

Escuela para la promoción del liderazgo político de las mujeres en el marco del posconflicto

Módulos

- 1** Participación Política de las Mujeres en Colombia
- 2** Sistema Político Electoral Colombiano
- 3** Análisis del Contexto Político
- 4** Marketing Político



Módulos para la promoción
del **liderazgo político**
de las mujeres en el marco
del **posconflicto**

Alianza iniciativa de Mujeres Colombianas por la Paz -IMP-

Ángela Cerón Lasprilla

Directora

Investigación y Redacción

Claudia Marcela Páez Bravo

Luz Carlina Gracia Hincapié

Laura Gil Savastano

Juan Felipe Echeverry Jaramillo

Ministerio del Interior

Dirección para la Democracia, Participación Ciudadana y Acción Comunal

Guillermo Rivera Flórez

Ministro del Interior

Eduardo Garzón Torres

Director para la Democracia, Participación Ciudadana y Acción Comunal

La impresión de este documento es posible gracias al apoyo de ONU Mujeres, en el marco del Programa Superando la Violencia contra las mujeres, que se desarrolla gracias al generoso apoyo del pueblo de los Estados Unidos a través de la Agencia de Estados Unidos para el desarrollo internacional USAID. Los contenidos son responsabilidad del Ministerio del Interior y de la Alianza Iniciativa de Mujeres Colombianas por la Paz -IMP, y no reflejan necesariamente las opiniones de ONU Mujeres, USAID o del Gobierno de los Estados Unidos.

Diseño y diagramación

Luis Alfredo Avendaño Rubio

alfarubio@gmail.com

Impresión

LandMark - Ingeniería Publicitaria

400 ejemplares

Bogotá, D.C. 2017



Módulos para la promoción del liderazgo político de las mujeres en el marco del posconflicto

Introducción

La implementación del “Acuerdo Final de Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera”, constituye un momento determinante de nuestra historia como país, en el que tenemos la oportunidad de generar transformaciones políticas, sociales, culturales y económicas que favorezcan el logro de la igualdad real entre todos los colombianos y colombianas. La participación política de las mujeres en este proceso es fundamental para garantizar que dichas transformaciones contribuyan a la eliminación de la discriminación y las violencias en su contra.

En el ámbito de las Naciones Unidas se ha reconocido ampliamente la importancia de la participación de las mujeres en los escenarios de resolución de conflictos y de consolidación de la paz¹. Sin embargo, se ha reconocido también la persistencia de obstáculos que impiden su participación en la vida política en igualdad de condiciones con los hombres². Ante ello, desde Naciones Unidas se ha venido reafirmando la importancia de empoderar a las mujeres mediante procesos de formación que les permitan desarrollar conocimientos y aptitudes para contribuir plenamente en los escenarios de toma de decisiones, sosteniendo que los momentos de transición política constituyen oportunidades únicas para superar la discriminación y marginación que históricamente han sufrido las mujeres en dichos escenarios³.

¹ Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas. Resolución 1325 de 2000 y posteriores resoluciones de seguimiento.

² Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer. Recomendación General No. 23. 16° periodo de sesiones, 1997.

³ Asamblea General de las Naciones Unidas. Resolución sobre la Participación de la Mujer en Política. 2011.

En este contexto, la Dirección para la Democracia, la Participación Ciudadana y la Acción Comunal del Ministerio del Interior y la Alianza Iniciativa de Mujeres Colombianas por la Paz –IMP–, ponen a disposición de todas las mujeres del país los presentes Módulos para la Promoción del Liderazgo Político de las Mujeres en el marco del Posconflicto, los cuales tienen como propósito brindar herramientas teóricas y prácticas a las mujeres, para incrementar, cualificar y fortalecer su participación política en todos los escenarios de toma de decisiones y construcción de paz.

En el primer módulo, se aborda el tema de la participación política de las mujeres desde la perspectiva de género, analizando la situación actual de discriminación de las mujeres en el escenario político e identificando los principales obstáculos que ellas enfrentan en el ejercicio de su derecho a la participación política, para culminar con algunas propuestas que pueden impulsarse para promover mayor inclusión y representación de sus intereses en este ámbito.

En el segundo módulo se presentan los aspectos principales del sistema político electoral colombiano, con el fin de que las mujeres puedan conocer las principales reglas de funcionamiento del mismo, al ser este un aspecto fundamental en el ejercicio político. Por su parte, el tercer módulo presenta algunos aspectos metodológicos a través de los cuales las mujeres pueden documentar y analizar el contexto de sus regiones, como herramienta clave para identificar las principales necesidades del territorio, a las que debe darse respuesta desde el escenario político; en este sentido, se presentan también los principales puntos del Acuerdo para la Terminación del Conflicto, en la medida en que estos se dirigen a generar importantes transformaciones en las regiones.

Finalmente, el cuarto módulo presenta una serie de herramientas de marketing político, con las que se espera contribuir a que las mujeres planifiquen y lleven a cabo campañas electorales más efectivas.



Módulo Uno

7



Participación Política de las Mujeres en Colombia

Este módulo presenta los principales desarrollos normativos en relación con el derecho de las mujeres a la participación política. Asimismo, se señalan los principales obstáculos y desafíos que enfrentan actualmente las mujeres en el escenario político electoral colombiano y se ofrecen algunos elementos conceptuales que pueden contribuir a su abordaje.

I. Derechos Políticos de las Mujeres. Marco Normativo y desarrollo histórico en Colombia

El derecho a la participación política de las mujeres abarca las facultades de acceder y participar plenamente en la vida política y pública de su país, departamento o municipio¹, “lo que implica su participación en el ejercicio efectivo del poder político y en el proceso de toma de decisiones en todas las esferas de la vida pública y política, en igualdad de condiciones con los hombres y sin discriminación de ningún tipo²”.

En Colombia, este derecho se encuentra consagrado en el artículo 40 de la Constitución Nacional, de acuerdo con el cual todos los ciudadanos y ciudadanas tienen derecho a participar en la conformación, ejercicio y control del poder político. De acuerdo con esta norma, el derecho a la participación política incluye las siguientes facultades:

¹ Corporación Sisma Mujer, Ministerio del Interior y Red Nacional de Mujeres. Manual de formación para el fortalecimiento de las capacidades políticas de las mujeres, 2015, p. 10.

² ONU Mujeres. Empoderamiento político de las mujeres, marco para una acción estratégica, 2014, p. 20. Disponible en: <http://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2014/empoderamiento%20politico%20de%20las%20mujeres%20lac%202014-17%20unwomen.pdf?vs=1828>.

- Elegir y ser elegido/a
- Tomar parte en elecciones, plebiscitos, referendos, consultas populares, revocatorias de mandato y demás mecanismos de participación ciudadana
- Constituir partidos, movimientos y agrupaciones políticas, formar parte de ellos y difundir sus ideas
- Presentar sus iniciativas ante las Corporaciones Públicas
- Interponer acciones públicas en defensa de la Constitución y la Ley
- Desempeñar funciones y cargos públicos

El artículo 40 de la Constitución señala también que las autoridades deben garantizar la adecuada y efectiva participación de la mujer en los niveles decisorios de la Administración Pública.

El derecho de las mujeres a la participación política también se ha establecido en diversos instrumentos universales y regionales de Derechos Humanos. La consagración internacional de este derecho se ha dado de forma progresiva, de manera que en un primer momento se avanzó en el reconocimiento a hombres y mujeres de los mismos derechos a la participación en la vida política y pública. Así, la Declaración Universal de Derechos Humanos³ establece en su artículo 21 que toda persona tiene derecho a participar en el gobierno de su país, directamente o por medio de representantes libremente escogidos, así como el derecho de acceder, en condiciones de igualdad, a las funciones públicas de su país.

Por su parte, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos⁴, en su artículo 25, estipula que todos los ciudadanos gozarán, sin distinción de sexo, raza, religión, posición económica, opinión política o cualquier otra condición, de los siguientes derechos y oportunidades:

³ Asamblea General de Naciones Unidas, 1948.

⁴ Adoptado por el Estado colombiano mediante la Ley 74 de 1968.

“a) Participar en la dirección de los asuntos públicos, directamente o por medio de representantes libremente elegidos;

b) Votar y ser elegidos en elecciones periódicas, auténticas (...);

c) Tener acceso, en condiciones generales de igualdad, a las funciones públicas de su país.”

En este mismo sentido, la Convención sobre los Derechos Políticos de las Mujeres⁵ consagra expresamente que:

“Las mujeres tendrán derecho a votar en todas las elecciones en igualdad de condiciones con los hombres, sin discriminación alguna” (artículo 1),

“Las mujeres serán elegibles para todos los organismos públicos electivos establecidos por la legislación nacional, en condiciones de igualdad con los hombres, sin discriminación alguna” (artículo 2), y

“Las mujeres tendrán derecho a ocupar cargos públicos y a ejercer todas las funciones públicas establecidas por la legislación nacional, en igualdad de condiciones con los hombres, sin discriminación alguna” (artículo 3).

De igual forma, en la Convención Interamericana sobre la Concesión de Derechos Políticos a la Mujer⁶, los Estados Parte convinieron en que “el derecho al voto y a ser elegido para un cargo nacional no deberá negarse o restringirse por razones de sexo” (artículo 1).

Finalmente, la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer⁷, en su artículo 4.j, consagró que toda mujer tiene “el derecho a la igualdad de acceso a las funciones públicas de su país y a participar en los asuntos públicos, incluyendo la toma de decisiones”.

⁵ Adoptada por el Estado colombiano mediante la Ley 35 de 1986.

⁶ Adoptada por el Estado colombiano mediante la Ley 8 de 1959.

⁷ Adoptada por el Estado colombiano mediante la Ley 248 de 1995.

Para comprender el alcance de este derecho, es clave lo establecido por el Comité de seguimiento a la Convención para la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés), en su Recomendación General No. 23, en la cual ha explicado que:

“La vida política y pública de un país es un concepto amplio. Se refiere al ejercicio del poder político, en particular al ejercicio de los poderes legislativo, judicial, ejecutivo y administrativo. El término abarca todos los aspectos de la administración pública y la formulación y ejecución de la política a los niveles internacional, nacional, regional y local. El concepto abarca también muchos aspectos de la sociedad civil, entre ellos, las juntas públicas y los consejos locales y las actividades de organizaciones como son los partidos políticos, los sindicatos, las asociaciones profesionales o industriales, las organizaciones femeninas, las organizaciones comunitarias y otras organizaciones que se ocupan de la vida pública y política”.

De acuerdo con las anteriores normas y pronunciamientos, el derecho a la participación política de las mujeres, en igualdad de condiciones con los hombres, comprende:



Un segundo avance en materia de los derechos de participación política de las mujeres se dio a partir de la consagración del deber de los Estados de adoptar medidas o acciones afirmativas de carácter temporal para garantizar y aumentar la participación

de las mujeres en este ámbito. Este aspecto fue desarrollado fundamentalmente en la Convención para la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer⁸, en la que se estableció que “los Estados Partes tomarán todas las medidas apropiadas para eliminar la discriminación contra la mujer en la vida política y pública del país”, garantizando igualdad de condiciones con los hombres, su derecho a elegir y ser elegidas, participar en la formulación y ejecución de las políticas gubernamentales, ejercer funciones públicas y participar en organizaciones no gubernamentales que se ocupen de la vida política y pública del país (artículo 7).

Esta obligación ha sido ampliamente desarrollada en la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing⁹ (Punto G), la Declaración del Milenio¹⁰ (Objetivo de Desarrollo del Milenio No. 3) y la Resolución sobre La Participación de la Mujer en la Política¹¹ (Numeral 4). Estos instrumentos han recomendado las adopción de las siguientes:

Medidas para garantizar y aumentar la participación política de las mujeres

- Ajustes de los sistemas electorales
- Eliminación de prejuicios que obstaculizan el acceso de la mujer a la esfera política
- Eliminación de barreras al interior de los partidos
- Promoción de la conciencia sobre la importancia de la participación de las mujeres
- Mecanismos y actividades de capacitación para alentar a las mujeres a participar en el proceso electoral, la actividad política y otras actividades de liderazgo
- Investigar las denuncias de actos de violencia, agresión o acoso perpetrados contra mujeres elegidas para desempeñar cargos públicos y candidatas a ocupar cargos políticos y judicializar a los responsables; promoción de entorno de tolerancia cero ante esos delitos

Finalmente, un tercer avance en el reconocimiento del derecho de las mujeres a la participación política, de especial relevancia en el contexto colombiano, fue introducido mediante las

⁸ Adoptada por el Estado colombiano mediante la Ley 51 de 1981.

⁹ Adoptada en el marco de las Naciones Unidas en el año 1995.

¹⁰ Adoptada en el marco de las Naciones Unidas en el año 2000.

¹¹ Adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en el año 2011.

Resoluciones 1325 de 2000, 1820 de 2008, 1888 de 2009, 1889 de 2009, 1960 de 2010 y 2122 de 2013, del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, en las cuales se consagra de manera expresa la importancia de la participación de las mujeres en los niveles de adopción de decisiones en los procesos de paz y en la ejecución de medidas de mantenimiento y consolidación de la paz.

En Colombia, este nivel de reconocimiento de los derechos políticos de las mujeres ha sido el producto de grandes luchas y conquistas de las mujeres, que iniciaron con el reconocimiento de algunos derechos como la propiedad y el acceso a la educación universitaria, pasando por el derecho al sufragio y a ocupar cargos públicos, hasta llegar en la época actual a la promulgación de leyes que consagran acciones afirmativas para garantizar la participación de las mujeres en la política. Veamos algunos hechos que constituyen hitos en la historia de la participación de las mujeres colombianas en la vida política y pública¹²:

Primera fase: Visibilización de las luchas de las mujeres por la reivindicación de derechos

En tiempos de la esclavitud, Felicitá Campos lidera la resistencia contra los terratenientes en los departamentos de Bolívar y Sucre, promoviendo la organización de los negros, cimarrones y palenqueros.



1890

Juana Julia Guzmán funda la Sociedad de Obreros y Artesanos de Córdoba y en 1919 crea la Sociedad de Obreras Redención de la Mujer en la zona del Sinú.



1920

Betsabé Espinoza organizó en Bello (Antioquia) a más de 300 mujeres para exigir el aumento salarial y el despido del director por agredir sexualmente a varias compañeras.



1923

Entre 1923 y 1929, María Cano recorrió el país para organizar a trabajadoras y trabajadores, logrando crear la primera central obrera y el primer partido obrero.

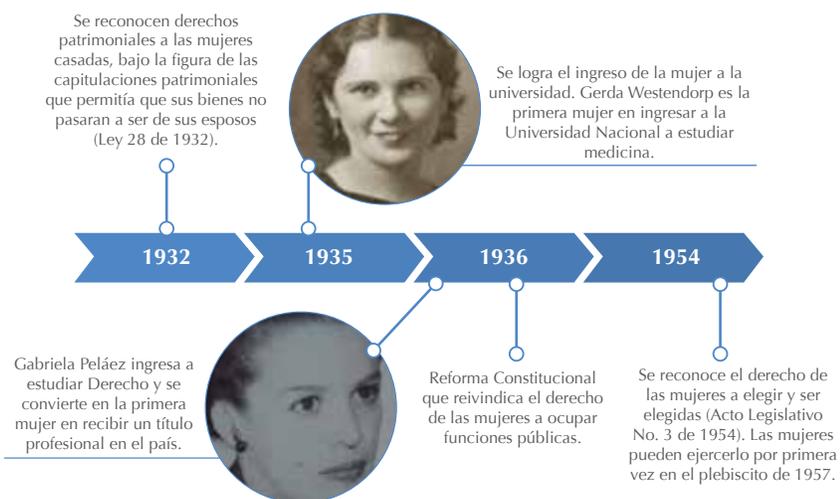


14.000 mujeres indígenas de Tolima, Huila y Cauca principalmente, firmaron el Manifiesto sobre los Derechos de la Mujer Indígena, el cual fue divulgado luego de la matanza de nueve mujeres indígenas en la Guajira.

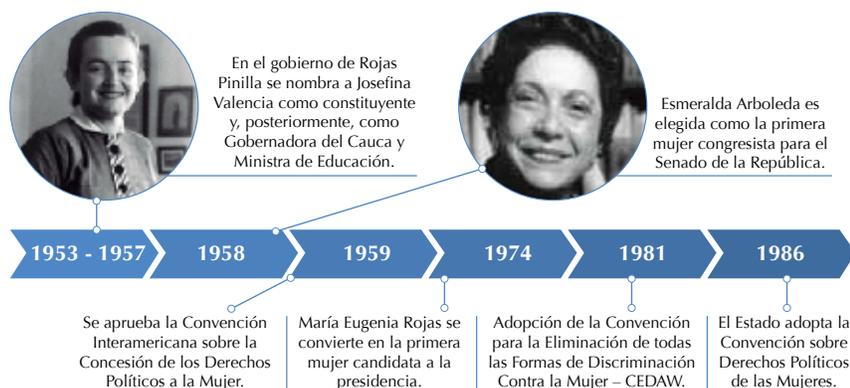
1927

¹² Información basada en la infografía “Historia de la participación política de las mujeres”, disponible en la página web de la estrategia “Más Mujeres, Más Democracia”: <http://masmujeresmasdemocracia.mininterior.gov.co/mujeres-en-politica>

Segunda fase: Reconocimiento jurídico de derechos civiles y políticos de las mujeres

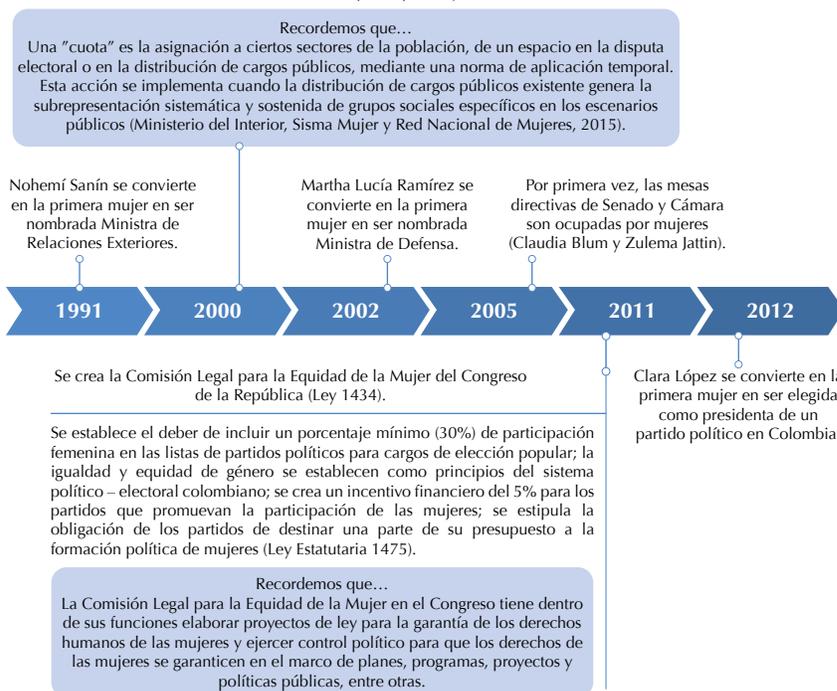


Tercera fase: Ejercicio de los derechos reconocidos y adopción de instrumentos internacionales que los protegen



Cuarta fase: Las mujeres llegan a altos cargos y se adoptan medidas de acción afirmativa

Se aprueba la primera ley de cuotas en el país (Ley Estatutaria 581), la cual señala que el 30% de los cargos de máximo nivel decisorio y otros niveles en la estructura de la Administración Pública deben ser ocupados por mujeres.



En Colombia contamos en la actualidad con el pleno reconocimiento de los derechos políticos de las mujeres e importantes medidas de acción afirmativa para promover la participación política de las mujeres; sin embargo, aún estamos lejos de alcanzar una participación equilibrada o paritaria de mujeres y hombres en las distintas posiciones de poder y en los espacios de toma de decisiones. El Comité de seguimiento a la CEDAW ha denominado lo anterior como la “disparidad de jure y de facto de la participación de la mujer en la política”, es decir, la diferencia entre el derecho y el hecho (Recomendación General No. 23).

II. Contexto actual de participación de las mujeres en política: Datos sobre el nivel de acceso a corporaciones y cargos públicos en la actualidad

El sistema político colombiano cuenta con dos vías de acceso a las corporaciones y cargos públicos desde los cuales se ejerce la representación política: la vía electoral y la designación en cargos públicos. Los datos que se presentan a continuación, dan cuenta del nivel de acceso que han alcanzado las mujeres en los últimos años, en relación con estas dos vías, especialmente luego de la promulgación de las leyes que consagran las “cuotas” de mujeres y otras medidas de acción afirmativa.

Acceso a corporaciones y cargos públicos de elección popular: Leyendo el panorama electoral en clave de género

1. Acceso a corporaciones y cargos públicos de elección popular

Según la Corporación Sisma Mujer y la Mesa de Género de la Cooperación Internacional, “en las elecciones regionales de 2015, las mujeres representaron el 36% (35.179) de las 98.834 personas que se candidatizaron para ocupar cargos en las gobernaciones, alcaldías, asambleas y concejos. Resultaron electas 13.616 personas para ocupar estos cargos, de las cuales un 15,6% (2.336) son mujeres. Al considerar tanto los resultados de las elecciones territoriales como los de las elecciones al Congreso, encontramos que en total las mujeres representan el 17,5% de las personas electas en el país”¹³ (subrayado fuera del original).

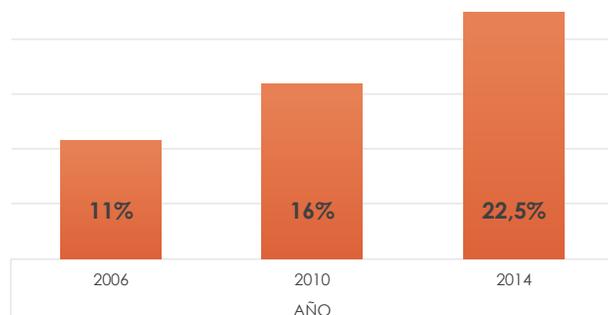
1.1. Congreso

En las elecciones legislativas del año 2014, 52 mujeres fueron elegidas como congresistas (23 senadoras y 28 representantes a la Cámara), alcanzando el 20% de las curules y logrando el mayor nivel de representación de las mujeres en el Congreso de la República en la historia del país.

¹³ Corporación Sisma Mujer y Mesa de Género de la Cooperación Internacional. Las mujeres en el poder político local 2016 – 2019. Disponible en <http://www.mesadegenerocolombia.org/sites/default/files/pdf/separatamujerespoderlocalmgci.pdf>

Así, entre 1958 y 1988, las mujeres solo llegaron a ocupar el 2% del Senado. En las elecciones del 2006, alcanzaron el 11% y en el 2010, el 16%. En el 2014, el porcentaje de mujeres en el Senado alcanzó el 22,5%.

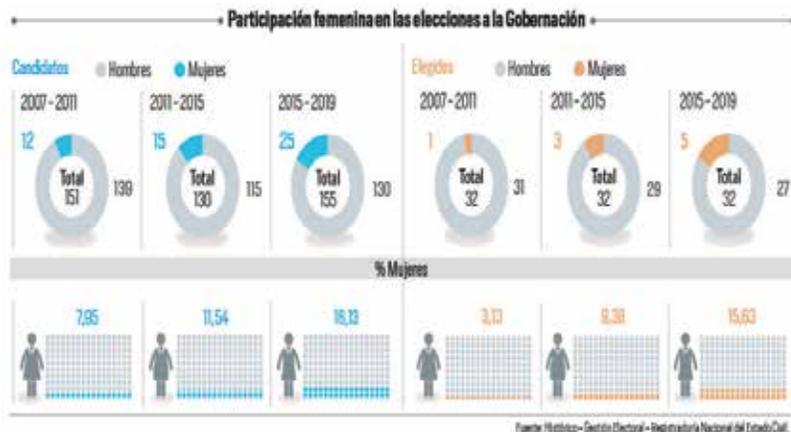
Gráfica 1. Nivel de curules ocupadas por las mujeres en el Senado de la República.



1.2. Gobernaciones

En las elecciones regionales del año 2015, 5 mujeres (15,6%) fueron elegidas como Gobernadoras en los departamentos de Meta, Putumayo, Valle del Cauca, Magdalena y La Guajira¹⁴. En los periodos electorales anteriores, 3 mujeres habían sido elegidas para este cargo

Gráfica 2. Participación femenina en las elecciones de 2015 a la Gobernación



Tomado de Mesa de Género de la Cooperación Internacional
 “Mujeres en el poder político local 2016 – 2019”.

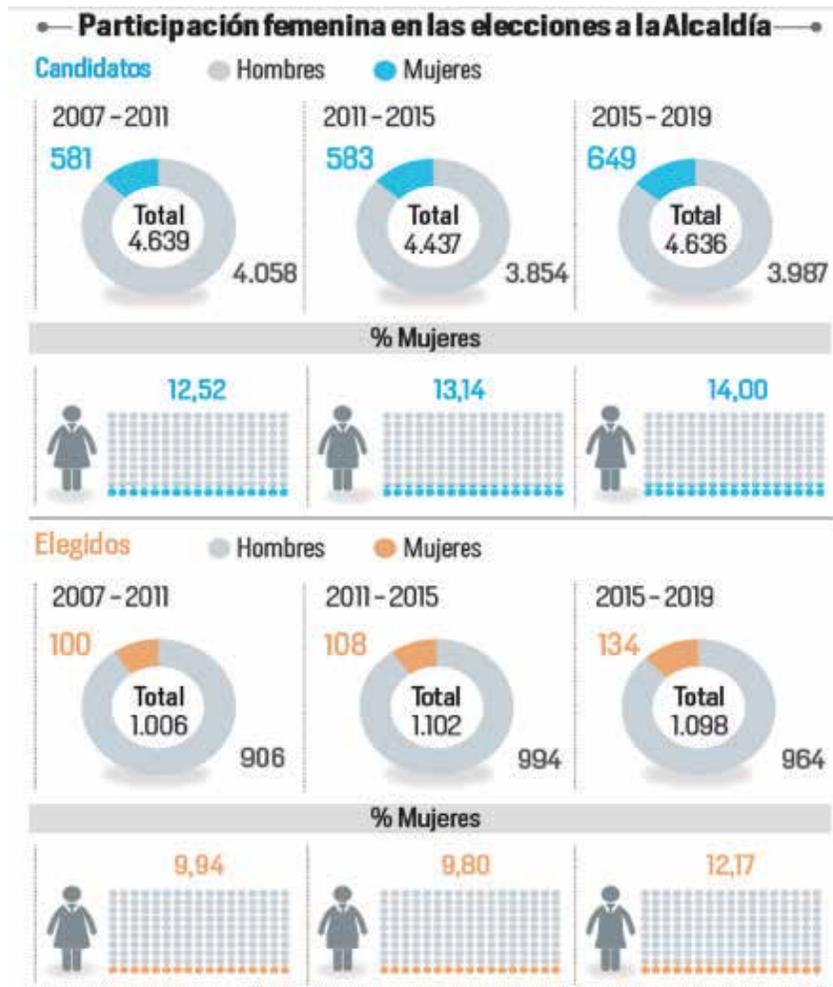
¹⁴ El Consejo de Estado anuló la elección de la gobernadora de La Guajira – Oneida Pinto - por violar la prohibición contemplada en la Ley 617 de 2000, según la cual quienes resulten electos/as como alcaldes y ejerzan el cargo, no podrán inscribirse como candidatos/as a cualquier cargo de elección popular mientras detenten tal dignidad, ni tampoco dentro de los 12 meses siguientes.

1.3. Alcaldías

En las elecciones regionales del año 2015, 134 mujeres (12,2%) fueron elegidas como Alcaldesas en distintos municipios del país. Los mayores niveles de representación femenina en las alcaldías se lograron en los departamentos de Vaupés (33%), Córdoba (27%), Chocó (24%) y Cesar (23%).

Ninguna mujer fue elegida como alcaldesa en las ciudades capitales de departamento. Tampoco fue elegida ninguna mujer en el cargo, en siete departamentos (San Andrés, Risaralda, Putumayo, Vichada, Guainía, Guaviare y Amazonas).

Gráfica 3. Participación femenina en las elecciones de 2015 a la Alcaldía



Fuente: Histórico - Gestión Electoral - Registraduría Nacional del Estado Civil.

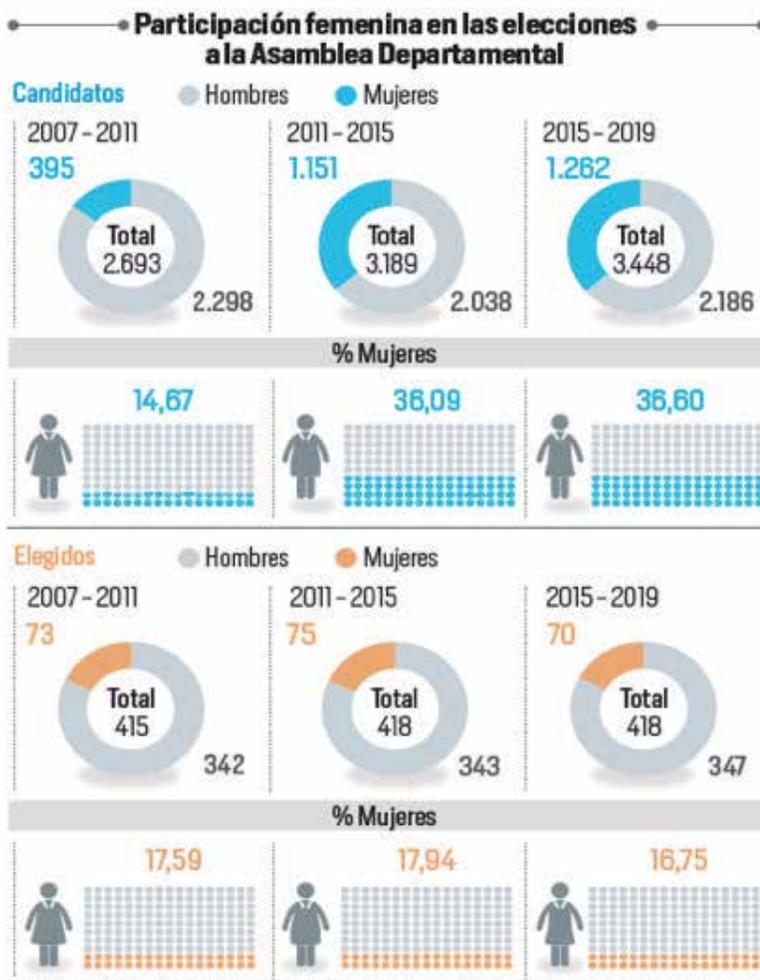
Tomado de Mesa de Género de la Cooperación Internacional, "Mujeres en el poder político local 2016 - 2019".

1.4. Asambleas Departamentales

En las elecciones para Asamblea Departamental, 70 mujeres fueron elegidas como diputadas (16,8%). Estas cifras representan una disminución del 0,95% en la presencia femenina con 5 diputadas menos que las elegidas en 2011.

En cinco departamentos el nivel de representación femenina alcanzó más del 35% (Putumayo, Meta, Valle del Cauca, Sucre y Atlántico), mientras en siete departamentos no fue elegida ninguna mujer (Arauca, Caldas, Cesar, Chocó, Guaviare, Nariño y Norte de Santander).

Gráfica 5. Participación femenina en las elecciones de 2015 a Asamblea Departamental



Fuente: Histórico - Gestión Electoral - Registraduría Nacional del Estado Civil.

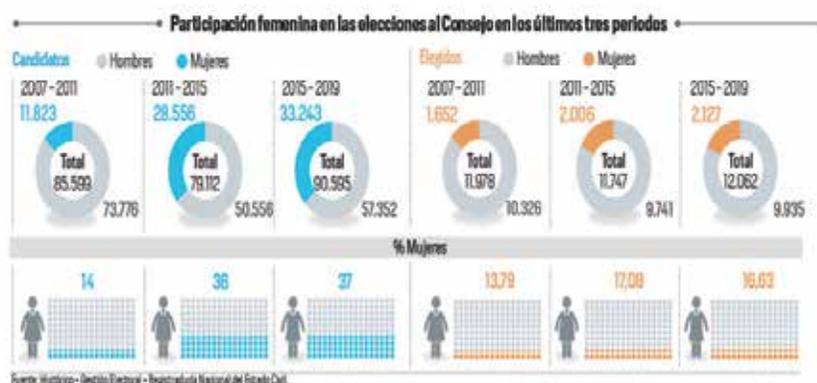
Tomado de Mesa de Género de la Cooperación Internacional, "Mujeres en el poder político local 2016 - 2019".

1.5. Concejos Municipales

En las elecciones regionales del año 2015, 2127 mujeres (17,6%) fueron elegidas para ocupar curules en concejos municipales y distritales.

Doce departamentos alcanzaron una representación femenina en los concejos superior al 20% (Atlántico, Bolívar, Caldas, Córdoba, Guainía, Guaviare, Meta, Norte de Santander, San Andrés, Tolima, Valle del Cauca y Vaupés). En contraste, el departamento del Vichada no superó el 10%.

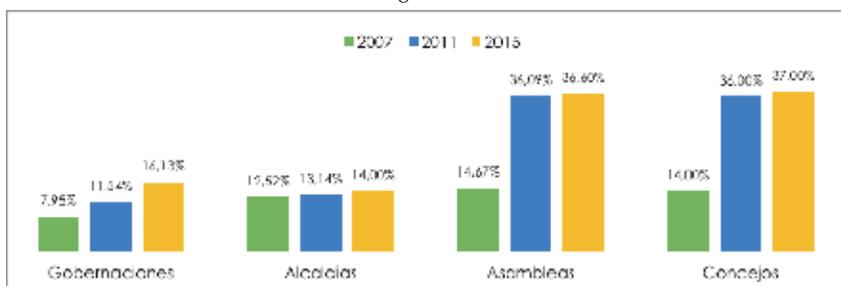
Gráfica 6. Participación femenina en las elecciones de 2015 a Concejos municipales y distritales



Tomado de Mesa de Género de la Cooperación Internacional, "Mujeres en el poder político local 2016 – 2019".

Las cifras presentadas permiten concluir que la entrada en vigencia de la Ley 1475 de 2011 ha generado incrementos en la candidatura de mujeres a cargos de elección popular, especialmente en las elecciones de Asambleas y Concejos. Sin embargo, en elecciones para Alcaldías y Gobernaciones, el porcentaje de mujeres candidatas sigue siendo significativamente bajo. Lo anterior se refleja en la siguiente gráfica:

Gráfica 7. Porcentaje de candidaturas de mujeres en las tres últimas elecciones regionales



Sin embargo, el aumento en las candidaturas de mujeres para cargos de elección popular, reportado con posterioridad a la Ley 1475 de 2011, aún no logra reflejarse en un porcentaje significativo de mujeres elegidas para ocupar dichos cargos. Ello puede deberse a que a pesar del cumplimiento de la mayoría de los partidos y movimientos políticos en la cuota de mujeres en las listas electorales, la ciudadanía sigue votando en su mayoría por hombres.

Gráfica 8. Porcentaje de mujeres elegidas a cargos regionales de elección popular

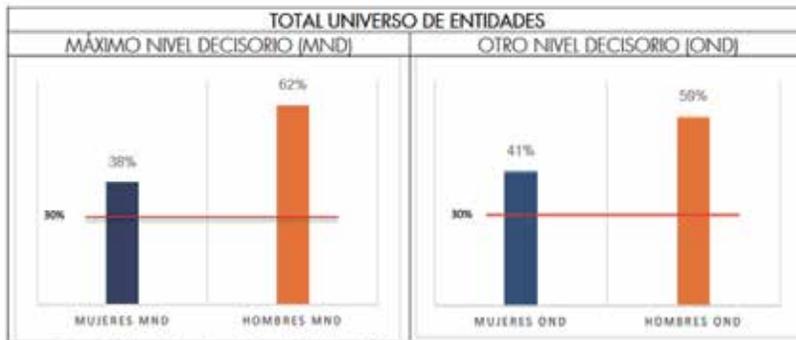


2. Designación en cargos públicos

En el año 2016, el Departamento Administrativo de la Función Pública –DAFP– monitoreó el cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 581 de 2000 en relación con la designación de mujeres en un mínimo de 30% de los cargos con poder de decisión, encontrando que en el consolidado de entidades estatales (en una muestra de 251) la participación femenina sobrepasó en algunos puntos porcentuales el mínimo establecido en la ley, tanto en los cargos de mayor jerarquía (38%) como en otros niveles decisorios (41%)¹⁵.

¹⁵ Departamento Administrativo de la Función Pública. Informe de participación de la mujer en los niveles decisorios de las diferentes ramas y órganos del poder público colombiano en la vigencia 2016. 2016.

Gráfica 9. Cumplimiento Ley de Cuotas universo de entidades MND-OND 2016



Fuente: Función Pública, Dirección de Empleo Público, 2016

Tomado de DAFP, “Informe de participación de la mujer en los niveles decisorios de las diferentes ramas y órganos del poder público colombiano, 2016”.

En la mayoría de entidades y sectores aún existen diferencias importantes entre los porcentajes de mujeres y hombres que ocupan estos cargos, especialmente en los máximos niveles decisorios. En los otros niveles decisorios, las diferencias se han reducido; en las Alcaldías de ciudades capitales, se alcanzó una representación equilibrada (50%) y en la Rama Legislativa, la Rama Ejecutiva, los organismos de control y las Gobernaciones, el porcentaje de mujeres superó el 40%.

Gráfica 10. Detalle de la participación de la mujer en los niveles decisorios del poder público



Tomado de DAFP, “Informe de participación de la mujer en los niveles decisorios de las diferentes ramas y órganos del poder público colombiano, 2016”.

La DAFP también identificó que 40 entidades no dieron cumplimiento a la cuota en relación con los cargos de máximo nivel de decisión (16% de la muestra) y otras 20 (9%) no cumplieron en los otros niveles decisorios. Entre ellas se encuentran: el Consejo Superior de la Judicatura, el Instituto Nacional de Medicina Legal, las entidades del sector Agricultura y Desarrollo Rural, el sector de Planeación, el sector de Defensa Nacional, el sector Vivienda, el sector de Inteligencia y Contrainteligencia, las Gobernaciones de Bolívar, Caquetá,

Guainía y Vaupés y las Alcaldías de Bogotá, Bucaramanga, Mitú, Puerto Inírida, Guaviare, Santa Marta, Sincelejo y Tunja.

Por su parte, los sectores y entidades con mayor nivel de representación femenina en los cargos de decisión fueron: Ciencia y Tecnología, Deporte, Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la Fiscalía General de la Nación, la Cámara de Representantes, la Gobernación de Risaralda y la Alcaldía de Puerto Carreño.

Las cifras y datos presentados evidencian que la Ley 581 de 2000 (“ley de cuotas”) ha generado importantes avances en materia de designación de las mujeres en cargos de nivel decisorio, de manera que en la mayoría de entidades del Estado se ha superado el porcentaje del 30% de representación femenina, logrando incluso aproximarse a la paridad en algunas de ellas. Sin embargo, algunas entidades aún están en mora de cumplir con la cuota establecida en la ley (16% de las entidades en el máximo nivel decisorio y 9% en otros niveles).

III. Obstáculos para la participación política de las mujeres. ¿Por qué hay menos mujeres en la política?

La baja representación de las mujeres en los diversos escenarios y cargos de participación política, obedece a una serie de obstáculos que estas enfrentan para acceder y mantenerse en dichos espacios. La mayoría de estos obstáculos derivan de los estereotipos de género establecidos en nuestra cultura, según los cuales la “esfera pública” es reservada exclusivamente para los hombres y vetada para las mujeres, excluyéndolas del escenario político.

Recordemos que...

El género se refiere las concepciones culturales sobre los roles, actitudes, comportamientos, tareas y responsabilidades, que deben caracterizar a hombres y mujeres, las cuales a su vez se convierten en estereotipos sociales sobre lo “masculino” y lo “femenino”.

Estos estereotipos no necesariamente responden a las capacidades, potencialidades ni a los deseos de las personas (Ministerio del Interior, Sisma Mujer y Red Nacional de Mujeres, 2015).

A diferencia del sexo, que está determinado por diferencias biológicas, el género es una construcción social que puede ser transformada.

Nuestra sociedad se rige por una serie de concepciones sobre los géneros en el marco de las cuales la autoridad siempre se ha asociado a lo masculino. Esto ha determinado un orden jerárquico en el que los hombres tienen poder sobre las mujeres. Esto ubica a los hombres en una posición de privilegio, desde la cual son ellos quienes determinan las estructuras políticas, sociales, económicas y culturales. Esto se conoce como el paradigma androcéntrico.

La democracia, desde su surgimiento, fue construida desde este paradigma, es decir, pensada desde y para los hombres, de manera que las mujeres que quieren participar en ella, se encuentran con una serie de estructuras y prácticas que las ubican, de entrada, en situación de desventaja y, en muchos casos, terminan por excluirlas del escenario político¹⁶. Veamos cómo funciona esta dinámica de discriminación:



En relación con estas barreras derivadas de los estereotipos de género que limitan la participación política de las mujeres, el Comité de Seguimiento a la CEDAW ha indicado que:

“8. Las esferas pública y privada de la actividad humana siempre se han considerado distintas y se han reglamentado en consecuencia. Invariablemente, se han asignado a la mujer funciones en la esfera privada o doméstica vinculadas con la procreación y la crianza de los hijos mientras que en todas las sociedades estas actividades se han tratado como inferiores. En cambio, la vida pública, que goza de respeto y prestigio, abarca una amplia gama de actividades fuera de la esfera privada y doméstica. Históricamente, el hombre ha dominado la vida pública y a la vez ha ejercido el poder hasta circunscribir y subordinar a la mujer al ámbito privado.”

¹⁶ Guzmán D. y Prieto S. Participación política de las mujeres y partidos. Posibilidades a partir de la reforma política de 2011 Documento Dejusticia No. 14. 2013, p. 15.

9. Pese a la función central que ha desempeñado en el sostén de la familia y la sociedad y a su contribución al desarrollo, la mujer se ha visto excluida de la vida política y del proceso de adopción de decisiones que determinan, sin embargo, las modalidades de la vida cotidiana y el futuro de las sociedades. En tiempos de crisis sobre todo, esta exclusión ha silenciado la voz de la mujer y ha hecho invisibles su contribución y su experiencia.

10. En todas las naciones, los factores más importantes que han impedido la capacidad de la mujer para participar en la vida pública han sido los valores culturales y las creencias religiosas, la falta de servicios y el hecho de que el hombre no ha participado en la organización del hogar ni en el cuidado y la crianza de los hijos. En todos los países, las tradiciones culturales y las creencias religiosas han cumplido un papel en el confinamiento de la mujer a actividades del ámbito privado y la han excluido de la vida pública activa.

11. Si se liberara de algunas de las faenas domésticas, participaría más plenamente en la vida de su comunidad. Su dependencia económica del hombre suele impedirle adoptar decisiones importantes de carácter político o participar activamente en la vida pública. Su doble carga de trabajo y su dependencia económica, sumadas a las largas o inflexibles horas de trabajo público y político, impiden que sea más activa.

12. La creación de estereotipos, hasta en los medios de información, limita la vida política de la mujer a cuestiones como el medio ambiente, la infancia y la salud y la excluye de responsabilidades en materia de finanzas, control presupuestario y solución de conflictos. La poca participación de la mujer en las profesiones de donde proceden los políticos pueden crear otro obstáculo (...)”¹⁷.

No se trata de un desinterés de las mujeres por los asuntos de la vida pública y política del país, como suele afirmarse. “Cifras del proyecto de opinión pública de América Latina – LAPOP, reflejan

¹⁷ Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer. Recomendación General No. 23. 1997.

que el 65.4% de las mujeres y el 61.9% de los hombres señalan haber votado en las últimas elecciones; que el 30% de las mujeres y el 23% de los hombres están involucrados en participación comunitaria; y que el 10.3% de los hombres y el 8.2% de las mujeres ha trabajado para partidos o candidatos”. Adicionalmente, “los partidos y movimientos políticos colombianos han reportado para el Ranking de Igualdad de mujeres y hombres en los partidos políticos que cuentan al menos con un 40% de mujeres militantes”¹⁸.

Lo que sucede en realidad es que el interés de las mujeres por aportar en los asuntos políticos se ve enfrentado con una serie de barreras de acceso y permanencia en los escenarios de decisión. Veamos algunas de ellas:

- La realidad cotidiana de las mujeres dificulta su participación en actividades políticas, pues deben cumplir con dobles y triples jornadas (trabajo, estudio, cuidado de la familia). La política tiene horarios poco adaptados a las responsabilidades asignadas a las mujeres. Por supuesto, esto es consecuencia de la falta de corresponsabilidad por parte de los hombres con las obligaciones del hogar y de la familia.
- Falta de apoyo de familiares y de la pareja para participar en este tipo de actividades y escenarios.
- Los partidos ven la nominación de mujeres en sus listas como un riesgo de fracaso electoral, dado que en muchos casos ellas carecen de experiencia en la contienda y de recursos propios para financiar sus campañas o de los contactos y relaciones necesarias para obtenerlos. Por esta razón, son incluidas en las listas como un “relleno” que les permite cumplir las cuotas establecidas en la ley, pero no les brindan el apoyo necesario en términos de formación, financiación y visibilidad para impulsar sus campañas, pues estos se reservan para los candidatos que tienen mayores posibilidades de éxito.

¹⁸ Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria, Mesa de Género de la Cooperación Internacional, ONU Mujeres y PNUD, Consideraciones para la garantía de los derechos de las mujeres y la igualdad de género en las reformas del régimen y la organización electoral en Colombia. Insumos para la consideración de la Misión Electoral especial, 2017, p. 23.

- Carencias de formación sobre la gestión pública.
- Dada su falta de experiencia y, en muchos casos, de formación, muchas mujeres desconocen las reglas de juego del sistema político electoral lo que afecta su desempeño en el proceso.
- Los electores/as también reproducen la cultura política dominante, favoreciendo las candidaturas masculinas, pues se sigue considerando que el lugar de la mujer en la sociedad es el ámbito privado del hogar y que ellas no cuentan con las capacidades necesarias para participar en política.
- Los medios de comunicación también reproducen los estereotipos de género en la cobertura de las campañas. Las notas de cubrimiento de campaña se centran en los perfiles personales de los candidatos y no en sus agendas o propuestas políticas. En el caso de las candidatas mujeres, los medios suelen hacer referencia a las relaciones –familiares, sentimentales o alianzas, etc.- con hombres públicamente conocidos y no a sus propias capacidades o propuestas.
- Los supuestos culturales que asocian a las mujeres a ciertas tareas como el cuidado de los otros (cartera de salud) o el mantenimiento de valores (ministerios de cultura y educación), y que les hacen mucho más difícil y casi imposible el arribo a cargos de decisión en áreas consideradas exclusivo terreno masculino (defensa, el más obvio, pero también hacienda, minas y desarrollo)¹⁹.
- El acoso, la violencia y la discriminación que sufren las mujeres en el escenario político es otra de las barreras que afectan su participación.

La violencia política o electoral contra las mujeres no obedece solamente a diferencias ideológicas o partidarias, sino al hecho de ser mujeres. Por ello, puede provenir incluso de los miembros de la misma bancada o partido, de funcionarios públicos o de la ciudadanía. “Se da porque resulta incómodo que sea una mujer la que exija cuentas, proponga debates, elabore propuestas o lleve el liderazgo, independientemente del contenido de sus posturas o posiciones”. (Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria, 2016).

“La violencia de género contra mujeres que participan en política tiene una doble finalidad, de una parte, busca sancionar su transgresión a los patrones de género según los cuales, el espacio público y en particular los lugares de toma de decisiones siguen siendo exclusivamente masculinos, y de otra su actividad misma como políticas”. (ONU Mujeres y Sisma Mujer).

¹⁹ Wills, M. Inclusión sin representación. La irrupción política de las mujeres en Colombia (1970-2000), 2007, p. 122.

El acoso y la violencia que sufren las mujeres en los diversos escenarios políticos es un tema que merece especial atención por parte de los Estados. En el marco del Mecanismo de Seguimiento a la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, se suscribió la Declaración sobre la Violencia y el Acoso Políticos contra las Mujeres, en la que los Estados Parte de la Convención se comprometen a impulsar la adopción de normas, programas y medidas para la prevención, atención y sanción de esta forma de violencia.

La Declaración afirma que:

“Tanto la violencia, como el acoso políticos contra las mujeres, pueden incluir cualquier acción, conducta u omisión entre otros, basada en su género, de forma individual o grupal, que tenga por objeto o por resultado menoscabar, anular, impedir, obstaculizar o restringir sus derechos políticos, conculca el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia y el derecho a participar en los asuntos políticos y públicos en condiciones de igualdad con los hombres”.

El acoso político se da mediante actos de presión, persecución, hostigamiento o amenazas.

La violencia política se manifiesta en agresiones físicas, psicológicas o sexuales contra las mujeres.

Estos pueden ser cometidos directamente contra las mujeres candidatas, electas, designadas o en ejercicio de la función pública, o contra sus familias.

En Colombia, 6 de cada 10 mujeres elegidas en cargos de representación política para el periodo 2012 - 2015 manifiestan haber sido víctimas de actos de violencia política²⁰.

Algunas manifestaciones de acoso y violencia política contra las mujeres son:

- Negación del uso de la palabra
- Referencias a su vida íntima y personal
- Burlas relacionadas con su aspecto físico y/o su carácter

²⁰ Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria. Mujeres y participación política en Colombia: El fenómeno de la violencia contra las mujeres en política. 2016.

- Amenazas contra sus hijos
- Descalificación de sus planteamientos e ideas
- Comentarios sexistas
- Acoso sexual
- Inscripción en el final de las listas cerradas, en donde no tienen oportunidad de resultar elegidas
- Falta de apoyo financiero y humano a sus campañas
- Presiones para que renuncie a favor de sus suplentes
- Segregación a comisiones, funciones o cargos de escasa importancia y bajo o nulo presupuesto
- Críticas y señalamientos por “desatender a su familia”

La violencia ejercida contra las mujeres que participan en política puede manifestarse a través de actos que también se dirigen contra hombres, pero en ellas tienen un efecto diferenciado. En particular, “tienen un grave efecto simbólico, pues se envía el mensaje a las demás mujeres de que no son bienvenidas en estos espacios de poder”²¹.

Sin embargo, estas formas de violencia y acoso no suelen denunciarse pues las mujeres han asumido que ese es el costo que deben pagar por participar en política. En otras ocasiones es tan sutil, que las mujeres no reconocen que están siendo víctimas de una forma de violencia, o tan común que terminan por naturalizarlo.

Como conclusión de todo lo anterior puede afirmarse que el nivel de participación política de las mujeres es sustancialmente menor al de los hombres, porque todas las situaciones anteriormente mencionadas:

- Desestimulan en ellas la vocación política, las disuaden de su decisión de acceder a los escenarios democráticos y hacen que pierdan la confianza en sí mismas.
- Restringen o impiden su acceso a los procesos electorales.

²¹ Ibid.

- Afectan y desestimulan su permanencia en los escenarios políticos, una vez han logrado acceder a ellos.

IV. Más Mujeres, más democracia. Una agenda por los derechos de las mujeres y la igualdad de género

“El concepto de democracia tendrá significación real y dinámica, además de un efecto perdurable, sólo cuando hombres y mujeres compartan la adopción de decisiones políticas y cuando los intereses de ambos se tengan en cuenta por igual”.

(Comité CEDAW, Recomendación General No. 23).

1. Inclusión y representación de las mujeres en los espacios políticos

Una verdadera democracia es aquella en la que todos los sectores de una sociedad participan en la toma de decisiones y en la que los intereses de todos son tomados en cuenta en un nivel de igualdad. En esta medida, la presencia y representación de los intereses de la mitad femenina de la población en el escenario político es necesaria para la existencia de una democracia real.

La inclusión o presencia de las mujeres en este escenario, tiene un importante efecto simbólico tanto en los hombres como en las demás mujeres, contribuyendo a transformar el imaginario de que este es un espacio reservado para el género masculino y demostrando que pese a los múltiples obstáculos es posible acceder a él. Como lo expresa María Emma Wills, “la inclusión implica por parte de los excluidos y las excluidas, transgredir unas fronteras y hacer presencia física en espacios donde antes sus cuerpos estaban vedados”²².

²² Wills, Op. Cit.

Sin embargo, una mayor presencia de mujeres en la política no necesariamente implica mayor representación de los intereses femeninos. El incremento cuantitativo de mujeres en espacios de decisión política es un primer paso que posibilita una mayor participación en los asuntos públicos, pero no es suficiente. También es necesario un incremento cualitativo, es decir, que su voz y sus intereses sean escuchados, no solo en relación con aquellos temas considerados tradicionalmente de su interés (infancia, poblaciones vulnerables, política social, etc.), sino en todos los asuntos centrales del Estado (Interior, Hacienda, Seguridad, etc.)²³.

En este sentido, lograr la plena participación política de las mujeres requiere de dos procesos fundamentales: su inclusión en los espacios de decisión de los asuntos públicos y la efectiva representación y consideración de sus intereses en dichos espacios.

Como lo explica María Emma Wills, *“la equidad no es solo cuestión de cifras y presencia de las mujeres en cargos de autoridad y poder. El que poblaciones antes discriminadas alcancen una ciudadanía plena depende de dos procesos: (1) su inclusión en ámbitos que originalmente las excluían y (2) su representación política, en términos de lograr que sus intereses, anhelos y reclamos se traduzcan en agendas tanto de grupos organizados de la sociedad civil como de los programas de partidos, al igual que construcción de institucionalidad y diseño de políticas públicas orientadas a superar las desigualdades económicas y sociales y la desvalorización cultural de la que ha sido asumida la diferencia femenina”*.

Veamos cómo se dan estos procesos:

²³ Ibid.





Ambas – inclusión y representación-, son condiciones indispensables para la democracia y para alcanzar la igualdad de género. Por una parte, la inclusión no garantiza por sí misma la defensa de una agenda comprometida con la igualdad de género; y por otra, entre menos mujeres ingresen a los espacios políticos, más difícil será avanzar en esta representación.

2. Claves para lograr mayor representación de los intereses de las mujeres en los escenarios políticos

- Identificar intereses o necesidades compartidas por las mujeres, por ejemplo, todos aquellos relacionados con la superación de la discriminación y la violencia contra las mujeres y el logro de una mayor equidad de género (en materia de oportunidades laborales, salarios, acceso a la educación, etc.) y transformarlas en propuestas para transformar la situación actual.

- Tener en cuenta las particularidades y diferencias existentes entre las mujeres, atendiendo a su edad, etnia, condición socioeconómica, situación de discapacidad, etc., con el fin de proponer medidas que puedan beneficiarlas a todas y que no resulten excluyentes.

- Vincular a los hombres en el impulso de las agendas de las mujeres, dado que ellos siguen constituyendo las mayorías

en los diversos espacios de decisión política. Además, la equidad de género es un asunto que compete y debe interesar al conjunto de la sociedad.

Para lograr lo anterior, es necesario aplicar constantemente en el ejercicio político el enfoque diferencial y la perspectiva de género, especialmente en el análisis de las diversas problemáticas sociales y en el planteamiento de posibles soluciones.

Recordemos que...

El **enfoque diferencial** es una herramienta de análisis que permite identificar las desigualdades que existen entre las personas, atendiendo a su género, edad, etnia, situación de discapacidad, etc., reflejadas generalmente en restricciones de derechos y en formas específicas de violencia que afectan y amenazan predominantemente a ciertos sectores de la población (por ejemplo, a las mujeres, a las minorías étnicas, a los niños, niñas y adolescentes, a las y los adultos mayores).

Cuando aplicamos este enfoque para analizar las desigualdades entre hombres y mujeres, nos estamos ubicando desde la **perspectiva del género**.

Una forma de aplicar la perspectiva de género en nuestro ejercicio político es plantearnos constantemente los siguientes cuestionamientos:

¿Cómo afecta una determinada situación a hombres y mujeres? ¿Tiene las mismas implicaciones o efectos para ambos? o ¿afecta de manera diferente o agudizada a alguno de los dos?

¿Existen problemáticas o necesidades que afectan en particular a alguno de los géneros?

¿Una determinada medida tiene el mismo impacto para hombres y mujeres? o ¿puede afectarlos/beneficiarlos de maneras diferentes?

Analizar las problemáticas desde el enfoque diferencial y desde la perspectiva de género nos permite determinar si es necesario implementar medidas diferentes o acciones afirmativas para garantizar que las necesidades particulares de las mujeres sean atendidas. En muchos casos, incluso puede ser necesaria la adopción de políticas específicas de género o mujer.



3. La estrategia “Más Mujeres, Más Democracia”

Se trata de una estrategia del Ministerio del Interior, la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer y la Mesa de Género de la Cooperación Internacional, que tiene como objetivo promover el liderazgo, la inclusión y la participación política de las mujeres, poniendo a su disposición herramientas que les permitan comprender mejor los procesos electorales y participar de manera mejor informada en ellos. La estrategia también busca contribuir en la visibilización de los liderazgos y candidaturas de las mujeres.

Podemos acceder a “Más Mujeres, Más Democracia” a través del siguiente enlace:

<http://masmujeresmasdemocracia.mininterior.gov.co/mas-mujeres-mas-democracia>

También podemos encontrar recursos en línea para fortalecer nuestros conocimientos sobre participación política:

<http://masmujeresmasdemocracia.mininterior.gov.co/aprende-con-nosotros>

Y registrar nuestro perfil como lideresas:

<http://masmujeresmasdemocracia.mininterior.gov.co/user/register>

BIBLIOGRAFÍA

Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer. Recomendación General No. 23. 1997.

Corporación Sisma Mujer, Ministerio del Interior y Red Nacional de Mujeres. Manual de formación para el fortalecimiento de las capacidades políticas de las mujeres. 2015.

Corporación Sisma Mujer y Mesa de Género de la Cooperación Internacional. Las mujeres en el poder político local 2016 – 2019. Disponible en <http://www.mesadegenerocolombia.org/sites/default/files/pdf/separatamujerespoderlocalmgci.pdf>

Departamento Administrativo de la Función Pública. Informe de participación de la mujer en los niveles decisorios de las diferentes ramas y órganos del poder público colombiano en la vigencia 2016. Disponible en <http://www.equidadmujer.gov.co/oag/Documents/Informe-Ley-Cuotas-2016.pdf>

Guzmán D. y Prieto S. Participación política de las mujeres y partidos. Posibilidades a partir de la reforma política de 2011. Documento Dejusticia No. 14. 2013.

Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria. Mujeres y participación política en Colombia: El fenómeno de la violencia contra las mujeres en política. 2016.

Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria, Mesa de Género de la Cooperación Internacional, ONU Mujeres y PNUD, Consideraciones para la garantía de los derechos de las mujeres y la igualdad de género en las reformas del régimen y la organización electoral en Colombia. Insumos para la consideración de la Misión Electoral especial. 2017.

ONU Mujeres. Empoderamiento político de las mujeres, marco para una acción estratégica, 2014. Disponible en <http://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2014/empoderamiento%20politico%20de%20las%20mujeres%20lac%202014-17%20unwomen.pdf?vs=1828>.

Wills, M. Inclusión sin representación. La irrupción política de las mujeres en Colombia (1970-2000). 2007.

Módulo 2



Módulo DO2



Sistema Político Electoral Colombiano

Este módulo tiene como propósito brindar elementos teóricos y prácticos para conocer el sistema político electoral colombiano y sus reglas de funcionamiento, dado que estos constituyen aspectos fundamentales para ejercer la participación política.

I. Estructura del Estado Colombiano

El Estado colombiano se rige por el principio de separación de poderes. Esto implica que sus funciones primordiales –legislar, administrar e impartir justicia-, están asignadas a diferentes ramas del poder público: la legislativa, la ejecutiva y la judicial. Adicionalmente, se han instituido una serie de organismos autónomos e independientes que ejercen control sobre los demás entes y otros que cumplen labores específicas para el funcionamiento del Estado.

Pese a que todas las entidades tienen competencias y funciones diferentes, deben trabajar en colaboración armónica para asegurar la plena realización de los fines del Estado, tal como se establece en el artículo 113 de la Constitución. Veamos qué funciones ejerce cada rama y qué entidades las conforman:

	Funciones	Entidades
Rama Legislativa	Crear la ley y a través de ella regular el funcionamiento del Estado/ Ejercer control político.	Congreso de la República
Rama Ejecutiva	Ejecutar las acciones necesarias para dar cumplimiento a los fines del Estado y administrar los recursos en el marco de la ley.	<ul style="list-style-type: none"> - Presidente - Vicepresidente - Ministerios - Departamentos Administrativos - Superintendencias - Establecimientos y empresas del Estado - Gobernaciones - Alcaldías - Asambleas Departamentales y Concejos Municipales*
Rama Judicial	Asegurar el cumplimiento de la ley, administrando justicia.	<ul style="list-style-type: none"> - Jurisdicciones: Ordinaria, Contencioso - Administrativa, Constitucional, Disciplinaria y Penal Militar (Altas Cortes, Tribunales y Jueces) - Jurisdicciones especiales: Indígena y de Paz - Fiscalía General de la Nación
Órganos de Control	Controlar el funcionamiento de las demás entidades.	<ul style="list-style-type: none"> - Contraloría - Ministerio Público: Procuraduría Defensoría del Pueblo y Personería.
Otras Entidades	Otras labores necesarias para el funcionamiento del Estado.	<ul style="list-style-type: none"> - Consejo Nacional Electoral - Registraduría Nacional - Banco de la República - Autoridad Nacional de Televisión
Colaboración armónica para materializar los fines del Estado		

*Las Asambleas Departamentales y los Concejos Municipales cumplen funciones tanto administrativas como de control político sobre Gobernaciones y Alcaldías, respectivamente.

De las distintas autoridades del Estado, algunas son designadas y otras elegidas popularmente. En la siguiente tabla se encuentran los cargos de elección popular con sus respectivas funciones:

Cargo: Senadores**Tipo:** Plurinominal***No. personas a elegir¹:** 102**Principales Funciones:**

Expedir códigos sobre todas las ramas de la legislación (civil, penal, comercial, etc.) y leyes sobre todos los asuntos de interés del Estado. Reformar y derogar las leyes.

Aprobar el Plan Nacional de Desarrollo.

Determinar la estructura de la administración nacional (rama ejecutiva).

Definir la división territorial del país.

Autorizar al gobierno la enajenación de bienes del Estado.

Revestir al presidente de facultades extraordinarias para expedir normas con fuerza de ley.

Establecer contribuciones fiscales

Aprobar o improbar tratados internacionales.

Cargo: Representantes a la Cámara**Tipo:** Plurinominal**No. personas a elegir:** 166**Principales Funciones:**

(Similares a los Senadores)

Cargo: Presidente/a y Vicepresidente/a**Tipo:** Uninominal****No. personas a elegir¹:** 2**Principales Funciones:**

Ejercer como jefe de Estado, jefe de Gobierno, suprema autoridad administrativa y máximo/a comandante de las Fuerzas Armadas.

Designar ministros y directores de departamentos administrativos.

Dirigir las relaciones internacionales (nombrar agentes diplomáticos y celebrar tratados con otros Estados, sujetos a aprobación del Congreso).

Conservar el orden público en todo el territorio y garantizar la seguridad exterior.

Ejercer la potestad reglamentaria, expidiendo decretos y resoluciones necesarios para asegurar el estricto cumplimiento de las leyes.

Modificar la estructura de ministerios, departamentos administrativos y demás entidades administrativas.

Cargo: Diputados/as de las Asambleas Departamentales**Tipo:** Plurinominal**No. personas a elegir¹:** 418**Principales Funciones:**

Mediante ordenanzas:

Reglamentar el ejercicio de las funciones y la prestación de servicios a cargo del departamento.

Expedir las disposiciones relacionadas con la planeación, el desarrollo económico y social, el apoyo financiero y crediticio a los municipios, el turismo, el transporte, el ambiente, las obras públicas, las vías de comunicación.
 Adoptar los planes y programas de desarrollo económico y social para el departamento.
 Decretar tributos y contribuciones.
 Expedir las normas orgánicas del presupuesto departamental.
 Crear y suprimir municipios, segregar y agregar territorios municipales, y organizar provincias.
 Autorizar al Gobernador del Departamento para celebrar contratos y enajenar bienes.
 Citar a los Secretarios del Despacho del Gobernador para que concurran a las sesiones de la asamblea.
 Proponer moción de censura respecto de los Secretarios de Despacho del Gobernador por asuntos relacionados con funciones propias del cargo, o por desatención a los requerimientos y citaciones de la asamblea.

Cargo: Concejales/as

Tipo: Plurinominal

No. personas a elegir¹: 12.065

Principales Funciones:

Ejercer control político sobre la administración municipal.
 Reglamentar las funciones y la eficiente prestación de los servicios a cargo del municipio.
 Adoptar los correspondientes planes y programas de desarrollo económico y social y de obras públicas del municipio.
 Autorizar al alcalde para celebrar contratos.
 Votar los tributos y los gastos locales. Dictar las normas orgánicas del presupuesto y expedir anualmente el presupuesto de rentas y gastos del municipio.
 Determinar la estructura de la administración municipal y las funciones de sus dependencias.
 Reglamentar los usos del suelo en el municipio.
 Elegir al Personero.
 Citar y requerir a los secretarios del despacho del alcalde para que concurran a las sesiones y proponer mociones por asuntos de su cargo o por no concurrir a las citaciones.

Cargo: Gobernadores/as

Tipo: Unipersonal

No. personas a elegir¹: 32

Principales Funciones:

Ser jefe de la administración seccional y representante legal del departamento. El/a gobernador/a será agente del Presidente de la

República para el mantenimiento del orden público y para la ejecución de la política económica.

Presentar a la asamblea los proyectos de ordenanza sobre planes y programas de desarrollo económico y social, obras públicas y presupuesto anual de rentas y gastos.

Suprimir o fusionar las entidades departamentales.

Velar por la recaudación de las rentas departamentales.

Cargo: Alcaldes/as

Tipo: Unipersonal

No. personas a elegir¹: 1.001

Principales Funciones:

Cumplir y hacer cumplir la Constitución, la ley, los decretos del gobierno, las ordenanzas, y los acuerdos del concejo.

Conservar el orden público en el municipio, siendo la primera autoridad de policía.

Dirigir la acción administrativa del municipio; asegurar el cumplimiento de las funciones y la prestación de los servicios a su cargo.

Presentar al Concejo los proyectos de acuerdo sobre planes y programas de desarrollo económico y social, obras públicas, presupuesto anual de rentas y gastos y los demás que estime convenientes para la buena marcha del municipio.

Ordenar los gastos municipales de acuerdo con el plan de inversión y el presupuesto.

Cargo: Ediles de las Juntas Administradoras Locales

Tipo: Plurinominal

No. personas a elegir¹: Según municipio

Principales Funciones:

Participar en la elaboración de los planes y programas municipales de desarrollo económico y social y de obras públicas.

Vigilar y controlar la prestación de los servicios municipales en su comuna o corregimiento y las inversiones que se realicen con recursos públicos.

Formular propuestas ante las autoridades encargadas de la elaboración de los respectivos planes de inversión.

Distribuir las partidas globales que les asigne el presupuesto municipal.

*Cargo uninominal: Elige a una sola persona para el cargo

**Cargo plurinominal: Se eligen varias personas para el cuerpo colegiado

El Sistema Electoral establece las reglas de juego para elegir a las personas que ocuparán los cargos anteriormente señalados, como veremos a continuación:

¹ La información sobre el número de alcaldes/as, concejales/as, gobernadores/as y diputados/as a elegir es la reportada por la Registraduría Nacional del Estado Civil en el Comunicado de Prensa No. 684 de 2015, disponible en <http://www.registraduria.gov.co/Estas-son-las-preguntas-mas,18586.html>

II. El Sistema Electoral Colombiano

El Sistema Electoral se compone de una serie de normas y entidades que regulan la contienda política, estableciendo los requisitos y procedimientos para implementar y ejercer los distintos mecanismos de participación ciudadana.

Una parte importante de estas regulaciones se refieren al proceso electoral, por ser éste el mecanismo a través del cual la ciudadanía elige a sus representantes a cargos y corporaciones públicas.

Un primer aspecto que se regula en este sentido, es la manera en la que los ciudadanos y ciudadanas pueden acceder a los cargos de elección popular, estableciendo que para ello es preciso hacer parte de un partido o movimiento político. Así, la contienda electoral en Colombia se da a través de un sistema de partidos.

1. El Sistema de Partidos

Los partidos y movimientos políticos son un actor fundamental en el sistema político electoral, en la medida en que agrupan y representan determinados intereses y demandas sociales, buscando llegar al poder para traducirlos en políticas de Estado. En nuestro sistema electoral, la contienda por los cargos y corporaciones públicas se da a través de la competencia entre estos.

El artículo 108 de la Constitución Nacional establece que se reconocerá personería jurídica a los partidos, movimientos políticos y grupos significativos de ciudadanos cuando estos logren una votación no inferior al tres por ciento (3%) del total de votos válidos obtenidos en el territorio nacional en elecciones de Cámara de representantes o Senado, salvo en el caso de las minorías étnicas y políticas, que mantendrán la personería siempre que obtengan representación en el Congreso.

Luego de las últimas elecciones de congresistas (2014), los partidos y movimientos que lograron mantener su personería jurídica son²:

² Resolución del Consejo Nacional Electoral No. 3296 de 2014, disponible en <http://www.cne.gov.co/CNE/media/file/RES%203296-14.PDF>

- Partido Liberal Colombiano
- Partido Conservador Colombiano
- Partido Opción Ciudadana
- Partido Cambio Radical
- Partido Alianza Verde
- Partido Social de Unidad Nacional “Partido de la U”
- Partido Polo Democrático Alternativo
- Partido Unión Patriótica “UP”³
- Partido Centro Democrático
- Partido Alianza Social Independiente “ASI”
- Movimiento MIRA
- Movimiento Autoridades Indígenas de Colombia “AICO”
- Movimiento Alternativo Indígena y Social “MAIS”

En esta competencia por llegar al poder no todo es válido. El sistema político electoral regula la actuación de los partidos y movimientos políticos, estableciéndose constitucionalmente que la misma debe darse siguiendo principios de transparencia, moralidad y equidad de género. También se establece que éstos deben organizarse democráticamente y tienen la obligación de divulgar sus programas políticos a la ciudadanía (Constitución Política, artículo 107).

2. La Equidad y la Paridad de Género como principios del Sistema Político Electoral

La Ley 1475 de 2011 “por la cual se adoptan las reglas de organización y funcionamiento de los partidos y movimientos políticos y de los procesos electorales”, en su artículo 4 establece que en virtud del principio de equidad e igualdad de género, debe asegurarse que las mujeres, los hombres y las demás opciones sexuales gocen de igualdad real de derechos y oportunidades en los siguientes ámbitos:

- Las actividades políticas
- La dirección de organizaciones partidistas
- El acceso a los debates electorales

³ Pese a no haber alcanzado el umbral establecido en el artículo 108 de la Constitución, el Consejo Nacional Electoral decidió mediante sentencia, mantener la personería jurídica al partido Unión Patriótica, por considerar que no había contado con igualdad de condiciones para realizar la campaña correspondiente a las elecciones legislativas.

- La obtención de cargos de representación política

Por su parte, la Constitución Nacional en el artículo 262 establece que en la conformación de las listas de candidatos a las elecciones “se observarán de forma progresiva los principios de paridad, alternancia y universalidad”, según lo determine la ley.

Recordemos que...

La paridad se refiere a la representación equilibrada de hombres y mujeres en las listas electorales.

Por su parte, la alternancia implica que en las listas no pueden incluirse en forma consecutiva dos personas del mismo sexo, sino que debe hacerse de manera alternada, es decir, mujer – hombre.

En virtud de este mandato constitucional, la Ley 1475 de 2011 estableció las siguientes medidas que buscan incentivar la participación de las mujeres al interior de los partidos y en los procesos electorales:

1. Las listas que se presenten para contiendas en las que se elijan 5 o más curules para corporaciones de elección popular, o aquellas que se sometan a consulta (con independencia de su resultado), deben estar conformadas por un mínimo de 30% de los géneros (Artículo 28).

2. Establece un incentivo financiero a los partidos y movimientos políticos a través del cual el 5% de los recursos estatales que se asignan a estos: “*se distribuirá por partes iguales (...) en proporción al número de mujeres elegidas en las corporaciones públicas*” (Artículo 17).

3. Se establece la obligación de los partidos y movimientos de destinar una parte de su presupuesto para la formación política de grupos tradicionalmente excluidos o sub representados en este escenario, dentro de los que se encuentran las mujeres. Así, dispone que: “*para las actividades de sus centros de pensamiento, la realización de cursos de formación y capacitación política y electoral, y para la inclusión efectiva de jóvenes, mujeres y minorías étnicas en el proceso político, los partidos y movimientos destinarán en sus presupuestos una suma no inferior al quince por ciento (15%) de los aportes estatales que le correspondieren*” (Artículo 18).

Sin embargo, la disposición que obliga a incluir al menos un 30% de mujeres en las listas electorales no es vinculante para los diecinueve departamentos en los que se eligen menos de cinco curules.

La siguiente tabla presenta cómo se da la aplicación de esta medida en relación con cada departamento⁴:

Departamento	Representantes	Aplica Sí/No
Amazonas	2	No
Antioquia	17	Sí
Arauca	2	No
Atlántico	7	Sí
Bogotá D.C.	18	Sí
Bolívar	6	Sí
Boyacá	6	Sí
Caldas	5	Sí
Caquetá	2	No
Casanare	2	No
Cauca	4	No
Cesar	4	No
Chocó	2	No
Córdoba	5	Sí
Cundinamarca	7	Sí
Guainía	2	No
Guaviare	2	No
Huila	4	No
Guajira	2	No
Magdalena	5	Sí
Meta	3	No
Nariño	5	Sí
Norte de Santander	5	Sí
Putumayo	2	No
Quindío	3	No
Risaralda	4	No
San Andrés y Providencia	2	No
Santander	7	Sí
Sucre	3	No
Tolima	6	Sí
Valle del Cauca	12	Sí
Vaupés	2	No
Vichada	2	No

⁴ Tabla de elaboración propia, con base en información suministrada por Congreso Visible en el artículo "¿Requisito o compromiso? Partidos políticos y mujeres en las elecciones al Congreso de 2014", disponible en: <http://congresovisible.org/agora/post/requisito-o-compromiso-partidos-politicos-y-mujeres-en-las-elecciones-al-congreso-de-2014/6246/>

Otros aspectos relevantes que reglamenta la Ley en relación con el funcionamiento de los partidos políticos, son:

2.1. Inscripción al partido y prohibición de doble militancia

Según el artículo 2 de la Ley 1475 de 2011:

- La militancia o pertenencia a un partido o movimiento político, se establecerá con la inscripción que haga el ciudadano o ciudadana ante la respectiva organización política.
- En ningún caso se permitirá a los ciudadanos/as pertenecer simultáneamente a más de un partido o movimiento político.
- Las candidatas y candidatos que resulten electos, siempre que fueren inscritos por un partido o movimiento político, deberán pertenecer al que los inscribió mientras ostenten la investidura o cargo, y si deciden presentarse a la siguiente elección por un partido o movimiento político distinto, deberán renunciar a la curul al menos doce (12) meses antes del primer día de inscripciones.

2.2. Bancadas

Por su parte, la Ley 974 de 2005 estableció que las y los miembros de las corporaciones públicas elegidos por un mismo partido o movimiento político deben actuar en bancada, esto es de forma coordinada y en bloque. Como lo explica Congreso Visible: *“las bancadas deben votar en bloque los proyectos de acto legislativo, de ley, de ordenanza o de acuerdo que sean debatidos al interior de las corporaciones públicas. Los estatutos de cada colectividad deben definir las sanciones para los congresistas, diputados, concejales y ediles que violen la disciplina de su bancada. No obstante, la bancada puede otorgar a sus miembros la libertad de votar de acuerdo a su criterio individual únicamente cuando se trate de asuntos de conciencia”*⁵.

Esta medida se dirige a fortalecer las agendas programáticas de los partidos en la medida en que se establecen unos lineamientos mínimos y obligatorios para el ejercicio político de sus miembros; asimismo, permite a la ciudadanía identificar con mayor

⁵ Ver en: <http://www.congresovisible.org/democracia/reformas/bancadas/>

claridad las posturas ideológicas de cada partido (Sisma Mujer y Red Nacional de Mujeres, 2015).

2.3 Fuentes de financiación

2.3.1. Financiación de los partidos y movimientos políticos

Para su funcionamiento y actividades, los partidos y movimientos podrán financiarse de:

- Cuotas de sus afiliados/as.
- Contribuciones, donaciones, herencias o legados, en dinero o en especie, de sus afiliados/as y de particulares.
- Créditos obtenidos en entidades financieras.
- Ingresos originados en actividades lucrativas del partido, como actos públicos o publicaciones y los rendimientos de su patrimonio e inversiones.
- Financiación estatal (solo para partidos con personería), por conducto del Fondo Nacional de Financiación Política.

¿Cómo distribuye el Estado sus recursos para financiación de los partidos y movimientos políticos?

Porcentaje	Destinación
10%	Entre todos los partidos o movimientos políticos con personería jurídica.
15%	Entre los partidos o movimientos políticos que hayan obtenido el 3% o más del total de votos emitidos válidamente en el territorio nacional en la última elección de Senado de la República o de Cámara de Representantes.
40%	Entre todos los partidos o movimientos en proporción al número de curules obtenidas en la última elección del Congreso de la República.
15%	Entre todos los partidos o movimientos políticos en proporción al número de curules obtenidas en la última elección de Concejos Municipales.
10%	Entre todos los partidos o movimientos políticos en proporción al número de curules obtenidas en la última elección de Asambleas Departamentales.
5%	Entre todos los partidos o movimientos políticos en proporción al número de mujeres elegidas en las corporaciones públicas.
5%	Entre todos los partidos o movimientos políticos en proporción al número de jóvenes elegidos en las corporaciones públicas.

2.3.2. Financiación de las campañas

Los candidatos y candidatas de los partidos, movimientos y grupos significativos de ciudadanos inscritos a cargos o corporaciones de elección popular, podrán acudir a las siguientes fuentes para la financiación de sus campañas electorales:

- Recursos propios de origen privado
- Créditos y aportes de las y los candidatas o su familia
- Créditos obtenidos por el partido en entidades financieras
- Contribuciones o donaciones de particulares
- Ingresos provenientes de actividades lucrativas del partido
- Financiación estatal, mediante anticipos y reposición de gastos

La reposición de gastos dependerá de que el partido o movimiento obtenga la siguiente votación: 50% o más del umbral en las elecciones a corporaciones públicas y 4% o más en las elecciones a Gobernación y Alcaldía.

Los anticipos se solicitan al Consejo Nacional Electoral y pueden ser hasta del 80% del valor de la financiación estatal para la campaña.

Para la financiación privada o con recursos propios, la ley establece montos límite que el partido puede recaudar. También se establecen montos límite para los gastos de campaña.

Financiación prohibida:

La ley colombiana prohíbe la utilización de los siguientes tipos de bienes para la financiación de las campañas: * bienes o recursos provenientes de gobiernos o personas jurídicas extranjeras; los derivados de actividades ilícitas; * contribuciones o donaciones de bienes con proceso de extinción de dominio; contribuciones anónimas; * contribuciones o donaciones de personas con investigaciones penales por delitos relacionados con la financiación, pertenencia o promoción de grupos armados ilegales, narcotráfico, delitos contra la administración pública, contra los mecanismos de participación democrática y de lesa humanidad; * contribuciones o donaciones provenientes de personas que desempeñan funciones públicas (salvo la contribución de los miembros de las corporaciones públicas a sus propios

partidos); * contribuciones o donaciones provenientes de personas naturales o jurídicas cuyos ingresos en el año anterior se hayan originado en más de un cincuenta por ciento de contratos o subsidios estatales, que administren recursos públicos o parafiscales, o que tengan licencias o permisos para explotar monopolios estatales o juegos de suerte y azar.

3. Reglas de juego de la contienda electoral

3.1. Tipo de Sistema Electoral

Se refiere al número de curules a proveer según el porcentaje de votos obtenidos por cada partido. En Colombia se presenta un sistema electoral de tipo proporcional, en el cual los partidos obtienen curules en proporción al número de votos obtenidos.

En otros países, rige un sistema mayoritario, en el que el partido que obtiene mayor número de votos obtiene todas las curules.

3.2. Tipo de mayoría requerida para ser elegida/o en un cargo

- Por regla general, los cargos se eligen por mayoría simple, es decir, la candidatura con mayor número de votos gana. Así sucede, por ejemplo, con las gobernaciones y alcaldías.

- Sin embargo, existe una excepción: el cargo de la Presidencia exige una mayoría calificada, en la que solo se gana si se obtiene la mitad más uno de los votos. Si en la primera vuelta no se alcanza esta mayoría, se realiza una segunda vuelta en la que aplica la regla general, es decir, la elección de la candidata o candidato que más votos obtenga.

3.3. Circunscripciones electorales

La circunscripción electoral se refiere al espacio geográfico en el que se eligen las y los representantes a cada cargo. Así, las personas que pueden votar para cada uno de ellos corresponde a aquellas que viven o pertenecen a dicha circunscripción.

En el momento, en Colombia existen los siguientes tipos de circunscripción: nacional, territorial y especial.

- Nacional: Los cargos pueden ser elegidos por habitantes de todo el territorio.
- Territorial: Solo las y los habitantes del departamento, municipio, distrito, comuna, corregimiento o vereda correspondiente pueden votar.

En el caso de la Cámara de Representantes, que es elegida por circunscripción departamental, existen por mandato constitucional 33 distritos electorales –uno por cada

departamento más uno por el distrito capital de Bogotá-. Adicionalmente, como se verá más adelante, el número de cargos a elegir en cada uno de los distritos electorales se basa en una fórmula que asigna un mayor número de curules a los distritos que cuentan con mayor número de habitantes.

- Especial: Se refiere a las circunscripciones indígena, afrocolombiana y de ciudadanos/as residentes en el exterior. Este tipo de circunscripciones existen en Senado y Cámara. Así, en el Senado hay por mandato constitucional, dos curules para la circunscripción indígena; mientras en la Cámara de Representantes, existen dos curules para afrodescendientes, dos para colombianos en el exterior y una para indígenas.

El tipo de circunscripción que corresponde a cada cargo de elección popular en Colombia, se presenta en el siguiente cuadro:

Cargo	Tipo de circunscripción
Senadores/as	Nacional
Representantes a la Cámara	Departamental y especial
Presidente/a y Vicepresidente/a	Nacional
Diputados/as de las Asambleas Departamentales	Departamental
Concejales/as	Municipal
Gobernadores/as	Departamental
Alcaldes/as	Municipal
Ediles de las Juntas Administradoras Locales	Comuna, corregimiento o vereda

3.4. Circunscripciones de Paz

El *Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera, en el ámbito de participación, dispuso la creación de las Circunscripciones Transitorias Especiales de Paz*, a través de las cuales se busca brindar a los movimientos y organizaciones sociales (privilegiando las conformadas por mujeres, campesinos y desplazados) de las regiones más afectadas por el conflicto, a contar con un espacio de representación temporal en la Cámara de Representantes adicionales a las curules ya establecidas. De esta manera, en estos territorios las y los electores podrán votar por el/a representante a la cámara de los partidos ya establecidos y también por el/a representante de los nuevos movimientos y organizaciones sociales producto de la iniciativa de las circunscripciones.

El proyecto de acto legislativo No. 17 de 2017, pendiente del último debate en la Cámara de Representantes para su aprobación, establece las principales características de estas circunscripciones:

- Durante la transición, darían representación adicional en la Cámara de Representantes a las zonas más afectadas por el conflicto armado, en las que la guerra ha impedido que funcione allí una democracia normal. La Cámara de Representantes tendría 16 representantes adicionales (uno por cada circunscripción).

- Los habitantes podrían votar dos veces: la primera, por un candidato o candidata a la Cámara por las circunscripciones departamentales o especiales indígena, afrocolombiana y de ciudadanos/as en el exterior; y la segunda, por un candidato o candidata de la circunscripción especial de paz. Las dos votaciones se harán en tarjetones separados.

- Aplicaría para las elecciones del 2018 y del 2022.

- Los candidatos y candidatas solo podrían ser inscritos por grupos significativos de ciudadanos, organizaciones sociales, organizaciones de víctimas, campesinas o de mujeres, consejos comunitarios, resguardos indígenas reconocidos, o kumpany legalmente constituidas.

- Se entiende por organizaciones sociales, las asociaciones de todo orden sin ánimo de lucro que demuestren su existencia en el territorio de la circunscripción, mediante personería jurídica reconocida al menos cuatro años antes de la elección, o mediante acreditación ante la autoridad electoral competente del ejercicio de sus actividades en el respectivo territorio durante el mismo periodo.

- La inscripción de candidatos por grupos significativos de ciudadanos, requerirá respaldo ciudadano equivalente al 10% del censo electoral de la respectiva Circunscripción Transitoria Especial de Paz. En ningún caso se requerirá más de 20.000 firmas.

- Los candidatos o candidatas, además de los requisitos generales, deberán ser víctimas del conflicto armado y habitantes regulares de la circunscripción (en los 3 últimos años) o desplazados/as de estos territorios en proceso de retorno. La condición de víctima se acreditará mediante certificado de la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas o por cualquier otro medio probatorio acreditado por el Ministerio Público.

- Los partidos y movimientos políticos que cuentan con representación en el Congreso de la República o con personería jurídica, incluido el partido o movimiento político que surja del tránsito de las Farc a la actividad política legal, no podrán inscribir listas ni candidatos/as para estas circunscripciones.

- Tampoco podrán presentarse las o los miembros de los grupos armados ilegales que hayan suscrito acuerdos de paz con el gobierno o que se hayan desmovilizado individualmente en cualquier época.

- Para las elecciones de las 16 Circunscripciones Especiales de Paz, se excluirán las cabeceras municipales de cada uno de los municipios que la conforman y únicamente se habilitarán los puestos de votación y el censo electoral de la zona rural de estos.

- Se garantizará la participación real y efectiva de los pueblos étnicos y de la población rural, a través de la inscripción de cédulas, la pedagogía del voto y la instalación de puestos de votación en sus territorios.

- Las listas tendrán voto preferente y estarán integradas por dos candidatos/as, uno de cada género.

- La curul se asignará al candidato o candidata más votada dentro de la lista que obtenga el mayor número de votos dentro de la respectiva circunscripción.
- Los candidatos/as y las listas de circunscripciones transitorias especiales de paz, no podrán realizar alianzas; coaliciones o acuerdos con candidatos o listas inscritas para las circunscripciones ordinarias para la Cámara de Representantes. La violación de esta norma generará la pérdida de la curul en caso de resultar electos.
- La financiación de las campañas será preponderantemente estatal, mediante el sistema de reposición de votos y acceso a los anticipos, en los términos y topes que determine la autoridad electoral.
- No se permiten aportes privados directos a campañas de las Circunscripciones Transitorias Especiales de Paz. Los particulares podrán contribuir a la financiación de estas campañas mediante donaciones hechas directamente al Fondo Nacional de Partidos y Campañas Electorales, las cuales serán distribuidas por la autoridad electoral entre todas las campañas de las Circunscripciones Transitorias Especiales de Paz, por partes iguales.
- La campaña en medios de comunicación que hagan uso del espectro electromagnético solo podrá adelantarse en los espacios gratuitos otorgados por el Estado.
- Se establece la creación de unos Tribunales Electorales Transitorios de Paz, los cuales entrarán en funcionamiento tres meses antes de la fecha de las elecciones, teniendo como propósito velar por la observancia de las reglas de las circunscripciones y atender las reclamaciones que se puedan presentar.

3.5 Número de candidatos a elegir para las corporaciones públicas

El número de integrantes del Congreso de la República está definido en la Constitución Nacional, de la siguiente manera:

- El Senado de la República se integra de un total de ciento dos (102) miembros, de los cuales cien (100) serán elegidos/as por la circunscripción nacional y dos (2) por la circunscripción especial indígena (Artículo 171).
- La Cámara de representantes se conforma de:
 - Dos (2) representantes por cada circunscripción territorial (departamentos y Distrito Capital)
 - Uno/a más por cada 365.000 mil habitantes.
 - Uno/a más por cada fracción mayor de 182.500 sobre los primeros 365.000 (Artículo 176).

Ejemplo:

El departamento de Fuente Clara tiene 825.000 habitantes; le corresponden 2 por derecho; 1 más por los primeros 365.000 habitantes; 2 más por las 2 fracciones restantes de 182.500. En total le corresponden 5 curules en la Cámara.

3.6. Número de votos que debe alcanzar un partido o movimiento para entrar en la repartición de curules (umbral)

Para que un partido o movimiento político logre entrar a participar en la repartición de curules en una determinada elección, debe lograr un número determinado de votos válidos que se conoce como umbral.

- Para el Senado, las listas de un partido deben alcanzar un mínimo de votos que corresponda al 3% del total de votos válidos sufragados en las elecciones.

Ejemplo:

En las elecciones para Senado se obtuvo un total de 5'000.000 de votos válidos. El 3% equivale a 150.000 votos. Esta cifra corresponde al umbral en estas elecciones. Para que un partido o movimiento ingrese a la repartición de curules debe haber obtenido 150.000 votos o más.

- Para la Cámara, las Asambleas, los Concejos y las Juntas Administradoras Locales, la lista debe obtener por lo menos el 50% del cociente electoral.

En este sentido, lo primero que se debe hacer es calcular el cociente. El cociente es el número de votos válidos total obtenido en las elecciones, dividido por el número de curules a proveer.

Ejemplo:

En el departamento de Fuente Clara se eligen 5 curules. En las elecciones se obtuvieron 300.000 votos válidos. Para identificar el cociente debo dividir el número de votos entre las 5 curules a proveer, en este caso equivale a 60.000. El cociente es 60.000.

Luego de identificar el cociente, establecemos el 50% del mismo para hallar el umbral. En este caso, el 50% equivale a 30.000. El umbral es 30.000. Para entrar a la repartición de curules de este departamento, un partido o movimiento debe obtener por lo menos 30.000 votos.

Existe una excepción para el caso de las circunscripciones en las que solo se eligen dos curules. En estos lugares, el umbral es el 30% del cociente.

Para aplicar lo aprendido, pueden realizarse los siguientes ejercicios:

Ejercicio No. 1: Repartición de Curules para el Senado	
Determinar si las listas de los partidos Violeta, Naranja y Celeste logran el umbral para entrar a la repartición de curules del Senado.	
Datos: Partido Violeta: 3.800 votos válidos Partido Naranja: 15.000 votos válidos Partido Celeste: 22.000 votos válidos Total votos válidos en el país: 128.000	
Desarrollo	
¿Qué debo hacer?:	
1. Establecer el umbral determinando el 3% del total de votos válidos obtenidos: 3% de 128.000 = 3.840	
2. Revisar el número de votos válidos obtenidos por cada partido, para establecer si alcanzaron el umbral:	
<ul style="list-style-type: none"> • Superan el umbral los partidos Naranja y Celeste. • El partido Violeta no lo supera y no puede participar en la repartición de curules. 	

Ejercicio No. 2: Repartición de Curules para la Asamblea Departamental

Determinar si las listas de los partidos Violeta, Naranja y Celeste logran el umbral para entrar a la repartición de las 15 curules para la Asamblea.

Datos:

Partido Violeta: 1.280 votos válidos
 Partido Naranja: 1.500 votos válidos
 Partido Celeste: 320 votos válidos
 Total votos válidos en el Departamento: 12.800
 Curules en disputa: 15

Desarrollo

¿Qué debo hacer?:

1. Calcular el cociente electoral (total votos dividido entre curules a repartir):

$$12.800 / 15 = 853$$

2. Establecer el umbral (50% del cociente):

$$50\% \text{ de } 853 = 427$$

3. Revisar el número de votos válidos obtenidos por cada partido, para identificar cuáles superan el umbral y pueden acceder a curules:

- Superan el umbral los partidos Violeta y Naranja.
- El partido Celeste no supera el umbral por lo cual no puede participar en la repartición de curules.

Ejercicio No. 3: Repartición de Curules para la Cámara

Determinar si las listas de los partidos Violeta, Naranja y Celeste logran el umbral para entrar a la repartición de las 2 curules a la Cámara correspondientes al departamento de San Agustín.

Datos:

Partido Violeta: 6.580 votos válidos
 Partido Naranja: 2.100 votos válidos
 Partido Celeste: 520 votos válidos
 Total votos válidos en el Departamento: 12.800
 Curules en disputa: 2

Desarrollo

¿Qué debo hacer?:

1. Calcular el cociente electoral (total votos dividido entre curules a repartir):
 $12.800 / 2 = 6.400$

2. Establecer el umbral (30% del cociente, dado que solo hay 2 curules en disputa):
 $30\% \text{ de } 6.400 = 1.920$

3. Revisar el número de votos válidos obtenidos por cada partido, para identificar cuáles superan el umbral y pueden acceder a curules:

- Superan el umbral los partidos Violeta y Naranja.
- El partido Celeste no supera el umbral por lo cual no puede participar en la repartición de curules.

3.7 Mecanismo para asignar curules a los partidos que alcanzaron el umbral (Cifra Repartidora)

La asignación de curules entre las y los integrantes de las listas de los partidos que han superado el umbral, se realiza mediante el mecanismo de la cifra repartidora. A cada lista se asignan tantas curules como veces esté contenida la cifra repartidora en el total de votos válidos que recibió la lista.

¿Cómo se calcula la cifra repartidora?

Paso 1. Los votos válidos alcanzados por el partido se dividen por 1, 2, 3 y así sucesivamente hasta el número de curules a proveer. De esta manera:

En San Agustín hay 4 curules a la Asamblea.

Los partidos que superaron el umbral fueron el Violeta y el Naranja, con la siguiente votación:

Partido Violeta: 1.280 votos válidos

Partido Naranja: 1.500 votos válidos

Dividimos por 1, 2, 3 y 4, que corresponde al número de curules a proveer, así:

Paso 2. Se ordenan los resultados de mayor a menor y se identifican los pri-

Partido	Votos válido obtenidos	1ª curul	2ª curul	3ª curul	4ª curul
Violeta	1.280	$1.280/1=1.280$	$1.280/2=640$	$1.280/3=427$	$1.280/4=320$
Naranja	1.500	$1.500/1=1.500$	$1.500/2=750$	$1.500/3=500$	$1.500/4=375$

meros en un número equivalente al número de curules a proveer (en este caso, 4 curules):

$$1.500 / 1.280 / 750 / 640$$

Paso 3. La cifra repartidora será el resultado menor de esa lista: 640

Paso 4. Se divide el número de votos válidos de cada lista por la cifra repartidora (640):

Partido Violeta: $1.280 / 640 = 2$

Partido Naranja: $1.500 / 640 = 2,3$ (se toma el número entero: 2)

La lista obtendrá tantas curules como veces cabe la cifra repartidora en el total de votos válidos obtenidos:

- Partido Violeta: 2 curules
- Partido Naranja: 2 curules

3.8. Asignación de curules a candidatos según el tipo de lista

El sistema político electoral colombiano permite la presentación de dos tipos de listas electorales: cerrada y preferente.

- En las listas cerradas el partido presenta un grupo de personas en un orden específico que no se puede modificar. En estos casos, el elector vota por el partido o movimiento, no por un candidato o candidata en específico. Si el elector vota por la lista, aceptan en orden de candidatos establecido en ella. En este tipo de lista, los candidatos y candidatas que tienen mayor probabilidad de resultar elegidos son los primeros de la lista.

¿Cómo se asignan las curules obtenidas por el partido en la lista cerrada?

En orden descendente, según como fueron inscritos los candidatos y candidatas.

Ejercicio No. 4: Asignación de Curules en una lista cerrada	
El partido Naranja ganó 2 curules. Determinar qué candidatos obtienen las curules.	
<p>Lista cerrada:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pilar Carreño 2. Claudia Salcedo 3. Carlos Camacho 4. Miguel Porras 	
Desarrollo	
Las dos curules son asignadas automáticamente a las 2 primeras candidatas de la lista: Pilar Carreño y Claudia Salcedo	

- En las listas con voto preferente, el elector podrá señalar el candidato o candidata de su preferencia entre los integrantes de la lista.

¿Cómo se asignan las curules obtenidas por el partido en este tipo de lista?

La lista se reordena de acuerdo a la cantidad de votos obtenida por cada candidato o candidata y posteriormente se asignan en orden descendente, empezando por el candidato/a que obtuvo el mayor número de votos.

Ejercicio No. 5: Asignación de Curules en una lista con voto preferente

El partido Violeta ganó 2 curules. Determinar qué candidatos obtienen las curules.

Lista preferente:

1. Pacho Torres: 220 votos
2. Pepita Pérez: 570 votos
3. Juana Casas: 316 votos
4. Tulio Vásquez: 174 votos

Desarrollo

Se reordena la lista de acuerdo al mayor número de votos obtenidos:

1. Pepita Pérez: 570 votos
2. Juanita Casas: 316 votos
3. Pacho Torres: 220 votos
4. Tulio Vásquez: 174 votos

Ocuparán las curules las/os candidatas/os que ocuparon los dos primeros de la lista: Pepita Pérez y Juanita Casas.

3.9 Periodo de inscripciones

El periodo de inscripción de candidatas/os y listas a cargos y corporaciones de elección popular tiene una duración de un (1) mes, el cual iniciará cuatro (4) meses antes de la fecha de la correspondiente votación.

III. Régimen de Inhabilidades e Incompatibilidades

Las personas que aspiran a ejercer cargos públicos deben cumplir una serie de requisitos entre los cuales se encuentra el no estar incurso en inhabilidades, es decir, en situaciones que legalmente les impidan entrar a desempeñar tal labor. Asimismo, quienes ya han sido elegidos o designados, deben abstenerse de desarrollar una serie de actividades que son incompatibles, por mandato legal, con el ejercicio del cargo; estas actividades se conocen como incompatibilidades. Veamos algunas características respecto a ellas:

Inhabilidades

- Son circunstancias que impiden que una persona sea elegida o designada a un cargo público
- Su finalidad es garantizar la idoneidad, moralidad, transparencia y eficacia en el ejercicio de cargos o funciones públicas.
- Existen dos tipos: las relacionadas con sanciones penales o disciplinarias y las asociadas a cargos que desempeña la persona (por ejemplo, haber ejercido como empleado/a, autoridad política, civil, administrativa, o militar en el departamento dentro de los 12 meses anteriores a la elección).

Incompatibilidades

- Consiste en la imposibilidad jurídica de coexistencia de dos actividades.
- Su finalidad es preservar la integridad del servicio público en el desempeño de un cargo, impidiéndole al funcionario/a o servidor/a ejercer simultáneamente actividades o empleos que eventualmente pueden llegar a entorpecer el desarrollo y buena marcha de la gestión pública. También cumplen el propósito de evitar que los cargos públicos sean utilizados para favorecer intereses individuales (propios o de terceros), en detrimento del interés general.
- En virtud de las incompatibilidades, quienes han sido elegidos/as para cargos o corporaciones públicas no pueden ser contratista del estado o ejercer otros cargos públicos.

IV. Delitos Electorales

Es importante que las personas que participan en la contienda electoral se informen sobre las conductas que constituyen delitos electorales, para que no incurran en ellos por desconocimiento y para que realicen vigilancia y monitoreo en el marco del proceso electoral, con el fin de que los mismos no sean cometidos en detrimento de su campaña.

Los siguientes son los delitos electorales contemplados en nuestro Código Penal (Título XIV):

Delito: Perturbación electoral

Descripción: Obstaculizar o impedir la realización de los procesos electorales (Ejemplo: obstaculizar la entrega del material electoral, ocultándolo o destruyéndolo)
Penas: 32 a 144 meses

Delito: Constreñimiento al elector

Descripción: Utilización de armas o cualquier otro medio que violento o amenace al elector, para lograr que este realice determinada votación, impidiendo el libre ejercicio del derecho al voto (Ejemplo: amenazas de grupos armados)
Penas: 48 a 108 meses

Delito: Corrupción al elector

Descripción: Prometer, entregar o pagar dinero u otro beneficio al elector para que ejerza un determinada opción de voto
Penas: 48 a 90 meses

Delito: Fraude al elector

Descripción: Obtener mediante engaño, que alguien vote por determinada opción o se abstenga de hacerlo
Penas: 16 a 72 meses

Delito: Fraude en inscripción de cédulas

Descripción: Lograr que personas inscriban la cédula en una localidad, municipio o distrito diferente a aquel donde reside con el propósito de obtener ventaja en una elección (trasteo de votos)
Penas: 48 a 108 meses

Delito: Voto fraudulento/ favorecimiento del voto fraudulento por parte de servidor público

Descripción: Suplantación de una persona a otra en el ejercicio del voto
Penas: 16 a 72 meses

Delito: Mora en la entrega de documentos relacionados con la votación

Descripción: Este delito es cometido por las y los servidores públicos al no hacer entrega oportuna de los sellos de urna o arcas triclave
Penas: 16 a 54 meses

Delito: Alteración de resultados electorales

Descripción: Alterar el resultado o introducir tarjetones indebidamente
Penas: 32 a 90 meses

Delito: Ocultamiento, retención y posesión ilícita de cédula

Descripción: Esconder o retener una cédula ajena para impedir que ejerza el derecho al voto
Penas: 16 a 54 meses

Delito: Denegación de inscripción

Descripción: Ocurre cuando un/a servidor/a público/a que tiene la función de hacer la inscripción, no la cumple, la dilata o entorpece
Penas: 16 a 54 meses

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Consejo Nacional Electoral, Resolución No. 3296 de 2014. Disponible en <http://www.cne.gov.co/CNE/media/file/RES%203296-14.PDF>

Congreso de la República, Ley 1475 de 2011, Por la cual se adoptan reglas de organización y funcionamiento de los partidos y movimientos políticos, de los procesos electorales y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial No. 48.130 de 14 de julio de 2011.

Congreso de la República, Ley 974 de 2015, Por la cual se reglamenta la actuación en bancadas de los miembros de las corporaciones públicas y se adecua el Reglamento del Congreso al Régimen de Bancadas. Diario Oficial No. 45.980 de 25 de julio de 2005.

Congreso Visible, ¿Requisito o compromiso? Partidos políticos y mujeres en las elecciones al Congreso de 2014. Disponible en: <http://congresovisible.org/agora/post/requisito-o-compromiso-partidos-politicos-y-mujeres-en-las-elecciones-al-congreso-de-2014/6246/>

Constitución Política de Colombia, 1991. Gaceta Constitucional No. 116 de 20 de julio de 1991.

Corporación de Investigación y Acción Social y Económica – CIASE –, Sistema Electoral Colombiano, Conceptos básicos. Disponible en <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:2pwsvfñMFzI-J:ciase.org/apc-aa-files/433745ce3515eae7626707362b4a90aa/sistema-electoral-colombiano.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&client=safar>

Módulo 3



Módulo TR 3S



Análisis del Contexto Político

El presente módulo tiene como propósito aportar herramientas conceptuales y prácticas para contribuir con el análisis y comprensión de las participantes sobre el contexto de su territorio y los impactos que éste genera sobre las mujeres.

Para ello, en la primera parte se realiza una mirada general sobre *“El Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera”*, como un punto de partida necesario para la comprensión del escenario actual del país. La segunda parte, aporta elementos clave para observar y analizar el contexto, relacionados con los diversos componentes y actores relevantes del mismo, y presentando los pasos clave a seguir para la construcción de contextos.

I. Aspectos principales del Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera

El *Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera*, fue firmado por el Gobierno Nacional y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (Farc-Ep) el 24 de noviembre de 2016, luego de cuatro años de negociaciones entre ellos.

Dicho Acuerdo, está compuesto por seis puntos o temas clave para la Nación, a través de los cuales se busca contribuir a las transformaciones necesarias para sentar las bases de una paz estable y duradera. A continuación, se presenta un resumen de los principales aspectos acordados, enfatizando en aquellos que se dirigen a lograr igualdad real entre hombres y mujeres¹, con el fin de que las participantes cuenten con una panorámica del escenario que estos plantean, dado que los mismos pretenden incidir y transformar fundamentalmente la realidad de los territorios más afectados por el conflicto armado.

Conocer el contenido del Acuerdo, facilitará el análisis sobre la incidencia que éste puede tener sobre el contexto de su región. Veamos entonces cuáles son los principales aspectos acordados:

1. Política de Desarrollo Agrario Integral. Reforma Rural Integral (RRI)

Al considerar los desequilibrios sociales presentes en las áreas rurales de Colombia como uno de los factores asociados a la persistencia del conflicto armado, en el Acuerdo Final

¹ Los acápites que se incluyen sobre medidas del Acuerdo dirigidas a las mujeres, se basan en el texto “ABC del enfoque de género en los acuerdos para la finalización del conflicto armado”, del Equipo de Paz del Gobierno Nacional, disponible en <http://equipopazgobierno.presidencia.gov.co/prensa/declaraciones/Paginas/abc-preguntas-respuestas-enfoque-genero-acuerdos-paz-habana-colombia.aspx>

se reconoció la importancia de transformar estructuralmente el campo mediante una Reforma Rural Integral –RRI-. La RRI, busca cerrar las brechas entre el campo y la ciudad, a través de la implementación de medidas que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de la población rural y de la presencia del Estado en regiones históricamente abandonadas.

En este sentido, se propone el acceso a las tierras pero acompañado de bienes públicos y apoyos productivos, para que el campo sea verdaderamente reactivado y de esta manera disminuya la pobreza del sector rural. Para ello, se plantean tres líneas de acción que incluyen las siguientes medidas:

a) Acceso y uso a la tierra:

- Creación de un Fondo de Tierras para la debida distribución de la tierra entre campesinos sin tierra o con tierra insuficiente, teniendo como una de las prioridades a las mujeres cabezas de familia.
- Plan masivo de formalización de la propiedad para aquellos/as que tienen tierras pero las mismas no están escrituradas.
- Actualización del catastro rural.
- Protección de áreas de especial interés ambiental.

b) Implementación de Planes Nacionales Rurales: Estos planes están dirigidos a proveer bienes y servicios públicos al sector rural en materia de:

- Infraestructura y adecuación de las tierras: vías terciarias, distritos de riego y drenaje, electrificación y conectividad a internet.
- Desarrollo social: vivienda, agua potable, educación, salud y alimentación.
- Estímulos a la productividad: fomento de la economía familiar y solidaria; planes para facilitar la comercialización de los productos campesinos; asistencia técnica y tecnológica; garantías de seguridad social para los trabajadores del campo; acceso a créditos.

c) Implementación de Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial: Los planes nacionales rurales se llevarán con mayor celeridad a las regiones más afectadas por el conflicto, la pobreza y las economías ilegales y con menor presencia de la institucionalidad. Para ello, los programas de implementación se concertarán con la comunidad.

Adicional a lo anterior, el acuerdo contempla algunas medidas dirigidas a superar las brechas existentes entre hombres y mujeres en materia de acceso a la tierra y a los recursos en el sector rural. Estas medidas fueron producto del trabajo de la Subcomisión de Género de la Mesa de Negociación, conformada por representantes del Gobierno y de las Farc, y de las propuestas que las organizaciones de mujeres hicieron llegar a la Mesa. Veamos cuáles son estas medidas dirigidas de manera específica a las mujeres en el marco del Punto 1:

Medidas afirmativas para las mujeres en el Punto 1 del Acuerdo:

- * Acceso especial de las mujeres campesinas al Fondo de Tierras, a los subsidios y créditos para la compra de tierras.
- * Formación y asesoría legal para la formalización de la propiedad, el reconocimiento y la protección de sus derechos sobre la tierra.
- * Representación equilibrada de hombres y mujeres en la instancia de alto nivel que formulará los lineamientos generales sobre uso de la tierra.
- * Acceso privilegiado de las mujeres a proyectos de economía solidaria.
- * Promoción de la autonomía económica y la capacidad organizativa de las mujeres rurales a través del plan nacional para la economía campesina, familiar y comunitaria.
- * Acceso a becas y créditos condonables para educación, de la mano del incremento progresivo de cupos para estudios técnicos, tecnológicos y universitarios en las zonas rurales.

2. Participación Política: Apertura Democrática para Construir la Paz

En la búsqueda por la construcción de la paz, se acordaron una serie de medidas que pretenden fortalecer la participación de los colombianos y colombianas en la política, promoviendo la inclusión de nuevas voces en este escenario y brindando las garantías para la participación. Veamos las medidas acordadas:

a) Nueva apertura democrática

- Creación de las Circunscripciones Transitorias Especiales de Paz, con las cuales se busca brindar a los movimientos y organizaciones sociales (privilegiando las conformadas por mujeres, campesinos y población desplazada) de las regiones más afectadas por el conflicto, un espacio de representación temporal en la Cámara de Representantes, adicional a las curules ya establecidas a cada circunscripción territorial. De esta manera, durante las dos próximas elecciones legislativas (2018 y 2022), las y los electores de estos territorios podrán votar por dos candidatos/as a la Cámara: uno/a por los partidos y movimientos políticos ya establecidos (curules territoriales) y otro/a por los nuevos movimientos y organizaciones sociales (curules especiales de paz).

- Fortalecimiento de los mecanismos para promover la transparencia en los procesos electorales.

- Definición de un estatuto para la oposición.

b) Mayor participación ciudadana

- Promoción de garantías para la movilización y la protesta.
- Fortalecimiento de medios de comunicación comunitarios, institucionales y regionales.

- Promoción de la participación de las comunidades en los procesos de planeación territorial.

- Fortalecimiento de la veeduría y el control ciudadano

para asegurar la transparencia de la gestión pública y el buen uso de los recursos.

c) Rompimiento del vínculo entre política y armas

- Creación de un Sistema Integral de Seguridad para el ejercicio de la política.
- Fortalecimiento de las garantías de seguridad para líderes y lideresas de organizaciones y movimientos sociales y defensores de derechos humanos.

Veamos ahora qué contempla el Punto 2 del Acuerdo en relación con las garantías de participación política para las mujeres:

Medidas dirigidas a las mujeres en el Punto 2 del Acuerdo:

El Acuerdo Final hace especial énfasis en la participación de las mujeres, estableciendo la necesidad de “adoptar medidas que contribuyan a garantizar una representación equilibrada de hombres y mujeres en la conformación de todas las instancias a que se refiere este acuerdo. Así mismo, se requiere propender por la participación equilibrada y el protagonismo de las mujeres al interior de organizaciones y movimientos sociales y partidos políticos”. En este sentido, contempla, entre otras, las siguientes medidas:

- * Programas de formación sobre participación política y ciudadana para las mujeres, que tendrán por objeto crear conciencia sobre sus derechos y promover su liderazgo.
- * Asistencia legal y técnica para la creación, promoción y fortalecimiento de organizaciones y movimientos sociales de mujeres.
- * Protección especializada e integral para mujeres elegidas popularmente y para defensoras de derechos humanos y lideresas sociales, a partir de evaluaciones de riesgo que consideren no solo las amenazas contra ellas, sino también su entorno (hijos, padres, esposo o compañero).

3. Fin del Conflicto

Según lo acordado, el fin del conflicto con las Farc se dará a través de un proceso que implica las siguientes medidas:

- Cese al fuego y de hostilidades bilateral y definitivo. Comprende el cese de los ataques de las Farc contra la población civil, la fuerza pública y la infraestructura del Estado.

- Dejación de armas por parte de las Farc mediante la entrega de las mismas a la Organización de Naciones Unidas –ONU-, siguiendo un cronograma de 180 días.

- Ubicación de las y los miembros de las Farc en zonas vedales y puntos transitorios de normalización, en los cuales estos/as llevarán a cabo la entrega de las armas y harán el tránsito hacia la legalidad. Estas zonas cuentan con franjas de seguridad a su alrededor y mecanismos de monitoreo y verificación permanente. La institucionalidad del Estado permanece vigente en estas zonas y la Fuerza Pública está a cargo de garantizar la seguridad tanto de la población civil como de los/as integrantes de las Farc.

- Reincorporación social, económica y política de las y los miembros del grupo guerrillero. Esta fase ha iniciado con jornadas de cedulação de los/as integrantes de las Farc, como un primer paso hacia la vida civil.

4. Solución al problema de las Drogas Ilícitas.

Este punto se concentra en tres aspectos fundamentales:

a) **Generar una solución a los cultivos de uso ilícito:** Se plantea la creación de un Programa Nacional Integral de Sustitución y Desarrollo Alternativo, mediante el cual se realizarían acuerdos de sustitución y no resiembra, entre las comunidades, el Gobierno Nacional y el Gobierno Local. Este primer punto estaría estrechamente ligado a la Reforma Rural Integral, pues se reconoce que el éxito de la sustitución de cultivos radica en la llegada de una infraestructura suficiente que respalde los proyectos iniciados en los territorios.

b) **Lucha contra el crimen organizado y el narcotráfico:** Establece la creación de una estrategia de desarticulación y judicialización efectiva de las grandes estructuras y redes de narcotráfico. A su vez, propone fortalecer la lucha contra lavado de activos y establecer estrictos controles a la producción y tráfico de insumos para la fabricación de narcóticos.

c) **Solución al consumo de drogas:** Incluye la coordinación de un proceso con las familias y comunidades para la

rehabilitación e inserción de las y los consumidores/as, desde un enfoque de derechos humanos y salud pública.

Medidas dirigidas a las mujeres en el Punto 4 del Acuerdo:

* Incorporación de las mujeres como sujetos activos en los procesos de concertación de la sustitución voluntaria de cultivos ilícitos.

* Fortalecimiento de las capacidades de las organizaciones campesinas de mujeres rurales, a través de apoyo técnico, financiero y humano, en el marco de su participación en el Programa Nacional Integral de Sustitución y Desarrollo Alternativo.

* Medidas de atención inmediata para garantizar el sustento de las mujeres que entren en los planes voluntarios de sustitución de cultivos ilícitos.

* Implementación de acciones diferenciadas para hombres y mujeres en el marco del Programa Nacional de Intervención del Consumo de Drogas Ilícitas, teniendo en cuenta la relación existente entre el consumo de drogas y la violencia de género (principalmente, violencia intrafamiliar y violencia sexual), como causa y consecuencia del mismo.

5. Víctimas del Conflicto Armado.

El punto sobre las víctimas del conflicto, prevé la implementación del Sistema Integral de Verdad, Justicia, Reparación y No Repetición cuyo propósito fundamental es satisfacer los derechos de las víctimas, así como garantizar seguridad jurídica a los y las integrantes de las Farc que se acojan a los acuerdos, a través de diversos mecanismos judiciales y extrajudiciales entre los que se encuentran:

- La Comisión para el Esclarecimiento de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición.
- La Unidad de Búsqueda de Personas dadas por Desaparecidas en el marco del conflicto armado.
- La Jurisdicción Especial para la Paz.
- Medidas de Reparación Integral a las víctimas.

Medidas dirigidas a las mujeres en el punto 5 del Acuerdo:

- Creación de un grupo de trabajo de género al interior de la Comisión para el Esclarecimiento de la Verdad, encargado de la investigación y la preparación de audiencias dirigidas a visibilizar las afectaciones diferenciales del conflicto armado sobre las mujeres.
- Conformación de un equipo especializado en la investigación de la violencia sexual dentro de la Unidad de Investigación y Acusación de la Jurisdicción Especial para la Paz.
- Prohibición del otorgamiento de amnistías frente a delitos que han afectado de manera desproporcionada a las mujeres, como la violencia sexual, el desplazamiento forzado y el reclutamiento de menores, entre otros.
- Procesos colectivos de retorno con enfoque de género para las víctimas de desplazamiento forzado que viven fuera del país, cobijando a todo el grupo familiar.

6. Implementación, verificación y refrendación del Acuerdo

En este punto se concibieron dos instancias principales para la implementación y verificación del Acuerdo Final:

- La Comisión de Seguimiento y Verificación a la implementación del Acuerdo Final de Paz, compuesta por tres miembros del gobierno y tres representantes de las Farc.
- Un Mecanismo de verificación de los acuerdos, integrado por entidades y representantes internacionales, que incluye una Misión Política de las Naciones Unidas para la verificación de la reincorporación de las y los integrantes de las Farc.

II. Elementos del Contexto**1. ¿Para qué sirve el análisis del contexto en el marco de una campaña electoral o de incidencia política?**

El análisis del contexto político, brinda herramientas para fortalecer la participación política de las mujeres, en múltiples sentidos:

i) Permite un mayor conocimiento de la realidad de sus regiones, incluyendo la identificación de las problemáticas frente a las que se requiere dar respuesta. Esto no solo facilita a la candidata una exposición más clara y documentada a sus electores, sobre los problemas de su región, sino que le da herramientas para la formulación de propuestas sólidas de campaña, y

ii) Ofrece elementos que permiten a la candidata y su equipo de trabajo conocer el escenario electoral en su región, es decir, los actores clave presentes en el territorio que pueden convertirse en sus aliados o contradictores, así como los principales intereses de sus electores/as ante los que debe dar respuesta.

Tal como lo explica María Emma Wills, “para entender las decisiones que adoptan las colombianas organizadas, la investigación debe presentar el contexto político en el que ellas levantan sus voces y se organizan. Sin llegar a suponer que un contexto determina el accionar de los grupos organizados y las personas en general, incluidas las mujeres, las circunstancias políticas y sociales sí confrontan a los autores con oportunidades y resistencias, recursos y barreras particulares que influyen, como es obvio en el resultado de sus luchas y reivindicaciones”².

2. ¿Qué es y qué incluye el análisis de contexto?

Es el análisis que se realiza sobre el conjunto de dinámicas políticas, culturales, económicas y sociales presentes en un territorio, teniendo en cuenta una variable temporal, es decir, un periodo de tiempo determinado o un momento coyuntural específico.

El análisis de contexto incluye la recopilación de información relevante sobre la situación actual del territorio sobre el que se desea trabajar. A través de dicho análisis es posible identificar las situaciones positivas y negativas (oportunidades y problemáticas) presentes a nivel local y regional.

En este sentido, las principales dimensiones o ámbitos a ser observados en el marco del análisis de contexto son:

² Wills, María Emma. Inclusión sin representación. La irrupción política de las mujeres en Colombia (1970-2000). Capítulo 2: Las singularidades del contexto político colombiano y la primera ola de las luchas feministas. Pág. 81. Editorial Norma, 2007.

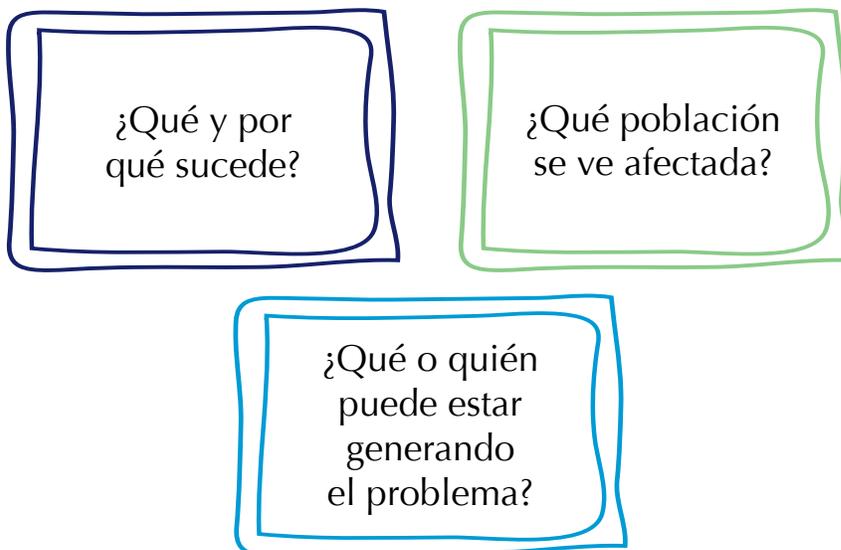


El análisis del contexto también requiere la identificación de los actores que inciden en el territorio, frente a cada una de las dimensiones a estudiar. Los actores serán fundamentales para la identificación de posibles aliados o contradictores, tanto en tiempos de campaña electoral como en el momento de la implementación de planes, acciones o políticas públicas. Veamos cuáles pueden ser los actores relevantes en este sentido:

- **Actores Institucionales:** son todos aquellos que tienen funciones dentro de las entidades gubernamentales, tanto del orden nacional como local. Funcionarios públicos en general e instituciones del estado, con capacidad de gestión, creación, decisión e incidencia en los planes que se ejecuten a nivel territorial y nacional.
- **Actores Sectoriales/Empresariales:** usualmente son asociados a la dimensión económica del análisis de contexto, éstos cuentan con recursos que pueden llegar a definir varios aspectos de la producción del territorio pero que también tienen impacto sobre espacios políticos y sociales.
- **Actores Sociales:** son desde los ciudadanos en general hasta aquellos que se encuentran agrupados en organizaciones sociales o en torno a determinados escenarios (por ejemplo, sindicatos o miembros de las juntas de acción comunal).

3. Identificación de problemas y soluciones a través del análisis de contexto

El análisis de contexto permite identificar y diagnosticar las principales problemáticas que afronta el territorio, estableciendo:



A partir de este diagnóstico, es posible contar con información específica que contribuya a la creación de soluciones favorables a las necesidades de la población. Además, a través del mismo puede identificarse qué problemáticas deben ser priorizadas y atendidas con mayor celeridad.

4. Uso de fuentes de información

La construcción de un análisis de contexto requiere información verídica y contrastable, con lo cual se enriquecerá la comprensión sobre el territorio y se obtendrán datos específicos sobre los cuales se podrá trabajar y realizar mediciones a futuro en relación con los avances o retrocesos frente a determinadas problemáticas.

Para ello, es posible utilizar diversos tipos de fuentes: de carácter oficial o institucional, de organizaciones no gubernamentales, comunitarias, académicas y de prensa. A continuación se enlistan algunas de ellas:

- Información oficial o institucional: estas pueden agrupar

informes y estadísticas producidas por entidades públicas del nivel nacional, territorial y de sus entidades adscritas. Por ejemplo: Departamento Nacional de Planeación -DNP-, Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE-, Secretarías Departamentales y Municipales (de educación, salud, agricultura, ambiente etc.), Planes de Ordenamiento Territorial, Planes de Desarrollo, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar -ICBF-, Autoridad Nacional de Licencias Ambientales, Defensoría del Pueblo, Registro Único de Víctimas -RUV-, entre otras.

- Información de organizaciones no gubernamentales o privadas: información producida por organizaciones de la sociedad civil a través de estudios o informes específicos. Por ejemplo, informes del Centro de Investigación y Educación Popular -Cinep-, Programas de Desarrollo y Paz -PDP-, Consultoría para los Derechos Humanos y el Desplazamiento -Codhes-.

- Información comunitaria: es la fuente que se puede recolectar directamente con la comunidad del territorio, que vivencia diariamente las problemáticas y puede contribuir a la identificación de éstas. Para su recopilación se sugiere la realización de ejercicios tales como entrevistas individuales, grupos focales y cartografía social.

- Información académica: mediante la cual se puede encontrar información agrupada en libros o informes, que por lo general provienen de centros de investigación y universidades.

- Información de prensa: esta fuente puede derivarse de prensa local, regional y nacional; si bien, en ocasiones puede no ser tan exacta o confiable, es importante tenerla en cuenta como punto de partida a la hora de reconocer situaciones relevantes en el análisis de contexto.

5. Análisis de la información obtenida

La construcción del análisis de contexto se debe realizar a través del contraste y verificación de la información hallada en las diversas fuentes. Mediante el análisis y la verificación de dicha información, podrán identificarse las principales problemáticas a estudiar, procediendo a:

- Clasificarlas de acuerdo con la/s dimensión/es que impli-

ca/n: política, económica, social o cultural.

- Ubicarlas dentro de un territorio o lugar (departamento, municipio, comuna, vereda o corregimiento, etc.) y en el marco de un periodo de tiempo determinado.
- Identificar variables cualitativas y cuantitativas que permitan diagnosticar la problemática.

IV. Perspectiva de género en la construcción de contexto

Incluir la perspectiva de género en la identificación del contexto es fundamental para lograr un análisis integral de las situaciones problemáticas que suponen hechos de desigualdad entre hombres y mujeres presentes en los diferentes territorios de estudio.

Luego, esta perspectiva debe ser incluida en el análisis de cada una de las dimensiones del contexto (política, económica, social y cultural); además debe observarse en cada una de las etapas de la construcción del contexto. Para ello, se debe:

- Identificar problemáticas que evidencien situaciones particulares de violencia o discriminación hacia las mujeres.
- Buscar fuentes con variables diferenciales para mujeres, hombres y miembros de la comunidad LGBTI. Si estas no existen dentro de las fuentes institucionales u oficiales, procurar que se generen en los medios comunitarios. Esto permite analizar la forma en que una misma problemática puede afectar de manera diferenciada a hombres y mujeres.
- Reconocer en los diferentes tipos de actores aquellos que apoyan o se identifican con los intereses y agendas de las mujeres, así como aquellos que son desfavorables a ellas.

Veamos un ejemplo:



V. Ejemplo de un análisis de contexto

A continuación se presenta un ejemplo de identificación de problemáticas regionales a partir del análisis de contexto, con base en datos supuestos:

Fase 1. Recolección de información

1.1. Fuentes comunitarias

Juana Casas es candidata a la Alcaldía del municipio de Fuente de Oro. En la fase previa a la campaña electoral, realizó una serie de reuniones con la comunidad, encontrando que las mujeres suelen hacer referencia a situaciones de violencia sexual, violencia intrafamiliar y embarazos de niñas menores de catorce años. No cuentan con datos precisos sobre el número de casos y la caracterización de las víctimas, pero refieren que han conocido situaciones graves y que la respuesta por parte de la institucionalidad no ha sido la adecuada.

1.2. Fuentes de prensa

Miembros del equipo de trabajo de Juana realizaron consultas en prensa y otros medios de comunicación local, encontrando

algunas noticias sobre casos que han sido especialmente “escandalosos” para la comunidad, por ejemplo, casos de violencia de pareja que han terminado en el feminicidio de la mujer o hechos de violencia sexual en los que la Fiscalía ha logrado capturar al agresor. Sin embargo, esta información no es suficiente para caracterizar la situación, pues son pocas las noticias encontradas en relación con el tema.

1.3. Fuentes oficiales

Dado lo anterior, el equipo de trabajo realizó consultas ante algunas entidades que pueden contar con información relevante sobre el tema, especialmente a nivel del municipio: Comisaría de Familia, oficina zonal del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), Secretaría de la Mujer del municipio, Fiscalía, hospitales. Así, se logra obtener la siguiente información:

- El hospital informa el número de niñas y mujeres remitidas el año anterior a Comisaría de Familia y a Fiscalía, por haber detectado maltrato intrafamiliar y/o violencia sexual. También informa el número de casos remitidos a ICBF y a Fiscalía por tratarse de menores de 14 años en estado de embarazo.
- La Comisaría de Familia informa el número de casos de mujeres maltratadas por sus parejas, frente a los cuales se activó la ruta de protección.
- La Fiscalía informa el número de denuncias recibidas los años anteriores por hechos de violencia sexual, violencia intrafamiliar y feminicidios.

También se consultaron informes publicados por las entidades estatales de carácter nacional, encontrando información importante en el informe Forensis que anualmente publica el Instituto Nacional de Medicina Legal, sobre las situaciones de violencia de género en las que se practican dictámenes médico legales.

1.4. Información proveniente de organizaciones sociales

Finalmente, el equipo de trabajo consulta a dos organizaciones que trabajan en el territorio en la defensa de los derechos

de las mujeres, encontrando que éstas cuentan con reportes de casos de violencia de género en los que han atendido y orientado a las víctimas y que no necesariamente han terminado en denuncia. Una de las organizaciones cuenta incluso con un estudio propio de caracterización de las mujeres víctimas que acudieron a la Comisaría de Familia por casos de violencia en los dos últimos años.

Problemática	Fuentes de información relevantes
Violencia contra la Mujer	<ul style="list-style-type: none"> ○ Comunidad ○ Noticias publicadas en prensa ○ Datos oficiales: Fiscalía General de la Nación, Comisaría de Familia, ICBF, entidades encargadas del tema de género en la administración municipal (por ejemplo, secretarías de la mujer), hospitales, Instituto Nacional de Medicina Legal ○ Organizaciones sociales presentes en la zona

Fase 2. Análisis de la información

El equipo de trabajo de Juanita analiza la información recolectada, encontrando que existen, por lo menos, tres graves problemáticas que afectan a las mujeres del municipio: la violencia sexual, el maltrato por parte de su pareja y los embarazos en niñas menores de catorce años (que también constituye una forma de violencia sexual).

Luego, procede a sistematizar la información recolectada, organizando los datos frente a cada una de las problemáticas, a partir de las variables esenciales que vimos previamente:

- Dimensión a la que pertenece la problemática
- Lugar donde ocurre
- Periodo de tiempo al que se limita el análisis
- Características de la problemática (especialmente relacionadas con víctimas, agresores, modalidades de violencia, entre otras)
- Actores relevantes para atender la problemática en el territorio.

Veamos un ejemplo:

Problemática No. 1	Dimensión	Variables geográfica y temporal	Características de la problemática	Actores relevantes
Violencia de pareja	Social y cultural (principalmente)	Municipio de Oro, durante los últimos cuatro años (actual periodo del alcalde).	<p>Variables cuantitativas:</p> <p>1.121 mujeres fueron víctimas de violencia de género en los últimos cuatro años.</p> <p>El 66% de mujeres afectadas apenas alcanzaron estudios de primaria y son amas de casa, careciendo de ingresos propios.</p> <p>Variables cualitativas:</p> <p>Las principales formas de pareja encontradas son la violencia física (golpes y empujones) y la violencia psicológica (insultos y humillaciones).</p>	<p>Comisaría de Familia</p> <p>Fiscalía</p> <p>Secretaría de la Mujer o Enlace de Género del municipio</p> <p>Sistema de salud</p> <p>Organizaciones de mujeres</p>



Fase 3. Construcción de propuestas

A partir del análisis de las problemáticas presentes en el contexto regional, Juanita y su equipo de trabajo, con ayuda de las organizaciones de mujeres y de líderes y lideresas de la región, se reúnen para proponer alternativas de solución a la problemática. Así, encuentran que las principales problemas concretos en los que se debe intervenir son:

- Las deficiencias en la ruta de atención. Las víctimas no obtienen protección y los agresores no son judicializados.
- La cultura machista de la población, en el marco de la cual se justifica la violencia contra la mujer.

Posteriormente, se definen algunas acciones que pueden contribuir a la superación de estos problemas:

- Fortalecimiento de las entidades que tienen competencias en la ruta de atención, principalmente de la Comisaría de Familia del municipio. Creación de un enlace en cada una de las secretarías del gobierno municipal para que active la ruta de atención cuando se reciban casos de violencia de género, con independencia de la entidad o sector por el cual ingrese la víctima o se tenga conocimiento del caso.
- Diseño de un componente de prevención de la violencia contra las mujeres a través de la transformación de estereotipos que la legitiman, a ser implementado en el pen-sum de todos los colegios del municipio, a través de la Secretaría de Educación.

La implementación de estas acciones debe planificarse en términos más concretos para convertirlas en propuestas de campaña.

BIBLIOGRAFÍA

Gobierno de Colombia y Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia –FARC-, Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera, 2016.

Gobierno de Colombia, Equipo de Paz, ABC del enfoque de género en los acuerdos para la finalización del conflicto armado. Disponible en <http://equipopazgobierno.presidencia.gov.co/prensa/declaraciones/Paginas/abc-preguntas-respuestas-enfoque-genero-acuerdos-paz-habana-colombia.aspx>

Wills, M. Inclusión sin representación. La irrupción política de las mujeres en Colombia (1970 – 2000). Editorial Normal, 2007.

Módulo 4



Módulo CU 4 TRO

Marketing Político

Este módulo brinda herramientas en materia de marketing político, comunicación estratégica y relacionamiento social y comunitario, con el propósito de fortalecer las capacidades de las mujeres para la planificación y el desarrollo de estrategias electorales eficaces.

I. Marketing político y campañas electorales

“Se dice que ninguna campaña, por mejor que sea, hace ganar, por sí sola, a un candidato; pero que una mala campaña sí puede hacer perder una elección a cualquiera”¹.

Las campañas electorales son el mecanismo para lograr el respaldo de la ciudadanía en los procesos de elección a cargos y corporaciones públicas. Se trata de procesos organizados de comunicación que tienen como objetivo persuadir a un grupo de personas para que voten por una candidata o candidato específico².

¹ Costa Bonino, L., *Manual de Marketing Político*, p. 5.

² ONU Mujeres Colombia, *Herramientas para la formación política con perspectiva de género, Módulo 4*, 2015, p. 17.

El conjunto de técnicas utilizadas para que la campaña llegue al electorado y logre su objetivo se conoce como Marketing Político³. Este retoma conceptos e ideas de la economía y los adecúa al ámbito político. Como lo explica Costa Bonino:

“En principio podemos considerar a los partidos políticos como empresas y a los políticos como empresarios. Los partidos pueden ser vistos como empresas políticas que producen bienes políticos (ideologías, servicios políticos, decisiones, etc.). Los productos políticos de partidos y candidatos constituyen la oferta política de un país en un determinado momento. A esa oferta se corresponde una demanda de la sociedad o del cuerpo electoral. (...) Las empresas políticas actúan en un mercado político donde intervienen las ofertas y demandas políticas. Cada empresa política tiene una imagen y una marca institucional. (...) Los electores pueden ser vistos como consumidores de bienes políticos. Un candidato o un partido se “venderá” bien cuando la oferta política de ese candidato o partido sea percibida por los electores como la que mejor satisface la demanda política”⁴.

En este contexto, el marketing político busca conocer detalladamente la demanda política, generar una oferta (ideas, propuestas, etc.) que satisfaga lo mejor posible esta demanda, y comunicarla de manera efectiva al electorado. El marketing político es entonces “el conjunto de técnicas de investigación, planificación, gerenciamiento y comunicación que se utilizan en el diseño y ejecución de acciones estratégicas y tácticas a lo largo de una campaña política (...)”⁵ (subrayado fuera del original). Estas técnicas constituyen las acciones o aspectos clave de la estrategia electoral; veamos cuál es el propósito de cada una de ellas:

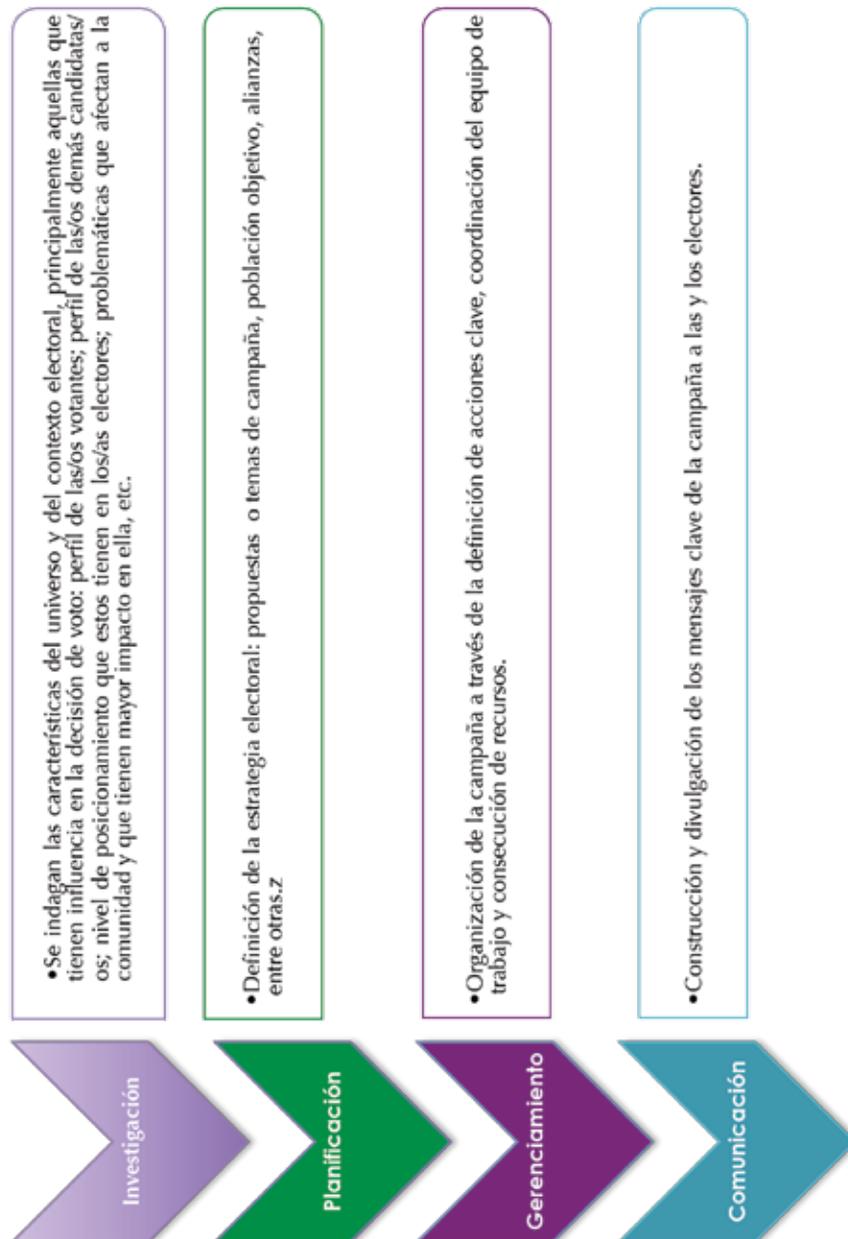
³ Konrad Adenauer Stiftung, *Manual de Campaña electoral*, 2013, citado en Corporación Sisma Mujer, Ministerio del Interior y Red Nacional de Mujeres, *Manual de formación para el fortalecimiento de las capacidades políticas de las mujeres*, 2015, p. 84.

⁴ Costa Bonino, L., *Op. Cit.*, p. 4.

⁵ Konrad Adenauer Stiftung, *Op. Cit.*



Módulo 4



A continuación veremos algunas recomendaciones fundamentales para definir e implementar la estrategia de campaña, a partir de estos aspectos.

II. Investigación

En el marco de la estrategia electoral, la investigación es clave para conocer las características del universo y del contexto electoral, concentrándose principalmente en el conocimiento de: i) las y los votantes; ii) las y los demás candidatos y la influencia o nivel de posicionamiento que tienen en las/os electores; y iii) las problemáticas que afectan a la ciudadanía y que son de mayor interés para las y los votantes. En términos de mercadeo, podría afirmarse que a través de la investigación podemos hacer un estudio del “mercado electoral” (¿quiénes son los/as votantes? y ¿cuáles son sus intereses?), así como de la “competencia” (otros candidatos y candidatas). Veamos:

1. Estudio del mercado electoral

Como lo afirma Costa Bonino, “para poder influenciar a los electores y saber con precisión a quiénes y en qué tono el candidato debe dirigir sus mensajes, es necesario conocerlos bien, saber cómo piensan y de qué manera toman sus decisiones de voto”. Esta “radiografía” del electorado es el primer paso para construir una estrategia de campaña⁶.

Para conocer a las y los electores, existen dos métodos principales:

a) Análisis estadístico de datos disponibles:

Este método nos permite conocer características demográficas, sociales y/o económicas de la población, entre ellas, edad, sexo, nivel de instrucción, nivel socioeconómico, entre otras. Existen múltiples fuentes para ello, como los datos de los censos oficiales de población y estudios académicos y/o de investigación social.

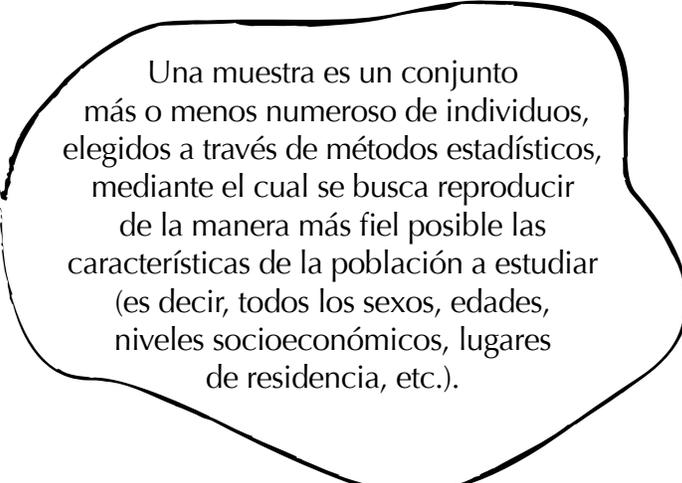
⁶ Costa Bonino, L., *Op. Cit.*, p. 6.

También nos permite obtener algunos datos sobre las preferencias electorales de la población, analizando por ejemplo, los resultados de las elecciones anteriores; al observar los resultados por mesas de votación y teniendo en cuenta el lugar donde cada una de ellas está ubicada, pueden relacionarse estas preferencias con las características sociodemográficas de las y los votantes.

Dado que generalmente se trata de información pública, esta es la técnica más barata (y en muchos casos, gratuita) para el estudio de las y los electores. Sin embargo, los datos que pueden obtenerse a través de ella suelen ser apenas una primera aproximación que no permite conocer en detalle los intereses de las y los electores, a lo cual se suma que tales datos ofrecen una visión retrospectiva, pues normalmente corresponden a periodos pasados o no suelen estar muy actualizados.

b) Encuestas de opinión pública:

Esta técnica es mucho más sofisticada pero también más costosa, pues generalmente es practicada por empresas especializadas en el tema. Las encuestas consisten en formular a una muestra representativa del electorado, una serie de preguntas dirigidas a conocer sus actitudes y a evaluar sus intenciones de voto.



Una muestra es un conjunto más o menos numeroso de individuos, elegidos a través de métodos estadísticos, mediante el cual se busca reproducir de la manera más fiel posible las características de la población a estudiar (es decir, todos los sexos, edades, niveles socioeconómicos, lugares de residencia, etc.).

Las encuestas permiten tener un conocimiento probable de las actitudes e intenciones de voto de las y los electores.

¿Qué tipo de actitudes políticas pueden medir las encuestas y son relevantes para conocer las intenciones de las y los electores?

- Grado de interés en la política: Permite conocer cuáles sectores de la población participan en política y cuáles muestran desinterés. Los sectores con escaso interés pueden llegar a ser uno de los grupos objetivos de la campaña, ya que normalmente no han definido sus intenciones de voto y se les puede influenciar positivamente en este sentido.
- Actitud hacia el cambio: Permite determinar qué sectores de la población consideran necesario introducir cambios importantes en el rumbo del país o territorio.
- Actitud frente a las ideologías de derecha o izquierda o frente a conceptos como libertad, solidaridad, autoridad y orden.

Estos dos últimos aspectos son fundamentales para conocer cuáles sectores de la población pueden ser más afines con nuestras ideas y propuestas de campaña.

- Opiniones o percepciones coyunturales, es decir, frente al momento político actual y los principales temas de preocupación.
- Humor o grado de optimismo – pesimismo frente a la situación del país y de apoyo o descontento de la población frente a las acciones del gobierno de turno.

Las percepciones coyunturales y el humor de las y los ciudadanos pueden cambiar rápidamente y en el marco de la campaña debemos estar atentas a estos cambios.

La información que reportan las encuestas sobre las actitudes políticas de las y los votantes, permiten identificar los segmentos de la población más afines o más distantes o contrarios a las ideas, propuestas y mensajes que nuestra campaña quiere promover. Ello resultará de gran utilidad para definir los grupos objetivo de nuestra campaña.

De igual forma, las encuestas permiten conocer la opinión de las y los electores hacia los diferentes partidos y candidatos/os y sus respectivos mensajes. Esto es útil para saber cuáles son los sectores más receptivos a los mensajes de nuestra campaña y en cuáles debemos reforzar nuestros esfuerzos de comunicación.

2. Análisis del contexto de la región

Conocer el contexto de la región en la que se circunscribirá nuestra campaña (país, departamento, municipio, etc.), permite identificar las principales problemáticas de tipo político, económico, social y cultural que afronta la población, así como los recursos, oportunidades, obstáculos y riesgos para la solución de las mismas. A partir de allí, podremos construir propuestas de acción que den respuesta a dichas preocupaciones. Por ello, es fundamental que en la fase preparatoria o de alistamiento de campaña, llevemos a cabo este análisis.

Sobre este aspecto, recomendamos ver el Módulo 3 en el que se expone de manera más amplia la utilidad del análisis de contexto y se propone una metodología para llevar a cabo dicho análisis.

En relación con todos los aspectos anteriormente abordados, deben tenerse en cuenta las siguientes:

Recomendaciones

- Analice el comportamiento electoral: indague por las preferencias electorales de las y los votantes e investigue sobre sus actitudes políticas.
- Analice a sus competidores/as: Identifique qué puede diferenciarla de ellos para hacer más fuerte su campaña.
- Analice el contexto (municipal, departamental, nacional, dependiendo del ámbito territorial de las elecciones en las que está participando), para identificar las principales problemáticas y necesidades que afectan a la comunidad y proponer soluciones en el marco de su campaña.
- A través de todo lo anterior, identifique oportunidades y amenazas para su campaña.

3. Elaboración de la propuesta de la campaña y planificación de la estrategia electoral

3.1. Construcción de la propuesta o agenda temática de la campaña

La propuesta política se integra de todas las posibles acciones frente a las que la candidata o candidato pueden asumir compromisos concretos frente a la ciudadanía, y con las cuales se busca dar solución a las problemáticas de la población. Su propuesta es lo que usted se compromete a realizar si llega a ser elegida/o. Si se aspira a cargos como la alcaldía, la gobernación o la presidencia, su propuesta debe traducirse en un plan de gobierno.

Características de una buena propuesta política⁷

- Tener en cuenta los deseos y necesidades de la ciudadanía. La propuesta será atractiva en la medida en que responda a tales deseos y necesidades.
- Plantear objetivos alcanzables y acciones viables, que representen beneficios concretos para la sociedad. Esto la hará creíble.
- Ser diferente o novedosa frente a las demás propuestas.
- Evidenciar compromisos concretos.
- Ser sencilla, clara y ordenada. Esto la hará de fácil comprensión para la ciudadanía.

Para lograr lo anterior, se recomienda llevar a cabo los siguientes pasos:

1. Analizar el contexto, identificando las principales problemáticas que aquejan a la comunidad, así como los recursos, oportunidades, riesgos y obstáculos que existen para la solución de las mismas.

2. Priorizar aquellas problemáticas en las que la candidata o candidato tiene mayor capacidad de incidir positivamente, atendiendo a factores como su conocimiento o experiencia sobre el tema, el cargo o corporación a la que aspira e incluso sus propios intereses políticos. Tal como lo expresa Costa Bonino, “el método más eficaz de selección de temas prioritarios para la campaña, es el de evaluar los temas importantes para el electorado y cruzarlos con los puntos fuertes de la personalidad del candidato”.

3. Identificar con el apoyo del equipo de trabajo, acciones que puedan dar solución a las problemáticas priorizadas y analizar la viabilidad de las mismas.

⁷ Basado en Corporación Sisma Mujer, Ministerio del Interior y Red Nacional de Mujeres, *Op. Cit.*, p. 86.

4. Elaborar el documento técnico que respalda su propuesta y que constituirá el insumo básico para su campaña. La efectividad y pertinencia de las acciones que se proponen debe sustentarse en estudios y datos concretos. Asimismo, deben traducirse en compromisos verificables que asumirá la candidata o candidato, los cuales deben ser claramente expuestos en este documento.

5. Socializar y/o divulgar la propuesta. De ello nos ocuparemos en el acápite relacionado con la estrategia de comunicaciones.

3.2. Definición de objetivos y “targets” de la campaña

Una vez hemos definido la propuesta o agenda temática de la campaña, debemos formular un plan para atraer el voto de las y los electores, dando a conocer nuestra propuesta. Este plan debe tener un objetivo claro y unos grupos a los que queremos llegar a los que en el marketing político se les denomina “targets”.

Como lo explica Costa Bonino, “a primera vista parecería que los objetivos de una campaña electoral serían muy simples y evidentes: ganar la elección. Al mismo tiempo parece también obvio que todos los votos son buenos y que habría que orientar la campaña hacia todo el mundo por igual, para recibir la mayor cantidad posible de sufragios”⁸. Sin embargo, esta visión no suele dar buenos resultados.

En primer lugar, no todos los partidos y/o candidatos/as tienen la potencialidad para ganar las elecciones; algunas/os, sin posibilidades reales de ganar, le apuestan a la difusión de ideas, a cobrar notoriedad y a recibir un número de votos suficiente para mantener su personería jurídica (uno ejemplo de ellos son los partidos ecologistas en algunos países). Otros partidos y/o candidatos/as, persiguen la obtención de un caudal de votos que le permita posteriormente hacer coaliciones de gobierno con otros partidos; por lo general, esto sucede con los partidos políticos pequeños o medianos. A la par, los partidos y/o movimientos políticos podrán plantearse el objetivo de ganar la elección o acceder a algunas curules.

⁸ Costa Bonino, L., *Op. Cit.*, p. 15.

Recomendación

Para definir el plan o estrategia de campaña, debe tener claro el objetivo que pretende alcanzar: difundir ideas, cobrar notoriedad como partido o candidata/o, obtener un número de votos que le permitan hacer coaliciones de gobierno, o ganar los cargos o curules.

Una vez definidos los objetivos, deben establecerse los “targets” o grupos prioritarios de la población en los que enfocaremos nuestras acciones de campaña.

Recomendación

“Su campaña no es para todo el mundo. Uno de los errores más comunes en el desarrollo de las campañas es pretender hablarle a toda la sociedad. Usted debe escoger los grupos sociales a los que dirigirá su campaña, pues habrá varios que no la van a escuchar y usted perderá el tiempo tratando de persuadirlos para que voten” (ONU Mujeres, Herramientas para la formación política con perspectiva de género, 2015, p. 12).

En efecto, como lo explica Costa Bonino, una campaña electoral es muy costosa y los recursos suelen ser escasos. Por ello, es mucho más eficaz concentrar esfuerzos en aquellos segmentos del cuerpo electoral que puede reportarnos mejores resultados. En el marco de las campañas políticas, hay cuatro grandes grupos de electores:

- Los “blancos naturales” o “voto duro”, es decir, aquellos sectores de la población que muestran mayor receptividad, acogida y favorabilidad a las ideas y propuestas del/a candidata/o o partido (por ejemplo, las personas que tradicionalmente han votado por determinados partidos). Estos son, sin duda, blancos prioritarios de las campañas, pero no es suficiente enfocarse en ellos si se quiere ganar la elección. Por ello, las campañas suelen concentrarse en sus inicios, en este segmento de la población, para luego dirigirse a otros sectores menos interesados o afines.

- Los/as líderes de opinión: Generalmente se cataloga como tales a líderes políticos, sociales (dirigentes sindicales, barriales, etc.), empresarios con una actividad importante en la región, entre otros, que ejercen influencia sobre ciertos sectores y tienen capacidad de ser “multiplicadores” del voto. Es recomendable dedicarles acciones y recursos específicos dentro de la campaña.
- Las ciudadanas y ciudadanos indecisos: Puede tratarse de personas sin ideología y opiniones políticas estructuradas, desinteresadas y poco informadas sobre el debate electoral. Pese a ello, los estudiosos del tema consideran que esta es la categoría más sensible a la influencia de las campañas o “a la cual puede venderse más fácilmente un candidato”. Una estrategia para detectar este sector del electorado es analizar los datos de votantes en las elecciones inmediatamente anteriores, para establecer la edad, el sexo y la procedencia de las personas que se abstienen de ejercer su derecho al voto, convirtiéndolos en uno de nuestros blancos prioritarios. Por ejemplo, si en un determinado municipio, los y las jóvenes son los que menos votan, podemos enfocar en ellos/as algunas de nuestras acciones de campaña.
- El electorado crítico u opositor, es decir, aquellos que en principio no son afines a nuestras ideas (por ejemplo, los militantes de un partido contrario).

Recomendación

Como regla general, toda campaña debe tener tres objetivos básicos:

- **Atender al electorado adquirido.** No podemos olvidarnos de estos electores y electoras, por considerarlos seguros.
- **Seducir al electorado indeciso,** tratando de inclinarlos hacia nuestra campaña.
- **Hacer dudar al electorado opositor,** llevándolo a cuestionar su opción.

(Costa Bonino, L., Manual de Marketing Político, p. 20).

Para lograr lo anterior, se recomiendan dos tipos de acciones:

1. Establecer los mensajes centrales de nuestra campaña, es decir, nuestros temas fuertes, y plantearlos en términos de interés general. Estos serán los mensajes a difundir en los medios masivos de comunicación.
2. Identificar los mensajes que pueden resultar clave para cada uno de los segmentos prioritarios identificados (jóvenes, mujeres, población rural, etc.), es decir, aquellos que atienden a los intereses específicos de cada sector, y divulgarlos en los medios y espacios de difusión particulares (reuniones, correos electrónicos, entre otros).

3.3. Relacionamiento con grupos de interés

Otra acción clave para la planificación de nuestra campaña es la identificación de los actores que impactan el proceso, teniendo en cuenta que no son solamente aquellos de carácter eminentemente político (como los partidos o movimientos), sino también las instituciones públicas y privadas, la sociedad civil organizada, los medios de comunicación (tanto comerciales como alternativos), entre otros. Estos actores van más allá de nuestra lista de interlocutores habituales, debiéndose incluir a todos aquellos que de una u otra manera tienen posiciones de liderazgo, voluntad de participación y capacidad de decisión, aun cuando no seamos afines en posiciones e intereses

Recordemos que...

Un **grupo o actor de interés** es aquella persona, institución u organización que puede afectar y/o afectarse con la implementación de nuestras propuestas políticas.

Pueden ser de varios tipos: sectorial (personas que pertenecen a sectores determinados como el ámbito político, el económico o el científico; gubernamental (instituciones que hacen parte del gobierno) y comunitario (organizaciones sociales de base comunitaria, entre otras).

Una vez identificados estos actores, debemos planificar acciones de relacionamiento. Para ello, es preciso establecer dos factores relevantes: Afinidad e influencia. La afinidad es el grado de identificación o involucramiento del actor con nuestras propuestas y la influencia es la capacidad de impactar el proceso (electoral o de implementación de las propuestas y planes de gobierno). Atendiendo a estos factores, podemos planificar diversos tipos de acciones de relacionamiento, tal como se evidencia en el siguiente esquema:



De acuerdo con este esquema, podemos establecer los siguientes tipos de relacionamiento con estos grupos:

- Con aquellos que tienen alta afinidad con nuestras ideas y propuestas y alta capacidad de incidir ante los demás actores, se recomienda establecer acciones de colaboración.
- También es preciso establecer relaciones con aquellos que tienen baja afinidad con nuestras propuestas políticas, pues no podemos limitarnos a aquellos que entienden y comparten nuestra forma de pensar. Con los grupos o actores que no nos son afines pero que tienen gran capacidad de influencia, deben establecerse relaciones de comunicación, con el fin de abrir espacios en los que puedan socializarse las ideas, establecer un diálogo y generar confianzas.

- Finalmente, con aquellos actores que tienen baja influencia pueden adelantarse acciones de siembra, es decir, de difusión de nuestras ideas, y estar atentas a las acciones que los mismos realizan para incrementar su participación e influencia en espacios relevantes.

La siguiente matriz es útil para identificar y registrar las estrategias de relacionamiento con los diversos actores o grupos de interés:

Municipio					
Grupo de interés (ACTOR)					
Sector					
Impacto del actor en el proceso	Influencia alta y afinidad alta: Colaborar () Influencia alta y afinidad baja: Colmunicar () Influencia baja y afinidad baja: Sembrar () Influencia baja y afinidad alta: Observar ()				
Estrategia de relacionamiento					
Objetivo	Nivel de Afinidad (Alta o baja)	Nivel de Influencia (Alta o baja)	Ruta	Subestrategia	Acciones
			Sensibilizar	Movilizar voluntad política*	
			Informar		
			Dialogar		
			Acordar		

* Subestrategia constante para todas las estrategias

4. El gerenciamiento de la campaña

Una campaña electoral moviliza una importante cantidad de recursos humanos y financieros. La misma exige la gestión de diversos asuntos y la resolución de múltiples problemas. Por ello, es fundamental trabajar de manera organizada. Esto implica: i) la identificación de las tareas necesarias para el desarrollo de la campaña; ii) la conformación de un equipo de trabajo que pueda llevarlas a cabo; y iii) la asignación de roles y responsabilidades específicas a cada uno de sus integrantes.

A continuación veremos un modelo de organización funcional de una campaña electoral que puede resultar útil como guía:

Equipo	Rol
Dirección o coordinación	Generalmente, este equipo está integrado por la candidata o candidato, la o el director de la campaña y un grupo de asesoras y asesores preferiblemente interdisciplinario. Sus principales funciones son las de establecer la estrategia de campaña; evaluar permanentemente los resultados de su implementación, así como la coyuntura política, y realizar sobre la marcha, los ajustes necesarios en la estrategia. También es su función coordinar el accionar de todos los equipos involucrados en la implementación de la misma.
Finanzas	Administran los recursos financieros de la campaña; realizan los informes pertinentes ante las autoridades electorales.
Logística y Acción en terreno	Este equipo cumple una variedad de funciones. Recorren los barrios distribuyendo el material publicitario; apoyan y participan en los actos públicos de campaña, así como en las reuniones privadas, realizando la convocatoria de las y los asistentes y organizando la logística del evento; en muchos casos, incluso se les encarga la formación de las y los votantes. También puede encargarse de coordinar la movilización de votantes y toda la logística necesaria para el funcionamiento del equipo (alimentación, medios de comunicación, etc.) el día de las elecciones.

Comunicaciones	Debe contar con algunas/os integrantes encargadas/os de las labores creativas, es decir, del diseño de las piezas comunicativas de la campaña (material publicitario como folletos, pancartas y mensajes televisivos y para redes sociales). También debe contar con algunas/os encargadas/os de medios, cuya principal función es ser el contacto con los medios de comunicación, obteniendo el máximo de cobertura posible, y asegurar intervenciones óptimas de la candidata/o en estos espacios.
Control Electoral	Se encarga de la ubicación y capacitación de testigos electorales que acompañen y vigilen las fases de conteo y escrutinio de las elecciones.

5. La estrategia de comunicación

Luego de haber construido nuestra propuesta política y haber identificado a los sectores o grupos de la población que constituyen nuestro mayor foco de interés en la campaña, debemos: i) preparar una serie de mensajes para transmitir y “vender” nuestra propuesta al electorado, y ii) elegir los medios de difusión o comunicación más adecuados y eficientes para llegar a ellos.

El **mensaje de campaña** es lo que la candidata o candidato le va a decir al electorado que va a hacer si es elegida/o.

Mientras la propuesta política es un documento técnico y probablemente complejo, el mensaje de campaña es su traducción a un lenguaje sencillo que pueda ser comprendido por el conjunto de electores. (ONU Mujeres, Herramientas para la formación política con perspectiva de género, 2015, p. 26).

Respecto a la definición de los mensajes de campaña, es clave tener en cuenta que concentrarnos en un pequeño número de ideas, permiten mayor eficacia e impacto en el electorado. Por ello, las candidatas y candidatos deben elegir unos ejes o temas principales de su campaña. Si bien en muchos espacios de debate se pedirá a la candidata/o su opinión sobre una diversidad de temas, siempre se debe tratar de volver a estos puntos centrales para generar recordación sobre ellos en las y los electores.

Recomendación

“En comunicación política, menos es más”. Recuerde siempre que el mensaje de campaña debe tener las tres “C”: claro, coherente y creíble (ONU Mujeres, Herramientas para la formación política con perspectiva de género, 2015, p. 26).

A continuación se presentan una serie de herramientas que pueden ser útiles al momento de construir los mensajes de campaña y difundirlos ante las electoras y electores a través de los diversos medios de comunicación.

5.1. Construcción de identidad, imagen, marca y reputación

Los conceptos de identidad, imagen, marca y reputación están estrechamente relacionados entre sí pero no son lo mismo.

La **identidad** es el conjunto de características distintivas de la personalidad. Algunas de estas características se dan en el ámbito interno, como los valores, la visión de futuro, la misión y las creencias; otras se manifiestan externamente, como los comportamientos, actitudes, rituales y formas de comunicarse. La identidad de cada persona u organización es única, por eso constituyen el verdadero sello de la candidata y de su equipo.

La **imagen** es la representación mental que las demás personas tienen de la candidata. Se crea a partir de lo que ésta comunica con sus actos e incluso a través de la publicidad. La imagen son las “percepciones” que tienen las personas sobre la candidata y sobre los rasgos que la caracterizan.

La **marca** es aquello que hace que una candidata se distinga de todos los demás, e incluso de los de su mismo partido. Se construye a partir de sus propuestas políticas, sus promesas de campaña, su slogan y todos los demás aspectos que movilicen emociones en la comunidad. La marca es aquello que la hace diferente, creíble y que la conecta con la población y sus necesidades.

La **reputación** es el prestigio de la candidata. Es la forma en que la ciudadanía “valora” su imagen, positiva o negativamente. Este es uno de los activos más importantes de un/a político/a. Construir una reputación positiva es una tarea ardua, compleja y delicada, que puede tomar varios años; perderla o destruirla puede tomar solo unos minutos, como bien reza el dicho popular.

La reputación política se construye a través del relacionamiento con los grupos de interés. Son estos los que legitiman el accionar político de la candidata o quienes “piden su cabeza”, atendiendo a la calidad de su desempeño (ideas, argumentos, conocimientos, capacidad de respuesta ante las necesidades de la comunidad; al rendimiento que se evidencia en los resultados obtenidos con su gestión o liderazgo; a su responsabilidad y transparencia; entre otros aspectos.

En síntesis, la reputación es la evaluación que tienen los demás sobre la candidata y sobre su trabajo.

5.2. La construcción del discurso político

El discurso es una de las formas y herramientas más destacadas de comunicación política. Por ello, es clave que los candidatos y candidatas cuenten con habilidades para sacar el mayor provecho de ella.

En este sentido, un buen discurso debe:

- Conmover, es decir, mover las emociones de las personas. Despertar en ellas esperanza en el futuro, a partir de las propuestas de campaña, o bien indignación ante la situación y las problemáticas actuales y solidaridad con quienes se ven afectados por ellas.
- Convencer desde la razón. Esto se logra con un discurso coherente y lógico, que permita a la audiencia identificar a la candidata con los temas o mensajes clave de su campaña, evidenciando sus conocimientos y apropiación de los mismos.
- Persuadir, es decir, movilizar la voluntad de las y los electores, logrando que cambien su pensamiento y su comportamiento, y en el caso concreto de la campaña política, que voten por la candidata o candidato⁹.

En un mundo saturado de información, con miles de mensajes tratando de entrar y permanecer en nuestra mente, captar y mantener la atención de las y los oyentes es cada vez más difícil, ¿cuáles son las claves para conseguirlo?

1. **El mensaje:** Como se mencionó anteriormente, lo primero que debemos hacer es definir cuál es el mensaje que queremos transmitir, y posteriormente, desarrollar el discurso en torno a él de manera clara y directa. En palabras de Nick Morgan, “la gente no suele recordar muchas de las cosas que escucha; céntrate y apuesta por lo simple”. Hay que elegir un mensaje, una única idea que se quiera transmitir a la audiencia, y convertirla en el epicentro del discurso.

⁹ Basado en Monasterio, D., *Manual de Marketing y Comunicación Política*, 2012, citado en Corporación Sisma Mujer, Ministerio del Interior y Red Nacional de Mujeres, *Op. Cit.*, p. 88.

2. **La estructura:** Un buen discurso debe tener, como cualquier gran relato, tres elementos perfectamente diferenciados: una introducción, un desarrollo y una conclusión. El ser humano está acostumbrado a esta estructura, empleada desde hace siglos en cuentos, mitos y leyendas.

3. **Las anécdotas:** Se trata de uno de los recursos más efectivos en el campo de los discursos. Si contamos un par de buenas anécdotas y ejemplificamos nuestro mensaje con una historia memorable, el público lo recordará para siempre. La sorpresa y el suspenso, qué tanto gustan en el cine y la literatura, captan y mantienen la atención de las y los oyentes. Conviene recordar que el ser humano es “curioso” por naturaleza; le encanta saber cómo terminan las historias.

4. **Las imágenes visuales:** Nuestros procesos de comprensión y cognición se basan, cada vez más, en la imagen. Por ello, generar imágenes mentales a través del lenguaje verbal captará mayor atención.

5. **El lenguaje corporal:** El ser humano se comunica, principalmente, a través de la comunicación no verbal. Los gestos, las miradas, la postura transmiten más que cualquier palabra. Podemos practicar y aprender trucos para controlar el lenguaje corporal; sin embargo, al final “la clave siempre será la autenticidad”. El público percibirá el nerviosismo, la preocupación o la seguridad. Por ello, lo mejor que podemos hacer es tratar de disfrutar con la experiencia: Si podemos relajarnos y alegrarnos de estar ahí, la audiencia se sentirá así también”.

6. **El tiempo:** El tiempo que la gente está dispuesta a dedicar a escuchar un mensaje es limitado. Si se prepara un discurso de una hora, a partir del minuto veinte nadie seguirá escuchando. Recordemos que “lo bueno, si es breve, dos veces bueno”.

5.3 El lenguaje, los mensajes y el uso de redes sociales

Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y otras redes sociales, se han hecho un lugar muy fuerte en nuestras vidas por lo que debemos hacer un buen uso de ellas para transmitir efectivamente nuestros mensajes, protegiendo nuestra privacidad.

Las redes sociales en Internet forman parte de nuestro día a día. Compartimos contenidos con nuestros amigos, publicamos fotografías de nuestras vacaciones y volcamos nuestros gustos a través de "me gustas" y de la recomendación de contenidos en nuestros perfiles. En definitiva, hacemos nuestra vida pública, al alcance de todos.

Debido al incremento del uso de las redes sociales, muchas empresas rastrean los perfiles de futuros candidatos para asegurarse de que son aptos para sus puestos de trabajo, y en el caso de las campañas electorales, las y los votantes podrán hacer lo propio antes de elegir o no a un candidato o candidata. Por ello, debemos tener sumo cuidado con lo que publicamos en nuestros perfiles, ya que esto puede influir en nuestro futuro profesional y político. Recordemos que todo lo que publicamos permanece en el tiempo.

El tipo de información que publicamos en estos sitios es muy variada. Desde opiniones y gustos hasta información y fotografías personales. Todas ellas pueden comprometernos o ponernos en riesgo, por lo cual debemos estar al tanto de las opciones de privacidad con las que cuenta cada una de estas redes.

Una buena manera de identificar la información que circula en la web sobre nosotros, es rastrear nuestro nombre en buscadores como Google, así como nuestras cuentas de correo, números de identificación o números de teléfono. Esto nos servirá para saber cuáles de nuestros datos personales son accesibles de manera pública y así poder tomar medidas.

5.3.1. Recomendaciones para el uso de redes sociales

No mezclar contactos profesionales y personales en un mismo grupo. Es decir, si queremos mantener parte de nuestra vida en privado, podemos tener un perfil cerrado solo para nuestros familiares y amigos, restringiendo el acceso a personas externas a estos círculos.

Libertad de expresión pero con prudencia. Los departamentos de recursos humanos, la oposición política y la ciudadanía en general puede rastrear nuestros mensajes o comentarios en las redes sociales. Debemos guardar prudencia para evitar que alguno de ellos pueda ser usado en contra nuestra durante la campaña.

Diferentes tipos de redes sociales, diferentes usos. Existen diferentes tipos de redes sociales con diferentes fines. Por ejemplo, Facebook tiene un carácter más lúdico y su fin principal es poner en contacto a las personas. Twitter nos permite estar informados e informar sobre diferentes temas en tiempo real. LinkedIn, por su parte, se caracteriza por ser una red social para fines estrictamente profesionales.

Contactos desconocidos. Es importante definir una política personal de aceptación o análisis previo de los contactos que sumaremos a nuestras redes sociales; no se trata de cerrar la puerta, ya que estamos en un proceso de capturar nuevos adeptos a nuestras ideas, sino más bien de analizar primero de quién se trata, seguirles la pista.

Fotografías y vídeos de terceros. Si vamos a subir imágenes o vídeos de otras personas, o etiquetarles en ellas, y pensamos que pueden perjudicar su reputación, lo mejor que podemos hacer es pedirles permiso antes de hacerlo.

5.3.2. Cómo definir el tono y el lenguaje de una lideresa política en redes sociales

Establecer nuestra personalidad digital y nuestra voz de marca en Internet es la primera tarea que debemos realizar cuando decidimos tener presencia en la web. Definir nuestra voz de marca implica elegir el tono y el lenguaje de comunicación que usaremos en la red. Para hacerlo, podemos llevar a cabo los siguientes pasos:

1.- **Definir el público objetivo:** El primer paso es identificar las características que definen a nuestros electores y electoras; esto nos dará la pauta para saber cómo comunicarnos con nuestra audiencia.

2.- **Definir el tono de voz:** Definir el tono implica establecer cómo vamos a interactuar con los electores, qué vamos a decir y responder. Nuestro tono puede ser desenfadado, serio, amable, cercano, profesional, informal. Una vez definido no es necesario mantenerlo en todo momento, ni en todas nuestras

publicaciones, puede variar, tanto si estamos atendiendo consultas de usuarios, como al publicar noticias o publicidad. Es decir, podemos adaptarlo a las circunstancias. Si surge una crisis, el tono debe volverse más formal y directo. No siempre debemos utilizar un tono positivo, variará cómo ya lo hemos mencionado por el contexto y el propósito del mensaje. La clave está en no perder nuestra identidad.

3.- Decidir la imagen que se quiere generar en la comunidad:

En las redes podemos parecer jóvenes, adultas, madres, confrontadoras, líderes, etc. Una vez hayamos decidido lo que queremos proyectar, debemos adecuar a ella el tono y la imagen en todos los canales digitales. Cada líder o político/a cuenta con su propia personalidad fuera de la web, con unos valores y actitudes claramente definidos y reconocibles por sus electoras y electores. Esa personalidad debe ser igualmente reflejada en la comunicación digital; nuestra imagen en las redes debe encajar con nuestra esencia personal.

Independiente del tono y lenguaje de comunicación que decidamos para dirigirnos a nuestros votantes, siempre debemos tener en cuenta:

- La buena educación
- La buena gramática y ortografía
- El respeto
- El profesionalismo

5.4. Manejo de medios de comunicación: vocería, cámaras, micrófonos y entrevistas

Vocero es un término que procede de voz y que denota a la persona que habla en nombre de otra o de un grupo, institución u organización, pública, privada o comunitaria. El vocero o vocera lleva la voz de la persona o del grupo que representa.

Cada vez que la lideresa o un miembro de su equipo de campaña es designada/o para asistir o participar en un evento de carácter académico, comunitario, gubernamental, periodístico e incluso social, se convierte en vocera/o institucional.

La vocera/o es la voz de la campaña y una fuente de información oficial ante los diferentes grupos de interés, por ello debe ser empática/o, asertiva/o, creíble, clara/o, concisa/o, preferiblemente experta/o en el tema y debe mantener el control en situaciones complicadas.

5.4.1. Claves para prepararnos como voceras/os:

- Determine su público objetivo: pares, comunidad, periodistas, etc.
- Conozca a sus receptores y receptoras y adopta el mensaje a ellos/as.
- Identifique el carácter y los objetivos del evento, así como los temas a tratar.
- Prepare los documentos de apoyo para su intervención.

Es importante tener en cuenta que nuestro mensaje debe:

- Responder al objetivo comunicacional del evento.
- Ser corto, claro y contundente.
- Ser presentado de manera ordenada: introducción, desarrollo, conclusión. En algunas ocasiones se recurre a la técnica de presentar primero la conclusión y luego la explicación, como una estrategia para dejar desde el inicio nuestro mensaje principal en el/a interlocutor/a. Sin embargo, en el curso posterior de la exposición, debe retomarse el orden sugerido.
- Centrarse en el tema principal.
- Reiterar el mensaje central en cada una de las intervenciones o respuestas.
- Ser creíble, por ello debe demostrarse conocimiento sobre el tema y ofrecer información veraz.

5.4.2. Vocería ante medios de comunicación

En sus intervenciones ante los medios de comunicación, la vocera o vocero puede seguir estas recomendaciones:

- Anticípese. Antes de su intervención, pregúntese ¿con qué propósito quieren entrevistarla/o? ¿qué temas le interesan a los medios? ¿qué preguntas y contra preguntas pueden hacerle?
- Tenga en cuenta que los/as periodistas siempre van de afán; sea concisa/o y breve en sus intervenciones.
- El espacio en medios es costoso, escaso y reñido; aprovéchelo al máximo cuando lo tenga, concentrándose en los mensajes principales que quiere transmitir.
- Evite los chistes, las confidencias y las expresiones coloquiales para evitar que se generen malentendidos.
- Recuerde que usted es una fuente de información. Si en algún momento decide no dialogar con los medios, estos buscarán otra fuente.
- No olvide las cortesías elementales, aun si el/a periodista ha sido duro/a o grosero/a con usted; recuerde que está en juego su imagen política.
- No crea en los “*off the record*” (fuera del aire). Cualquier información que dé a las/os periodistas puede ser relevada y publicada.

La vocera en televisión

- La presentación personal es muy importante para la imagen que se genera a través de la pantalla. Debe ser impecable pero no ostentosa.
- Mire al entrevistador y a la cámara.
- Ofrezca una imagen serena, muéstrese agradable y segura/o, independientemente del contenido del mensaje. Es tan importante el mensaje como la actitud y la voz.
- El mensaje para televisión debe ser claro; diga primero la conclusión y luego la explicación.
- El mensaje debe ser preciso: no diga más de lo que debe decir.
- Evite tutear al/a periodista aunque tenga confianza con él; sea amable pero discreta/o.
- Trate de hacer referencia al medio y a su teleaudiencia.
- No se deje confrontar en transmisiones en vivo.

La vocera en la radio

- Prepare un mensaje claro, concreto, preciso y corto.
- Module la voz, cambie de tono, haga énfasis en algunas frases que tengan mayor relevancia.
- Muéstrese agradable y seguro.
- Trate de hacer referencia al medio y a sus oyentes.
- No se deje confrontar cuando esté al aire.

La vocera en los medios escritos

- Documente al periodista con material adicional que puede revisar.
- Ofrezcarse para revisar contenidos o dilucidar inquietudes antes de la publicación; recuerde que el/a periodista no está obligado a mostrarle previamente el artículo, pero puede que acceda a hacerlo.
- Explique el tema en profundidad.
- Ambiente el tema con material gráfico de apoyo, como cuadros, cifras, fotos.

5.4.3. Técnicas de respuesta para el vocero o vocera:

- La respuesta “puente”: use la pregunta del periodista como punto de partida de la respuesta; salte sobre el tema que no quiere tratar y pase rápida y sagazmente al mensaje central. “...Si claro, es un tema que merece un análisis más profundo. Lo podríamos analizar en otro escenario; sin embargo, quiero resaltar que...”.
- La respuesta empática: valore al periodista, aun cuando no tenga la respuesta. “Su pregunta es muy importante... definitivamente debemos profundizar en este tipo de circunstancias, de hecho, cuando tengamos las cifras necesarias podríamos volver a tocar el tema”.
- La respuesta negativa: no es un pecado admitir que desconoce la respuesta. “No tengo la respuesta a esa pregunta; no soy el vocero más adecuado; conozco someramente el tema porque soy experto en otra área pero con gusto tomo nota de su inquietud y la transmitiré a la persona indicada”.
- La respuesta explicativa: permite orientar al periodista y contextualizarlo con nuestro mensaje. “Creo que hay un poco de confusión en este tema, si usted recuerda...”
- Respuesta gancho: Genera expectativas sobre el tema.

“Estamos trabajando en la resolución de estos asuntos... pronto daremos a conocer los avances al respecto”.

5.5. Preparación argumentativa para la discusión política

Muy a menudo, mediante el lenguaje natural tratamos de convencer a los otros/as de nuestro punto de vista sobre un determinado tema. Y a la inversa: muy a menudo, las y los otros intentan convencernos de la validez de su opinión sobre una cuestión. Esto implica que la argumentación es un fenómeno cotidiano en nuestras vidas.

Una **opinión** o tesis, es aquello de lo que queremos convencer a nuestro/a interlocutor/a.

Un **argumento**, es una prueba o razón para justificar nuestras tesis u opiniones como verdaderas o razonables.

En el marco de la participación política, pueden tenerse en cuenta las siguientes recomendaciones:

1. **Autoconocimiento:** Es importante hacer un ejercicio autónomo e individual de reconocimiento de nuestras capacidades, nuestras fortalezas, nuestra propia historia, pero también de nuestras debilidades y oportunidades de mejora. Lo anterior debe servir de base para elaborar nuestros argumentos, pero también para saber los puntos débiles por los cuales nos puede atacar el rival político y la forma en que puedo defender mis ideas a pesar de las falencias.

2. **Estado de la cuestión:** Debo intentar conocer todo lo posible sobre el tema en cuestión: el contexto, las cifras, los detalles, lo que se ha hecho, lo que piensan las personas desde las dos orillas. Se vale no ser una experta, pero nunca no rodearse de todos los datos necesarios y desde todos los frentes para preparar los argumentos.

3. **Ser autodidactas:** En el ejercicio de la política es necesario desarrollar habilidades de aprendizaje autónomo, generar grupos de investigación, establecer rutinas propia de lecturas, de indagación sobre los temas que nos interesa defender. Se vale no saber

de todo, pero no se vale no volvernos expertas en los temas que queremos posicionar en la agenda pública.

4. **Valorar y usar las redes:** El conocimiento y la experiencia de las otras, eso que las mujeres han denominado sororidad, debe materializarse en la generación de redes permanentes de ayuda, de conocimiento, de apoyo. Hay que conocer las demás redes de mujeres, valorarlas, ser parte de ellas, colaborar mutuamente y entender que la sumatoria de esfuerzos es más importante que mi fortaleza en solitario.

5. **Tasar al/a oponente:** Así como debo conocerme, debo conocer a mi oponente. Se vale disentir del/a otro/a, pensar distinto, pero no se vale no conocerlo/a ni desacreditarlo/a porque piense distinto; por el contrario, el liderazgo político obliga a tener cerca a mi oponente, analizarlo, estudiarlo y tratar de entender por qué piensa como piensa. Esa herramienta es fundamental para saber cómo confrontar sus argumentos, pero con argumentos.

6. **Mantener la calma:** En momentos de confrontación política es posible que se pierda la calma, la paciencia. En ocasiones, esa es la herramienta de los/as contendores/as políticos/as, llevar al otro/a a la histeria para que se desvíe de sus argumentos con violencia. No podemos dejarnos provocar; debemos mantener la calma, hilvanar las ideas, contestar a la violencia con argumentos, con ideas, desarmar los corazones. No obstante, si fue inevitable resquebrajarse en medio del debate, es preciso evaluar lo ocurrido y tomar correctivos.

7. **Buscar vocerías aliadas:** Muchas veces nuestras voces necesitan de quién les haga eco, necesitan de otras vocerías que lleguen a espacios que aún no hemos conquistado, pero esas voces deben estar alineadas con nuestro discurso y nuestras ideas. En ese sentido, un trabajo fundamental es identificar vocerías aliadas y hacerlas sonar para generar ecos potentes.

8. **Interlocución con otros y otras:** Para mejorar y crecer en la argumentación, es fundamental el diálogo y el ejercicio político de interlocución con los otros y las otras, rodearse de personas diversas con capacidades y pensamientos distintos, que sumen a mi potencial para afrontar los debates.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Corporación Sisma Mujer, Ministerio del Interior y Red Nacional de Mujeres, Manual de formación para el fortalecimiento de las capacidades políticas de las mujeres, 2015.

Costa Bonino, L., Manual de Marketing Político. Recuperado de: <http://www.costabonino.com/manualmp.pdf>

Konrad Adenauer Stiftung, Manual de Campaña electoral, 2013.

Monasterio, D., Manual de Marketing y Comunicación Política, 2012.

ONU Mujeres Colombia, Herramientas para la formación política con perspectiva de género, Módulo 4, 2015.





<p>SUPERANDO LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES</p>	<p> ONU MUJERES  Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres</p>	<p> USAID DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA</p>
---	---	---