

GERENCIA PÚBLICA



LOS SECRETOS DE LA CAMAPAÑA PARA LLEGAR AL CONCEJO O A LA ALCALDIA

DIPLOMADO EN GERENCIA PUBLICA

LA IMAGEN DEL CANDIDATO

La famosa frase “una imagen vale más que mil palabras”, cobra vigencia especialmente para casos de los candidatos o líderes políticos, quienes están expuestos de manera permanente a la crítica y a la opinión de terceros. Por eso, la imagen que proyecta es lo que se queda en el público y por ello es conveniente cuidarla y protegerla.

Parte de la imagen es la ropa que el candidato o el político utiliza, y por eso es importante a la hora de abordar los medios de comunicación ó de dirigirse al público.

Y no sólo basta con tener un buen discurso o mensaje a transmitir, la imagen que proyecta el candidato genera una percepción en el votante y los medios de comunicación capaz de convencerlos o no, de que tan conveniente sea votar por el candidato en cuestión.

La ropa que el candidato o político use, debe ofrecerle seguridad y comodidad. No debe tratar de ser otro, sino ser autentico, ser usted. La imagen debe ser coherente también con el mensaje que quiere posicionar.

El estilo de la ropa que use proyecta imagen de lo que usted quiere que los demás piensen de usted, por ejemplo seriedad, sobriedad, elegancia, descomplicado, juvenil, de ser autóctono y con raíces culturales, de ser religioso, deportivo, intelectual etc.

Esto es muy importante y va relacionado con el ser del candidato, en el momento de definir porque quiero ser candidato, para qué, a quién represento y cuales son mis intereses.

Al abordar a los medios de comunicación ó en los eventos públicos usted debe tener en cuenta algunos consejos, dependiendo del medio al cual se va a dirigir y en algunos casos, como en la televisión se debe tener en cuenta las condiciones técnicas que se requieren al momento de grabar.

En este sentido, las campañas políticas no sólo deben tener asesores

en temas de la elección, sino también asesores de imagen que den cuenta que realmente lo que está vistiendo el candidato sea apropiado para la ocasión y transmita correctamente el mensaje que se quiere.

Para generar de manera participativa un Proyecto Político o Proyecto común entre ciudadanos, ser capaz de reconocerlo, de identificarse y movilizarse en torno a él, no basta con tener una identidad cultural, política, social o compartir un futuro, si no se tiene un compromiso social para formar al ser humano, en el sentido de educarlo, para que se apropie del conocimiento y haga uso de los derechos políticos y promueva, en el interior de la sociedad práctica educativa como los valores de la participación democrática, la libre expresión, discusión de los temas, el respeto a los argumentos de los demás, ya que el compromiso ES DE TODOS Y PARA TODOS Para ello la EDUCACIÓN que es un derecho de la persona y un servicio público que debe proporcionar el Estado, llámese Nación, Departamento, Municipio o instituciones privadas, es la base del desarrollo de los pueblos. La Educación tiene como objetivos: Formar los ciudadanos en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural y la protección del medio ambiente.

Erradicar el analfabetismo y capacitar a los limitados físicos o mentales.

Dar acceso al conocimiento, a la ciencia y a la cultura.

Formar en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia.

Por eso la importancia de la NUEVA CONSTITUCIÓN en el proceso político que vive el país, como el instrumento más útil y eficaz para auspiciar la instrumentación ciudadana en la toma de decisiones políticas que afectan, no solo a las instituciones, sino a cada uno de nosotros.

Vista de esta manera LA CONSTITUCIÓN: "Es una apasionante novela, cuyo personaje principal aunque no lo creamos, somos cada uno de nosotros, que posibilita descubrir el funcionamiento del poder y desentrañar el laberinto donde tienen lugar las luchas

políticas y las confrontaciones de partidos y movimientos.

Tomado de: José Osler Loaiza - Coordinador Pedagógico - campaña Viva la Ciudadanía.

0. ASPECTOS GENERALES

Consideremos útil desarrollar algunos conceptos básicos para entender mejor el temario a tratar en este módulo, como son: Desarrollo, Poder, Estado, Proyecto y Político.

DESARROLLO:

El desarrollo de una sociedad es la síntesis de las dimensiones económica, política, social y cultural.

VEAMOS:

PRIMERO:

ESTRUCTURA PRODUCTIVA	TIERRA
	CAPITAL
	TRABAJO
	RELACIONES DE PRODUCCION

Las relaciones de producción son las relaciones de los hombres entre sí, con el producto con los instrumentos de producción, en el sentido de ser dueños o no dueños de los medios de producción, como la organización interna en el trabajo, las jerarquías entre los que son subordinados y los que no lo son y las relaciones de poder en el proceso de producción.

SEGUNDO:

Cuando hablamos de la dimensión cultural necesitamos hablar de cultura como el conjunto de creaciones humanas que resultan de la transformación del medio ambiente para satisfacer las necesidades humanas.

Cultura es lo que no está en el estado natural, porque el hombre lo ha transformado para tratar de sobrevivir en el medio. Hay la teoría del Relativismo Cultural que expresa que no existen culturas superiores o culturas inferiores sino, culturas más complejas o

culturas menos complejas, porque la cultura proporciona patrones más o menos adecuados o eficientes al medio en que se desenvuelve el individuo, pero si lo sacamos de allí, o a otro medio totalmente diferente al suyo, no puede comportarse adecuadamente.

Por ejemplo: La cultura del campesino o de un indígena del Amazonas es muy diferente a la cultura del hombre de la ciudad, y no se trata de considerar el uno más inculto que el otro, sino que cada uno tiene patrones de comportamiento distintos según el medio en que actúa.

Si al hombre de la ciudad lo llevamos a lo más recóndito de la selva y se le aparece una culebra de enorme tamaño, posiblemente le dará un desmayo o una impresión muy extraña porque su cultura no es la de la selva sino la de la ciudad. Lo mismo puede pasarle al amigo indígena que de la noche a la mañana lo ubiquemos en Bogotá en la Carrera 7a. con Avenida Jiménez y para pasar la calle, sin duda alguna tendrá muchas dudas respecto al semáforo, al menos al principio, porque su cultura no es la cultura del semáforo, que es la propia de la ciudad o parte urbana del municipio.

En el aspecto cultural también hay que considerar la ideología respecto a la cual existen 2 concepciones bien La Ultra-Derecha: La ideología es doctrina subversiva o sistemas de pensamiento que intentan alterar el orden social vigente.

La Ultra-Izquierda: La ideología son concepciones falsas acerca de la realidad que deliberadamente la clase dominante difunde para ejercer, acentuar o profundizar la dominación, como sería por ejemplo, la ideología capitalista.

Pero para ser más consecuentes es bueno apropiarnos de otro concepto menos extremo y radical que los anteriores:

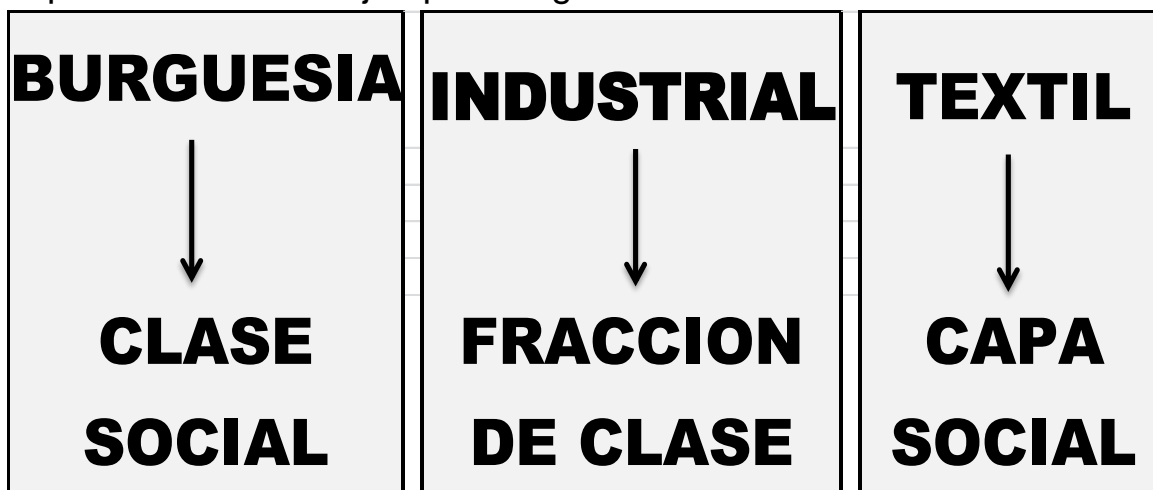
Ideología es la concepción del mundo, que acepta o rechaza la sociedad.

Pensamos pues que cada uno debemos tener nuestra propia ideología.

Cual sería la suya?

TERCERO:

Cuando nos referimos a la Dimensión Social, se está automáticamente hablando de clase social, como el nombre genérico, que además se divide en fracciones de clase y estas en capas sociales. Por ejemplo: Burguesía Industrial Textil.



También hay burguesía comercial, agraria, financiera, bancaria, etc. Interesante resulta distinguir entre intereses de clase, origen de clase y posición de clase.

Interés de Clase: Es la conciencia que se tiene de las necesidades que afectan a cada ciudadano.

Origen de Clase: Donde se nace, donde se educa.

Posición de Clase: Práctica política que ejercita o ejecuta un individuo o ciudadano, defendiendo determinados intereses de clase.

Ejemplo: Hay ciudadanos de la clase popular que defienden los intereses de los ricos y hay, ricos que defienden los intereses de los pobres, aunque muy pocos; como también hay líderes populares que en su práctica política defienden los intereses de la clase pobre y han llegado a convertirse en grandes caudillos o dirigentes políticos, que luego han sido asesinados por que representan un peligro para quienes ostentan el poder o para el sistema de la clase dominante.

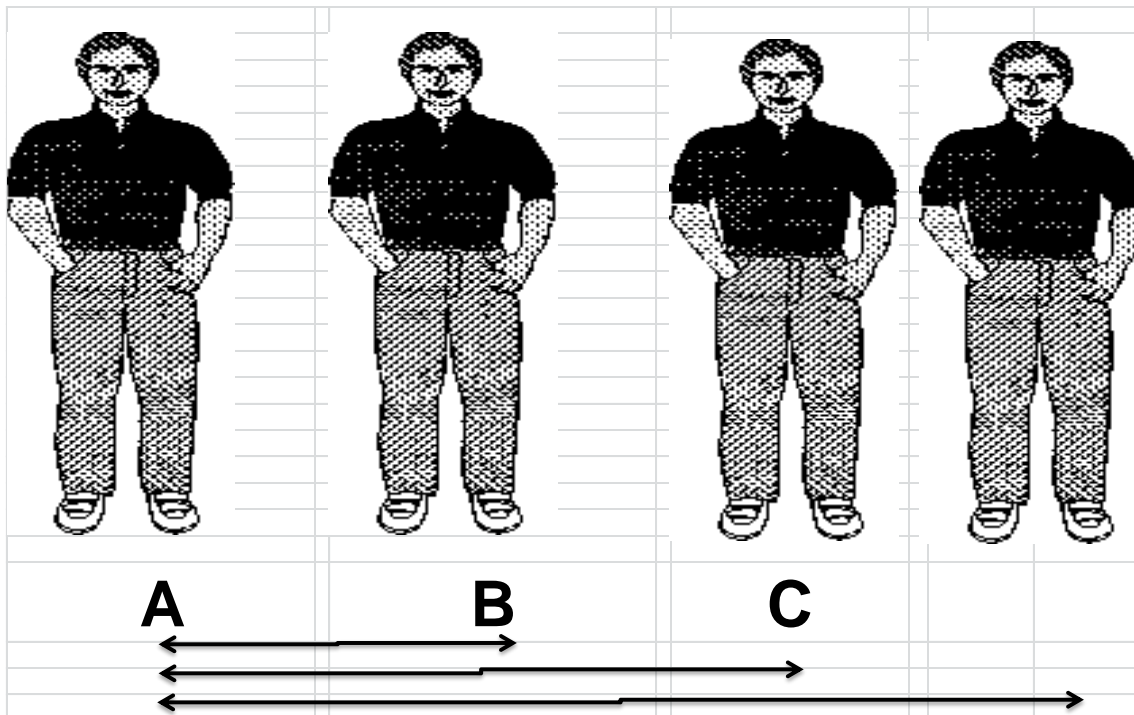
Por eso es necesario muchas veces hacer alianzas en donde unas clases convencen a las otras y sino lo logran, se imponen por la fuerza y la coerción que les brinda el poder.

No todas las alianzas son malas, ya que hay alianzas de clase en

donde el coinpromiso asumido es impulsar un proyecto político que involucre un programa de acción general y con unos objetivos muy concretos, del cual hablamos más adelante en este mismo módulo.

CUARTO:

En la dimensión política el eje central es el PODER que constituye el tema central de nuestro análisis.



Si A es amigo o conocido de B, de C, o de D, o de los tres, o simplemente de B, etc., es posible que pueda presentarse una relación de poder.

Que es una relación de poder?

Hay relación de poder cuando una persona hace que la otra u otras, adopten una política o conducta que persigue los fines de la primera persona.

Así en el gráfico; si A hace que B lo apoye en un proyecto o idea, A tiene poder sobre B, y si lo apoyan además C y D, entonces A tiene poder sobre B, C y D.

Entonces qué es poder?

Poder es la adecuación de las conductas - comportamientos de otros, a fines propios.

La relación de poder puede tener muchas formas, pero las más comunes son: Poder de Dominación, Poder de Liderazgo y Poder de Autoridad.

PODER DE DOMINACIÓN

- **ADECUACIÓN DE LA CONDUCTA DE OTRO A FINES PROPIOS, EN QUE SE EMPLEAN MEDIOS COERCITIVOS,**
- **LA COERCIÓN ES LA ANULACIÓN DE ALTERNATIVAS DE CONDUCTA.**
- **COMO EJEMPLOS DE MEDIOS COERCITIVOS TENEMOS: LA FUERZA FÍSICA, LA INTIMIDACIÓN, LA MANIPULACIÓN SICOLÓGICA ETC.**

PODER DE LIDERAZGO

- SE PRESENTA CUANDO EL LÍDER EJERCE EL PODER, NO APELANDO A INSTRUMENTOS COERCITIVOS, SINO A LA CONFIANZA QUE TIENEN SUS SEGUIDORES POR SUS CAPACIDADES, SU DON DE MANDO Y SUS ATRIBUTOS, EN UNA PALABRA: POR SU CARISMA.

EJEMPLO: EL POPULISMO ES UNA FORMA DE LIDERAZGO POLÍTICO, YA QUE NO TIENE UN PROGRAMA BIEN DEFINIDO, Y CUANDO MUERE EL LÍDER, EL MOVIMIENTO SE ACABA.

DE AHÍ LA IMPORTANCIA DEL.

PODER DE AUTORIDAD

TIENEN CONSENSO QUE QUIEN LOS MANDA TIENE UN CARGO QUE LE DA DERECHO A DECIDIR, LUEGO HAY CONVICCIÓN QUE IMPLICA LA PERSUACION.

Hay que distinguir entre administrar y gobernar.

<p>ADMINISTRAR</p> <p>1. MANEJO DE BIENES</p> <p>2. PRESETNACION DE SERVICIOS</p> <p>3. DIRECCION DE PROCESOS</p>	<p>GOBERNAR</p> <p>1. HACER LA LEY-DERECHO RAMA LEGISLATIVA (LO HACE EL CONGRESO Y NO LOS PARTICULARES)</p> <p>2. DECIR LA LEY: RAMA JUDICIAL (LO HACEN LOS JUECES Y NO LOS PARTICULARES)</p> <p>3. EJECUTAR LA LEY RAMA EJECUTIVA (LO HACE EL PRESIDENTE, EL GOBERNADOR Y LOS ALCALDES Y DEMAS FUNCIONARIOS PUBLLICOS Y EN ALGUNOS CASOS LOS PARTICULARES)</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

O sea, que tanto la empresa pública como la privada prestan servicios, aunque haya algunos que son casi exclusivos del estado como la seguridad y la defensa nacional

- LA OBEDIENCIA SE PRODUCE POR EL CONOCIMIENTO QUE TIENEN LOS SEGUIDORES DEL DERECHO AL MANDO DE QUIEN MANDA, ADMINISTRA O GOBIERNA. LOS QUE OBEDECEN

HACER LA LEY: Función exclusiva del congreso formado por la Cámara y el Senado, que expiden las leyes, los códigos, los estatutos.

Esta función no la pueden ejercer los particulares.

DECIR LA LEY: Función de la Rama Judicial o del Juez quien por ejemplo ante un intento de homicidio le dice al implicado: El Código Penal establece tal pena, o sea que está expresando o diciendo la ley.

Esta función tampoco la pueden ejercer los particulares.

EJECUTAR LA LEY: Función de la Rama Ejecutiva, en cuyo caso del ejemplo anterior, el implicado del delito de intento de homicidio es condenado y llevado a una cárcel a pagar su pena. Allí se inicia un proceso de prestación de servicios de alimentación, médicos o odontológicos, para lo cual se maneja unos bienes públicos que constituyen el ingreso del centro penitenciario o la entidad competente para atender en este caso al que paga la condena.

Se sigue así un círculo en donde luego de venir del gobierno, vamos a la administración y realizamos las acciones que corresponden.

Brevemente quiere decir que en El Estado se administra] se gobierna y en la Empresa o Sector privado se administran más que gobernar.

Por eso la administración se concibe como una parte de Estado que administra el poder y el gobierno es otra parte del estado que ejercita el poder en sus distintos niveles: E mismo Estado, los partidos y movimientos políticos, los grupos de presión, etc.

Esta diferenciación entre administrar y gobernar podemos apreciar más en la Constitución Nacional en los artículos 114 y 6.

Artículo 114: Corresponde al Congreso de la República reformar la constitución, hacer las leyes y ejercer control político sobre el gobierno y la administración.

Artículo 6: Los particulares solo son responsables ante las autoridades por infringir la constitución y las leyes. Los servidores públicos lo son por la misma causa y por omisión o extralimitación en el ejercicio de sus funciones. En el estado se administra y se gobierna y en las empresas privadas se administra.

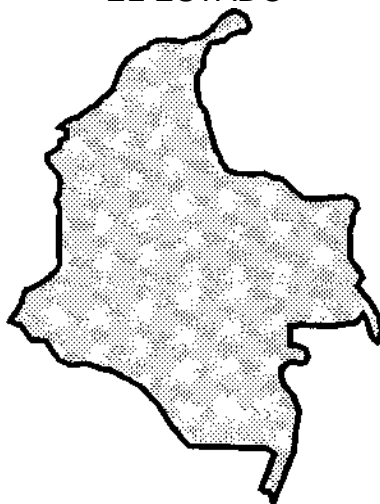
Cuándo podemos decir que hay desarrollo político?

Hay desarrollo político de acuerdo al grado en que la mayoría cualitativa y cuantitativa de la población participa en las estructuras del poder y por lo tanto en la toma de decisiones que los afectan.

De nada sirve tener numéricamente un número considerable de ciudadanos en los distintos estamentos del Estado, sino tienen una conciencia clara, sino conocen sus intereses y los intereses comunitarios y si aun conociéndolos, no los defienden, o sino ejercen una oposición legítima ante situaciones que así lo ameriten.

Hablando del Estado hay que partir de una concepción dialéctica de la realidad, en el sentido que todo hecho o fenómeno solo puede ser comprendido en su contexto y reconocer que toda teoría se produce en una determinada formación social, que es la que le da especificidad al estado, sea esclavista, feudal, capitalista o socialista.

EL ESTADO



Según el doctor Alvaro Mendoza Palomino en su libro Teoría y Síntesis de la Constitución de 1991- segunda edición - Ediciones Doctrina y Ley - Bogotá D.C. " La organización sociopolítica del poder de los pueblos a partir de su propio territorio, con base en los principios de la soberanía popular, indivisión del poder,

reconocimiento de los derechos fundamentales, carácter representativo de las autoridades, legitimada y establecida por una Constitución".

Estado es la simbiosis de tres elementos: territorio, población y poder público.

El Estado concreta su acción en tres niveles diferentes:

Nivel Nacional, Nivel Departamental o Seccional, Nivel Local o Municipal.

- PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA
 - VICEPRESIDENCIA
 - MINISTERIOS
 - DEPARTAMENTOS
- ADMINISTRATIVOS
- NIVEL NACIONAL
- SUPERINTENDENCIAS
 - ENTIDADES DESCENTRALIZADAS
 - ESTABLECIMIENTOS PUBLICO
 - EMPRESAS INDUSTRIALES Y COMERCIALES DEL ESTADO
 - SOCIEDADES DE ECONOMIA MIXTA

1. ELIJA: POLÍTICA O POLITIQUERÍA

Tomando en cuenta el término Política, esto es lo relativo a la organización y al gobierno de asuntos públicos, las políticas municipales para el desarrollo local constituyen un medio para justificar el origen y la razón de la existencia de un municipio, cual es la atención a la comunidad que elige un representante para que le ayude en su crecimiento físico, económico, social, le facilite los servicios básicos indispensables en salud, educación, vivienda, recreación, cultura, etc y fomente los lazos de interrelación social.

La diversidad de los problemas de desarrollo local no permite establecer normas de validez general para solucionarlos, no obstante, para fines de planificar, se los puede agrupar en aspectos físicos, de bienestar social, de servicios públicos, de obras públicas, de agricultura, ganadería, medio ambiente, desde luego, tomando en

cuenta que no se les puede aislar, pues están interrelacionados y todo aquello que se haga u omita en uno de ellos, repercutirá necesariamente en los restantes.

Dentro de este ámbito, debe considerarse que siendo individuo, parte de la colectividad, el centro de atención de la municipalidad y al mismo tiempo el agente de desarrollo económico y social, es imperioso que él sea parte activa de proceso de desarrollo, por lo que deberá tomársele en cuenta al momento de la toma de decisiones.

Hay muchos conceptos sobre política de los cuales destacamos;

"Conjunto de las actividades con que se gobierna un Estado y de procedimientos gubernativos con que se tiende alcanzar unos determinados fines. Conjunto de conocimientos relativos al gobierno de las sociedades" Desarrollo Institucional Colombiano. Augusto Hernan de j Beccerra E.S.A.P. 1988.

"Arte de gobernar. Asunto que interesa al Estado. Manejo de conducir un asunto". Diccionario Español. Editorial Hispanoamérica 1994.

"Relativo a la política. Dícese de la persona que se muestra fría y reservada: Es un individuo político y calculador, que nunca habla de más". Dícese de la persona que muestra habilidad y prudencia en el trato o el manejo de un asunto Su actitud política es de una gran ayuda en una empresa difícil.

MODO DE DIRIGIR LOS ASUNTOS DEL ESTADO:

Conjunto de procedimientos o de formas de actuar de una persona, grupo o empresas encaminados a conseguir un determinado fin. Diccionario Planeta de la Lengua Española Usual. Editorial Planeta S. A. 1982.

"Política es el arte de servir". Humberto González Narvaez. El Camino Recorrido.

El profesor eminente, Hernando Loaiza Gallón, expresa que la

política es la pugna, la confrontación que se sucede entre clases sociales, grupos, subgrupos, fracciones de clase o alianzas de ésta, que tiende hacia la búsqueda del control del Poder del estado y cuyo objetivo consiste en lograr la capacidad para tomar decisiones de asignación de recursos sociales que favorezcan a los miembros de dichos grupos o alianzas.

Cuando los grupos, sean políticos, económicos, sociales o de presión, tienen en su interior múltiples intereses diferenciados entre sí, difícilmente son capaces de estructurar una idea común, razón por la cual se hace necesario considerar el proyecto político como instrumento mínimo de unión y en el cual sino todos, la mayoría están de acuerdo.

Así surge el proyecto político:

El proyecto político no es otra cosa que el programa que se presenta a la comunidad para buscar y lograr el apoyo de lo mismo, y en un mismo municipio pueden existir varios proyectos políticos según la ideología que cada grupo o movimiento practique, sea cercana o lejana a la realidad que se vive.

El proyecto político debe ser claro y no difuso o gaseoso como la mayoría que se expresan en términos generales: vivienda, salud, educación, términos que dicen mucho y no dicen nada al mismo tiempo. En el fondo muchos proyectos políticos no se diferencian entre sí, pero sí en la forma de ejecutarlos.

Sometido el proyecto político al proceso democrático electoral, el grupo o grupos ganadores con su principal vocero, el candidato, logran el control del poder político y se constituyen en el gobierno; en ese momento el proyecto político se constituye en el Programa de Gobierno y posteriormente en el Plan de desarrollo.

De ahí la importancia de definir la **Visión y Misión**.

Que es la Visión?

La visión es la proyección de la institución a largo plazo que permite establecer su direccionamiento, el rumbo, las metas y lograr su desarrollo, la cual debe ser construida y desarrollada por la Alta

Dirección de manera participativa, en forma clara, amplia, positiva, coherente, convincente; comunicada y compartida por todos los miembros de la institución.

La construcción de una alternativa de visión, requiere de una administración comprometida que promueva el cambio y motive la participación de los integrantes de la organización en el logro de los objetivos y metas propuestas; su comportamiento debe ser consistente con la visión planteada, y estar dispuesta a enfrentar los retos, a ser flexible y ajustarse permanentemente a las exigencias y a la dinámica de cambio que impone el entorno.

Esta herramienta administrativa permite identificar cómo el esfuerzo de cada individuo contribuye al objetivo propuesto y al logro de un mejor desempeño; porque cuando se sabe lo que se quiere, se pueden eliminar actividades improductivas.

La visión debe responder a largo plazo a las preguntas: Qué queremos ser como Institución moderna?, Qué transformaciones quisiera ver en la institución?, Qué clientes tendría?, Qué procesos se llevarán a cabo?, Qué productos o servicios se ofrecerán?

Ejemplo de Visión en el Orden Territorial:

Que el Municipio sea reconocido por implementar un esquema de desarrollo participativo con la comunidad en la prestación de los servicios básicos y lograr su proyección regional, creando opciones y oportunidades para todos; un Municipio en el cual la estructura social se soporte en las organizaciones públicas, privadas solidarias y comunales.

LOS VALORES FUNDAMENTALES PUEDEN SER:

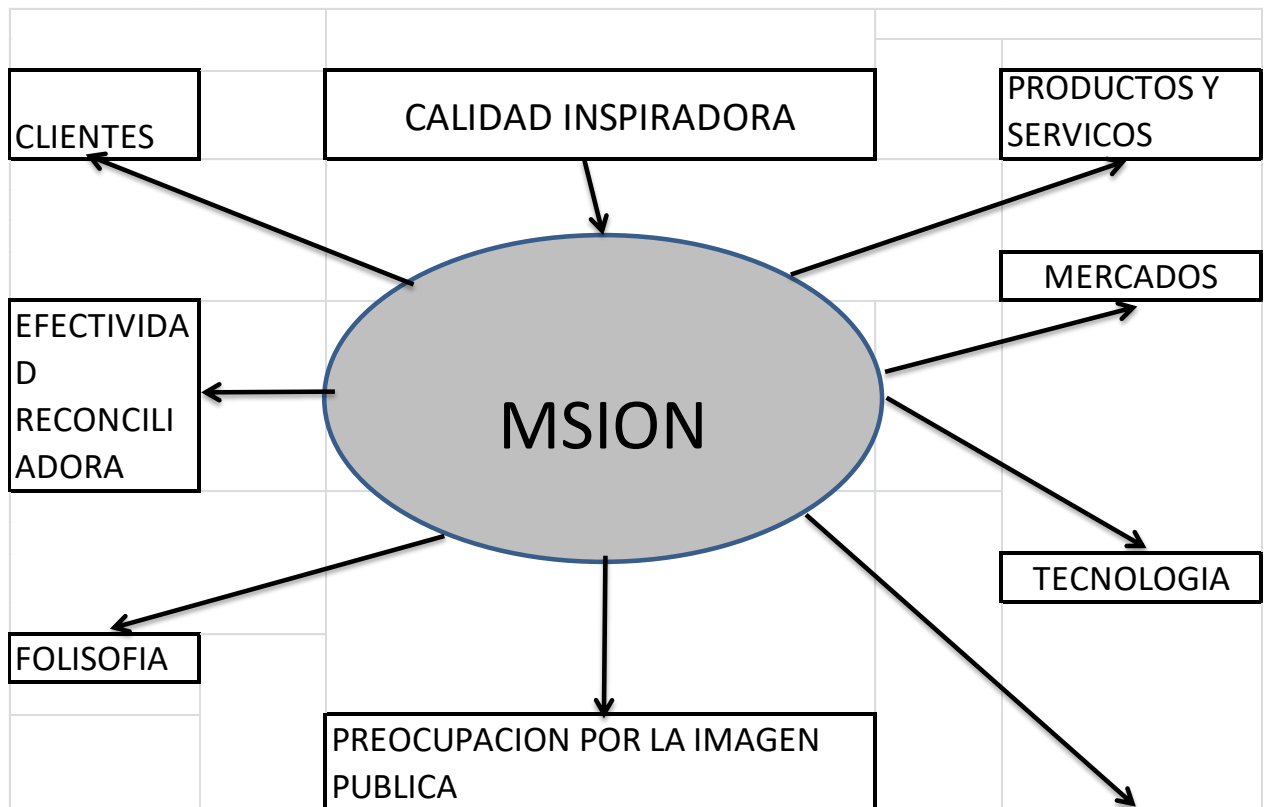
- Seguridad salud y medio ambiente

- Trabajo en equipo y el aprender haciendo
- Ética e integridad
- Calidad y mejora continua
- Visión internacional
- Comunicaciones veloces y abiertas
- Innovación

QUE ES LA MISION?

Abordar en primer término el estudio de la misión, que constituye la razón de ser de la organización, sintetiza los principales propósitos estratégicos y los valores Esenciales que deben ser conocidos, comprendidos y compartidos por todas las personas que hacen parte de la organización.

Se debe establecer si la gestión que desarrolla la institución guarda correspondencia con la misión encomendada, para potencializar la capacidad de respuesta de la organización ante las oportunidades que se generan en su entorno, permitiendo orientar sus programas en forma clara y mejorando rendimiento y productividad en la administración de los recursos humanos, financieros, técnicos, materiales y de información. La misión debe ser clara y sencilla para que sea comprendida y Asimilada por todos los miembros de la organización, y responder a los siguientes interrogantes: Qué hace su Institución?, Cómo lo hace?, Para quién lo hace?, el por qué lo hace ?, y su relación con la función principal que realiza o debe realizar.



1. Clientes: Quiénes son?.
2. Productos y servicios Cuales son los más importantes?
3. Mercados: Con quien competimos geográficamente?
4. Tecnología: Cual es nuestra tecnología básica?.
5. Preocupación por la supervivencia, crecimiento y rentabilidad: Cual es la imagen a la que aspiramos?.
6. Filosofía: Cuales son nuestros valores, creencias, aspiraciones fundamentales?.
7. Concepto de si misma: Cuales son nuestras fortalezas y ventajas competitivas claves?.
8. Preocupación por la imagen pública: Cual es la imagen a la que aspiramos?.
9. Efectividad reconciliadora: Ponemos atención a las personas claves relacionados con la organización?.
10. Calidad inspiradora: La lectura de la misión motiva a la acción?.

Tomado de la lectura propuesta para la construcción de visión y misión del Proyecto Político del Dr. Jair Rodríguez.

Misión De Un Buen Proyecto Político:

"Mejorar la calidad de vida y condiciones económicas de los habitantes, en especial los grupos más vulnerables de la población".

Así los movimientos y partidos, deben ser organizaciones carácter pluralistas creados para construir valores éticos democráticos, el ejercicio de la ciudadanía (elegir y elegidos), que fortalezcan procesos sociales para resolución pacífica de conflictos, que auspicien el desarrollo humano y la participación masiva de la comunidad en solución de sus problemas.

Los partidos y movimientos deben ser los canales naturales de comunicación entre gobierno y comunidad y no la forma de manipulación de la comunidad en favor del interés del gobierno.

CONCLUSIÓN: En cuanto al primer punto: Elija: Política o Politiquería.

Política: Es tomar decisiones en favor de la comunidad, « conglomerado, del interés general.

Politiquería: Es tomar decisiones en provecho propio, grupo o movimiento, en favor de intereses particulares personales.

2. EL CANDIDATO IDEAL

El municipio es una empresa de todos y como tal, necesita un Alcalde-Gerente y no un Político no Gerente.

Ante los grandes retos del nuevo municipio se requiere un gerente - emprendedor no un gerente - empresario.

El gerente emprendedor crea empresas, el gerente empresario las dirige.

El municipio tiene grandes retos pero hay uno que sobre sale y es la respuesta al problema de **LA GENERACIÓN DE EMPLEO**, no podemos seguir pensando que el municipio sigue siendo el único o mayor generador de empleo, hay que involucrar el Sector Privado y a la comunidad mediante el mecanismo de la PARTICIPACIÓN y la integración INTERINSTITUCIONAL.

El Municipio debe promover y apalancar la creación de nuevas empresas de acuerdo al medio, contribuir con la infraestructura de servicios públicos básicos (acueducto, energía, alcantarillado, teléfono, etc), construir en conjunto con el sector privado la infraestructura física (instalaciones), realizar la dotación de la maquinaria - tecnología y equipos necesarios y entregar al sector privado para que gerencien las empresas así constituidas de acuerdo a la naturaleza de la constitución. De ahí la importancia, del gerente ideal, de concebir la EDUCACIÓN Y LA CAPACITACION LABORAL como pilares de su gestión exitosa. No podemos seguir educando profesionales o empresarios que busquen empleo sino ejecutivos generadores de empleo productivo y no burocracia inoficiosa o ineficiente.

Necesitamos es crear demanda de bienes y servicios, crear riqueza con el trabajo y expandir la circulación y radio de acción del dinero. Hoy el país y el municipio en particular requieren ser gerenciados con criterios técnico-políticos y no manejada exclusivamente desde el punto de vista de la política partidista.

Debemos tener en cuenta que una visión integral del hombre y el manejo congruente de la realidad, son las opciones que un gerente escoge cuando ejerce liderazgo y creatividad e la dirección de su empresa.

CINCO PASOS SEGUROS PARA LOGRAR EL EXITO POR MEDIO DEL LIDERAZGO:

1. TIENDA A LO ÓPTIMO: Lo mejor, a lo más allá de lo normal, lo mejor posible, lo casi perfecto, aplicar el máximo esfuerzo a cualquier cosa que se haga: El trabajo, el hogar, juego, o dirigir grupos. **DE BUEN EJEMPLO DE GANADOR:** El ejemplo puede más que las palabras.

2. DIGA LO QUE PIENSA: Dirigir es hablar, es muy importante para triunfar el saber hablar a otras personas, atraer su atención y convencerlos del propio punto de vista, de ideas, haga sugerencias y realice comentarios útiles.

3- PERMITA QUE LOS DEMÁS LE AYUDEN: Un líder debe saber delegar autoridad y responsabilidad, aunque tenga que asumirla toda cuando salgan mal las cosas. Los grandes líderes estudian a las personas y el conocimiento de las personas es la información más importante que se necesita para lograr el éxito, la riqueza y la felicidad.

El conocimiento del trabajo no tiene la misma importancia, El liderazgo supone aprovechar, coordinar y ensamblar los conocimientos de los demás; por eso el liderazgo es conocer a las personas, no conocer las tareas y los trabajos concretos. Por ello los líderes deben ser capaces de dirigir personas que tienen muchos más conocimientos especializados que el propio líder.

El que nunca arriesga, nunca gana, no es jugar al azar, en donde el resultado se le escapa de las manos. En cambio el líder tiene cierto control sobre los resultados, para los triunfadores, primero está la asunción de riesgos y en segundo lugar la seguridad. Tomado de Como Obtener y Mantener el Éxito Personal) Profesional. Edición DEUSTO S.A.

Para llegar a ser un buen líder, se debe estudiar a las personas, motivarlos para que coloquen todo el esfuerzo, que den lo mejor de si mismas, y que acepten sacrificios personales.

5. ACEPTE EL RIESGO Y LOGRARA ADMIRACIÓN

El que nunca arriesga, nunca gana, no es jugar al azar, es donde el resultado se le escapa de las manos. En cambio el líder tiene cierto control sobre los resultados, para los triunfadores, primero está la asunción de riesgos y en segundo lugar la seguridad.

Tomado de Como Obtener y Mantener el Éxito Personal) Profesional. Edición DEUSTO S.A.

EVITE CAER EN LA TRAMPA DEL CHISMOSO

Busque la compañía de gente con mentalidad positiva, gente que tenga proyectos constructivos, así se disfrutará más de la vida. Los

chismosos están por todas partes, hay que ser muy hábil para evitar el mal que pueden hacer.

Para lograr esto debemos:

No escuchar los chismes. El tiempo y el talento son nuestra materia prima, no vale la pena gastarla escuchando chismes.

Fíjese con quien entabla conversaciones, dese cuenta de que lo que dice a otra persona, ésta lo va a repetir y a deformar. Su éxito está condicionado por la consigna que otras personas hagan por usted.

CONCLUSIÓN: El candidato ideal es aquel que mejor reúne e integra las características del líder, es aquel capaz de conjugar los términos poder, práctica, desarrollo, y capaz de trabajar con el ganador, el perdedor y con toda la comunidad.

Es candidato ideal es quien considera que el municipio es una empresa que se comporta como un ser vivo que nace, crece, se deteriora y se extingue. Si el Alcalde cree que la administración municipal es un negocio donde se juega con los intereses de la comunidad, fracasará en los propósitos Sociales y se sumirá en la improvisación, la politiquería, la corrupción, la ineficiencia y el fracaso corresponde; al perdedor que juró cuando se posesionó, cumplir la Constitución y la ley como la mejor respuesta a los intereses de sus conciudadanos.

3. CONOZCA LOS SECRETOS DE LA CAMPANA

Tratamos aquí de esbozar algunas reflexiones como lluvia de ideas, sobre situaciones o aspectos a tener en cuenta en una campaña para Gobernador, Alcalde, Diputado o concejal.

No compre líderes, ni trafique con las necesidades del pueblo.

La campaña no es cuestión de suerte, sino de trabajo, trabajo, trabajo...

Es muy importante el carisma, el respaldo que tenga de la comunidad y el liderazgo que ejerza.

El candidato debe untarse de pueblo Cuenta hasta diez antes de hablar cuando estés enojado o disgustado, y hasta cien antes de

hablar cuando estés encolerizado

No sueñes con éxitos conseguidos sin esfuerzos.

Encomiende a Dios sus proyectos y se le cumplirán sus deseos No juzgue a nadie, antes de haber andado un kilómetro con sus propios zapatos.

- El Don de Gente es gran factor de éxito.
- Sonría frecuentemente.
- Salude a todo el mundo cuando llegue a una reunión sitio determinado y trate de grabarse el nombre de las personas.
- Haga una lista de los más amigos con sus fechas de cumpleaños y felicítelos en su efemérides.
- Visite a los enfermos y asista al sepelio de su amigo conocido

¡No se deje provocar - Sea paciente y fortalezca su espíritu de convivencia pacífica! El exceso de trabajo de campaña, provoca el Estrés cuyos factores productores a nivel personal y en el trabajo pueden ser:

ESTRES

- **FALTA DE TIEMPO**
- **MONOTONÍA**
- **PROBLEMAS PASADOS O RECIENTES SIN RESOLVER**
- **CONFLICTOS ESPIRITUALES**
- **INCERTIDUMBRE**
- **TEMOR**
- **PROBLEMAS FÍSICOS Y DE SALUD**
- **MUCHO O MUY POCO QUE HACER**
- **INSEGURIDAD EN LO QUE HACE Y EN EL TRABAJO**
- **AMBIENTE FAMILIAR Y DE TRABAJO DESAGRADABLE**
- **HORAS DE TRABAJO INDESEABLES.**

José Ingenieros dice que hay que cuidarse de los Hipócritas. "Son individuos que esquivan la responsabilidad de sus actuaciones, son

audaces en la traición y tímidos en la lealtad. Conspiran y agreden en la sombra, escamotean vocablos ambiguos, alaban con reticencias ponzoñosas y difaman con afelpada suavidad. Nunca lucen un galardón la inconfundible: cierran todas las rendijas de su espíritu por donde podría asomar desnuda su personalidad, sin el ropaje social de la mentira".

Pero aún más, especial cuidado debe tenerse frente a los envidiosos. Sobre este tema José Ingenieros también señala lo siguiente: "La envidia es una adoración de los hombres por las sombras, del mérito por la mediocridad. Es el rubor de la mejilla de los fracasados. Es el acíbar que paladean los impotentes".

Cualesquiera sea el caso, resista con prudencia valiente, haga las cosas bien, dentro de lo normal y observando siempre lo legal, para que no les de oportunidad en sus delirios marcados por la persecución y la mentira, sea moderado, justo y cauto que Dios te recompensará.

Querido Candidato: Vaya a un gimnasio, haga ejercicios, métase al sauna-yacusi, que le hagan masajes y cuando se vaya a acostar, medite y dé gracias a Dios por la vida y las oportunidades que le ha dado.

Estudiar muy bien si el candidato no presenta inhabilidades que puedan constituir factores para la nulidad de la elección y en lo posible haga una encuesta que mida su aceptación, o imagen dentro de la comunidad.

Para este trabajo hay firmas consultoras especializadas.

Las personas a encuestar se definen aleatoriamente en los barrios, corregimientos, veredas, que sean de distinto sexo, edad, nivel educativo, clase social y otros. De acuerdo al resultado de la encuesta tome la decisión de continuar con la campaña, si los resultados no le favorecen, no se arriesgue que una campaña es muy costosa y desgastadora en términos financieros, físicos, sociales y familiares.

Si los resultados le favorecen ánimo y empiece a buscar el apoyo de la administración municipal, si ha sido eficiente y buena, y hasta el respaldo de otros candidatos a la Gobernación , alcaldía , a la Asamblea o al concejo.

Un candidato debe conocer algunos aspectos básicos del municipio,

o Departamento que le permitan ilustrar a la comunidad y empezar a crear la cultura del conocimiento de su Departamento o municipio.

Consideramos importante para este caso, los citados por el Dr. Francisco Cuello Duarte en su libro Alcaldes - ECOE EDICIONES.

1. **Breve historia**, fundación, Bandera, Escudo, Himno, Fechas importantes, Principales costumbres, etc.
2. **Localización geográfica**, clima, comunas, corregimientos, población urbana y rural, inspecciones de policía, etc.
3. **Servicios públicos de acueducto**, alcantarillado, energía, gas, aseo, matadero, plaza de mercado, su cobertura y la calidad.
4. **Vivienda**, actividades industriales, comerciales y de servicios, número de negocios, sector agropecuario y sus cultivos principales, ganadería, pesca, comercialización de los productos, turismo, transporte urbano y rural, bancos,
5. Corporaciones, cooperativas.
6. **Salud**: cobertura urbana, rural, subsidios, hospitales, centros y puestos de salud, programas para el menor, la mujer, la familia, drogadicción, tercera edad.
7. **Educación**: Población estudiantil, educadores por niveles, déficit de aulas y de
8. **Recreación**. deportes, canchas, piscinas, parques, clubes sociales-

3.1 EL PROGRAMA DE GOBIERNO

Constituye un requisito de nuestra constitución según el artículo 259 que dice “Quienes elijan gobernadores y alcaldes, imponen por mandato al elegido el programa que presentó al inscribirse como candidato. La ley reglamentará el ejercicio del voto programático”.

Luego la ley 131 de 1.994 (modificado por el art. 1° la ley 741 de 2.002), establece la revocatoria del mandato por el incumplimiento del programa de gobierno.

La misma, de manera inconsulta. No es el querer del candidato, sino las necesidades sentidas y expresadas por quienes las padecen, no es un listado de obras o ideas vagas y demagógicas, es un instrumento de gestión que establece las políticas, estrategias, planes, programas, y proyectos acordes con los planes de desarrollo

departamental y nacional, con un soporte, presupuestal y la forma como va a financiarse, es la síntesis del plan de desarrollo municipal y que generalmente se da a conocer al elector a través de una hoja volante, un plegable u otro medio escrito muy brevemente.

No incluya en su programa de gobierno cosas que no tenga muy claras del como ejecutarlas - financiarlas.

Incluya propuestas que generen empleo, impulsen al sector privado a integrarse con el sector público, eleven el nivel educativo, mejoren el medio ambiente, la obtención de recursos nacionales e internacionales, etc.

Consulte con la comunidad sus necesidades, aproveche para calentar la campaña, las visitas y reuniones pequeñas, por cuadro, barrio, vereda o corregimiento, para preguntar a la comunidad sus problemas y que soluciones proponen, haga de maestro, y no se invente los problemas según su profesión, conocimiento, su percepción de la realidad, o su experiencia personal.

No olvide que el problema tiene la solución en sus propios actores. Los contactos personales con el elector son necesarios para lograr una participación efectiva no solo en cuanto al voto en sí como número, sino, en cuanto a la parte cualitativa del contenido del programa de gobierno, de la conciencia del voto por un programa más que por un candidato.

3.2. LISTA DE AMIGOS

Es bueno que el candidato haga una especie de censo familiar y de amigos y conocidos con sus direcciones y teléfonos, para tener un contacto más cercano y permanente con cada uno de ellos, al tiempo que los mantenga informados del proceso electoral a través de diálogo o charla personal, la visita a la casa u oficina, el teléfono, el correo, la carta, el mensaje, las emisoras, los periódicos, etc.

En la lista puede incluir:

Familiares

Sacerdotes y Párroco

Constructores

Profesionales independientes

Periodistas

Administradores y propietarios de haciendas y fincas

Asociaciones, sindicatos, y juntas de acción comunal

Bomberos

Farmacias, almacenes u otros negocios

Clubes sociales

Gerentes de empresas de transporte
Empleados del municipio
Director del hospital, promotor de centros y puesto de salud
Deportistas principales o equipos de las distintas disciplinas
Emisoras locales o más cercanas y escuchadas en el medio
Ganaderos y otros empresarios
Gerentes de bancos y cooperativas
Hoteleros
Líderes comunales
Mecánicos
Estaciones de gasolina
Médicos, odontólogos y otros profesionales
Rectores, jefes de núcleo educativo, directivo, docente de colegios y escuelas.

Si un candidato empezara la campaña reuniendo solo a sus familiares e hiciera una especie de cadena-avión en donde a la segunda reunión cada uno llevará otros dos y así sucesivamente, en poco tiempo la multiplicación del grupo sería sorprendente y así como este ejemplo hay muchas formas de iniciar una campaña. Por ejemplo, no construya usted solo el Slogan de su campaña, haga un concurso con uno, dos o tres premios e invite a toda la población para construirlo entre todos, fijando usted uno parámetros.

REQUISITOS

No puede contener más de cinco (5) palabras.
Que refleje lo que queremos hacer. Que llame poderosamente la atención de quien lo escucha o lo lea.

3.4. CRONOGRAMA:

Como la campaña es una empresa se debe diseñar un plan de visitas, actividades, correrías y reuniones debidamente planificadas con anticipación para que haya comunicación oportuna con la comunidad a visitar y no se trabaje improvisadamente, que puede conducir al fracaso.

Se recomienda no utilizar bebidas alcohólicas y en cambio hacer uso de Conferencias, obras de teatro, artistas, concursos u otras actividades que saquen de la rutina del discurso y las reuniones fatigantes en donde casi nunca participa activamente el elector.

3.5. LA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA:

Comprende los distintos medios a utilizar.

Se realiza para obtener el respaldo del electorado y solo podrá hacerse dentro de los tres (3) meses anteriores al día de las elecciones, o sea desde el 26 de Julio, según lo estipula el artículo 24 inciso 2 de la ley 130 de 1.994.

Los alcaldes deben señalar los sitios públicos autorizados y que previamente han sido discutidos y concertados con el comité integrado por los diferentes movimientos políticos o grupos políticos que actúan en el proceso electoral, para la colocación de las vallas, afiches pasacalles, carteles, etc.

Los medios publicitarios pueden ser: la radio, la televisión, publicidad móvil, publicidad impresa (periódicos, revistas, folletos), por correo, telegrama, fax. Teléfono, vallas, pasacalles. Su utilización depende de los factores: recursos financieros, medio y características de la región.

Parece ser que la radio y la televisión son los de mayor audiencia y las vallas y pasacalles los de mayor visibilidad y atracción al público.

El contenido de los distintos medios utilizados deben ser muy breves, ya que se ha comprobado que la gente cada día lee menos.

No olvide si usa cuñas radiales que sean cortas, con fondo Musical moderno y que se repita varias veces la misma cuña.

Las ruedas de prensa son un eficiente medio y más aun si se cuenta con el apoyo y presencia de los periodistas más destacados del lugar y a los cuales se debe hacer atención muy especial por parte del candidato.

Los boletines de prensa también mantienen bien informados a los electores, puesto que salen de manera periódica y van enterando del proceso, el apoyo recibido de los distintos sectores y líderes, noticias nacionales e internacionales, temas de la vida cotidiana y que pueden ser producto de visitas del candidato a hospitales, ancianatos, colegios, escuelas, juntas de acción comunal, plazas de ferias y de mercado obras en construcción o inconclusas.

3.6. REUNIONES:

Son un excelente medio de comunicación con los electores y en donde tienen lugar los encuentros de diferentes participantes en el proceso, para el intercambio de ideas, la información sobre inquietudes que tengan los electores, se pueden aprovechar para que la comunidad exponga sus problemas, más que para echar discursos largos y cansones.

La mejor reunión es cuando habla la comunidad, pregunta, interviene y el candidato responde a cada uno, según sus propuestas en el programa de gobierno. No improvise reuniones, no llegue de sorpresa como el pescador, hable con los líderes que piensa visitar y haga que se comprometan con la invitación a los demás vecinos.

Sea breve en su exposición:

- Agradezca a los asistentes
- Diga o justifique su candidatura, por que sucedió y que lo indujo a ello.
- Plantee sus propuestas macro de manera general y permita luego que los asistentes expongan sus inquietudes o problemas, contéstele a cada uno de manera muy concreta.
- Si tiene a disposición un tablero y sino, lleve siempre entre sus implementos un papelógrafo con las hojas y marcadores; haga el papel de maestro, le quedaría muy bien y siga estas instrucciones:
 - Coloque el título: Problemas de la comunidad de ...
 - Haga que la comunidad enumere de manera consecutiva cada problema comunitario, no individual, ni familiar, a no ser que muchos de los asistentes coincidan con el mismo problema.
 - Ahora explique a la comunidad que es imposible resolver todos los problemas al mismo tiempo, razón por la cual hay que priorizar o sea establecer un orden de realización de las obras y darles uno parámetros mínimos de priorización como son:
 - Que el problema afecte a la comunidad o a un grupo social,

no a una persona o familia en particular.

- Que el problema tenga relación con las funciones del Departamento o municipio y que responda ojalá a las necesidades más sentidas y básicas de la población: salud, educación, vivienda, recreación, acueductos, alcantarillados, hospitales, puestos de salud, escuelas, alfabetización, nutrición, capacitación, vacunación, atención a la niñez, a la mujer, a la tercera edad, producción, transporte, etc. que se refieran a servicios con mayor cobertura.
- Que tengan relación con el problema de empleo.
- Que tengan relación con el mejoramiento de zonas deprimidas subnormales o que estén en alto riesgo.
- Problemas que requieran participación de la comunidad para su solución, o un uso intensivo de la mano de obra local o más cercana al sitio donde se desarrollará el proyecto-solución.
- Mirar la capacidad financiera del municipio.

Explicados estos conceptos a los participantes, se hace que cada uno vote o elija el que considera primero más importante o más urgente de resolver y se va anotando una rayita al pie del problema y al final se suman y el que tiene más rayitas ocupa el primer puesto, el que le sigue ocupa el segundo y así sucesivamente.

Ejemplo: En una reunión donde hubo 30 asistentes en la vereda de Las Flores, enunciaron los siguientes problemas:

FALTA DE ESCUELA =	19
ARREGLO DE LA VIA =	8
CONSTRUCCIÓN DE LA INSPECCIÓN DE POLICÍA =	2
ALCANTARILLADO PARA 4 FAMILIAS DE LA VEREDA =	1

En el momento de priorizar lo hicieron así:

19 asistentes por la construcción de la escuela, 8 por el arreglo de la

vía, 2 por la construcción de Inspección de Policía y 1 por la construcción del alcantarillado.

Lo anterior implica que el principal problema y que tengo que entrar a resolver de primero es la construcción de la escuela, a realizar su dotación y a vincular el docente o docentes que vayan a laborar allí. Pero hay algo importante:

El hecho que 19 asistentes hayan escogido el problema de la escuela, de pronto no es el problema fundamental, a lo mejor la mayoría están perdiendo la venta de sus productos agrícolas por el mal estado de la vía, o los niños estén acudiendo a otra escuela cercana que no pertenece a la vereda y no se justifica construir otra escuela, lo que quiere decir que la prioridad sería el arreglo de la vía.

Aproveche las reuniones para que se entere personalmente de las inquietudes de la comunidad y que maravilloso resultado puede obtener un candidato, cuando en su programa de gobierno incluya las propuestas que personalmente escuchó de su comunidad y no habrá mejor estímulo para el elector que leer el programa y ver allí escrita su propuesta, su proyecto o la solución a la necesidad planteada.

Con toda seguridad este método de hacer el programa con la gente es excelente, nunca le haga a la comunidad obras que no quiere y mucho menos inconsultas con ella, y no olvide los problemas se solucionan desde y por dentro de la comunidad y no a sus espaldas, ni desde afuera. Quien mejor identifica un problema es la propia comunidad, ya identificado, los asesores o expertos en el tema, lo formulan.

EN RESUMEN:

Si usted piensa en iniciar una campaña electoral realice las siguientes actividades:

1. Efectúe un estudio electoral; ello le permitirá saber como está su movimiento con relación a los demás, frente a la opinión pública. Este estudio deberá contener al menos:

1.1 Estudio del movimiento al cual se pertenece Estudio de los movimientos contrarios.

1.2. Estudio de la popularidad del candidato propio Vs candidatos contrarios

1.3. Análisis de posibles alianzas Tome como base para el estudio anterior los resultados electorales de las dos últimas elecciones. Si este estudio no le favorece: tire la toalla.

2. Lleve a cabo un estudio socio-económico de su Departamento o municipio que le permita:

2.1 Determinar y priorizar las necesidades de la comunidad

2.2. Determinar las condiciones sociales, económicas y culturales de la población. Para este estudio puede utilizar el sistema de encuesta; ya sea escrita o telefónica.

3. Con base en los dos estudios anteriores, analice si su candidatura reúne el perfil y se adapta a las expectativas de los electores.

4. Implementación de la campaña Organización: Asigne funciones y responsabilidades, haga un cronograma de actividades para la campaña, abra una sede de campaña (directorio).

5. Financiación: Determine claramente las fuentes de financiación de la campaña y el monto de los recursos.

6. Realice el Censo Electoral: Es definitivo.

7. Programa de gobierno: Elabore su programa de gobierno teniendo como base, el estudio socio-económico del punto 2 y la asignación por sectores que determina la ley 60 de 1.993, así como los recursos con los que cuenta el municipio, para los próximos años.

8. Promoción de la imagen del candidato y del programa de gobierno: para esto utilice (afiches, pancartas, volantes, panfletos, avisos publicitarios, etc).

Prepare un plan de captación de adeptos: Este plan debe estar orientado hacia la franja abstencionista y fundamentada en los estudios realizados.

Lanzamiento:

Haga un lanzamiento innovador; trate de enviar invitaciones personales a cada una de las familias del municipio. ¡Evite que coincida con eventos especiales!.

Cierre de campaña: Se puede utilizar el mismo sistema de invitación que para el lanzamiento, debe asegurarse de que sea multitudinario e impactante psicológicamente, aquí no se puede renunciar a la idea de realización de un gran desfile por las principales calles del municipio.

Día de las elecciones: No olvide que lo que ha realizado hasta el momento no es más que la preparación del equipo humano y logístico para la gran batalla electoral que lo llevará al éxito o al fracaso. Por ello no debe pasar por alto realizar un plan para este día que contenga los siguientes elementos:

- Escogencia y capacitación de líderes (jurados y testigos electorales).
- Conformación de un comité de transporte y comunicaciones que se encarguen de todo lo relacionado con esta materia.
- Conformación de un comité de comidas y refrigerios.
- Conformación de un comité de atención al electorado que se encargará de establecer los puntos de información al votante.
- Por último durante el tiempo que dure la jornada electoral, el candidato solo deberá ocuparse de atender a los posibles votantes, debe permanecer en lugares de gran afluencia de electores para que los anime a votar, con su presencia.

Capacite a sus líderes y capacítese usted.

4. EL VOTO: CAUTIVO, DE OPINIÓN, INDECISO, COMERCIAL, ETC.

Según el Diccionario Planeta de la Lengua Española, El voto es promesa de carácter religioso, que envuelve un sacrificio, hecha a Dios, a los dioses, a la Virgen o a un Santo. Hizo voto de llevar hábito durante un año. Opinión o parecer dado por cada una de las personas llamadas a hacerlo en orden a una elección o a la decisión de algo sobre los ciudadanos mayores de dieciocho años.

SUFRAGIO: Acto de carácter expreso mediante el cual una persona emite un voto en el seno de una colectividad de la que es miembro, a fin de decidir en una cuestión de interés público, generalmente de carácter político. El sufragio universal es el sistema electoral que no excluye del derecho de voto a ninguna categoría de ciudadano. Voto: Vamos a proceder al recuento de sufragios.

La Constitución Nacional y el Voto:

El voto es un derecho político, un mecanismo de participación del pueblo en ejercicio de su soberanía.

Artículo 258: "El voto es un derecho y un deber ciudadano. En todas las elecciones los ciudadanos votarán secretamente en cubículos individuales instalados en cada mesa de votación, con tarjetas electorales numeradas e impresas en papel que ofrezca seguridad, las cuales serán distribuidas oficialmente. La organización electoral suministrará igualitariamente a los votantes instrumentos en los cuales deben aparecer identificados con claridad y en iguales condiciones todos los candidatos. La ley podrá implantar mecanismos de votación que otorguen más y mejores garantías para el libre ejercicio de este derecho de los ciudadanos".

Artículo 260: "Los ciudadanos eligen en forma directa Presidente y Vicepresidente, Gobernadores, Diputados, Alcaldes, Concejales municipales y distritales, miembros de las juntas administradoras locales, y en su oportunidad, los miembros de la Asamblea Constituyente y las demás autoridades o funcionarios que la Constitución señale".

DISTINTAS CONCEPCIONES SOBRE EL SUFRAGIO

La naturaleza jurídica del sufragio ha suscitado en todos los tiempos diversidad de opiniones desde el sufragio como derecho natural, hasta lo más moderno del sufragio como función pública y hasta como poder.

La concepción histórica de la época medieval, lo define como un privilegio personal, de estamento o clase.

La posición clásica, considera el sufragio como un atributo de la ciudadanía y que íntimamente relacionado con la doctrina de la ciudadanía, se funda en la declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano de 1789, que lo definía como un derecho del ciudadano a participar en la promoción de la ley como expresión de la voluntad popular.

La doctrina jurídica de los primeros lustros del siglo actual, los define como una función de un órgano, el cuerpo electoral para la promoción de otro órgano, el llamado órgano representativo.

La concepción personalista que funda el sufragio en la libertad y

responsabilidad de la persona y por lo tanto le da derecho a participar o ser oído en las decisiones políticas.

Las bases jurídicas del sufragio son: La universalidad, la igualdad, la obligatoriedad y el secreto. Si alguna de ellas fallase el régimen democrático fundado en el principio de la soberanía del pueblo resultaría falseado y desnaturalizado y caería por sus cimientos todo el edificio del Estado Constitucional.

Por eso hablamos muchas veces de que hay gobiernos legales, pero no legítimos, lo que quiere decir que se presenta una votación muy baja en relación no solo al censo electoral sino al número real de ciudadanos con derecho a votar y un gran margen de abstención, en donde se dieron todas las garantías para participar en el proceso democrático electoral y no lo aprovecharon por cualesquier motivo. Así el gobierno constituido es LEGAL, pero no LEGÍTIMO por que no representa a la mayoría con derecho a votar o decidir.

ALGUNAS CLASES DE VOTOS:

Voto Corporativo: Consiste en agrupar a los electores pertenecientes a una profesión o industria, o que tengan una misma especie de interés, con el fin de que por medio de un voto colectivo, tengan representación en la asamblea, en el parlamento o en el conglomerado al cual pertenecen.

Voto Igual: Se expresa en la fórmula un hombre un voto.

Todo individuo que tiene derecho de voto lo posee en las mismas condiciones y en la misma medida que los demás electores. Responde al principio igualitario de que los votos se cuentan y no se pesan. En cambio en otros sistemas, determinados individuos que reúnen determinadas condiciones poseen más de un voto.

Voto familiar: Es una modalidad de voto plural en virtud del cual se atribuye un voto suplementario a los padres de familia, o bien un número variable de votos en relación con el número de miembros de cada familia.

Voto Plural: Consiste en atribuir más de un voto a los electores en quienes concurren ciertas condiciones o circunstancias. Es el que vale por dos o más, o la concesión de dos o más votos a una persona o representante por razón de su antigüedad, jerarquía, cultura, riqueza, edad, méritos u otra causa o privilegio. Se usa en Francia y Bélgica.

Voto Múltiple: Conste en dar a determinados ciudadanos el derecho a sufragar en diferentes lugares o circunscripciones electorales, en razón de los intereses o propiedades que poseen en cada uno de ellos. Este sistema establece un privilegio para la propiedad y transforma el sufragio universal en restringido.

Voto Acumulativo: Era el sistema imperante en la mayor parte de los países del mundo hasta la mitad del siglo pasado, era el del dominio absoluto de las mayorías. El partido que obtenía en las urnas la mayoría de los sufragios, tenía derecho a elegir toda la representación. No permitía la libre expresión de las minorías ni el derecho a discutir, tuvo una modificación consistente en dividir el territorio en circunscripciones electorales, cada una de las cuales elegía un representante. Se creyó así que se le daba representación

A todos los partidos, porque estos tenían mayoría en una circunscripción y en otras no, y de tal manera resultaban elegidos miembros de distintas fracciones políticas.

Voto Incompleto: La ley fija de antemano la proporción en que dicen estar representados los partidos, de tal manera que el sistema solo puede funcionar donde hay dos partidos políticos.

Voto Obligatorio: Régimen electoral donde el derecho al sufragio configura a la par un deber, sancionado administrativamente.

Voto por correo: En muchos países Europeos el sistema le permite al

elector que se encuentre fuera de su domicilio, en la fecha de las elecciones, singularmente en el extranjero, remitir, por certificado particular o mediante correspondencia depositada en alguna representación diplomática o consular, su sufragio, con fecha anticipada a la de las elecciones, o ese día como máximo.

Voto Privado: Emitido en condiciones de que nadie pueda conocer por qué partido o personas se votó.

Voto Directo e Indirecto: El directo es cuando los electores designan de modo inmediato a los representantes; al emitir su voto, el elector designa la persona del representante.

El indirecto es una forma insincera y complicada a que se somete el sufragio popular, cuando el electorado no elige directamente a sus representantes, sino a los electores de los mismos, los cuales expresan luego su voluntad personal, cual si fuera la popular, pero sin estar ligados por un voto compulsivo estricto en el sentido de los votantes primeros.

Voto en Blanco: Cuando no contiene nombre alguno, o incluye algún insulto, expresión o dibujo que no guarda relación con las candidaturas presentadas o con lo sometido a plebiscito o referéndum. El voto en blanco, según el artículo 137 del Código Electoral, es el que no contiene nombre alguno o expresamente dice que se emite en blanco.

El voto en blanco se tendrá en cuenta para obtener el cociente electoral.

Voto Programático: Fue reglamentado el artículo 259 de la Constitución Política de Colombia con la expedición de la ley 131 de Mayo 9 de 1994.

Según los artículos 40 y 103 de la Constitución Nacional, la revocatoria del mandato por el incumplimiento del programa de gobierno, es un instrumento

o mecanismo de participación popular, Los candidatos a ser elegidos popularmente, como gobernadores y alcaldes, deberán someter a consideración ciudadana un programa de gobierno, que hará parte integral de la inscripción ante las autoridades electorales respectivas, el cual debe publicarse en el órgano oficial de la gobernación o la alcaldía, o en un medio según la reglamentación de uso de medios de comunicación.

Voto de opinión: Es la contraparte del voto de las clientelas partidistas, que pueden ser independiente o normal, si guarda o no relación o identidad con un partido, claro está que la mayor motivación para este voto son los aspectos relacionados con la imagen del candidato, eficiencia, su capacidad y su programa de gobierno.

La franja de los amigos del voto de opinión es muy grande y se manifiesta significativamente en las elecciones para presidente y con una fuerza que cada día se acrecienta más, en las elecciones para alcalde.

La no participación en términos electorales que es lo mismo que la abstención es una característica crónica del comportamiento político de los colombianos y casi nunca es menor al 50% del potencial electoral.

Aunque la elección popular de alcaldes ha disminuido esa franja abstencionista, la disminución en el manejo de recursos que le permitían al cacique controlar y movilizar su clientela son factores negativos para el proceso.

Todo el mundo se pregunta y siempre responden en las encuestas las razones por las cuales no votan y la mayoría coinciden: La baja credibilidad que despiertan los hombres políticos, las Instituciones del Estado, los partidos políticos.

En la democracia se suponen dos requisitos: 1- Que la competencia electoral sea abierta a todos, sin discriminaciones, 2- Que se desarrolle en una

rigurosa igualdad de oportunidad.

La democracia formal quiere decir igualdad de derechos políticos, no la igualdad de todos los recursos económicos por ejemplo, puesto que el super-recurso constituido por la posesión y el ejercicio del poder es altamente distorsionante de la realidad económica, social o política.

Por eso surge el concepto del voto de trueque como la forma de asumir tales recursos y como el mercado subsiste se impone la mercancía para el intercambio en el mercado político, donde se dan cantidad de reglamentaciones, concepciones administrativas, maquinaciones, controles ineficientes que abonan terreno para las elecciones, para la discrecionalidad del poder y el ideal campo de cultivo para la clientela electoral que apoyan a los que detentan el poder.

La gente cambia derechos por un voto, y un derecho negociado deja de ser un derecho, y así el voto de trueque, no es por definición un voto libre. Por eso una buena política al servicio de los más necesitados, poco se presta para que se de un voto de trueque, porque-el voto de trueque hace sobre todo cómplices, no ciudadanos críticos, y así pierden cada vez más la capacidad de indignación hacia la corrupción de los hombres en el poder.

La democracia para no desaparecer, debe garantizar elección efectiva, que implica conocimiento, conciencia, información y participación más cualitativa que cuantitativa y control sobre los electos.

El voto Comercial: Es un negocio entre un ciudadano (delincuente) que ofrece dineros u otras prebendas a otro ciudadano (inescrupuloso) que recibe a cambio del voto.

Cuando se presenta esta situación, el ciudadano que recibió pago por su voto pierde todo derecho a pedir obras de beneficio comunitario porque lo que hizo fue una transacción que se cerró el día de las elecciones.

EN RESUMEN: Democracia formal quiere decir voto libre e igual, imparcial, distribución de las oportunidades de éxito entre los participantes, acceso a la competición abierta a todos, transparencia de los comportamientos para garantizar el control sobre los elegidos, no homologación o alianzas entre los partidos en pugna para garantizar la representación o el acceso al poder.

5. CARTOGRAFÍA SOCIAL: CONOZCA SU DEPARTAMENTO O MUNICIPIO INCLUYENDO NEGRITUDES E INDÍGENAS La Cartografía Social tiene como primer elemento El auto-diagnóstico que busca mirar en forma territorializada la imagen actual, la memoria histórica y la imagen deseada.

Expresar la manera como se han identificado y relacionado problemas, potencialidades e intereses de los agentes sociales protagónicos.

- Nos ayuda a identificar los modos problemáticos a intervenir, los cuales deben aparecer reflejados en mapas de asentamiento poblacional.
- Visto el análisis del mapa nos ayuda a construir el ahora del proceso; la imagen actual es construida con la población a partir del conocimiento.

La Cartografía Social permite la interacción y trabajo conjunto entre la comunidad y las instituciones gubernamentales y no gubernamentales.

Nuestra propuesta metodológica es la cartografía Social Para la planeación participativa:

Considera como fundamental y como principio la participación de las personas en todo el proceso.

Es una planeación que permite su gestión durante el proceso.

Es un proceso que hace viable la teoría, el pensamiento y el discurso con la práctica.

5.1 ELEMENTOS DEL PROCESO METODOLÓGICO

Instrumentos metodológicos: Técnicos (guías sobre temas específicos, actas, memorias, resúmenes escritos, lecturas individuales, estudios de

casos, instrumentos metodológicos vivenciales, talleres, trabajo en equipo, recorridos de campo, juegos, narración de experiencias cotidianas, entrevistas, plenarias, creación simbólica y material visual).

Tiene una visión espacio-territorio con relación al tiempo.

Mapas del pasado reciente y remoto.

Mapas - imagen actual (presente).

Mapas - imagen deseada (futuro).

La comunidad es partícipe de la investigación. Aporta los saberes y experiencias para luego sistematizarlas; es decir construye el conocimiento haciendo teoría de la práctica vivida, lo cual debe ser un elemento fundamental para aprender la realidad y transformarla. En consecuencia en el conocimiento de la realidad social, la comunidad tiene mucho que decir y debe ser por lo tanto protagonista central en el proceso de transformación, hacia el desarrollo integral de la sociedad.

El manejo de los mapas de la zona se hace con el fin de establecer una dimensión ambiental, económica-administrativa, política infra-estructural, servicios, red de relaciones y conflictos.

Posteriormente se desarrolla el mapa del futuro; es decir, se plasma lo deseado, acorde a la realidad, lo cual nos da un manejo eficiente y eficaz de recursos, disminuyendo costos.

5.2. SÍNTESIS DE LA CARTOGRAFÍA SOCIAL

1. La Cartografía Social incluye varias faces de discusión y concertación, como se muestra a continuación:

- Motivación
- Discusión de opciones para definir acciones

- Se apoya en la historia Instrumentos no dirigidos y variados de carácter vivencial y técnicos.

- Se apoya en la relación espacio - tiempo mapificada.

2. Proceso abierto y dinámico que no termina con el plan

3. Multisectorial e interinstitucional

4. Integralidad

5 Recoge y recrea las experiencias cotidianas y técnicas

6. Considera esencial la concertación y negociación entre los distintos sectores participantes en el proceso.

7. Posibilita la intercomunicación y complementación de los diversos gestores del proceso: niños, jóvenes, adultos (hombres y mujeres)

8. El proceso de evaluación no es solo de resultados, es permanente, propositivo y crítico.

9. Aplicado a diferentes sectores y niveles jurisdiccionales

10. Planeación estratégica y coyuntural

11. Es un proceso continuo de investigación participativa

12. Planeación para la prevención y la promoción

13. Toma de decisiones más acorde a la realidad, lo que supone manejo eficiente y eficaz de recursos, disminuyendo costos.

El logro de la Cartografía Social, es construir a partir de un mapa, de una base cartográfica sencilla, una visión de territorio. Ese espacio donde

aparecen los animales, las plantas, las piedras, los ríos, pero también surge la certidumbre de que a pesar de las apariencias, somos nosotros mismos el territorio. En otras palabras al construir una imagen "virtual" de la realidad se empieza a dar una nueva forma de mirarnos, y entendemos que somos parte integral de un ser viviente al cual tenemos que aprender a comprender, no solamente a explicarlo. En este momento también retomamos el concepto que las culturas andinas plasman cuando hablan de criar y dejarse criar, de sentirse parte de ..."De ahí que entonces podríamos decir que el que comprende es aquel que hace y que Es, porque comprender es ser parte de, es penetrar la realidad."

6. LANZAMIENTO Y CIERRE DE CAMPANA

Recuerde señor candidato que en campaña electoral existen dos fechas cruciales para el éxito, la primera de ellas es el lanzamiento de la candidatura y la segunda el cierre de la campaña.

6.1. LANZAMIENTO DE LA CANDIDATURA

Se puede asegurar que el lanzamiento de la candidatura es el inicio oficial de la actividad proselitista. A esta fecha se llega luego de una etapa de planificación en la cual se hayan creado las condiciones logísticas necesarias para la presentación oficial del candidato.

Para lo anterior es preciso realizar las siguientes actividades:

1- Determinar el sitio en el cual se hará el acto: En este punto el candidato cuenta con dos opciones; la primera realizarlo en un recinto cerrado, lo cual le dará solemnidad e importancia al evento, debe elegir un lugar amplio, en este caso se recomienda enviar invitación escrita a cada uno de los asistentes. La segunda opción es en la plaza pública en este caso el acto toma un carácter popular y la invitación a él debe hacerse por todos los medios posibles

Es clave del éxito la coordinación general que orienta la elaboración del censo electoral en donde se identifican los líderes responsables por municipio, comuna, barrio, manzana y cuadra.

BLOGRAFIA

PEREZ VILLA, Jorge "Constitución política de Colombia comentada", editorial Iyer, SEGUNDA EDICION, Bogotá 1.991.

HERNANDEZ M., Pedro Alfonso "Mecanismos de participación ciudadana", publicaciones ESAP, Diciembre de 1.994

GARCIA DUARTE, Ricardo "El mercado político y la lógica de la clientela", Revista foro nro. 23, ediciones foro nacional por Colombia, Bogotá, abril de 1.994.

FLOREZ D, Arcais Paolo "la democracia tomada en serio" , revista foro nro 15, ediciones foro nacional por Colombia, Bogotá, septiembre de 1.991.

DECRETO 2241 DE JULIO 15 DE 1.986- CODIGO ELECTORAL COLOMBIANO

Álvaro Mendoza Palomino en su libro Teoría y Sinopsis de la Constitución de 1991- segunda edición - Ediciones Doctrina y Ley - Bogotá D.C. "

Augusto Hernán de j Becerra E.S.A.P. 1988.

"Arte de gobernar. Asunto que interesa al Estado. Manera de conducir un asunto".
Diccionario Español. Editorial Hispanoamérica 1994.

Como Obtener y Mantener el Éxito Personal) Profesional. Edición DEUSTO S.A.