionales y municipales.

Desde hace ya varios años, el país se caracteriza por la fractura entre la política nacional y las políticas locales. Esta fractura significa que los partidos naciona-

les, los únicos autorizados por la ley para presentar candidatos presidenciales y parlamentarios, no juegan un papel preponderante en las elecciones locales. De hecho, de los 26 gobiernos regionales, los partidos nacionales ganaron, en la última elección, apenas cuatro. El resto fue acaparado por movimientos subnacionales, todos ellos fuertemente anticentralistas, en el país históricamente más centralista y centralizado de la región.

Elecciones Municipales en Lima Estimación de %voto



Fuente: IOP, Septiembre 2010

En el paisaje electoral de hoy, la fractura se expresa en la ausencia de candidatos regionales y locales de los partidos correspondientes a los principales candidatos presidenciales: el alcalde de Lima, Luis Castañeda; el ex-presidente Alejandro Toledo; el nacionalista Ollanta Humala y Keiko Fujimori, hija del expresidente Alberto Fujimori. Ninguno de ellos lanza candidatos para Lima metropolitana, la ciudad que alberga a un tercio del electorado nacional.

La candidata que encabeza hoy las encuestas de intención de voto para la Alcaldía limeña es Lourdes Flores Nano, quien, al frente del Partido Popular Cristiano viene de perder, frente al presidente Alan García, las dos últimas elecciones presidenciales (2001 y 2006).

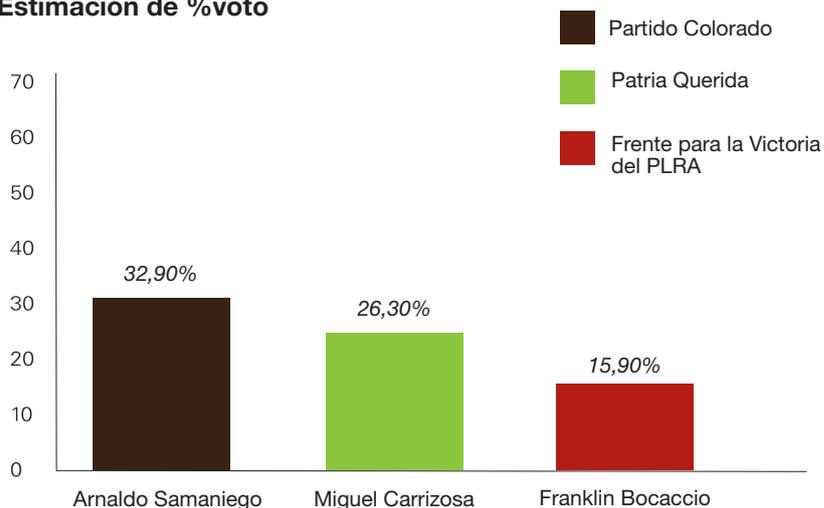
Meses antes de dar comienzo la campaña, el otro candidato de fuerza era Alberto Kouri, actual Presidente Regional del Callao, cercano a los fuji-moristas, quien fue tachado y eliminado de la competencia precisamente por no residir en Lima. La sorpresa ha sido el surgimiento de una candidatura de izquierda moderada, la de Susana Villarán, apoyada por partidos tradicionales de la izquierda, como el Partido Comunista "Patria Roja". Si bien Lourdes Flores sigue siendo la favorita (con más de 30% en la intención de voto), una votación importante de Susana Villarán (que recibe actualmente en las encuestas el 20%, con marcada tendencia al alza), puede cancelar una historia de tres décadas en las que la izquierda peruana, golpeada por Sendero Luminoso y por sus propias incapacidades y divisiones, ha perdido en Lima el apoyo que ostentó en los años ochenta, bajo el liderazgo de Alfonso Barrantes e Izquierda Unida. Ello podría alterar sustantivamente el panorama de las elecciones presidenciales y parlamentarias del próximo año. Pero falta ver qué efecto tendrá la campaña de demolición y satanización de Villarán, orquestada por un sector de la prensa y por la derecha peruana.

PARAGUAY: LOS DILEMAS DE LUGO

En febrero de este año, el Tribunal de Justicia Electoral convocó a elecciones municipales para el 7 de noviembre próximo. Los paraguayos tendrán que elegir alcaldes y concejales en las 237 alcaldías en todo el país por un periodo de cuatro años. En Asunción, capital de ese país, además del alcalde tendrán que votar por una junta municipal conformada por 24 concejales titulares e igual número de suplentes, mientras que en los municipios del interior del país las juntas tendrán entre 12 y 9 concejales con sus respectivos sustitutos. En la anterior elección municipal, en el 2006, ganó el partido Colorado, hoy opositor al gobierno elegido en 2008 del ex-obispo y seguidor de la Teología de la Liberación, Fernando Lugo. Según

Elecciones en Asunción, Paraguay 2010

Estimación de %voto



las últimas encuestas, el posible ganador en Asunción sería el candidato del Partido Colorado, Arnaldo Samaniego, con una intención de voto del 32,9%, seguido por el senador del partido de centro derecha Patria Querida, Miguel Carrizosa con 26,3% y el liberal Franklin Bocaccio con 15,9% aliado ambiguo y contradictorio del gobierno de Lugo.

El dilema de hierro del presidente Lugo, que llegó al gobierno conformando una gran coalición llamada Alianza Patriótica para el Cambio, es si apoya una lista propia integrada básicamente por grupos de izquierda y socialdemócratas, o si más bien opta, como sucedió en el 2008, por una gran coalición para impedir el triunfo del Partido Colorado. Hasta el momento, los partidos que pueden ser calificados de izquierda y que participan en esta elección no han logrado convencer a una mayoría de electores capaces de ganar a los Colorados, según los últimos sondeos. Y si bien la capacidad de gobierno de la coalición oficial no anda del todo bien como consecuencia de una serie de desacuerdos internos –hay que recordar que Lugo sólo cuenta con cinco congresistas leales– para muchos analistas ello es ya un mérito en un país donde el Partido Colorado ha gobernado por décadas. Por eso, las próximas elecciones municipales, son, acaso, el principal barómetro previo a las generales del 2013.



Rafael Roncagliolo

Jefe de Misión para el Perú, Internacional IDEA (2009 – 2010) . Instituto para la Democracia y Asistencia Electoral Internacional).

R.Roncagliolo@idea.int

COMUNICAR COMO UN ESTADISTA

Los alcaldes son estadistas pero suelen tener un modo de comunicar que no suele asimilarse como discurso de estadista. Este último, tiene una serie de características que no los hace supeditados a una comunicación de tipo inventarial contable centrada en hechos, sino que apelan más a una construcción simbólica de un mito de gobierno. Además, cuando los alcaldes se proyectan electoralmente en un nivel superior, suelen sufrir desacoples discursivos que restan eficacia política. En este artículo se presenta un conjunto de recomendaciones para alcaldes con proyección política.

Mario Riorda

¿QUÉ SIGNIFICA QUE UN GOBERNANTE HABLE O DEBA HABLAR COMO UN ESTADISTA?

Probablemente que genere un discurso que apele a:

1. Intentar obtener apoyo explícito y constante.
2. Explicar y hacer pedagogía de sus ideas y principales políticas.
3. Defender sus ideas políticas y defenderse de los ataques hacia ellas, diferenciándose de los otros.
4. Coordinar táctica y estratégicamente sus acciones discursivas evidenciando oportunidad política.
5. Resguardar a las instituciones que representa o desde las que habla, transmitiendo la importancia de esa responsabilidad.
6. Generar convicción en la transmisión de su visión propendiendo a difundir una visión sagrada del futuro, un "mito de gobierno".
7. Transmitir valores y postulados ideológicos que representen una "religión cívica" que motive y de ganas seguirla.

Como síntesis, podría afirmarse que un discurso de "estadista" requiere de algún nivel de abstracción que sustente la "visión política" del gobernante, es decir, de la "metapolítica" que simbolice la dirección, voluntad y justificación de las políticas.

Existe una idea de rendición de cuentas como motivador de los apoyos y una concepción claramente retrospectiva en este discurso centrado en lo que se hace o se hizo.

Y LOS ALCALDES, ¿NO SON ESTADISTAS?

Un alcalde también es un estadista pero, excepcionalmente en escalas macro de grandes ciudades, los alcaldes de ciudades medianas y pequeñas, así como de pueblos, no suelen tener un nivel retórico que apele sistemáticamente a ese nivel de abstracción condensa-

do en esas siete características definidas como propias de un discurso al nivel de “estadista”.

Podría afirmarse que la pura ejecutividad, las acciones plasmadas, la idea de hablar gubernamentalmente desde los hechos con números, tablas, gráficos, apelando a la autoridad de otros, demuestran un incesante estilo de comunicación de tipo “inventarial contable”. Corresponde a un modo denotativo de lo que se comunica, es decir, tratar de describir (y comunicar) las cosas tal cual son, poniendo énfasis en la relevancia sin estimular mucho la imaginación ni la emoción.

Aún con un poder retórico menor, debido a una unilateralidad del mensaje, depende de la incontrastabilidad de los hechos que se muestran, se trate de una obra o de un servicio, siempre con la idea de asentar o “contabilizar” los logros del gobierno en la mente de los ciudadanos y aumentar el apoyo en la opinión pública. Existe una idea de rendición de cuentas como motivador de los apoyos y una concepción claramente retrospectiva en este discurso centrado en lo que se hace o se hizo. El mejor modo de construir consenso es la acción para este estilo local de comunicación. Y no les va nada mal.

Un estilo de comunicación informativa debe ser complementado con un estilo en donde un “estadista” sea un verdadero “maestro de ceremonias”, en donde se produzca un cambio de prioridades quitado el peso exclusivo de las news, y compartiéndolo con las views.

EL SALTO DE ESCALA PRODUCE UN DESACOPLE

Esta diferencia de estilos discursivos según el nivel de gobierno del estadista que se trate, suele notarse cuando un alcalde se proyecta electoralmente a una instancia gubernamental superior (región, departamento, provincia, estado). La falta de ejercicio y uso regular de un estilo de comunicación simbólico, suele plantear dificultades en la construcción de sentido social

y político de sus propuestas para que se constituya en fuente generadora de consensos. El campo de la argumentación no es ilimitado, sino que se circunscribe a los ámbitos de lo verosímil, lo plausible y lo probable, pero ello no conlleva a aseverar que sólo los hechos construyen consenso.

Subir la apuesta a un mayor nivel de abstracción, apelar a valores, defender e instalar el “mito de gobierno”, son modos interesantes de practicar un discurso que hace bien en lo local.

Por eso, un estilo de comunicación informativa debe ser complementado con un estilo en donde un “estadista” sea un verdadero “maestro de ceremonias”, en donde se produzca un cambio de prioridades quitando el peso exclusivo de las news, y compartiéndolo con las views, es decir, no sólo la actualidad de los hechos debe hacerse presente, sino además, la narrativa del mito de gobierno.

SIEMPRE SERÁ, PERO...

En definitiva, a cualquier nivel de gobierno un discurso de un gobernante siempre será un discurso de estadista en sus formas. Pero en su esencia, la inmediatez de los hechos y la inmediatez de las respuestas públicas, suelen opacar la concepción de un discurso a escala local para que a este se le entienda como de un estadista en el sentido de las características que lo definen como tal.

Subir la apuesta a un mayor nivel de abstracción, apelar a valores, defender e instalar el “mito de gobierno”, son modos interesantes de practicar un discurso que hace bien en lo local, que no contradice la comunicación “inventarial contable” y su lógica de consenso, pero además posibilita que un gobernante, en su proyección política al subir de nivel, tenga más eficacia discursiva y política.



Mario Riorda
Político y Consultor Político
marioriorda@yahoo.com.ar

DESARROLLO DE PROGRAMAS Y CAMPAÑAS DE MARKETING SOCIAL

“La gran mayoría de las políticas públicas hoy en día tienen como objetivo modificar el comportamiento de las personas. A lo largo de la última década nuestra capacidad de interpretación y de influencia en el comportamiento de los ciudadanos ha aumentado significativamente y esto permite nuevos enfoques y nuevas soluciones”. Prólogo al documento de debate de Office of Cabinet del Reino Unido, 2010.

Vicente Castellanos

No es fácil para los organismos y entidades públicas (Administración, Servicios Públicos, Organizaciones de carácter social) llevar a cabo acciones encaminadas a mejorar o corregir determinadas pautas de conducta bien arraigadas en determinados targets o colectivos sociales: comportamientos como el exceso de velocidad al volante, el consumo de alcohol o tabaco, o las conductas de violencia de género son en general comportamientos complejos y bien afianzados entre determinados colectivos.

El Gobierno y las ONGs tienen cuatro herramientas básicas disponibles para promover el cambio de conducta en las personas: la educación, la persuasión, el control y el diseño. El uso de la investigación social ayudaría a obtener una mezcla óptima de herramientas de cambio conductual que maximicen las posibilidades de éxito del programa. El proceso general se muestra en el Gráfico 1.

El resultado del proceso –implementar una estrategia de cambio y lanzar un programa de intervención– supone necesariamente una concatenación de pasos que abarca, desde el conocimiento de los principios desencadenantes del operativo, hasta su desarrollo en una

serie de acciones de marketing y campañas de comunicación –así como su posterior evaluación–.

El exceso de velocidad al volante, el consumo de alcohol o tabaco, o las conductas de violencia de género son en general comportamientos complejos y bien afianzados entre determinados colectivos

Para ello la investigación social se plantea como un método altamente eficaz en el diseño, selección y manejo de los elementos más adecuados dentro del área del marketing sociopolítico.

Desde nuestra experiencia en TNS, para este tipo de proyectos es preciso analizar seis dimensiones:

- 1. La percepción de la relación coste – beneficio** asociada al cambio de conducta –¿qué ganan los ciudadanos cambiando sus costumbres?–.
- 2. La legitimidad asociada a la demanda de cambio** de conducta –¿cree la gente que el planteamiento de

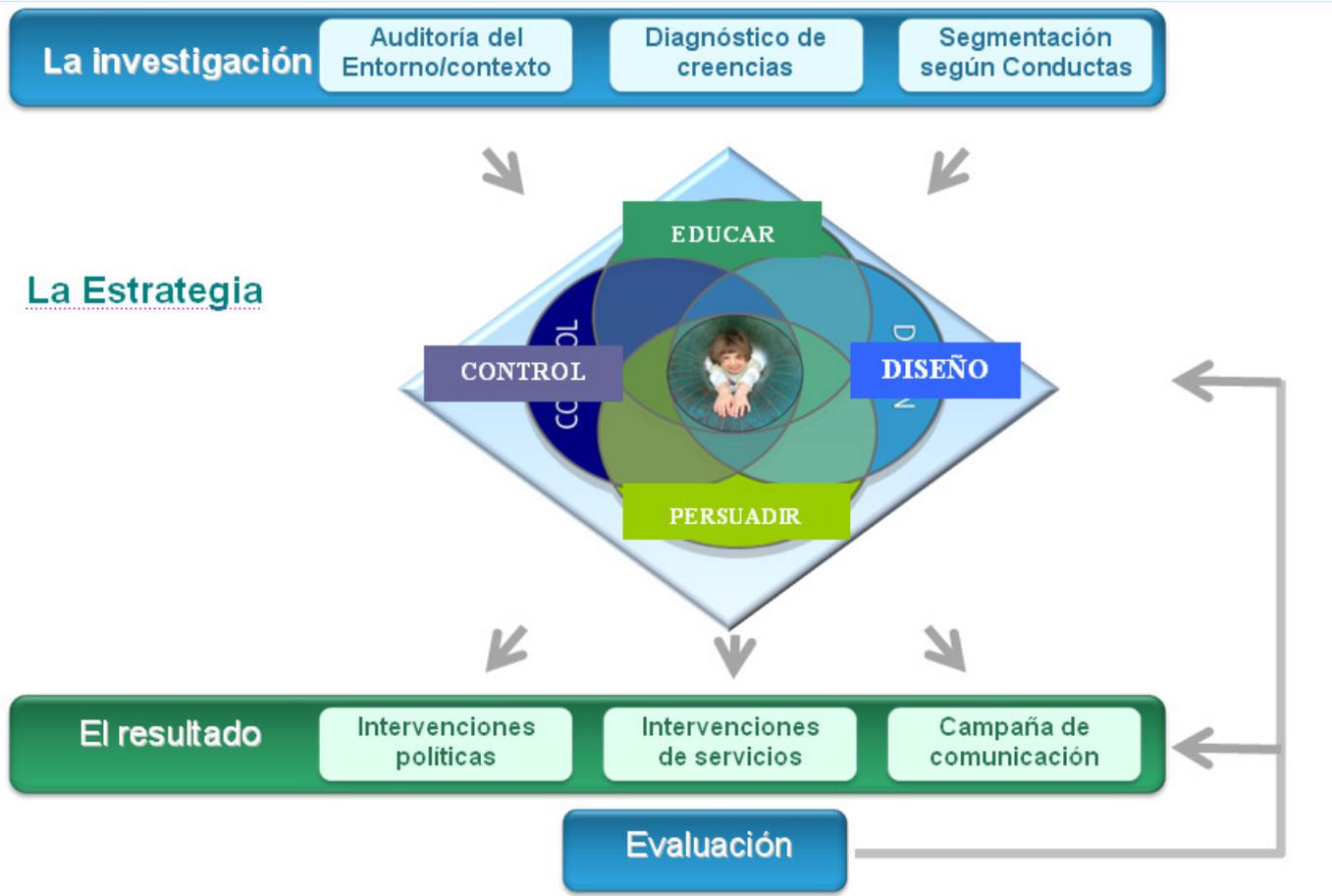


Gráfico 1. Proceso General para el diseño de Programas y Campañas de Marketing social.

las autoridades sobre la cuestión está justificado y es “justo”?-.

3. Las normas sociales, es decir, las opiniones de personas importantes que pueden tener una influencia relevante en la posibilidad de que las personas adopten nuevas conductas.

4. La eficacia de la nueva propuesta, que el cambio que se les pide dará como resultado lo que se persigue -¿reciclar sus basuras realmente ayudará a reducir el cambio climático?-.

5. La justificación argumental utilizada para soportar la conducta a modificar.

6. Y, por último, las creencias sobre la Moralidad exigida a la nueva conducta -¿es la nueva conducta la “correcta”?-.

Desde TNS proponemos utilizar las teorías más actuales para entender y explicar el cambio de actitudes y para dar un enfoque pragmático y sistemático en este

tipo de investigación –un enfoque para ayudar a los clientes tanto a desarrollar e implementar programas de cambio conductual con éxito, como a evaluar la efectividad de estos programas-. Dentro del grupo TNS hemos acumulado una gran experiencia en la investigación del cambio de conducta, y hemos ayudado a desarrollar y evaluar programas de marketing social en una gran gama de áreas políticas, entre las que destacamos:

- programas de prevención y lucha contra el tabaquismo, la obesidad, el alcoholismo y la drogadicción,
- la promoción de la salud sexual,
- el cuidado de los mayores,
- la prevención de accidentes,
- la Seguridad Vial,
- la lucha contra el Cambio Climático, etc.



Vicente Castellanos
 Director de Proyectos –TNS Demoscopia
 tns.es@tnsglobal.com

DIEZ CLAVES DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

“No hay más verdad que la que se percibe”, decía Goethe, y así es. La importancia de dar a conocer quiénes somos y hacerlo bien -como reza el lema de las Relaciones Públicas-, es básico para que nuestra institución sea reconocida y percibida positivamente por los diferentes públicos objetivo.

Miriam Poves

Gestionar correctamente las acciones comunicativas de nuestra institución comienza por estar pendiente de los cambios que acontecen cada día, saber a quién hemos de dirigirnos en cada momento, qué hemos de decir, cuándo y cómo transmitirlo dentro de la ingente cantidad de mensajes que nos bombardean día a día. Correcto, pero, ¿por dónde empezamos? Analicemos algunos elementos esenciales que pueden ayudarnos a desarrollar todo ese proceso:

- 1.** Elaborar un plan de comunicación que resuma todo nuestro proyecto institucional en términos de imagen y que se oriente a transmitir sus atributos.
- 2.** Incluir un plan de comunicación online dentro de ese plan de comunicación general. El plan 2.0 debe estar perfectamente alineado con los intereses y objetivos de la comunicación institucional, debe involucrar al equipo y, en general, a los públicos objetivo en las distintas acciones on-line, de cara a tener la máxima repercusión en buscadores, agregadores, foros, bitácoras, redes, etc.
- 3.** Definir nuestra estrategia comunicativa y concretarla en objetivos operativos, medibles y evaluables. Las mejores estrategias son aquéllas que podemos saber si cumplen sus objetivos o no.

Las claves se pueden sintetizar en dos: la importancia de la reputación corporativa y el desarrollo de la comunicación online

- 4.** Centrar nuestro trabajo en la reputación institucional. En la década de los noventa, la actividad de comunicación se focalizaba en la “imagen institucional o corporativa”, y ya en 2010 se consolida la “reputación institucional o corporativa” como el aspecto crucial dentro de la gestión de la comunicación.
- 5.** Poner a un profesional de la comunicación al frente de la gestión. La percepción que se tiene de nuestra institución es demasiado importante como para que esté a cargo de un aficionado.
- 6.** Situar al responsable de comunicación a nivel gerencial, es decir, en contacto directo con la dirección general e integrado en el *management* de la institución.
- 7.** Escoger un estilo de comunicación diferenciado que nos permita distinguirnos y reafirmar nuestra identidad corporativa.
- 8.** Implicar a los distintos públicos objetivo en el de-

sarrollo de las acciones de comunicación.

9. Evaluar periódicamente nuestros resultados. Analizar en qué medida estamos cumpliendo los objetivos previstos, para saber qué hay que rectificar o en qué hemos de incidir.

10. Implementar novedades, subsanar errores y aplicar buenas dosis de creatividad.

Y como en todo buen decálogo, las claves de la nueva comunicación institucional se pueden sintetizar en dos: la importancia de la reputación corporativa y el desarrollo de la comunicación online. Tal y como indica Iván Pino en «Del 1.0 al 2.0»: *“la reputación no se constituye mediante anuncios ni titulares. Es mucho más intensa. Suma el conocimiento y valoración que alcanzamos contrastando experiencias y opiniones con otras personas a las que consideramos informadas”*. Y, precisamente por eso, porque las experiencias y opiniones hoy no tienen fronteras, hemos de prestar especial atención a la comunicación en el mundo 2.0.



Miriam Poves

Consultora de comunicación
miriamp2000@yahoo.es

LAS 10 CLAVES

1. Elaborar un plan de comunicación.
2. Incluir un plan de comunicación online.
3. Definir nuestra estrategia comunicativa.
4. Consolidar la “reputación institucional”.
5. Contar con un profesional de la comunicación.
6. Y ponerlo en contacto directo con la dirección general de la institución.
7. Escoger un estilo de comunicación distintivo.
8. Implicar a los distintos públicos objetivo en la comunicación.
9. Evaluar periódicamente nuestros resultados.
10. Implementar novedades, subsanar errores y aplicar buenas dosis de creatividad.

Buena Práctica en
Gestión Pública 2010

Master

en Gobernabilidad y Procesos Electorales



Diplomado en Democracia, Gobernabilidad y Gobernanza
Diplomado en Administración Electoral
Diplomado en Comunicación política y electoral

El Máster en Gobernabilidad y Procesos Electorales ha sido calificado como Buena Práctica en Gestión Pública 2010, pasando así a formar parte de un selecto grupo de experiencias exitosas, replicables y necesarias para el desarrollo de la democracia.



LA IMPORTANCIA DEL PRESUPUESTO PARTICIPATIVO DE PORTO ALEGRE

En la actualidad, cuando mucho se discute respecto a la incorporación de los ciudadanos en los procesos de deliberación de políticas públicas, el presupuesto participativo de Porto Alegre aparece como una de las principales propuestas para ampliar la inclusión ciudadana en el marco de los gobiernos locales.

Alfredo Alejandro Gugliano

Los presupuestos participativos son una de las principales propuestas para incluir a los ciudadanos en el proceso de deliberación de las políticas públicas a nivel local. Aún teniendo variaciones cuando es aplicado en distintas ciudades, un punto en común es que la propuesta está fundamentada en la creación de un conjunto de estructuras a partir de las cuales la población es llamada a opinar y decidir, en la mayoría de los casos, sobre la política de inversiones del poder público.

El presupuesto participativo de Porto Alegre es una de las más estables prácticas gubernamentales de inclusión de los ciudadanos en la gestión pública

El origen de los presupuestos participativos puede encontrarse en un conjunto de ciudades brasileñas. No son más que seis, los municipios dirigidos por el Movimiento Democrático Brasileño (MDB) los que, entre los años setenta y ochenta, intentaron realizar reuniones de vecinos para debatir inversiones del Ayuntamiento en las comunidades, aunque el resultado de éstas no tuvo gran éxito. En su inicio, el nombre adoptado por estas actividades no fue el de presupuesto participativo, siendo utilizado por regla general una denominación genérica para identificar la participación popular en la gestión pública como, por ejemplo, el





Alcalde José Fortunati durante su visita a las obras del OP en Restinga. 10/09/2010. www.portoalegre.rs.gov.br

proyecto: “todo el poder viene del pueblo”, en la ciudad de Pelotas, Rio Grande do Sul, que duró apenas un año (1984).

Porto Alegre es considerado, entre las metrópolis con más de un millón de habitantes, la ciudad con mejor IDH de Brasil.

Con la victoria del Partido de los Trabajadores (PT), en las elecciones para la Ayuntamiento de Porto Alegre, en 1988, la estrategia de ampliar los espacios de interlocución entre el gobierno municipal y los ciudadanos fue reanudada y, a partir de 1989, se inició el proyecto que hoy es conocido como presupuesto participativo de Porto Alegre, siendo considerado como una de las más estables prácticas gubernamentales de inclusión de los ciudadanos en la gestión pública.

El presupuesto participativo de Porto Alegre está basado en un amplio sistema de reuniones que desarrollan, de manera especial, un conjunto de mecanismos de democracia directa, pero también elementos de democracia representativa, siendo sus principales actividades las asambleas y las reuniones del consejo del presupuesto. En el caso de dicha ciudad son realizadas asambleas en 17 regiones, basadas en criterios de vivienda, así como 6 asambleas temáticas, centradas en asuntos estratégicos.

En las asambleas pueden participar cualquier habitante de la ciudad con más de 16 años e influir en las decisiones sobre las inversiones del presupuesto público en el año corriente. Por otra parte, el Consejo del Presupuesto Participativo está formado por dos repre-

sentantes elegidos de cada asamblea regional y temática, con sus respectivos suplentes, así como un representante del sindicato de los funcionarios públicos del municipio (SIMPA –Sindicato dos Municípios de Porto Alegre) y un representante de la organización social que reúne todas las asociaciones de vecinos de la ciudad (UAMPA –União das Associações de Moradores de Porto Alegre). Los representantes del Ayuntamiento participan en esta instancia con la condición de observadores, sin derecho a voto.

Aún siendo una estructura importante, el papel del Consejo del Presupuesto Participativo es principalmente ejecutivo y no deliberativo, centrando sus actividades especialmente en la orientación de las decisiones de las diversas reuniones de ciudadanos para el Ayuntamiento y controlando su cumplimiento.

El Banco Mundial desde el 2000 viene publicando varios documentos que apuntan esta propuesta como un ejemplo de buena gobernanza

Varios elementos pueden ser apuntados para el éxito del presupuesto participativo de Porto Alegre. Uno de ellos es el expresivo número de participantes que se movilizan con las reuniones anualmente. En 2009, por ejemplo, fueron 14.300 portoalegrenses, algo más del 1% del total de electores de la ciudad, que participaron de un amplio proceso no solo de votación, sino principalmente de discusión de propuestas respecto a las prioridades para las inversiones públicas en toda la ciudad.



Igualmente, hubo un efecto positivo de la propuesta en términos de las mejoras de varios indicadores sociales relacionados con las inversiones municipales, en la medida en que la propia población pasó a apuntar las prioridades urgentes para las acciones del poder público. Como consecuencia, Porto Alegre es considerado, entre las metrópolis con más de un millón de habitantes, la ciudad con mejor IDH de Brasil. Otro aspecto importante a destacar es que, después de la experiencia de Porto Alegre, hubo una acelerada reproducción de presupuestos participativos a nivel internacional. Prácticamente en todos los continentes es posible contabilizar varios centenares de ciudades en las cuales se aplica esta propuesta, resultando que en América Latina existen algunos países, como Perú, con legislaciones nacionales que estimulan procesos participativos en el debate del presupuesto público.

Más de veinte años después de las primeras reuniones de la propuesta, es posible afirmar que el desarrollo de presupuestos participativos conquistó numerosos admiradores, implicándose desde organizaciones sociales de izquierda hasta agencias económicas con un perfil tradicional. Por ejemplo, el Banco Mundial des-

de el 2000 viene publicando varios documentos que apuntan esta propuesta como un ejemplo de buena gobernanza.

Impulsado por el éxito del presupuesto participativo, el PT dirigió el Ayuntamiento de Porto Alegre por dieciséis años consecutivos, siendo derrotado en las elecciones de 2004, así como en 2008, por una coalición de partidos formada, entre otros, por el Partido Popular Socialista (PPS) y el Partido del Movimiento Democrático Brasileño (PMDB). Varios analistas apuntan que, después de la derrota del PT, el presupuesto participativo decayó mucho, y se produjo una disminución de la participación en las asambleas, así como una reducción del presupuesto gubernamental dedicado a atender las propuestas aprobadas en las asambleas de ciudadanos, entre otros aspectos. No obstante, éste será un asunto a tratar en otra ocasión.



Alfredo Alejandro Gugliano

Profesor del Dept. de Ciencia Política y del Programa de Postgrado en Ciencia Política de la Universidad Federal do Rio Grande do Sul.
alfredogugliano@hotmail.com



Asamblea Municipal en la sede social del Club de Comercio. 13/08/2010
www.portoalegre.rs.gov.br



FUNDACIÓN AXENCIA
ENERXÉTICA PROVINCIAL
DA CORUÑA

La diputación de La Coruña impulsó la creación de la Axencia Enerxética Provincial da Coruña, constituída en fundación el 10 de mayo de 2006, con el objetivo de implicar a todos los agentes públicos y privados en la promoción de las energías renovables y en la aplicación de acciones de ahorro y eficiencia energética

FAEPAC forma parte de un consorcio transnacional con tres agencias de energía Europeas para llevar a cabo el proyecto comunitario Intelligent Energy Europe de apoyo a iniciativas que fomenten el uso de las energías renovables.

SERVICIOS

Faepac dirige sus actuaciones a municipios, centros de enseñanza y a diversos organismos públicos y privados que deseen aplicara mejoras en la gestión de la energía, campañas de sensibilización, actividades formativas, etc....

- ◆ Organización de eventos en materia energética: jornadas, exposiciones, conferencias, etc..
- ◆ Realización de estudios energéticos
- ◆ Información sobre ayudas y subvenciones
- ◆ Organización de acciones formativas en energías renovables e instalaciones energéticas
- ◆ Elaboración de publicaciones relacionadas con la utilización racional de los recursos
- ◆ Fomento de la participación de los agentes locales en actuaciones destinadas al uso racional de la energía.
- ◆ Asesoramiento tecnológico y campañas de sensibilización .
- ◆ Impulso a la instalación de empresas de energías renovables
- ◆ Seguimiento constante de la situación energética de la provincia a través del observatorio de la entidad.

CASA DA ENERXÍA

Rúa Alcalde José Vilaboy Pajón s/n 15.320 As Pontes de García Rodríguez

Www.faepac.org — info@faepac.org — Telf: 981 102 111

Energy Management Agency

Intelligent Energy  Europe

GIANFRANCO PASQUINO

EL LIDERAZGO SE

GANAN CON LAS IDEAS

Con motivo de la inauguración de la Escuela de Gobierno del Instituto Universitario Ortega y Gasset de Argentina hablamos con Gianfranco Pasquino sobre la gobernabilidad frente al reto de la crisis económica.

Adrián González Aón y Antonio Garrido

Gianfranco Pasquino dixit

- 1. Los líderes políticos siguen pensando que el poder político nacional es más importante que el poder político europeo. Creo que es un error.*
- 2. En los próximos cinco o diez años creo que una nueva clase política europea va a surgir.*
- 3. El MERCOSUR tiene una ventaja sobre la UE que es el idioma común.*
- 4. Obama va a ser la prueba de que los presidentes de Estados Unidos no son todopoderosos.*
- 5. No creo que sea una buena idea para Argentina importar el semi-presidencialismo.*

La trayectoria de Gianfranco Pasquino sorprende entre los estudiosos de la ciencia política. Combina, como pocos, las dos facetas weberianas, del político y el científico. En su actividad política, fue elegido tres veces senador, siendo un miembro muy activo de la Comisión constitucional de la Cámara y de la Comisión bicameral creada en su país para la reforma institucional. Recientemente, fue también candidato a la alcaldía de Bolonia.

Su historia es la de un estudioso con talento que tuvo la fortuna de formarse con Norberto Bobbio en la Universidad de Turin, su ciudad natal, y más tarde en Florencia, con su otro maestro, Giovanni Sartori. Cuarenta años después, el profesor Pasquino ha publicado más de setenta libros, abordando en su obra todos los grandes temas de la política contemporánea.

Pasquino es actualmente profesor en Ciencia Política de la Universidad de Bolonia, profesor de la Universidad John Hopkins en Estados Unidos y miembro de la Academia Nazionale en Italia. El pasado mes de agosto ofreció una conferencia en Buenos Aires, en la sede de la Escuela de Gobierno del Instituto Universitario Ortega y Gasset de Argentina, en la que disertó sobre la crisis económica actual y diseccionó los problemas que ésta representa para la estabilidad política en Europa y América y para la gobernanza global.

Después de terminada su intervención se dispuso a analizar para MÁS PODER LOCAL algunas de las tendencias políticas emergentes a las que había hecho referencia en su alocución. En su discurso se deslizaron algunas críticas respecto a lo que ha terminado siendo

Gianfranco Pasquino (a la derecha) en la conferencia celebrada en la Escuela de Gobierno de la IUOG-A, en Buenos Aires



la Unión Europea en términos de construcción política o sistema político.

¿Por qué, en términos políticos, pese al evidente éxito económico del proceso de integración, no se ha desarrollado en el continente un liderazgo regional por encima del de sus Estados-nación?

El proceso de unificación política continúa produce cada día elementos políticos que generan problemas de coordinación, que derivan del hecho de que la construcción de la UE se encuentra aún en progreso y cambia porque hay otros actores. Una cosa es construir una UE con quince países y otra cosa con veintisiete países y con otros que quieren adherirse a la UE, como los países bálticos y Turquía.

Tiene problemas porque no hay una clase política europea. Los líderes políticos siguen pensando que el poder político nacional es más importante que el poder político europeo. Creo que es un error. Es mejor ser presidente de Europa que del gobierno español o del gobierno sueco. La construcción de una clase política se da cuando hay competencia entre partidos políticos, actores políticos y proyectos políticos. Se trata de un problema institucional. En los próximos cin-

co o diez años creo que una nueva clase política europea va a surgir. Es una cuestión de maduración, de toma de conciencia de que los Estados nacionales no controlan los procesos complejos sino que lo hace la UE. En este momento, la mayoría de los políticos nacionales de calidad van a intentar convertirse en políticos europeos.

¿Podría ser, le insistimos, la experiencia de la UE, desarrollando primero un proceso de integración económica, logrando una moneda única, para después centrarse en la vía política, un modelo a trasladar al MERCOSUR? ¿Es la vía correcta o puede haber un camino inverso?

Es el camino tradicional del funcionalismo: un poco de economía, un poco de derechos y un poco de intercambios comerciales y todo eso genera situaciones exitosas que producen un impulso a elementos políticos. El MERCOSUR tiene una ventaja sobre la UE que es el idioma común, entonces es posible crear situaciones donde se comunica lo que acontece, lo que ocurre para obtener el apoyo de la población que es necesario. Es posible tener partidos transnacionales cuando hay un idioma común. Creo que el MERCOSUR va crecer rápidamente.

Para impulsar ese proceso en América es necesario un fuerte liderazgo, pero muchos analistas se muestran de acuerdo en que un liderazgo como el de Brasil puede complicar de algún modo el proceso de integración regional. No es ésta, sin embargo, una preocupación para el doctor Pasquino, cuya visión sobre el liderazgo entre naciones es distinta:

El liderazgo no es un problema de números. Brasil tiene los números, es decir habitantes, un poco de poder económico más, pero el liderazgo es producto de la capacidad de los líderes, entonces no se puede excluir de ninguna manera. El liderazgo puede ser de un presidente argentino, chileno, colombiano, no quiero decir venezolano porque no es el caso. El liderazgo se gana con las ideas y con la capacidad de interrelacionarse con otros líderes. No se trata de tener un liderazgo eterno sino contar con muchos líderes que colaboren.

¿Cuáles son las ventajas e inconvenientes de algunas de las locomotoras mundiales, como Rusia, China o India que lideran, junto a Brasil, el desarrollo económico global?

China e India tienen como ventaja la cantidad de habitantes y su potencialidad. India tiene mayor



Gianfranco Pasquino (centro) en otro momento de la conferencia.

potencialidad que China porque dispone de tecnología más avanzada, mientras que China va a sufrir tensiones, porque el crecimiento produce tensiones, y porque es un momento en el que los ciudadanos piden mayores derechos.

Respecto a la esperanza que ha suscitado a nivel mundial el nuevo liderazgo del presidente Barack Obama, puso de relieve sus dificultades y limitaciones.

Obama va a ser la prueba de que los presidentes de Estados Unidos no son todopoderosos, porque tienen un congreso que tiene mucho poder y senadores que incluso tienen más poder que el presidente. Las expectativas fueron demasiado altas. El presidente debe construir consenso primero dentro del Congreso y luego en la sociedad americana. Es un problema de experiencia, de tiempo, de decisiones que funcionen. Creo que la reforma del sistema sanitario y la introducción de reglas que controlen el mercado fueron buenas decisiones. Creo que en dos años estas decisiones tendrán consecuencias colectivas que permitirán que Obama aumente su poder político.

Finalmente, abordamos con él las perspectivas de una reforma del presidencialismo en la región,

ya que Pasquino, como Sartori, es un notable defensor del semi-presidencialismo. ¿Le parece ésta una alternativa viable para lograr una mayor gobernabilidad en las democracias de América Latina?

No soy de los que apoyan la idea de que se pueden importar o exportar modelos constitucionales. Se pueden perfeccionar los modelos constitucionales que existen. Los modelos presidencialistas funcionan bien en Brasil, Chile, Colombia, que tienen una situación social complicada, y también en Argentina. Se puede utilizar el semi-presidencialismo cuando se crea un sistema político totalmente nuevo, como en los regímenes de Europa del Este o en Taiwán, pero no creo que sea una buena idea para Argentina importar el semi-presidencialismo.

Tampoco a nivel de la UE el modelo de gobierno puede ser semi-presidencialista porque produciría tensiones entre el Presidente y el Primer Ministro de Europa. Lo que se necesita es un jefe que cuente con el apoyo de los partidos europeos, no dos cabezas.

Terminamos nuestra conversación hablando sobre el futuro de la ciencia política como disciplina. Pasquino, reafirmando su escepticismo sobre determinados

enfoques que han predominado en los últimos años, compartiendo la crítica efectuada por otros grandes estudiosos de la materia como Juan Linz, Dieter Nohlen o su maestro, Giovanni Sartori, a la simplificación y el reduccionismo teórico y metodológico de los enfoques cuantificadores y formales, concluyó:

El desafío es comprender que la ciencia política no es totalmente científica, que no puede ser simplemente algo que se explica con números y fórmulas matemáticas, sino que siempre tiene que conocer algo sobre la psicología de los actores políticos, que no son sólo los políticos sino los ciudadanos también. El desafío es combinar el estudio con conocimientos de psicología y sociología, no con matemática; incluso los economistas saben que la matemática no es la respuesta a todo. Fue un serio error usar simplemente modelos matemáticos para explicar los comportamientos de los actores políticos.



Adrián González Aón
Director de Comunicación del IOUG-Argentina
 adrianga@idcomm.com.ar



Antonio Garrido
Doctor en Ciencias Políticas y Lcdo. en Derecho. Co-autor de "La Conquista del Poder"
 agarrido@um.es

SU ANUNCIO LLEGARÁ A MÁS DE 60.000 LECTORES DE ESPAÑA Y LATINOAMÉRICA

**Expanda su mercado,
promocione sus servicios,
posiciónese con nosotros en el
ámbito de la Comunicación Política.**

anunciantes@maspoderlocal.es

* Consulte los requisitos técnicos en www.maspoderlocal.es

ACTIVIDADES, DE FORMACIÓN

XV Edición del Diploma Internacional en Diseño y Planificación de Campañas Electorales

Madrid, del 12 de enero al 12 de marzo de 2011

FUNDACIÓN



Ortega-Marañón

Fundación José Ortega y Gasset y Gregorio Marañón

XV Edición del Diploma Internacional en Diseño y Planificación de Campañas Electorales

Madrid, del 12 de enero al 12 de marzo de 2011

El Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset organiza la **XV edición del Diploma Internacional en Diseño y Planificación de Campañas Electorales**. En ediciones anteriores, este Programa se ha realizado con éxito en la Universidad Internacional del Mar (2005-2008), la Universidad Católica del Uruguay (2007), el Instituto de Administración Pública del Estado de Veracruz, México (2007-2009), la Universidad Católica de Córdoba, Argentina (2006-2009), la Escuela de Gerencia de la Universidad Continental, Perú (2005), la Escuela Electoral del Jurado Nacional de Elecciones del Perú (2005-2009), la Universidad de Lima (2004), la Universidad Autónoma de Sinaloa, México (2004), y la Fundación Arias para la Paz y el Progreso Humano, Costa Rica (2004). A partir de la experiencia acumulada y del rendimiento profesional obtenido por nuestros alumnos en anteriores ediciones, el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset desarrolla la edición de este Programa Internacional en el marco de su Máster en Comunicación Política e Institucional

El Programa Internacional abarca en **16 seminarios**, con una duración lectiva total de 131 horas, los aspectos integrales del diseño y planificación estratégica de la comunicación política en el marco de una campaña electoral. Su **objetivo** es proporcionar herramientas en los campos del análisis y la definición del marco de la competición política y electoral; la definición y selección de los targets electorales; el diseño de las estrategias de comunicación de campaña; la definición y selección de la agenda de temas de campaña y sus mensajes de transmisión, y la definición de imágenes y creación de personalidades del candidato. El Programa comprende, por tanto, todo el proceso de diseño y planificación estratégica, desde la organización de la comunicación electoral hasta la evaluación del impacto de la misma en la opinión pública.

Los **perfiles académicos y profesionales de los docentes** seleccionados avalan no sólo el carácter internacional de esta nueva edición del Diploma Internacional, sino también la aplicabilidad de los conocimientos adquiridos durante el programa de estudios, al facilitar a los participantes el desarrollo de destrezas y habilidades de alta aplicabilidad mediante la presentación de casos prácticos y experiencias conocidas y desarrolladas por los propios docentes:

Antoni Gutiérrez-Rubí: Asesor de comunicación. Director de Ideograma, empresa dedicada a la consultoría política y especialista en Internet 2.0.

Antonio Núñez: Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y MBA por ESADE. Especialista en Storytelling, en la actualidad trabaja asesorando a candidatos y partidos políticos, celebridades, medios de comunicación y empresas.

Antonio Sola: Socio director de Ostos y Sola. Ha participado como asesor en más de 500 campañas políticas, especialmente en América Latina. Ha sido coordinador de la campaña de Felipe Calderón en México. Asesoró en la campaña de 2008 a Mariano Rajoy y en 2009 a Mayor Oreja.

Esteban Chércoles: Especialista en elaboración de discursos y media training, actualmente es profesor en la Universidad de La Matanza (Buenos Aires) y coordinador del Máster en Comunicación Política del Instituto Ortega y Gasset de Argentina.

Fernando Garea: Periodista político especializado en la crónica parlamentaria, actualmente es responsable de información parlamentaria en EL PAÍS.

Francisco J. Llera: Catedrático de Ciencia Política en la Universidad del País Vasco y director del Euskobarómetro.

Ismael Crespo: Director del Departamento de Comunicación Política e Institucional del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset.

Jaime Durán Barba: Doctor en Derecho y consultor político, ha llevado campañas en toda Latinoamérica, asesorado a candidatos como Mauricio Macri.

Joan Botella: Catedrático de Ciencia Política en la Universidad Autónoma de Barcelona.

Jorge Santiago Barnés: Profesor de Imagen y Consultoría Política de la Universidad Pontificia de Salamanca.

José Manuel Rivera: Profesor titular de la Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad de Santiago de Compostela. Fue Secretario General de Análesi e Proyección de la Presidencia de la Xunta de Galicia.

Luís Arroyo: Director adjunto del Gabinete de la vicepresidenta primera del Gobierno de España y director de los gabinetes de la ministra de Vivienda, Carme Chacón, y de los dos secretarios de Estado de Comunicación entre 2004 y 2008.

Mario Riorda: Ex Decano de Facultad en Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Católica de Córdoba, Argentina. Actualmente es consultor para partidos políticos y gobiernos en América Latina en cuestiones de estrategia y comunicación.

Orlando D'Adamo: Profesor titular de Psicología Política y de análisis psicosocial del Comportamiento Político en la Universidad de Buenos Aires.

Virginia García Beaudoux: Coordinadora del Centro de Opinión Pública de la Universidad de Belgrano, Argentina.

Xesca Vidal: Doctora en Comunicación Audiovisual. Directora general de la empresa Asesoría Ciudadana. Ha sido directora de comunicación de Camper, del Ministerio de Administración Territorial, del Congreso de los Diputados y del Ayuntamiento de Palma de Mallorca, entre otros.

Con el objetivo de formar a consultores, comunicadores, estrategas y analistas políticos en un ámbito disciplinario de larga trayectoria en el mundo anglosajón, pero de escasa presencia en los programas formativos de las universidades españolas, la XV edición del Diploma Internacional en Diseño y Planificación de Campañas Electorales **se dirige a:** profesionales, docentes e investigadores interesados en desarrollarse como asesores y consultores de comunicación política en entidades del gobierno central, gobiernos regionales o locales; autoridades políticas que deseen desarrollar conocimientos y habilidades para comunicar adecuadamente sus propuestas y resultados de gestión; miembros de partidos políticos u organizaciones sociales que ocupen o aspiren ocupar cargos públicos, y asesores en marketing electoral de líderes o movimientos políticos.

El desarrollo del Programa Internacional persigue que los conocimientos adquiridos durante el mismo sean de una alta aplicabilidad, de manera que los participantes aprendan habilidades, destrezas y competencias que les permitan abordar:

- ▣ La organización y planificación general de una campaña electoral, inclusive el diseño y la planificación de las estrategias de comunicación e imagen.
- ▣ El asesoramiento integral en comunicación política y electoral en lo que respecta a la formulación de la agenda, la correcta elección de los temas, el tono y los mensajes, así como los medios, tiempos y canales apropiados en cada momento de la campaña.
- ▣ El asesoramiento en la formulación y presentación de las propuestas políticas, con un especial énfasis en las especificidades de las elecciones a nivel municipal y autonómico coincidiendo con la celebración de las elecciones locales y autonómicas de 2011 en España.
- ▣ El asesoramiento en el diseño de las estrategias de publicidad política, incluyendo la asesoría en la creación publicitaria y el seguimiento de su producción.
- ▣ El asesoramiento en la formulación del discurso y en la creación de la imagen del candidato, abordando la asesoría sobre la utilización tanto de medios de comunicación tradicionales, como de nuevas tecnologías.

INFORMACIÓN

C/ Fortuny, 53
28010 Madrid
Tlf.: 91 700 41 21/31
Fax: 91 700 41 23
www.ortegaygasset.edu
www.mastercompol.es
comunicacion.politica@fog.es

AULA VIRTUAL

EL FUTURO EN UN CLIC

Desde principios de la década de los 90 el impacto de las tecnologías en nuestra forma de vida es innegable. Han llegado para quedarse y están cambiando nuestra forma de relacionarnos, de hacer negocios, de comunicarnos, de acceder a la información y también pueden influir en los ámbitos de gobierno.

Sofía de Roa

Las nuevas tecnologías de la información e Internet tienen el potencial para un uso político más intenso que otros medios tradicionales de comunicación política como el teléfono, la televisión, los periódicos y la radio, además de una capacidad computacional mucho mayor que permite un gran manejo de bases de datos, lo cual es importante para el acceso compartido a la información, para la democracia deliberativa y para la prevención del fraude o la corrupción política. Por tanto, el gobierno en red no es sólo tecnología también es una forma de hacer política más abierta, más cercana a la ciudadanía y una oportunidad para promover una participación ciudadana de mayor calidad.

La democracia electrónica, la ciberdemocracia o la democracia digital es la democracia que usa Internet y las nuevas tecnologías de la información (TICs) para satisfacer sus necesidades democráticas en beneficio de todos. Implica un desarrollo político que aún está en su infancia, y es tema de muchos debates y actividad dentro de gobiernos, grupos cívicos y sociedades alrededor del mundo. De hecho existen numerosos desacuerdos conceptuales y muchas confusiones que rodean a la democracia electrónica y a la finalidad

a la que deben servir las TICs, y, en definitiva, sobre cuál es la manera más útil para mejorar y articular su aplicación. Asimismo, se necesita un mayor compromiso político a la hora de afrontar este reto, por lo que se apresuran nuevos desafíos para nuestros actuales políticos y nuevas expectativas para los ciudadanos ya que, la influencia de las TICs en el desarrollo de los procesos políticos contemporáneos cada vez toma más importancia.

El objetivo general de esta nueva forma de democracia es acercar las decisiones de gobierno a los administrados, aumentar la transparencia, la confiabilidad; y mantener al gobierno más cerca del consentimiento de los gobernados, aumentando su legitimidad política. Las técnicas más relevantes que han permitido el desarrollo de la democracia on-line son las que posibilita el voto electrónico, pero va mucho más allá de este único aspecto del proceso democrático. Este paso potencial hacia la democracia directa electrónica no requiere cambios constitucionales ya que simplemente refuerza la relación entre el elector y el elegido.

En España, un claro ejemplo del desarrollo de las TICs se observa en que los ciudadanos pueden pagar sus

impuestos desde casa. En México, el gobierno también ha desarrollado sistemas que permiten realizar el registro civil o de nacimiento a través de máquinas expendedoras situadas en diversos espacios públicos como centros comerciales. Sólo son dos ejemplos pero, en general, son las gestiones recaudatorias las que más implantadas se encuentran a día de hoy. De hecho, las TICs más desarrolladas son las que canalizan el mercado financiero, donde la fluidez de información es constante y se transmite a grandes velocidades. A nivel de usuario nos percatamos que la claridad de nuestras cuentas bancarias las tenemos a un solo click. De la misma manera, si trasladamos el modelo bancario al de democracia, el ciudadano debería poder acceder a gran parte de la información que produce el gobierno a un solo click.



© Salvatore Vuono

INCONVENIENTES

Protección de la Identidad. Para lograr elecciones y tramitaciones seguras desde los ciudadanos hacia sus gobiernos, debe existir una protección de la identidad segura y que impida la delincuencia a cualquier escala. Muchos autores apuntan que los ciudadanos no tendrían interés en participar continuamente en los procesos democráticos, así como el peligro de que no siempre los votantes posean las herramientas suficientes para conocer lo que votan y el consiguiente peligro que esto conlleva para la propia democracia.

Acceso universal y gratuito. Existen objeciones más prácticas, relacionadas con la brecha digital. A pesar de que un gran número de ciudadanos alrededor del mundo disfrutan de acceso a los medios de la democracia electrónica (teléfonos móviles y conexiones a Internet), todavía son más los que no los tienen. Por lo tanto, el acceso universal y gratuito a las redes de información sería una necesidad y el costo del gasto en las innovaciones de democracia electrónica es todavía muy alto.

Conexión entre redes. Muchas administraciones tienen parte de su gestión digitalizada, pero cada una utiliza lenguajes informáticos diferentes que pueden obstaculizar la conexión entre algunas redes.

VENTAJAS

Transparencia y Control. La transparencia gubernamental es una de las ventajas más valoradas en la democracia electrónica. El gobierno abierto publicará información y datos actualizados relevantes para los ciudadanos -*Open Access*-. Un mayor número de ciudadanos tendrían un mayor acceso a participar en la tarea de los gobiernos. Es decir, la ciudadanía obtendría una mayor capacidad legislativa y la acción de los grupos de presión sería más relativa. De la misma manera, un mayor control y una mayor transparencia de gobierno dificultaría la corrupción política puesto que la visibilidad y acceso a los movimientos y ejecuciones presupuestarias o de otra índole sería más accesible.

Voto electrónico. En cuanto al voto electrónico, puede ser más barato, eficiente, seguro y veraz que los métodos de voto tradicionales. Sería fácil de usar para todos los usuarios posibles, y para todos los tipos de votos o interacciones con el Estado (voto por elecciones, voto referendario, envío de iniciativas populares, etc). En este sentido, la comodidad de poder votar sin la necesidad de acudir a una mesa electoral podría conseguir reducir la abstención. Asimismo, el recuento de voto es presumiblemente más eficaz.

La democracia directa electrónica es una forma de democracia directa en la cual Internet y otras tecno-

logías de comunicación electrónica se usan para mejorar la burocracia involucrada con los referendos, registrando electrónicamente los votos. Se trata de una forma de reducir “papeleo” y transformar la actual estructura burocrática en aras de reducir tiempo y costes económicos de ejecución de gestiones de la administración y del propio ciudadano.

Deliberación y Debate. Muchos autores aseguran un avance en el proceso deliberativo dentro de las mejoras que ofrecen las TICs a la democracia. Dentro del estado del arte poco desarrollado, las TICs pueden ser canalizadas para fomentar la deliberación y debate democrático entre ciudadanos y mejorar la calidad de la opinión pública, tanto en el ámbito institucional (político y de la sociedad civil), como en la esfera pública no institucional (conversaciones, charlas en el bar...). Además, no se trata de votar en todas las decisiones del gobierno, sino de participar más activamente en los asuntos comunes y que esa participación sea de más calidad.

Voto legislativo. En el terreno de la justicia, la democracia electrónica participativa que permite que la votación de las leyes principales, que normalmente no se deciden en época electoral, pueden estar al alcance del ciudadano. Las leyes pueden ser sancionadas de la misma manera que las elecciones generales y los ciudadanos tendrían el derecho de votar en asuntos legislativos ante el parlamento o el congreso, escribir nuevos proyectos legislativos y revocar representantes en cualquier etapa.

No obstante, los avances en cuestiones normativas sobre la democracia on-line son escasos y muy lentos, debido a la novedad y el desconocimiento de su potencial real y su significado, es decir, el vacío legal a este respecto todavía es muy grande.

UN NUEVO RETO PARA TODAS LAS ADMINISTRACIONES

La actual realidad muestra que el nivel de debate oficial es escaso, los espacios de democracia on-line son pocos y tienen un impacto relativo. Sin embargo, las TICs ya han comenzado a transformar la realidad del reparto de poder posibilitando formas de movilización que hace años eran impensables. El gobierno on-line presenta un modelo más accesible, participativo y transparente, y en definitiva, una nueva estrategia de interacción entre el sector público y la ciudadanía.

Se trata de apostar por los usos sociales, económicos y políticos de Internet puesto que ya sólo la web es un espacio de participación política. Se presentan, con la democracia en red, nuevos métodos de colaboración, una nueva forma de trabajar y una participación más estrecha de los ciudadanos en la labor legislativa y de gobierno. Por tanto, el desafío para las administraciones, y también para individuos y grupos, es desarrollar herramientas y adaptar procesos para alcanzar las aspiraciones de la democracia electrónica.

Para instaurar una democracia digital, las administraciones deben impulsar medidas que propicien la publicación de datos, la creación de canales de interacción donde todo ciudadano pueda opinar, pedir, aportar y colaborar, para así generar más valor a la democracia e incluso crear más oportunidades económicas dentro del nuevo paradigma que presenta la sociedad del conocimiento. Se trata de generar espacios de profundización democrática, y de comunicación política. No obstante, el interrogante más importante es saber qué tipo de participación se desea y cuál es el objetivo concreto que generan las TICs al servicio de la democracia. Se trata de buscar calidad en lugar de cantidad, tener disponible información viable, fiable y suficiente, y hacer posible el diálogo entre la propia ciudadanía, y entre la ciudadanía y la administración, un diálogo que perdure en el tiempo y se normalice.

Las motivaciones serán sometidas a consulta y debate público, ofreciendo a la ciudadanía herramientas para desarrollar un papel activo. Sin duda, el gran reto es conseguir avanzar en la falta de seguridad legal que presenta la democracia on-line. También existen riesgos en la democracia actual y la red no deja de ser un ente difícil de limitar. Se trata de una tarea ardua, aunque algunos de los medios tecnológicos necesarios para ello están disponibles, más concretamente, en el caso del voto electrónico. A pesar de que existen numerosos asuntos prácticos y teóricos que deben aún ser analizados, se está avanzando en muchos países por medio de diferentes experiencias para intentar acercamientos y técnicas que perfilen la instauración de esta nueva forma de hacer política, de gobernar y de convivencia democrática.

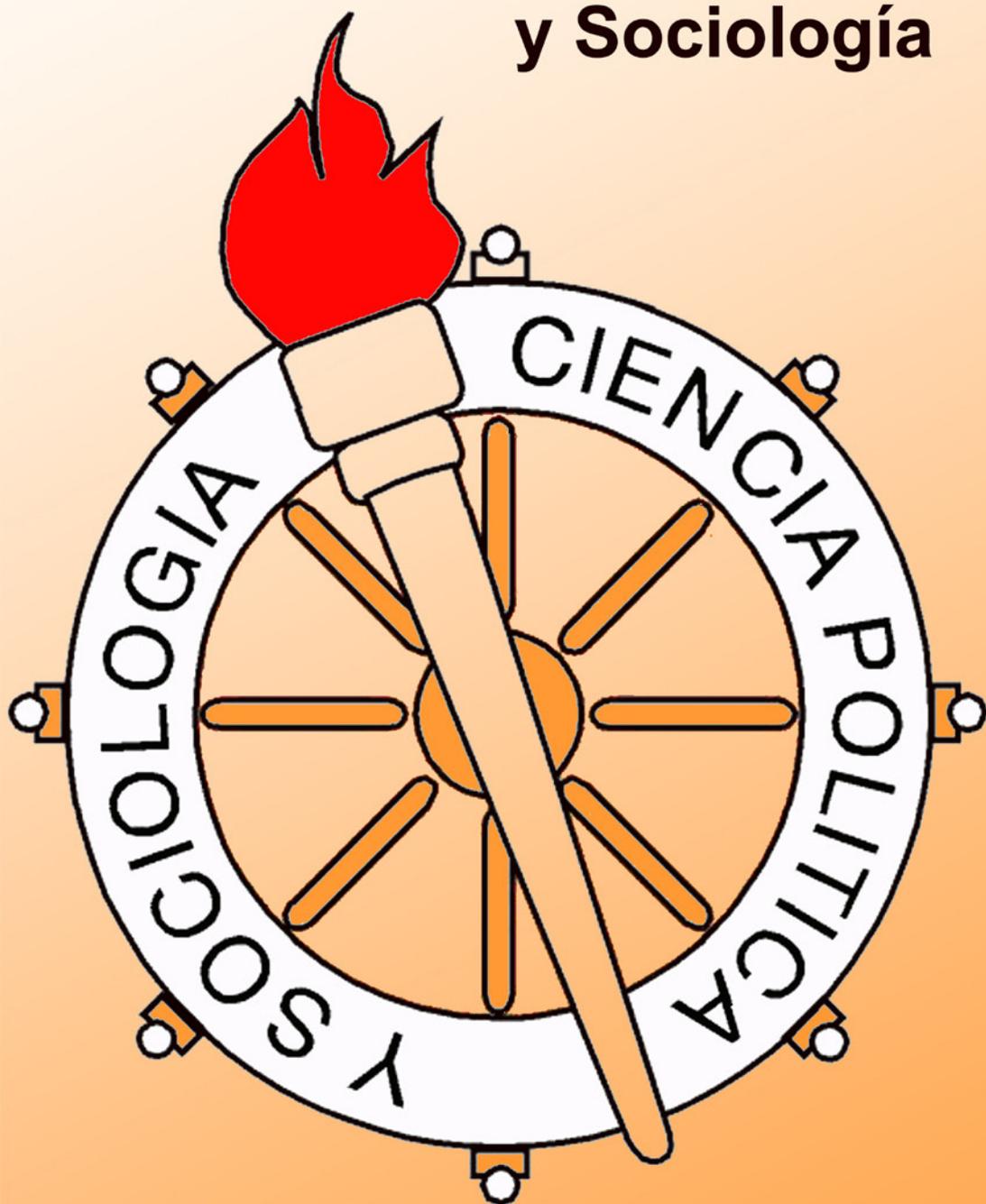


Sofía de Roa

Licenciada en Periodismo. Coordinadora del Programa Ciencia y Sociedad de la Universidad Rey Juan Carlos.

sofiaderoa@hotmail.com

Colegio Oficial Ciencias Políticas y Sociología



Colegio Oficial
de Ciencias Políticas y Sociología
de la Región de Murcia



el VALOR de la experiencia y de la unión
profesional en la Región de Murcia

www.mupolsoc.org

RESEÑAS DE LIBROS

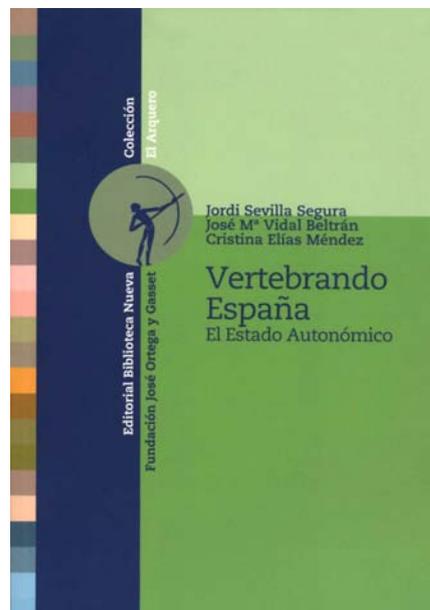
VERTEBRANDO ESPAÑA. EL ESTADO AUTONÓMICO

Autor: Sevilla Segura, Jordi; Vidal Beltrán, José María; y Elías Méndez, Cristina.

Biblioteca Nueva Editorial, Colección el Arquero, Fundación Ortega y Gasset, Madrid, 2009, 281 páginas.

Por Alfredo Crespo Alcázar

Nos encontramos con una obra estructurada en cuatro capítulos junto con una presentación y un apéndice documental. Alterna partes históricas con análisis del presente. Asimismo, los autores eliminan determinados tópicos que se han ido asentando (por ejemplo que la reforma autonómica hará que España se rompa o que “ya todo estaba fijado en la Constitución”). La primera característica que invita leer este libro es su oportunidad. Si a nivel de política doméstica hay un asunto que ocupa a la clase política española, éste es la reforma del Estado Autonómico. Los autores rehuyen de los parámetros de lo “políticamente correcto” para ofrecer soluciones sin caer en el dogmatismo, encarando cuestiones espinosas (Estatuto de Cataluña) o describiendo virtudes de los estatutos de última generación. Una tesis se mantiene inalterable: cualquier propuesta de reforma (estatutaria) deberá respetar tanto la Constitución como el hecho de que España sea un Estado plural. Esto implica tener en cuenta las aportaciones de las comunidades autónomas. El objetivo, ambicioso: no se trata de que España esté más unida sino mejor unida. Sevilla, Vidal y Elías apuestan por el Estado Autonómico (aunque está sin completar), exaltando el rol que ha tenido en la consolidación de la democracia en España, pese al déficit de cultura cooperativa. En definitiva, libro de aconsejable lectura donde hallamos un examen crítico de la trayectoria del Estado autonómico español, combinado con propuestas de resolución de los problemas derivados de la propia configuración territorial de España.



El Estado postransicional en México. Un análisis sobre los cambios políticos y sus efectos en actores e instituciones

Autor: Antonia Martínez y José Francisco Parra (Coords.), Madrid: Fundación Ortega y Gasset-Universidad Veracruzana-AECID, Marzo 2010.

Por Marcos Marín

El libro a revisión es un excelente instrumento de actualidad para analizar los cambios experimentados en el Estado mexicano en los últimos veinte años, sobre todo a raíz del proceso de transición a la democracia en México iniciado en la década de los ochenta. En el trabajo colectivo coordinado por Antonia Martínez y José Francisco Parra destaca el acierto en la pluralidad de académicos mexicanos y españoles, en la diversidad de investigadores jóvenes y experimentados, y, sobre todo, en la calidad y oportunidad analítica de los temas elegidos. Así, una primera parte examina la naturaleza propia de los poderes de la Unión y la interacción con otros actores clave: el poder ejecutivo, el legislativo, el poder judicial, el federalismo, el gobierno local y la relación entre todos ellos. La segunda parte está dedicada a los cambios y los efectos de la transición en el proceso político; de ahí que se observe el mecanismo por el cual se aprueba el presupuesto, los elementos que dan forma al modelo socioeconómico, los intereses que condicionan el sistema de partidos, la relación del estado con la emigración y el futuro de la administración pública mexicana. La tercera y última parte del libro estudia los principales organismos autónomos del estado mexicano como son: Petróleos Mexicanos, el Instituto Federal Electoral y la Comisión Nacional de Derechos Humanos. Sin duda, se trata de un libro oportuno y atrayente para todos aquellos interesados en las disciplinas afines al estudio de la ciencia política mexicana.





Lugar DE ENCUENTRO Y DE REFLEXIÓN POLÍTICA Y SOCIAL desde 1997.

PROGRESISTA, PLURAL, INDEPENDIENTE y EUROPEÍSTA respecto de cualquier institución u organización política, la *Fundación Alternativas* es un centro de pensamiento donde se analizan y debaten nuevos planteamientos, opiniones y propuestas relacionadas con la cultura, la comunicación, la sociedad, la política y la economía.

Cuatro áreas de trabajo: *Laboratorio de Alternativas*, *Observatorio de política exterior española (Opex)*, *Observatorio de cultura y comunicación y, Estudios de progreso*. **Departamentos** de estudios que se nutren del esfuerzo de una amplia comunidad investigadora, que integran expertos y expertas multidisciplinares.

Si te importan la igualdad, la ecología, la solidaridad, la política nacional e internacional, las políticas sociales, la cultura y quieres participar en la renovación de las ideas en un mundo global entra en nuestra página.

WWW.FALTERNATIVAS.ORG



PRÓXIMO NÚMERO

COMUNICACIÓN POLÍTICA 2.0

EN PORTADA

El Programa 1@1 más grande del mundo.

La irrupción de Internet en la Comunicación Política.

Las nuevas herramientas para hacer política en Internet.

ADEMÁS HABLAREMOS SOBRE:

Elecciones en Colombia, Brasil, Perú.

Recetario político: 10 consejos para estar en la Red.

Una campaña online sin hablar de Obama.

Cursos de postgrado en Política y Comunicación

Gobierno

Asuntos Públicos

Procesos Electorales

Comunicación Política

Madrid, Buenos Aires, Córdoba y Lima. Abierto proceso de admisión

Máster y Doctorados en:



Sociedad de la Información

posi@fog.es www.ortegaygasset.edu

Comunicación Política e Institucional

comunicacion.politica@fog.es www.ortegaygasset.edu
info@iuog.com.ar www.iuog.com.ar

Política y Gobierno

doctorado@uccor.edu.ar www.ucc.edu.ar

Gobernabilidad y Procesos Electorales

escuelaelectorai@jne.gob.pe www.jne.gob.pe

Asuntos Públicos, Políticas y Gobierno

politicaygobierno@iuog.com.ar www.iuog.com.ar

Instituto Universitario de Investigación Ortega y Casset
Universidad Católica de Córdoba
Proyecto Instituto Universitario Ortega y Casset Argentina
Jurado Nacional de Elecciones

¿QUIERE COLABORAR EN “MÁS PODER LOCAL”?

**Si desea compartir con
nuestros lectores un artículo,
análisis o experiencia de interés,
hemos reservado un espacio para usted.
Sólo tiene que enviar un email
con su documento a:**

colaboradores@maspoderlocal.es

* Consulte los requisitos técnicos en www.maspoderlocal.es

