

con SUL TOR es

EDICIÓN 5 - JULIO 2018

MARILU BRAJER: EL TIEMPO DE LAS MUJERES

- **El tiempo de las mujeres** -
Entrevista a Marilú Brajer
- **La certificación profesional de
la Consultoría Política** -
Alfredo Dávalos
- **El verdadero reto de la
profesionalización** -
Gabriel Díaz
- **La política y los medios de
comunicación en el Ecuador** -
María del Carmen Solana
- **Reconocer a las
asociaciones locales**
- **Que tiene que ver los mitos
sociales con el voto** - Hugo Haime

WWW.ALACOPLATAM.ORG

1

CONSULTORES



con SUL TOR es

alacop

asociación **latinoamericana**
de **consultores** políticos

www.alacoplataam.org

EDITORIAL

Estimados amigos,

Este último número bajo mi gestión de la “Revista Consultores” lo queremos dedicar con una entrevista a nuestra próxima Presidenta, nuestra querida Marilú Brajer, quien a través de su propia experiencia de vida nos cuenta porque hoy es “El tiempo de las mujeres”, este es un reconocimiento a su trayectoria y a su labor desempeñada como Vicepresidenta de ALaCoP.

Dentro de esta edición hacemos un profundo análisis del porque es fundamental impulsar y hacer realidad desde ALaCoP la certificación profesional; por su parte a consultora María del Carmen Solana presenta un análisis sobre los “La política y los medios en el Ecuador” tomando como caso de estudio los diez años de la Revolución Ciudadana, desde México nuestro colega y amigo Gabriel Díaz nos habla sobre el verdadero reto de la profesionalización y por último este número destaca a todas aquellas asociaciones locales que hasta el día de hoy han sido reconocidas por ALaCoP por su seriedad y profesionalismo.

Agradezco a todos los que han hecho realidad y le han dado vida a estas cinco ediciones, a los entrevistados nuestras queridas Marilú Brajer y Gil Castillo, nuestros grandes maestros y amigos Ralph Murphine y José Luis Sanchís, a todos aquellos socios que nos regalaron horas tan valiosas de su tiempo escribiendo o aportando de alguna manera para nuestra revista, gracias a nuestro querido socio y amigo Poncho Pérez, a todo el equipo de La Ruptura porque sin su apoyo esta revista no se hubiera materializado nunca.

Alfredo Dávalos López

Presidente 2016-2018

2

consultores

3

consultores

CONTENIDO

Editorial	3
El tiempo de las mujeres Entrevista a Marilú Brajer	5
La certificación profesional de la Consultoría Política Por Alfredo Dávalos	16
El verdadero reto de la profesionalización Por Gabriel Díaz	4
La política y los medios de comunicación en el Ecuador Por María del Carmen Solana	24
Reconocer a las asociaciones locales	30
Que tiene que ver los mitos sociales con el voto Hugo Haime	32

EL TIEMPO DE LAS MUJERES

entrevista a MARILÚ BRAJER

entrevista REALIZADA POR ALFREDO DÁVALOS

“Mis inicios en la consultoría política”

¡Desde muy chica (única mujer entre 11 varones, contando hermanos y primos) aprendí que las mujeres no éramos el sexo débil como nos querían hacer creer, y que podíamos enfrentar cualquier desafío para lograr nuestros sueños! Debo reconocer que mis padres tuvieron mucho que ver con esta forma de ver la vida, mi padre un periodista norteamericano dueño de una editorial de publicaciones deportivas que logro posicionarse en el país luego de años de esfuerzo y a quien admire profundamente, y mi madre una mujer independiente y con gran carácter que nunca se daba por vencida, ni dejo que yo nunca me diera por vencida.

Si pienso en mis comienzos en la consultoría política, creo que se fue dando como una consecuencia natural de las distintas etapas de mi vida personal y profesional, pero sobre todo como consecuencia de una gran vocación y compromiso social que fue creciendo durante los años en los que trabajé en los noticieros de los canales 13 y 11. A fines de los 80 éramos una generación que había crecido de golpe, fue la década que marco en la Argentina un antes y un después. El golpe de estado de 1976 recién terminaría en el 83 con la vuelta a la democracia en manos del ex presidente Raúl Alfonsín. En esa época recién divorciada y con dos hijos de 6 y 10 años que criar, comprendí rápidamente que no iba a ser nada fácil trabajar en periodismo y en los medios de prensa para mantener mi familia, siendo: mujer, joven y divorciada. ¡Las tenía todas en contra! A veces cuando miro hacia atrás siento una gran emoción y alegría de ver lo que las mujeres hemos logrado en estos últimos años, y sobre todo en el campo político.



Trabaje duramente, sin horarios ni feriados, educando a mis hijos y haciéndome cargo como millones de mujeres de seguir adelante cumpliendo con los múltiples roles que la sociedad todavía les demanda a las mujeres.

Hasta que, a principios de 1989, sentí que había llegado la hora de dar un paso al frente y crecer en un proyecto propio: mi empresa de Consultoría y Agencia de publicidad "Cartelera del Plata", era tan inusual a fines de los 80 que una mujer tomara semejantes decisiones, que recuerdo lo asustada que estaba mi mamá pensando en el futuro de mis hijos y en el mío!! ¡Pobre creyó que nos tendría que mantener a todos!

Estar al frente de mi propia Consultora, significo un logro importante en mi vida, pero también una gran responsabilidad y tremendo desafío. Fueron años de muchas satisfacciones, de gran compañerismo y solidaridad de parte de colegas y amigos que confiaron en el proyecto y me acompañaron. ¡De aprender con la experiencia y de rendir exámenes todos los días! También fueron años de grandes crisis políticas, económicas y sociales que requirieron de mucho esfuerzo personal, en una época en que la Consultoría política como profesión no estaba todavía reconocida en Argentina. ¡Así que las mujeres teníamos que trabajar y demostrar el triple de eficacia que los hombres en una competencia muy dispareja!

Para eso nos preparábamos casi obsesivamente, trabajando en equipo, leyendo e investigando, requiriendo

distintas opiniones, entrevistando especialistas sobre la materia, comparando, buscando cifras, consultando archivos... Hoy las herramientas científicas empleadas en la investigación de la opinión pública han simplificado las cosas, sin embargo, haber atravesado esa etapa fortaleció nuestros objetivos y consolidó nuestros proyectos.

Mi primera campaña importante, en la que participe fue la del candidato a presidente Carlos Saúl Menem, quien luego de ganar la elección presidencial de 1989, gobernó el país por dos periodos, hasta 1999.

Marilú Brajer



¿Qué obstáculos tienen que enfrentar las mujeres para triunfar en política?

Estamos en el Siglo XXI y por mucho que hemos avanzado, todavía la voz de las mujeres tiene menos peso que la de los hombres. Hace un siglo las primeras sufragistas femeninas tuvieron que encadenarse a las rejas de los Parlamentos para que la sociedad escuchara sus reclamos, hoy la Paridad, igualdad y Fin de la violencia de género se instala en un nuevo mundo con otros valores e ideales. Hasta el G20 con los diecinueve países que lo integran y el bloque de la Unión Europea plantearon una Agenda Urgente de Género para debatir la Inclusión laboral, financiera y digital de las mujeres en las políticas públicas. Hace pocos meses al inaugurar las sesiones del Congreso en Argentina, el presidente Macri anunció, que enviara una ley para garantizar a las mujeres igual pago por igual trabajo; dijo que extenderá la licencia por paternidad de los hombres; y que permitirá que el Parlamento por primera vez en la historia debata una ley de despenalización del aborto.

¡Sin embargo, las inequidades de género en la política siguen siendo muy profundas en toda Latinoamérica!

Las causas que aún limitan e impiden el pleno ejercicio de los derechos políticos de las mujeres requiere una visión integral con un enfoque multidimensional para obtener avances firmes y sostenidos que logren una igualdad de género sustantiva.

Principales obstáculos que debemos enfrentar:

*La persistencia de un estereotipo patriarcal y un prejuicio generalizado en la sociedad de que la política y lo público es cosa de hombres, mientras que el ámbito de lo doméstico y lo privado es el espacio natural femenino. Son los prejuicios predominantes en los ámbitos más tradicionales y locales.

*La multiplicidad de roles que los mandatos sociales exigen de las mujeres, las tareas del hogar, los hijos, el cuidado de los padres, etc. Dificulta el desempeño de las actividades políticas debido a la falta de tiempo y a horarios poco adaptados a las necesidades que se les demanda a las mujeres.

*El acoso, violencia y discriminación que sufren las mujeres en general, y en política en particular.

*La estructura y cultura machista de los partidos políticos, a menudo inaccesibles para las mujeres sobre todo en las estructuras directivas.

*La falta de apoyos familiares, del propio cónyuge y la presión social contraria a la participación de las mujeres en ámbitos de representación política.

*La maternidad, las desigualdades socioeconómicas, las brechas de ingresos económicos y las carencias de formación para la gestión pública.

En los primeros meses del año, la rama femenina del G20 realizó foros por todo el país para elaborar las propuestas que se presentaran a los jefes de estado, cuando se reúnan en nuestro país en el mes de noviembre. Hoy las mujeres tenemos derecho a la ambición, ya no se trata de acompañar, se trata de liderar y ejercer el poder.

¿Existe actualmente una mayor participación política por parte de las mujeres?

Fácticamente se han logrado condiciones más favorables, las leyes de cupo y paridad abrieron las puertas a una mayor participación de las mujeres en el ámbito político. Sin embargo, muchas veces no se cumplen y la realidad en toda Latinoamérica muestra que la desigualdad y la baja representación política de las mujeres en los poderes legislativos, ejecutivo y judicial, así como en la dirección de los partidos políticos, son un indicador crítico de los déficits de nuestra democracia y de nuestros derechos. En un futuro cercano deberá plantearse la implementación de organismos para auditar el tema. Según la ex senadora María Eugenia Estenssoro, se aprobó como propuesta para el G20 la creación de un observatorio de la paridad, dependiente de la Presidencia para monitorear los avances y presentar ante la sociedad anualmente una radiografía de la conformación por género de todos los ministerios y empresas estatales, del primer al último puesto.

Mientras las expresiones de protesta por la inequidad no cesan, una de ellas fue el paro internacional de mujeres el 8 de marzo 2018, que se originó en un movimiento de base formado por mujeres de diferentes partes del mundo. Inspirado desde Polonia en el 2016, en respuesta a la violencia



social, legal, política, económica, moral y verbal que experimentan las mujeres contemporáneas en diversas latitudes.

Con referencia a las mujeres consultoras políticas, vamos avanzando a paso firme y vemos con mucha satisfacción como va creciendo la presencia femenina en la Industria. Y aquí tengo que hacer un gran reconocimiento a todos los prestigiosos profesionales que conforman nuestra querida ALACOP por ser la Pionera en Latinoamérica en tener una presidenta en la Región, a nuestra querida Gil Castillo. Pero también tengo que destacar el invalorable aporte de nuestro presidente Alfredo Dávalos quien, como nadie, promovió desde la Asociación la inclusión plena, la paridad y el empoderamiento de género, a través de su excelente gestión. También a Nancy Tood ex presidenta de la IAPC, con quien como Directora del Boards trabajamos codo a codo, y ha sido además la primera mujer en los sesenta años que tiene la International Association of Political Consultants que asume el máximo cargo.



Volviendo a la política me gustaría señalar que en un momento del 2014 América Latina llegó a tener cuatro presidentas: Laura Chinchilla en Costa Rica, Cristina Fernández de Kirchner en Argentina, Dilma Rousseff en Brasil, y Bachelet en Chile, que fue la última presidenta en entregar el poder en marzo de este año. Ahora no parece muy probable que tengamos presidentas en América Latina en un futuro cercano. Si bien las leyes que establecen cuotas mínimas o paridad de género para puestos legislativos han creado oportunidades para que las mujeres progresen en sus carreras políticas, no han logrado transformar las percepciones tradicionales sobre la persona que debe dirigir los destinos de un país.

Que más mujeres ocupen cargos no significa que exista menos discriminación o menos acoso. El techo de cristal prevalece, y habrá que trabajar mucho para revertir esta situación, y el problema de la construcción de liderazgos femeninos en el mundo público.

Para citar algunos números, en nuestro país tenemos apenas dos ministras en un plantel de más de veinte ministerios, Patricia Bullrich y Carolina Stanley. En la estructura de gobierno hay apenas un 20% de mujeres en cargos jerárquicos y cuatro gobernadoras sobre veintitrés provincias. Son muchas las mujeres que militan y trabajan en política con un gran compromiso, el desafío que tenemos por delante será transformar y darles las herramientas necesarias a las militantes para que puedan transformarse en candidatas.

¿A qué mujeres líderes admiras y por qué?

¡Tengo una lista muy numerosa! Pero no se asusten que voy a citar una pequeña muestra. En primer lugar, a la Madre Teresa de Calcuta a quien tuve el maravilloso privilegio de conocer cuando vino a Argentina, allá por 1982 luego de recibir el premio Nobel de la Paz. Hoy sigo recordando con mucha emoción, su frágil presencia tan pequeña y tan grande, su tremenda fortaleza espiritual, su mirada tan compasiva y sus manos llenas de amor y de consuelo para todo aquel que lo necesitara. Hablaba poco, pero expresaba muchísimo, para mí marco un antes y un después en mi vida y todavía hoy siento su presencia y el calor de sus manos.

Otra de las líderes que agradezco al cielo haber podido conocer fue a Alicia Moreau de Justo (1885- 1986). Fue una de las primeras médicas de la historia de nuestro país, una política de avanzada, educadora y defensora de los derechos humanos y de la mujer. Cuando la conocí personalmente en 1985, a pesar de su edad estaba increíblemente lucida, lo que nos permitió hablar de su vida durante largo rato, y de su pensamiento socialista (fue cofundadora de la Unión Feminista Nacional en 1920 para luchar por la igualdad de los mismos derechos que los hombres). En 1981 en la clandestinidad creo la Unión Socialista y en 1982 se opuso drásticamente a la Guerra de Malvinas. Su último discurso público lo dio a los 100 años.

Otras de las mujeres que admiro por su lucha ininterrumpida por los derechos femeninos es a Eva Duarte de Perón, dirigente política y actriz argentina, a quien le debemos la Ley de sufragio femenino en 1947. Hace apenas 71 años, que gracias a ella se logró la igualdad política entre hombres y mujeres y pudimos al fin votar. Para luego buscar la igualdad jurídica de los cónyuges y la patria potestad compartida. De orígenes humildes adopto una posición activa en defensa de nuestros derechos hasta su muerte en 1952 a los 33 años.

Hillary Clinton pienso que es otra mujer que en el universo femenino ha sabido ganarse un lugar de respeto. Primera dama de los Estados Unidos, política y ex diplomática. Abogada formada en la Universidad de Yale y es la primera mujer en la historia de ese país (con más de 200 años) en ser nominada a presidente por un partido mayor. Ha viajado por todo su país para defender un sistema sanitario más inclusivo y solidario, para lograr mejorar las oportunidades económicas y educativas y para pelear por las necesidades de los niños y las familias. También ha viajado por todo el mundo para defender los derechos de las mujeres, humanos y la democracia. Todavía recuerdo su discurso en Beijing en 1995, donde declaró: "Los Derechos humanos son Derechos de la Mujer..." Su discurso en esa ocasión inspiró a muchas mujeres en todo el mundo, así como su coraje y su persistencia. A pesar de haber sacado la mayor cantidad de votos, debido al sistema electoral americano, no pudo asumir como presidente.

Dentro de la Consultoría política me gustaría destacar mi cariño y admiración por mi amiga Nancy Todd, presidenta de la compañía internacional que lleva su nombre, dedicada a la Estrategia política. Ha trabajado en más de 196 campañas en 42 estados de seis países con un record del 98% de campañas ganadas. Fue presidenta de la IAPC y también de la American Association of Political Consultants. En marzo del 2008 fue la primera mujer en acceder al prestigioso Hall of Fame de la AAPC.

¿Qué le recomendarías a todas aquellas mujeres que desean incursionar dentro de la política?

Hay tantas mujeres admirables, son millones las que desde el silencio y el anonimato tienen que enfrentar una dura realidad social y económica como la que estamos viviendo, y siguen adelante sin quejarse, poniendo en cada paso lo mejor de sí mismas...Decía la Madre Teresa: " Yo hago lo que tú no puedes, y tú haces lo que yo no puedo, Juntos podemos hacer grandes cosas"...

¡Que no se detengan, que avancen! Tenemos que construir nuevos liderazgos, acordes con los tiempos que corren. Entendiendo el liderazgo como la capacidad y autoridad para influir en la toma de decisiones dentro de las estructuras del poder político de cada país. Que haya más mujeres líderes va más allá de la representación cuantitativa, el salto cualitativo es de suma importancia. Tenemos que lograr que cada día más mujeres formen parte de los núcleos duros del poder político, de los espacios directivos en los que se adoptan las decisiones sobre puntos clave para la sociedad y los ciudadanos.

Resulta igualmente relevante que las mujeres puedan aportar una visión de poder y de liderazgo "transformador", frente a los tradicionalmente modelos masculinos. Que además rompan con la dinámica patriarcal y que promueva la igualdad de género, la inclusión y el empoderamiento femenino.

Me gustaría citar un párrafo de Michelle Bachelet a quien tuve el honor de conocer en Chile cuando se desempeñaba como ministra de Salud, también fue directora ejecutiva de ONU Mujeres y Secretaria General adjunta de Naciones Unidas, además de presidente. "Mientras más mujeres en toda su diversidad participen en la toma de decisiones que les afecta sus vidas, más sólida se hará la democracia. Pero no toda participación política de las mujeres se agota en los Parlamentos. Muchas mujeres inician su vida política en la gestión comunitaria, en alcaldías, y cabildos, o en otros niveles de gobierno. Y es precisamente en el nivel local, en muchos países, se tienen niveles de participación abrumadoramente bajos; y no podemos olvidar la importancia de los municipios para el ejercicio de la ciudadanía y para el desarrollo de nuestros liderazgos"

Queridas amigas como decía mi querida Madre Teresa, "A veces sentimos que lo que hacemos es tan solo una gota en el mar, pero el mar estaría incompleto si le faltara esa gota".

12

CONSULTORES

13

CONSULTORES

¿Es el tiempo de las mujeres?

Sin ninguna duda, todavía nos queda un largo camino por transitar, y muchos prejuicios que vencer. Pero algo ha cambiado radicalmente en estos últimos tiempos. Pareciera que el establishment se ha vuelto feminista, y esto nos hace reflexionar si no estaremos a las puertas de un nuevo mundo en donde el poder finalmente tenga una mirada de mujer. Desde Cleopatra a Malala Yousafzai (activista a favor de los derechos civiles- especialmente de las mujeres, a los 17 años recibió el premio Nobel de la Paz), desde la comandante Juana Azurduy a Rigoberta Menchu, desde Ellen Johnson-Sirleaf (Presidenta de Liberia) a Merkel, las Mujeres han honrado la vida de los pueblos y han participado con valentía y compromiso en todas las instancias políticas y avatares que les ha tocado en la historia.

¡Este es nuestro tiempo y nuestro gran desafío! Buscar las respuestas en la acción política, construyendo redes para generar alianzas estratégicas en beneficio de una sociedad más justa e inclusiva, fortaleciendo la democracia y fomentando el desarrollo sostenible.



14

CONSULTORES

15

CONSULTORES

LA CERTIFICACIÓN PROFESIONAL DE LA CONSULTORÍA POLÍTICA

ALFREDO DÁVALOS LÓPEZ
(MÉXICO - ECUADOR)

Sin ninguna duda, todavía nos queda un largo camino por transitar, y muchos prejuicios que vencer. Pero algo ha cambiado radicalmente en estos últimos tiempos. Pareciera que el establishment se ha vuelto feminista, y esto nos hace reflexionar si no estaremos a las puertas de un nuevo mundo en donde el poder finalmente tenga una mirada de mujer. Desde Cleopatra a Malala Yousafzai (activista a favor de los derechos civiles- especialmente de las mujeres, a los 17 años recibió el premio Nobel de la Paz), desde la comandante Juana Azurduy a Rigoberta Menchu, desde Ellen Johnson-Sirleaf (Presidenta de Liberia) a Merkel, las Mujeres han honrado la vida de los pueblos y han participado con valentía y compromiso en todas las instancias políticas y avatares que les ha tocado en la historia.

¡Este es nuestro tiempo y nuestro gran desafío! Buscar las respuestas en la acción política, construyendo redes para generar alianzas estratégicas en beneficio de una sociedad más justa e inclusiva, fortaleciendo la democracia y fomentando el desarrollo sostenible.

- Existe una preocupación en varios consultores por la gran cantidad de eventos no serios que están proliferando en los últimos tiempos, lo que además está provocando entre los asistentes creerse o nombrarse consultores por asistir a alguno de ellos. Al respecto Ralph Murphine señala que:

Es triste que los líderes políticos, especialmente del nivel local, no tienen idea de cómo identificar un experto de un taxista. Desafortunadamente, algunos consultores que no pueden vender sus servicios han decidido vender conferencias. Que bien. Estoy a favor de más conferencias, PERO con expositores verdaderamente calificadas, no seleccionados porque ellos, también, van a patrocinar una conferencia de esperanza. Creo que este no es un proyecto limitado a ALACOP, es un proyecto que todas las organizaciones legítimas de los consultores políticos legítimas tiene que coordinar (Ralph Murphine, 2017).

- Muchos también señalan su preocupación sobre el nacimiento de varias asociaciones en distintos países las cuales no son representativas de los consultores locales, son poco serias o que se han hecho para que algunos se auto nombren presidentes y así poder lucrar a través de ellas. Al respecto Ralph Murphine señala:

Yo no estoy preocupado sobre el número de asociaciones. Se puede tener miles. Estoy preocupado sobre el hecho que las asociaciones “de consultores políticos” son, en verdad, asociaciones de “personas que quieren ser consultores políticos.” La idea de la auto-formada asociación es para dar una legitimidad falsa a los “miembros” (Ralph Murphine, 2017).

• Con el tema de la certificación profesional sus principales dudas o cuestionamiento giran en torno sobre el **¿Qué pasa con los consultores que no les interesa afiliarse a ninguna asociación?**; por otro lado expresan **¿Qué pasaría con los actuales socios de ALaCoP y cómo podrían certificarse?**; en cambio otros mencionan que no necesitarían la certificación profesional para poder trabajar. Al respecto Ralph Murphine menciona:

Creo que es un error confundir “consultores políticos” con “asociaciones de consultores políticos”. Ser miembro de una asociación debería ser deseable, en mi opinión, pero si no quiere, no quiere. La marca de profesionalismo no está relacionado con una membresía en una asociación (esta es precisamente la mentira vendida por las asociaciones falsas). La marca de profesionalismo (una vez que alguien puede hacer la decisión para aplicarlo) es CAPACITACIÓN, EXPERIENCIA, y ÉXITO, asociación o no (Ralph Murphine, 2017).

• Ante la inquietud planteada por varios socios sobre **¿Qué pasaría con los actuales socios de ALaCoP y cómo podrían certificarse?** Ralph Murphine señala:

No es una pregunta de ALACOP, es una pregunta para la industria. ALACOP puede determinar sus propias reglas para ser miembro y para dar certificación, si quiere. No va a tener mucho impacto, sin embargo, si la AAPC, IAPC y otros grupos legítimos, también pueden llegar a un acuerdo sobre certificación (Ralph Murphine, 2017).

• Varios consultores expresaron que el punto principal que debería considerar un proceso así, debería de estar relacionado con la experiencia profesional, por encima del conocimiento o los títulos académicos. **Otros en cambio señalaron que los resultados o logros de un consultor deben ser temas que deberían ser tomados en cuenta al momento de certificar o no a algún consultor.** Al respecto Ralph Murphine señala:

En mi opinión, no es, y no puede ser, una pregunta de un factor sobre los otros. Algunos consultores políticos tienen tres doctorados, son profesores, han sido autores de cinco libros, y tienen credenciales académicas del más alto nivel. Otros (conozco uno) han tenido años y años de experiencia con presidentes, senadores, gobernadores, alcaldes, concejales, partidos políticos y más. Otros han tenido solamente 8 campañas locales en tres años, pero ha ganado todos. No es una pregunta de rango. Este debate ha sido fatal en universidades en todo el mundo. Es una pregunta de MÍNIMA capacitación académica, capacitación en la calle, tiempo en este tipo de trabajo, éxito (¿en condiciones difíciles o fáciles? No hay una fórmula (2 años de la universidad, 3 campañas, 1 artículo en una revista, 2 conferencias, y 1 éxito = consultor político.) Se necesita aplicar algo difícil: JUICIO. ¿Qué pasa si el “comité” decide que X no está calificada? Hay un proceso de apelación. ¿Qué pasa si X pierde la apelación? El (o ella) puede continuar haciendo lo que él (o ella) está haciendo con o sin certificación. ¿Entonces, porque necesitamos certificación? Porque es un aviso a los clientes y al público que alguien relativamente competente (con capacitación, experiencia, y éxito) ha examinado los credenciales de esta persona y ha decidido que son adecuado o no. Nada más. En negocios, se llama el proceso “quality control” (control de la calidad.) Es imperfecto, pero es mejor que lo que tenemos ahora.

• Otro grupo señaló la importancia de que la certificación contará con varias categorías o escalas como las de una tarjeta de crédito o una aerolínea, pensando por un lado que no podría recibir la misma certificación un consultor que lleva ya varios años trabajando en el mercado a uno que recién inicia, esto permitiría ir cada año renovando la misma o ir incrementando las categorías.

¿Por qué es necesaria la certificación?:

Uno de los grandes valores de contar con una certificación profesional tiene que ver en la necesidad de comenzar a regular a nuestra profesión y desde nuestra visión la certificación sería un gran paso para lograrlo; pero para ello es fundamental asegurar un verdadero proceso de certificación profesional en donde se cumplan toda una serie de procedimientos y requisitos por los que debería pasar todo consultor que quiera certificarse, esto le daría la mayor seriedad, valor y transparencia al proceso. Para nosotros es fundamental que ALaCoP logre muy pronto certificar profesionalmente a los consultores políticos a través de su experiencia, prestigio, sus logros y su conocimiento.

EL RETO DE LA PROFESIONALIZACIÓN DE LA CONSULTORÍA POLÍTICA:

POR GABRIEL DÍAZ

DE LA CALLE A LA ACADEMIA

Cómo comenzó todo...

Aún recuerdo, la primera ocasión que presencié mi primer gran conferencia sobre comunicación política, tuve la gran suerte de que quien exponía no solo se vanagloriaba de sus propios logros, sino que convirtió aquel encuentro en conocimiento de verdad, en donde había una perfecta combinación entre conocimiento académico y la experiencia de calle, ese día comprendí que esta disciplina, este arte, solo puede ser enseñado en las aulas, en los centros de convenciones de esta manera, para que sea verdaderamente productivo asistir.

El mundo de la consultoría política y la gestión de gobierno es muy dinámico, no hay tiempo fuera, las personas que se incluyen en un proceso de aprendizaje ya sea formal o no formal, están inmersos ya en la dinámica real de esta apasionante profesión, tal vez algunos desde una trinchera muy básica y otros

ya desde cargos públicos o aspiraciones políticas enfocadas, el resto de los alumnos o participantes prácticamente están buscando su propia vocación y con toda seguridad dentro del proceso se incluirán ya en el mundo real y con mayor razón requerirán de la guía de un maestro, de un consultor, que no solo les muestre el camino, sino que les comparta el camino y les regale la experiencia sin reservas.

Lo que verdaderamente exigen hoy los alumnos de marketing y comunicación política.

Un día un grupo de alumnos me decían que esto era muy pesado, muy complicado, que les exigía mucho, les contesté que mi misión es crear tanques de guerra, porque en este ambiente político-gubernamental no sobrevive cualquiera, es una profesión en donde entre más viejo eres más valioso, porque no se aprende más de los triunfos sino de las derrotas, siempre y cuando tengas la humildad para hacerlo, no hay campaña que no enseñe algo nuevo que se pueda ofrecer en el aula.

A lo largo de los años y después de tener la oportunidad de trabajar en diferentes instituciones de educación superior en los campos del marketing y la comunicación política, la gestión del gobierno y el

entrenamiento a candidatos, tuve la oportunidad de ir forjando un sistema propio para exponer la clase o la conferencia, tenía que ser experiencial, participativa, de conocimiento compartido, divertido, anecdótico, detallado, narrativo, para llegar a ser una verdadera neuro-clase, con el objetivo de que los alumnos al terminar el día, lo visto en clase lo pudiesen aplicar de inmediato.

He podido experimentar, que los alumnos se han mostrado complacidos con el método usado en la clase, que en resumen es, teoría + investigación + experiencia en calle + ejemplos didácticos + material de seguimiento + interacción con las propias experiencias de los alumnos, es pues, una generación de conocimiento colectivo, el alumno se puede encontrar inmerso en la situación para poder ir resolviendo y armando el tremendo rompecabezas que implica realizar una campaña efectiva y afectiva, que se vuelve proceso enriquecedor porque de inmediato se convierte en experiencia práctica, gracias al análisis de casos desde la teoría y desde el campo real, lo valioso de esto es el cómo

adecuarse al contexto, a la realidad de cada elección, ahí radica el verdadero reto y último objetivo.

De las cumbres a los foros de intercambio de experiencias

Las cumbres son un gran esfuerzo, algunas elaboradas con gran detalle y con mucha ética, con aceptables contenidos y buenos exponentes, algunas otras, solo son a decirlo con toda honestidad, la oportunidad de recaudar dinero al organizador y darle algo de reputación y presencia a los exponentes, pero la experiencia de las cumbres resulta en mucho poco provechosa en los ámbitos de la operación real de campañas, primero porque los exponentes resultan ser muchos, el tiempo del que disponen para exponer es poco y aunque el consultor quisiera compartir su experiencia no puede hacerlo precisamente por cuestión del tiempo, en este sentido las cumbres deben tener la visión de ampliar sus espacios de interacción entre los consultores y los asistentes, que el participante pueda preguntar e interactuar en la dinámica de la exposición, el consultor tiene la misión de verdaderamente llevar las herramientas prácticas que el participante pueda digerir y poner en práctica de manera inmediata.



El maestro desde los libros y el maestro desde calle

La formación académica en un proceso de profesionalización es fundamental, pero las experiencias que vienen de la calle, en donde el maestro, el consultor tuvo que salirse del manual para resolver una situación, son básicas para complementar el conocimiento del futuro consultor, estas experiencias resultan más provechosas para el alumno en tanto cuanto sean actuales, porque los escenarios se mueven rápidamente, las legislaciones y la forma de hacer campaña evolucionan constantemente y es más fácil que el alumno se pueda concentrar en su realidad, en el contexto de su campaña para poder actuar mejor y para poder tomar las decisiones correctas, en este sentido es más valiosa una clase que proviene de las experiencias de una campaña actual que 10 clases de valiosa teoría que será luego más complicada conectarla con la realidad, al momento de la verdad, a la toma de decisiones que será trascendente para las campañas.

Hasta hoy y por más que insistan algunos que no es así, existen varios tabúes que pocos se atreven a tocar en un aula o en un salón de conferencias, sobre todo en el tema de campañas de contraste, insisto que el alumno, el educando debe saber y tener acceso a todo el contexto en el que se desarrolla una campaña por muy crudo que este sea, principalmente para dignificarla desde su espacio personal, pero también para que esté preparado para todo, en serio, para todo.



Vale más un maestro que comparte su experiencia, que los gurús inalcanzables que se guardan el conocimiento

Más de una ocasión he visto salir a los asistentes de cumbres y seminarios con una gran decepción, diciendo “me gustó mucho, pero no entendí nada”, les elevaron el discurso, las luces y las bengalas fueron demasiadas, las exposiciones fueron verdaderos muros de autopromoción, en donde el consultor pasó el 80% del tiempo vanagloriándose de sus logros, sin compartir la riqueza más grande que se encuentra en las derrotas y en los errores, además no le dijo a los asistentes cómo lo hizo, cuáles fueron los pasos en un abc comprensible de tal forma que cualquiera que asistiera al evento pudiera aplicarlos a su realidad local, es urgente hoy preparar a los futuros consultores, a los futuros maestros de comunicación y marketing político para la vida real, para la política que nace en las suelas de los zapatos y que se desarrolla en el cerebro, porque la comprensión de la realidad es la que otorga verdadero poder a la hora de definir la esencia exacta de esa campaña en particular, para crear un ecosistema especial en el que el candidato conecte con la gente y la gente confíe y decida apoyar a ese candidato, esa enseñanza desde la experiencia vivida, es la que nos lleva a la efectiva toma de decisiones y es la que afina todos los sentidos para crear, intuir e implementar la estrategia ganadora.



22

CONSULTORES

23

CONSULTORES

“LA POLÍTICA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR”

LOS 10 años DE REVOLUCIÓN CIUDADANA

En los últimos años, los medios de comunicación han querido asumir un rol de formadores de voluntad política, olvidándose que su papel fundamental es el de informar con objetividad, veracidad y sobre todo no ser parciales o tendenciosos, pues deben ser conscientes que es mediante ellos que la sociedad forma opiniones de los distintos momentos coyunturales.

Aunque no debemos dejar de lado que los medios también son empresas que lucran de la canalización de la información, de aquí se desprende esta relación confrontativa con el ámbito político (¿Qué son y cuáles son los medios de comunicación?. Concepto de .12/1272017 <http://concepto.de/que-son-y-cuales-son-los-medios-de-comunicacion/#ixzz51FyihE00>).

POR MARÍA DEL CARMEN SOLANA (MÉXICO)

En la ciudadanía se puede notar un cambio de interés hacia el consumo de los medios de comunicación, ahora buscan los medios online, lo que pueden ver incluso en su propio celular, no podemos juzgar si es por un tema de falta de tiempo para leer una noticia o por este hastío hacia una prensa tendenciosa, lo cierto es que cada día vemos más personas siguiendo páginas online de diferentes medios y periodistas independientes.

Ahora bien, debemos hablar de la apatía que existe en la sociedad hacia los temas políticos, esto debido al desencantamiento de la sociedad por temas de corrupción, la demagogia, el sectarismo y el incumplimiento de propuestas, aunque también se debe a la falta de nuevos y capacitados actores políticos que puedan canalizar las necesidades y deseos de la sociedad.

En el Mito de las Cavernas, Platón describe a los ciudadanos como meros espectadores, con pocas posibilidades de ser ellos mismos los actores de la obra (Dr. Ferrater Mora, J. 1979, Diccionario de filosofía, Caverna de Platón. Barcelona, Alianza Editorial, ISBN 84-206-5299-7). Aunque en la actualidad, el ciudadano muchas veces ya no quiere ni ser ese espectador del que nos habla Platón.

No olvidemos que un político es la persona que ocupa un cargo público sea

o no elegido por el voto popular, dicha persona tiene la labor de gestionar y administrar los recursos públicos para el beneficio y la solución de necesidades de la sociedad a la que pertenece, es decir, que debe velar por los intereses generales de los ciudadanos dentro de una ética profesional y del valor de servicio al pueblo y no a él mismo.

Hoy, creo en la necesidad de investigar y dar a conocer la percepción de la ciudadanía ante este tema y la opinión de los diferentes actores, como periodistas y radiodifusores sobre el cómo han hecho para seguir adelante en su profesión y si creen que hubo o no un control excesivo por parte del Gobierno de la Revolución Ciudadana.

Pero ¿Qué pasó en el Ecuador?

Hoy estamos viviendo el primer año de un nuevo gobierno que, aunque viene de la misma ideología y mismo movimiento político ha aparentado ser un cambio de estilo para la política ecuatoriana.

Durante el gobierno de Rafael Correa, hubo nuevas leyes para distintos sectores, como la Ley de Comunicación para los medios, la Ley de Plusvalía para el sector de la construcción, entre otras que propiciaron cambios no muy bien aceptados en los diferentes sectores pero sí acogidos tal vez por obligación.

En este tiempo, se pudo apreciar un cambio de los medios de comunicación, para comenzar una nueva distribución de frecuencias y con esto, algo que no se

había vivido antes, el tener medios de comunicación públicos. Seguido de esto, una serie de noticias en las que se escuchaba de las diferentes denuncias de parte de la Supercom hacia diferentes medios de comunicación privados; ver cada sábado una nueva forma de hacer propaganda con las famosas “Sabatinas” en las que vimos a un Presidente rompiendo periódicos e insultando periodistas.

Todo esto nos lleva como ciudadanos a un profundo análisis, sin defender a ninguna de las partes, pues una Ley de Comunicación que regule a los medios era necesaria, puesto que era un secreto a voces que los medios de comunicación privados no eran objetivos, sobretudo en época electoral, se regían por sus propios intereses económicos y políticos.

No podemos dejar de lado que esta Ley también sirvió para que los artistas ecuatorianos tuvieran una mayor apertura en los medios y una rigurosa clasificación de programas televisivos y películas que tanta falta hacía. Y, ¿qué decir si hablamos de la posición autoritaria y excesiva de parte del gobierno hacia los medios! pues debemos hacer una amplia reflexión sobre el tema, sobretudo por el bien de una sociedad objetivamente informada y con el derecho de siempre saber la verdad de lo que realmente sucede en el país.

Los medios y los 10 años de Revolución Ciudadana.

Al llegar a la presidencia de la República del Eco. Rafael Correa, en el año 2007, se da a conocer su interés por fomentar y rescatar del olvido a los medios públicos, comienza por analizar la situación de los medios públicos ya existentes e impulsa la creación de nuevos con una gran inversión en infraestructura.

Se comenzaron a tomar decisiones importantes como la reactivación del Diario El Telégrafo, la creación del canal televisivo Ecuador TV, afianzamiento de la hoy conocida Radio Pública del Ecuador, ampliación de la cobertura de la Radio Casa de la Cultura, la creación de la Agencia Nacional de Noticias de Ecuador (ANDES) y de el medio digital El Ciudadano, que posteriormente tuvo su versión impresa, televisiva y radial y el control de los medios incautados del Grupo Isaias (Gamavisión, TC Televisión, Cablenoticias, TV Cable; las revistas La Onda y El Agro y las radiodifusoras Carrusel y Super K) (Gehrke, Mirjam.(2016) Panorama de los medios en Ecuador. Sistema informativo y actores implicados. DW Akademie. 15/01/2018. <http://www.dw.com/downloads/30336831/panorama-de-los-medios-en-ecuador-pdf.pdf>).

En el año 2011, más de 20 medios de comunicación (televisoras, radios y prensa escrita) pasaron a ser controlados por el gobierno de la Revolución Ciudadana como medios públicos, medios gubernamentales y medios incautados; todos ellos sometidos a las órdenes del Gobierno, sin independencia editorial. Las televisoras y radiodifusoras siendo utilizados como repetidoras para la transmisión en cadena nacional del Enlace Ciudadano, conocido como “sabatina” que era utilizada para rendir cuentas de la gestión del presidente Rafael Correa y como agencia oficial de noticias, pues dedicaban gran cantidad del tiempo de los noticieros para dar a conocer las actividades de los funcionarios públicos. (Rosales Ortega, Enrique. Medios de comunicación incautados. eluniverso.com. 12/12/2017. <https://www.eluniverso.com/opinion/2014/07/14/nota/3231961/medios-comunicacion-incautados>)

A partir de esto, la ciudadanía ha tenido la posibilidad de escoger entre medios públicos o privados dependiendo de sus intereses, inclinaciones políticas y socioculturales.

El 6 de Febrero del 2011, el diario El Universo publica el controversial artículo “No a las mentiras” en el que se acusaba al ex presidente Rafael Correa de dar la orden de disparar en un hospital tras la revuelta policial del 30 de Septiembre. El gobierno no hizo esperar la demanda en contra del diario en la que se solicitaba sentencia de tres años de prisión a los tres hermanos Pérez, directivos del diario y a Emilio Palacio, exdirector

de opinión del diario, además de una multa económica de \$80,000,000. En febrero del 2012 la sentencia emitida por la Corte Nacional de Justicia fue el pago de \$30,000,000 y tres años de prisión a cada uno de los enjuiciados. El expresidentes Correa en cadena Nacional de 40 minutos informó la decisión de optar por el recurso de remisión y otorgó el perdón a los sentenciados. En marzo del 2012, la ex jueza Mónica Encalada, rindió su declaración y pruebas en las que sostenía que hubo irregularidades en el caso (18/09/2017.Caso El Universo. Wikipedia. 12/12/2017. https://es.wikipedia.org/wiki/Caso_El_Universo).

En Junio del 2013, entra en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación en la que se establecía la creación de dos entidades de control y regulación de los medios de Comunicación, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom) y la Superintendencia de Comunicación (Supercom), la cual hasta marzo del 2017 ha recibido 529 denuncias y 531 procedimientos de oficio, de las cuales se han emitido 402 sanciones, 170 amonestaciones, 16 órdenes de réplica, 30 órdenes de rectificaciones, 28 disculpas públicas y una suspensión definitiva de publicidad (18/09/2017.Caso El Universo. Wikipedia. 12/12/2017. https://es.wikipedia.org/wiki/Caso_El_Universo).

En septiembre del 2013, un grupo de periodistas presentan una demanda ante la Corte Constitucional en la que sostienen que la Ley fue aprobada sin cumplir ciertos

artículos constitucionales, contrariando algunos artículos de la Constitución de la República y de tratados internacionales como la libertad de pensamiento, expresión y comunicación. Así como también no establece a la comunicación como un servicio público (EFE. 4/09/2013. Políticos y periodistas presentan demanda contra ley Comunicación en Ecuador. Diario El Mercurio. <https://www.elmercurio.com.ec/396059-politicos-y-periodistas-presentan-demanda-contra-ley-comunicacion-en-ecuador/>).

A pocos días de aprobada la Ley Orgánica de Comunicación, el Ministerio de Relaciones Laborales incautó los equipos de la Revista Vanguardia como parte de un proceso de coactivo, por una deuda de 20,800 dólares, el monto es producto de una multa por no cumplir con el porcentaje de personas con discapacidad en su nómina. El 27 de junio del 2013 la Revista Vanguardia informó la decisión de cerrar este medio de comunicación (Gestor. 03/08/2017. Revista Vanguardia no circulará el lunes. Ecuavisa. 12/12/2017. <http://www.ecuavisa.com/noticias/nacionales/52740-planton-en-quito-por-revista-vanguardia.html>).

El 29 de Junio del 2014, por medio de un comunicado oficial de la Secretaría Nacional de Comunicación, se informa que el Diario Hoy dejaría de emitir su edición impresa y que sólo publicarían en su plataforma web. En forma de justificaciones, el director del diario Jaime Mantilla explicó que esto se debía a problemas administrativos, financieros, laborales y por la escasa circulación. En el comunicado también se habla que el director del diario culpó falsamente a la Ley Orgánica de Comunicación y dijo que existía en el Ecuador una “falta de libertades” (Alvarado Espinel, Fernando. 03/06/2014. Caso: Diario Hoy de Ecuador. El Ciudadano. 12/12/2017. <http://www.elciudadano.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/COMUNICADO-SECOM-3-JULIO-HOY.pdf>).

En la Ley Orgánica de Comunicación, se establece que el 34% de las frecuencias disponibles sean asignadas por un periodo de 15 años a medios públicos comunitarios las cuales están distribuidas en 18 provincias del Ecuador a 13 nacionalidades indígenas; todas transmiten en frecuencia modulada (FM) y en sus

diferentes lenguas y/o dialectos. Esto se comienza a efectivizar en el año 2014. (Gehrke, Mirjam. (2016) Panorama de los medios en Ecuador. Sistema informativo y actores implicados. DW Akademie. 15/01/2018. <http://www.dw.com/downloads/30336831/panorama-de-los-medios-en-ecuador-pdf.pdf>).

En febrero del 2015, la Supercom convocó al caricaturista ecuatoriano Xavier Bonilla (Bonil) luego de publicar una caricatura en el diario El Universo, en la que criticaba al legislador de la Asamblea Nacional, Agustín Delgado. Las autoridades sentenciaron que el caricaturista debía publicar una “disculpa pública” en la sección de humor del periódico (13/02/2015. “Supercom sanciona a El Universo por discriminación socioeconómica; Bonil fue sancionado”. El Universo. 12/12/17. <https://www.eluniverso.com/noticias/2015/02/13/nota/4553251/supercom-sanciona-bonil-universo-discriminacion-socioeconomica>).

El 22 de Marzo del 2015 el Diario La Hora se declara en resistencia tras la sanción impuesta por no acatar la Ley Orgánica de Comunicación al no clasificar su contenido en categorías. A partir de aquí empezó una serie de denuncias en la Supercom hacia el Diario La Hora su editor general de ese momento Luis Vivanco y su Director General Francisco Vivanco Riofrío (Morla, Rebeca. 24/03/2015. Diario ecuatoriano La Hora se declaró en resistencia ante multa oficial. PanAm Post. 12/12/2017. <http://www.juiciocrudo.com/articulo/diario-ecuadoriano-la-hora-se-declaro-en-resistencia-ante-multa-oficial/1899>).

Según la página de la Supercom, después de la última redistribución de frecuencias en el 2016, en el Ecuador hay 64 televisoras, 140 radiodifusoras, 70 diarios de prensa escrita (Directorio de medios. Superintendencia de comunicación. 12/12/2017. <http://www.supercom.gob.ec/es/informate-y-participa/directorio-de-medios>) y un sin número de prensa vía online, las cuales se han visto obligadas a cumplir con cada uno de los artículos de la llamada Ley de Comunicación, pues son monitoreadas las 24 horas.

Al inicio de este nuevo periodo presidencial, se dio a conocer la noticia por medio del gerente general de la Empresa de Medios Públicos, Andrés Michelena que debido a la mala administración de los canales incautados hay una pérdida de 23 millones de dólares, además anunció la quiebra del canal GamaTV y que no se cobró nada por ninguna de las “sabatinas” hechas por el anterior gobierno (Redacción Quito, Diario La Hora. Andrés Michelena: ‘Hubo un nefasto manejo de los medios públicos en los últimos 10 años’. lahora.com. 12/12/2017. <https://www.lahora.com.ec/noticia/1102109294/andres-michelena-hubo-un-nefasto-manejo-de-los-medios-publicos-en-los-ultimos-10-anos>).

Hacia donde debe ir la comunicación en Ecuador

Hoy se vuelve fundamental contar con una ciudadanía educada que investigue y se informe mucho más, pues una ciudadanía informada y movilizadora jamás podrá ser sometida, si los ciudadanos ecuatorianos conocen bien sus derechos y obligaciones difícilmente se cometerán abusos desde las instancias del poder.

Los medios de comunicación deben hacer un mea culpa de sus acciones anteriores y realmente cumplir su propósito Universal,

sin intenciones políticas ni respondiendo a grupos de interés, sino más bien primando su ética profesional.

Hoy es necesario desde las instancias gubernamentales y las organizaciones sociales incentivar a la gente a recuperar la confianza en la fortaleza del pueblo, en que abran los ojos ante las dolencias del país y las injusticias que se han cometido. Así como también lograr salir del limbo de apatía generalizada que se vive en el Ecuador, pero sobre todo ser capaces de generar distintos mecanismos de participación y movilización ciudadana

Por otro lado, existe la necesidad urgente de pedir a los actuales Asambleístas una revisión a fondo, conformando una comisión con periodistas y ciudadanos incluidos, y hacer las debidas reformas a la Ley de Comunicación, siendo la voz de la ciudadanía y de los actores sociales el pilar fundamental para lograr estos cambios.

RECONOCER LAS ASOCIACIONES LOCALES

Uno de los principales retos de ALaCoP ha sido el impulsar la profesionalización de la política y la consultoría en toda nuestra región, desarrollando y apoyando varios eventos como por ejemplo la Cumbre Mundial de Comunicación Política encabezada por nuestro socio Daniel Ivoskus; además de colaborar junto a prestigiosas universidades de Iberoamérica la realización de distintos programas de formación, diplomados y maestrías.

Durante esta gestión creímos en la necesidad de reconocer a nivel internacional desde ALaCoP a las distintas asociaciones locales que se habían conformado durante los últimos tiempos pero que cumplían una serie de requisitos como la representatividad, el profesionalismo y la ética de sus miembros,

razón por la cual durante la última ceremonia de los premios ALaCoP en el mes de febrero de este año en la Ciudad de México, entregamos un reconocimiento público a la Asociación Argentina de Consultores Políticos (ASACOP), a la Asociación Colombiana de Consultores Políticos (ACOPOL), la Asociación Venezolana de Consultores Políticos (AVENCOPOL) y la Sociedad Paraguaya de Consultores Políticos (SOPACOP), es fundamental señalar que para lograr dicho reconocimiento las distintas asociaciones cumplieron una serie de requisitos y fueron evaluadas por una comité de aprobación que validó su seriedad, legitimidad y el profesionalismo de todos sus miembros.

Requisitos para reconocer a las Asociaciones Locales:

- Que sea representativa para los consultores del país al que representa y que al menos tres socios ALaCoP activos sean parte de su directiva.

- Que dentro de los cargos de su directiva también exista la presencia de consultoras.

- Que su directiva haya sido elegida democráticamente y que practiquen obligatoriamente la alternabilidad en la elección de su Presidente como uno de sus principales valores.

- Que su directiva demuestre con documentos de cada uno de sus miembros la experiencia necesaria trabajando en campañas y gobiernos.

- Que estén constituidas legalmente en sus países de origen y presenten sus estatutos.

- Que incluyan un listado de sus socios.

- Que cuenten con el aval escrito de dos socios antiguos de ALaCoP a nivel local o algunos socios que tenga varios años trabajando en ese país que certifiquen la experiencia de los miembros del comité directivo y los argumentos del porque debería reconocerse dicha asociación.

- Que ninguno de los miembros de su directiva hayan estado involucrado o denunciado ante el Comité de Ética de ALaCoP y que no existan procesos legales en su contra dentro de sus países.

El comité de aprobación estará conformado por el último Presidente, el Chairman y el Presidente actual de ALaCoP cuyas funciones serán:

- Analizar y verificar toda la documentación enviada.

- Investigar con varios socios de ALaCoP locales sobre la experiencia, profesionalismo, así como los temas éticos y legales de los miembros de la directiva, así como la veracidad de los documentos enviados.

- Eventualmente se podría llevar el caso ante el Consejo Consultivo conformado por los ex Presidentes de la Asociación para recabar mayor información sobre la aprobación de una asociación local.

- Aprobar el reconocimiento después de haber cumplido todos los requisitos señalados.

- La decisión final tomada por el comité no podrá ser apelada.

Cuando la asociación sea aprobada por el comité se procederá a la firma de un convenio de reconocimiento mutuo como asociaciones conformadas por profesionales, dicho convenio se renovará con el cambio de directiva de cada asociación local siempre y cuando no exista ninguna situación irregular que afecte los principios en los que se basa este mutuo reconocimiento.

POR HUGO HAIME

que tiene que ver LOS MITOS SOCIALES CON EL VOTO

Difícil se hace intentar comprender el comportamiento social y político de las sociedades sin entender, alrededor de que sistema de creencias-guías organizan su vida cotidiana, cual es el lugar que se le da a las distintas instituciones, alrededor de que se organiza el sistema productivo, como es concebido el sistema de poder, cual es el lugar que se les da a las élites. Que lugar tienen en el sistema de creencias y en las conductas las tradiciones, la innovación, la familia, la religión, el trabajo, cual es el grado de confianza en los distintos sectores de la comunidad.

La investigación cuantitativa es vistosa, descriptiva y si uno sigue las reglas de la estadística suponiendo que nada va a cambiar de las tendencias que estamos registrando puede prever situaciones a futuro, pero siempre hay cisnes negros, situaciones que no obedecen a la ley de la estadística. Por el contrario la investigación de opinión pública se queda totalmente renga, carente de explicación profunda sin la utilización de instrumentos de tipo cualitativo que busquen comprender la profundidad del fenómeno social. Es impensable desarrollar una campaña

electoral sin encuestas pero también lo es sin la utilización de estudios cualitativos.

En relación a la comunicación, a los spots, a los mensajes, los estudios cuantitativos podrán hablarnos de sus efectos pero sobre la validez de su construcción y/o el modo en que deben ser confeccionados solo lo puede responder el factor cualitativo. A este principio al cual siempre nos aferramos, hoy el desarrollo de las neurociencias aplicadas a la política nos refuerzan la validez del mismo. Ya no se trata de que los científicos sociales "suponemos que es posible" que los sujetos sociales se vinculen de tal o cual modo al Estado, a la política, al trabajo. Hoy a través de las neurociencias se puede comprender como funciona el cerebro humano. Que partes del mismo se ponen en funcionamiento y que tipo de reacciones se producen internamente.

Los descubrimientos permanentes sobre la complejidad de la mente humana y la complejidad de los procesos sociales cuestionan algunas ideas que aún subsisten, sobre que estamos frente a sociedades que toman sus decisiones en base a razonamientos lógico-rationales.

George Lakoff, el conocido lingüista Demócrata, en un artículo escrito para el libro "Emotions in Politics and Campaigning" (2010) de la Asociación Europea de Consultores Políticos cuestiona muchos de esos conceptos contraponiendo a la idea de que las decisiones que se toman son lógico-rationales, la idea el gran peso que tienen las emociones en las decisiones, ya que las mismas son constitutivas de la mente.

Así ante distintas afirmaciones propondrá otro modo de ver las cosas, apoyado en el descubrimiento del neuromarketing, las que a su vez están apoyadas en los descubrimientos que hizo Freud sobre la conducta humana.

Ante la afirmación: el pensamiento es conciente dirá Lakoff, la neurociencia muestra que el pensamiento es 98% inconciente.

Ante la afirmación: la razón es abstracta e independiente del cuerpo. Dirá: Pero la razón se manifiesta de dos maneras, 1 pensamos con nuestros cerebros 2 el pensamiento está basado en nuestro sistema sensorial motor.

Ante la afirmación: La razón usa lógica formal. Dirá que: en realidad la razón está basada en marcos mentales y metáforas que surgen de manera natural debido a las experiencias comunes y la naturaleza del aprendizaje neural. La literatura sobre la cognición ha verificado experimentalmente la realidad del pensamiento metafórico. La razón humana usa lógicas basadas en marcos mentales y metáforas. Las decisiones económicas están basadas en este hecho.

Ante la afirmación: La emoción se interpone en el camino de la razón Lakoff dirá que: en realidad la razón requiere de la emoción. Pacientes con daño cerebral que no pueden sentir emociones no saben que quieren o desean. Ya que querer o no querer algo no significa nada para ellos y no pueden juzgar las emociones de otros. Como resultado no pueden tomar decisiones racionales.

Ante la afirmación: la razón es universal Lakoff dirá que de hecho tanto los conservadores como los progresistas razonan de modo diferente y también sucede lo mismo con personas que hablan distintos idiomas.

Ante la afirmación: El lenguaje es neutral y puede categorizar al mundo directamente dirá Lakoff. De hecho el lenguaje es definido en términos de marcos conceptuales y metáforas. Trabaja a través del cerebro y no categoriza el mundo directamente. En realidad muchos de los conceptos

nombrados por palabras no tienen un sentido universal y varían de acuerdo al sistema de valores.

Tenemos entonces al inconciente, a las emociones y al sistema de valores como tres elementos que nos han de acompañar en forma permanente a la hora de tratar de comprender como se vinculan los electores con la política, la sociedad y las campañas.

Y esa comprensión es lo que nos permite darle vida a los datos cuantitativos. Para que los datos de las encuestas nos "hablen", quien interroge debe tener claro que preguntas hacer y para ello es importante conocer que cosas y porque les preocupan a los electores. Y las preguntas a realizar en una encuesta -más allá de las que siempre son de rutina-, surgen de poder hurgar en la profundidad de la mente de los electores. Los instrumentos de recolección de información cualitativa son múltiples, focus groups, entrevistas en profundidad, entrevistas tipo mystery shop, minigrupos y hasta la resonancia magnética por imágenes. También los modelos teóricos son varios.

Nosotros somos parte de una corriente teórica que entiende que de lo que hay que dar cuenta es del vínculo que existe entre el ciudadano y el poder. No nos interesa la interpretación psicológica de cada uno de los entrevistados no queremos saber cual es su neurosis, nos interesa el tipo de vínculo que establece con los actores de la política.

Las característica de este vínculo está condicionada no solo por variables sociodemográficas, o por el la coyuntura histórica, sino básicamente por el sistema de valores de la sociedad, sus mitos y su historia. Vemos el vínculo entre los valores, los mitos y las demandas sociales del siguiente modo.

Toda sociedad tiene hacia el sistema de poder demandas de resolución de deseos y necesidades. Las demandas por lo general se estructuran alrededor de pocas temáticas cambiando el modo en que se expresan de acuerdo a distintas circunstancias históricas, coyunturas políticas, pertenencia a segmentos sociales. Dichas demanda están relacionadas con el presente y el futuro, con el vivir, el alimentarse, el cuidarse y el proyectarse en el tiempo. Dichas demandas se expresan vinculadas al trabajo, la seguridad física, el cuidado de la salud, la educación. Típicas demandas que aparecen registradas en cualquier estudio de opinión pública.

Ya en nuestro segundo libro “La Imagen del Poder” decíamos que “creemos que lo que vincula a los representantes y a los representados con la política es el Poder, siendo éste el elemento esencial que da lugar a la existencia de la relación entre quienes buscan obtener o consolidar su poder político y sus representados, generándose así una convergencia de búsquedas.

Por parte del dirigente político, la búsqueda de incrementar niveles de poder que le permitan alcanzar sus objetivos, para lo cual asumirá roles y desarrollará acciones que lo lleven a su meta. Por parte de los ciudadanos, la búsqueda permanente y esperanzada de encontrar quien les facilite su poder hacer cotidiano. En este sentido, los ciudadanos o representados aceptan el rol del político y los objetivos buscados por éste, en la medida en que perciban que les resulta un vehículo útil para alcanzar los propios deseos. Los niveles de consenso y aceptación de un político por parte del ciudadano están condicionados y subordinados a que el objetivo buscado por el dirigente permita, aunque a veces sea de modo imaginario, que los representados puedan alcanzar sus propias metas, objetivos y deseos. Estas son mucho más simples, y menos complicadas que las de los dirigentes políticos, cubriendo un espectro amplio pero esencial de temas que hacen al desarrollo de la vida cotidiana, incluyendo demandas de:

Generación de condiciones que permitan el bienestar económico, para lo cual el político debe ser capaz de garantizar formas adecuadas de acceso al mercado laboral y al sistema económico.

Seguridad para sus vidas y sus bienes lo cual se traduce políticamente en reclamos de protección física, garantía de funcionamiento, de respeto de los derechos individuales y/o aplicación de derechos constitucionales.

Funcionamiento adecuado de los sistemas educativos y de salud, que garanticen una adecuada inserción social y protección ante los riesgos de enfermedad y muerte.

Dichos deseos básicos (seguridad, protección, inserción social, bienestar económico) que hacen a condiciones mínimas pero esenciales de la vida cotidiana de las personas, necesitan claras contrapartes de los dirigentes políticos y están presentes de un modo u otro en las demandas que toda sociedad realiza a sus gobernantes y dirigentes.

En tanto el accionar de éstos se manifieste desde el gobierno (ya sea como realización concreta o como camino en tránsito hacia la posibilidad de dichas metas) o desde el llano como esperanza o promesa creíble -el vínculo positivo entre representante representado es factible de ser construido y de mantenerse y consolidarse en el tiempo. Es en dicho momento en que ambos parecen querer lo mismo.

Por ello muchos dirigentes confunden haber conseguido altos índices de popularidad en algún momento con haberse convertido en los líderes de procesos de cambio que creen permanentes. Excepto en el caso de los grandes estadistas o de grandes líderes que más allá de los cargos que ocupen han sido trascendentes para la vida de sus países y de sus pueblos pareciera que muchas estrellas fugaces de la política se explican porque en un momento determinado de la vida de las sociedades, una parte de la voluntad del político coincidió con la demanda del momento. Pasado dicho momento histórico el dirigente cae rápidamente en el consenso de la opinión pública y/o es olvidado o cuando no repudiado.

Pero si a través del tiempo, las conductas y la acción del representante no permiten a sus representados alcanzar lo por ellos deseado, o no se comprende la relación entre intencionalidad de cumplimiento y hecho fáctico realizado; el vínculo establecido en términos positivos tarde o temprano ha de ser cuestionado y posiblemente roto. Pero aunque lo hagan en forma coyuntural las demandas podrán ser satisfechas por los dirigentes en tanto su acción tenga compatibilidad con el sistema de valores y creencias guía de la sociedad.

1.2. Los Vínculos

Si aparentemente las demandas son o sobre trabajo o sobre salud o sobre seguridad o sobre ética pública, se trataría entonces de buscar satisfacer dichas demandas. Pero resulta que el problema radica no en como se titulan las demandas sino en comprender el significado de las mismas. Para dar solución a una expectativa primero deberemos saber cual es el contenido de la misma.

Analicemos un simple ejemplo y analicemos los resultados de una encuesta en la cual la desocupación es percibida como el principal problema del país y/o de la provincia y a su vez la principal demanda hacia el gobernador sea la generación de empleo.

Aunque la demanda aparezca en todos los segmentos sociales su significado no es la misma para todos. No es la misma por parte de quien ha terminado la universidad, que por parte de quien solo tiene estudios primarios completos. Tampoco es la misma si es un sujeto acostumbrado al trabajo manual que a los servicios. Si es un sujeto que está ligado a los códigos de la revolución industrial o a la era del conocimiento.

Dependiendo de en que lugar se ubique el sujeto de la demanda tanto en términos de su vínculo con el trabajo como en términos de

su situación objetiva, la generación de empleo tendrá más de un significado y entonces aunque se tenga la mejor de las intenciones y se realice acciones que objetivamente “parecen” resolver el problema, quien demanda la solución puede quedar insatisfecho.

Es que el significado de la demanda depende del lugar en que se ubica el sujeto de la misma.

Podemos pensar para graficar la situación en un “sistema” en donde los vínculos que un sujeto desarrolla en términos sociales estén fuertemente relacionados a aspectos primarizados o secundarizados - ambos ponen en evidencia distintos niveles de afectividad -. Los primeros ligados ya sea a la tradición comunitaria o la búsqueda de protección por parte de otro. Los segundos en donde priman valores seculares, sean estos relacionados con el éxito, el status, el prestigio o el progreso.



Así pensando quienes demandan de un gobernante generación de trabajo podrían estar dándole a este distintos significados, por ejemplo: un trabajo puede ser para algunos una cuestión de sobrevivencia física y para otros un mecanismo de progreso social. Así no solo puede ser distinto lo que se demanda sino también distintos los significados que tiene el trabajo para ambos sujetos. Entre los distintos significados que hemos encontrado a través de nuestros estudios en relación a que se quiere decir con “trabajo” están:

- El trabajo como inclusión social de acuerdo a los hábitos y la tradición de la comunidad.
- El trabajo como protección social por parte del Estado
- El trabajo como instrumento para obtener éxito
- El trabajo como modo de desarrollo personal, progreso, arribo a metas.

En el siguiente gráfico podemos ver de modo esquemático dichos vínculos y demandas

MATRIZ DE POSICIONAMIENTO VINCULAR



Sintetizando cada sociedad y/o sector social posee demandas que en apariencia pueden “sonar” similares al ser denominados de la misma forma pero en realidad no pueden ser satisfechas del mismo modo. O mejor dicho podría resolverse la situación material pero no la simbólica con lo cual el demandante podría satisfacer momentáneamente su necesidad pero el dirigente político podría quedar en deuda permanente. Pensemos en el proceso de pauperización de las capas medias de la década de los 90 en los países de América Latina. La pérdida de las fuentes de trabajo, el fin de la ilusión, de la movilidad social o la falta de oportunidades laborales en el caso de segmentos de clase media y profesionales que debieron apelar a fuentes de trabajo alternativas, como convertirse en cuentapropistas taxistas, remiseros, quiosqueros, le permitió a muchos sobrevivir pero su aspiración o deseo era progresar utilizando sus potencialidades y el nivel de estudios alcanzado y así se generó una particular molestia en relación al poder político y fuertes críticas al plan económico por parte de estos segmentos sociales y determinó

la aparición de altos niveles de insatisfacción y descontento que se manifestaron en el voto opositor de sectores medios. En otras palabras estos sectores en muchos casos lograban satisfacer la demanda básica pero no el significado simbólico de la misma. Así el político no respondía a las expectativas más allá que desde el punto de vista de los indicadores objetivos obtuvieran ingresos suficientes para la manutención del hogar y se tuviera acceso al crédito y a productos importados vía el dólar barato.

En general las demandas de los sectores medios altos están fuertemente influenciadas por sus expectativas de crecimiento personal y la confianza en su potencial individual, por tanto es más fuerte la probabilidad de que el modo de satisfacer dicha demanda sea a través de la generación de condiciones apropiadas para que puedan desarrollar su ingenio y su iniciativa y canalizar su profesión y/o vocación. Es el típico caso de quien demanda garantías de que nada impedirá su desenvolvimiento cotidiano de las actividades que planificó para poder alcanzar sus objetivos.

En el caso de los segmentos de menor poder adquisitivo tampoco la demanda de trabajo se resuelve de cualquier modo. Así hemos conocido casos en los cuales se han generado fuentes de trabajo mediante procesos de cambio productivo sin tener en cuenta el nivel de preparación y/o capacitación laboral de la población y/o sus condiciones psicofísicas.

En los casos de las demandas sobre seguridad, salud, educación, sucede lo mismo que con la demanda de trabajo. Poseen múltiples significados que deben ser decodificadas para su mejor y eficaz resolución.

Tal como vimos en el gráfico, las demandas de la sociedad “parecen” similares pero en lo específico, las características de las mismas dependen del sistemas de valores, de las creencias guías, del segmento social y de la

coyuntura socioeconómica. Demasiados factores como para tener un manual de reglas de cómo encarar campañas electorales y/o de comunicación en forma similar.

Del sistema de valores de la sociedad y del lugar que el sujeto ocupa en la estructura social depende el tipo de demanda. Si bien es cierto que en toda sociedad existe más de un segmento, por lo general encontramos sistemas de valores comunes que son los que definen las características básicas de la misma. Estos sistemas de valores mutan en el tiempo pero tienden a mantener una matriz común. Este sistema de valores es el que el dirigente político debe conocer, satisfacer, canalizar. Las campañas en un país y en sus distintas localidades requieren de la correcta lectura de dichas particularidades.

Cuando en EEUU los republicanos se dirigen a la población del interior profundo de su país buscan encarnar los valores conservadores de dicha sociedad y para ello buscan símbolos que lo encarnen. Es el caso de Trump durante su campaña La búsqueda de identificación con los valores de la sociedad profunda americana. Familiar, conservadora, cazadora, perteneciente a la sociedad del Rifle, demandane de trabajo industrial perdido.



Mitos, Valores y Cambio.

Las características del vínculo entre valores sociales, el modo de desarrollo de las sociedades y los cambios que se producen en ellas tiene consecuencias teórico prácticas sobre nuestro trabajo cotidiano, ya que condiciona el tipo de campaña que se ha de realizar, su simbología, sus formas de comunicación.

El estudio de los sistemas de valores de las sociedades y las lógicas por las cuales estas demandan continuidad o cambio resultan claves para comprender la dinámica social, desarrollar la actividad política y planificar campañas electorales.

El mundo vive un proceso acelerado de cambios tanto en los sistemas productivos, el conocimiento, los hábitos de compra y consumo, las costumbres, las relaciones de familia los grupos sociales, los individuos, las formas de comunicarse y de entrar en contacto con la información, la organización social. Millones de campesinos se incorporan en China a las ciudades y cambian sus hábitos de vida. Millones de jóvenes incorporan la tecnología a sus vidas y construyen nuevos universos de representación simbólica nuevas modalidades de comunicación y representaciones del tiempo y del espacio. Dichas representaciones aparentemente poco tienen que ver con las de sus padres y mucho menos con los de sus abuelos y generaciones anteriores. No obstante la existencia de cambios en las conductas, en los hábitos y en las expectativas que parecen abismales con el ayer, no deja de haber vasos comunicantes entre las distintas generaciones. Creemos que los

sistemas productivos diferencian y los valores y símbolos compartidos unifican. Más allá de las diferencias generacionales bisnietos y bisabuelos comparten simbólicamente sistemas de creencias, como la religión, los símbolos patrios. Los mitos de origen, hacen que lo aparentemente distinto sea un aggiornamento de situaciones pasadas que en el presente se resignifican. Los colores de la bandera hacen a la identidad común de los habitantes de un país, pero los vínculos hacia ella no son siempre los mismos. Como dice Toffler “en el modo en que las sociedades y los diversos sectores sociales que la componen generan la riqueza está una de las claves para saber si las diferencias son de ruptura o simplemente de continuidad generacional respecto a las más adultas. En los valores intergeneracionales compartidos está la otra clave”.

Toffler dice en su libro “La Revolución de la Riqueza” (Pág. 52) no hay duda de que al igual que la industrialización genera más riqueza y mayores excedentes per capita de lo que jamás pudieron alcanzar las economías campesinas, la cantidad de riqueza producida por todos los sistemas que le han precedido, en comparación con el emergente y aún incompleto sistema de riqueza de la tercera ola van a parecer muy pequeñas. Esta incrementará no solo la riqueza en metálico, sino también la riqueza humana, la riqueza no monetaria que creamos para nosotros y nuestros seres queridos.” “Cada uno de los tres sistemas de riqueza -se refiere a la agrícola, la industrial y la de la tercera ola o del conocimiento- impone diferentes obligaciones a las sociedades y a las vidas de la gente común, producen formas y cantidades de riqueza muy distintas. Tienen consecuencias ecológicas y culturales manifiestamente distintas.”

“Compárese la vida de un campesino del Bangladesh rural, un trabajador de la cadena de montaje de la Ford en Colonia y un programador de software en Seattle o en Singapur; incluso dentro de un mismo país -la



India por ejemplo – compárese a un campesino de Bihar, el trabajador de una fábrica de Mumbai y el programador de Bangalore. Puesto que funcionan en el seno de sistemas de riqueza diferentes, viven en mundos diferentes” (las negritas son nuestras)”. Tenemos entonces que el concepto del espacio y del tiempo, el de las relaciones familiares, el de las normas y las formas de producción de la riqueza va cambiando.

Mientras vemos como Toffler describe procesos de cambio en distintos ámbitos sociales y el modo en que estos se interrelacionan con las distintas instituciones, recordamos aquello que a diario es tema de conversación en cada campaña política en la que nos involucramos, sean estas de carácter nacional o provincial, las diferencias culturales y de sistemas de valores en las poblaciones de distintas localidades, por ejemplo, la convivencia entre distintos sistemas y tipos de producción dentro de nuestro país y aún dentro de una misma provincia.

Dice Joseph Campbell que “El mito es el sueño público y el sueño es el mito privado. Si sucede que tu mito privado, tu sueño coincide con el de la sociedad habrás logrado un buen acuerdo con tu grupo...Si no tendrás problemas”.

Así como las diferencias de los sistemas productivos generan distanciamientos simbólicos entre las generaciones y aceleran los procesos de cambio, los mitos aparecen como articuladores entre estas.

Más de una vez nos hemos referido a la importancia del mito para comprender la dinámica social. Ahora bien, ¿Por qué es importante integrar el mito al análisis social y de opinión pública? Porque creemos como dice Josep H. Cambell que “el mito hace al sueño de una sociedad...”

Extraído del capítulo 1 de nuestro libro Que Tenemos en la Cabeza cuando Votamos. Editorial Sudamericana Buenos Aires 2013.

HUGO HAIME
CONSULTOR POLITICO