



REPRESENTACIÓN POLÍTICA: BASES CONCEPTUALES PARA UNA CAMPAÑA POLÍTICA

¿QUÉ ES LA REPRESENTACIÓN POLÍTICA?

Es un **régimen político** basado en la **democracia representativa**.

El cual tiene como objetivo que el **electorado** logre **nominar y controlar a sus gobernantes** a través de los **procesos electorales**.

Además, plantea la necesidad de que la persona elegida **se comprometa a actuar a favor de sus votantes**.

EXISTEN 4 TIPOS DE REPRESENTACIÓN

Según Pitkin (2013):

1

La **representación formal**, que consiste en las **normas legales** que legitiman el vínculo entre el **electorado y elegidos** o elegidas. Aquí, la **autorización y responsabilidad** son factores clave. Pues, la primera es necesaria para que **las personas electas actúen en nombre del electorado** y, la segunda, recae en la **responsabilidad de cumplir con las demandas de los votantes**.

2

La **representación descriptiva**, implica que los gobernantes deben reflejar a la sociedad una muestra de **pluralidad y diversidad** para que no exista **sobrerrepresentación** de unos grupos sobre otros.

3

La **representación simbólica**, se refiere a la **carga emotiva y actitudinal** que genera el o la representante ante su electorado. El **vínculo emocional y la conexión** son claves para **generar satisfacción entre los votantes y movilizar votos**.

4

La **representación sustantiva**, implica que la persona elegida debe optar por la **búsqueda de beneficios o soluciones** dirigidas al grupo poblacional que representa, es decir, **abogar por sus intereses**.



Siguiendo esta línea, para Fraser (2015), la **representación también refiere a la pertenencia social**, a la posibilidad de ser reconocidos como parte integrante de la comunidad política.

Es por ello que los **representantes** tienen la **responsabilidad** de construir **propuestas** de forma **deliberativa** que reflejen los intereses de los grupos sociales que representan y transmitirlos en los **espacios de poder**.

Además, los **resultados** dependerán de la **capacidad de negociación y consenso** entre la población.

Referencias

- Fraser, N. (2015). Fortunas del feminismo. Quito: Instituto de Altos Estudios Nacionales.
- Pitkin, H. (1985). El concepto de representación. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales.



CUERPOS COLEGIADOS Y CAMPAÑAS POLÍTICAS: LA FIGURA DEL VOTO PROGRAMÁTICO

¿EN QUÉ CONSISTE EL VOTO PROGRAMÁTICO?



De acuerdo con el **Artículo 259** de la **Constitución Política de Colombia**, quienes elijan a los gobernadores o alcaldes, **imponen a la persona electa el programa que esta presentó al inscribirse en su candidatura.**

Por ende, esta ley **obliga a las candidaturas para alcaldías y gobernaciones a presentar un programa de gobierno coherente y a cumplir con las propuestas que contiene.**

Además, está basado en el **principio de mandato imperativo**, según el cual la persona electa se compromete a cumplir con el proyecto/programa por el cual fue elegido (Rey-Salamanca, 2015).

¿POR QUÉ NO APLICA A LAS CORPORACIONES PÚBLICAS?

Porque las **corporaciones públicas** tienen un carácter distintivo: la **pluralidad.**

Es decir, la **toma de decisiones** está sujeta al **consenso** al que lleguen sus integrantes.

Por ende, los programas que se proponen en estos cuerpos **solo buscan indicarle a la sociedad los temas sobre los cuales se piensa trabajar**, por lo que **su cumplimiento no es obligatorio.**

¿CUÁLES SON LAS FUNCIONES DE LOS CUERPOS COLEGIADOS?



Recuerda:

Los cuerpos colegiados que tienen una función ejecutiva tienen una circunscripción uninominal (es decir Alcaldías y Gobernaciones), y los cuerpos colegiados que tienen una función normativa y de control tienen circunscripciones plurinominales (es decir JAL, Concejo y Asambleas).

Organismo

Función

Alcaldías

- 01 Presentar, ratificar y reglamentar **proyectos de acuerdo.**
- 02 Colaborar con el **Concejo Municipal** el buen desempeño de sus funciones, presentarle informes generales sobre su administración y convocarlo a sesiones extraordinarias.
- 03 Presentar **proyecto de presupuesto local.**
- 04 Promover el **desarrollo local.**
(Art. 315, Constitución Política de Colombia).

Gobernaciones

- 01 Dirigir la **administración pública departamental.**
- 02 Impulsar la **competitividad.**
- 03 Promover el **desarrollo económico y sostenible.**
- 04 Concertar esquemas de **asociación territorial.**
(Art. 305, Constitución Política de Colombia).

Juntas Administradoras Locales

- 01 Recomendar **impuestos.**
- 02 Promover articulación de las **Juntas de Acción Comunal.**
- 03 Pronunciamientos no vinculantes sobre el **ordenamiento territorial.**
- 04 Presentar planes de **inversión local.**
(Art. 131, Ley 136 de 1994).

Concejos Municipales

- 01 Exigir informes de actividades a las instituciones públicas municipales.
- 02 Proponer mociones de censura.
- 03 Establecer las normas de presupuesto.
- 04 Establecer impuestos locales.
(Art. 313, Constitución Política de Colombia).

Asambleas departamentales

- 01 Adoptar planes de desarrollo económico y social
- 02 Aprobar el plan de ordenamiento territorial
- 03 Decretar impuestos
- 04 Expedir el presupuesto
(Art. 300, Constitución Política de Colombia).

Referencias

- Constitución Política de 1991. (1991). Constitución Política de 1991.
- Rey-Salamanca, F. (2015). Voto programático y programas de gobierno en Colombia: garantías para su cumplimiento. Bogotá: Universidad del Rosario.



CONSTRUCCIÓN DE PROGRAMAS DE GOBIERNO EN CAMPAÑAS POLÍTICAS

LA CONSTRUCCIÓN DE PROGRAMAS ES...

Una parte fundamental de la **campaña política** pues a través de esta se presenta a la población, la **oferta** con la cual se espera **convencer al electorado** para votar por determinada candidatura.

Un aspecto clave en cualquier campaña electoral, ya que es a través de ellos que se presentan las propuestas y ofertas que buscan convencer al electorado de votar por determinada candidatura.

Un espacio en el que la **participación ciudadana** es clave para **definir los temas relevantes** a tratar en el programa se **involucra en procesos de toma de decisión** y **eleva sus principales demandas**.

En este proceso, la participación ciudadana es esencial para identificar los temas relevantes a tratar en el programa, involucrarse en la toma de decisiones y elevar sus demandas principales.

En este ejercicio, la **democracia deliberativa**, se posiciona como una **herramienta fundamental**, pues:

- 1** Implica espacios de deliberación para la toma de **decisiones colectivas** con la **participación** de las personas afectadas, para la **construcción** de proyectos de solución a problemas relevantes (Elster, 1998).
- 2** Posiciona los debates electorales y los programas de campaña como mecanismos de **garantía de los derechos de acceso a la información y libertad de expresión**, y ayudan en la **circulación de ideas** y propuestas de los partidos y candidaturas (Vásquez, 2016).
- 3** Permite que la construcción de una propuesta de gobierno sea **efectiva, innovadora y eficiente**. Para esto se puede hacer uso de herramientas prácticas como sondeos representativos, análisis de datos electorales, entrevistas, grupos focales o asambleas físicas y/o virtuales. Sin embargo, el principio fundamental que debe regir estas herramientas es el conocimiento profundo de las necesidades percibidas por la comunidad y el compromiso de actuar en pro de la solución de estos problemas.

¿CUÁLES BUENAS PRÁCTICAS SE DEBEN TENER EN CUENTA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN PROGRAMA DE GOBIERNO?

Con base en campañas políticas anteriores, se pueden incluir los siguientes principios:

1. Gobierno abierto: el cual busca que los mandatos tengan entre sus prioridades el libre acceso a la información, la divulgación de las acciones realizadas y la vinculación de la ciudadanía en los procesos políticos.

El gobierno abierto se basa en tres pilares fundamentales (Bellantoni, 2016): **Transparencia, Participación ciudadana, Co-creación.**

2. Enfoque de género: el cual tiene como objetivo **mejorar las condiciones de participación política de mujeres y población LGBTIQ+**, garantizando igualdad de oportunidades y derechos.

3. Desarrollo sostenible y gobernanza territorial: pretende incorporar dentro de las campañas propuestas y acciones coherentes con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), así como desarrollar redes entre actores diversos y entes públicos por la búsqueda de soluciones a los problemas territoriales.

Referencias

- Bellantoni, A. (2016). Gobierno abierto. Contexto mundial y el camino a seguir. Aspectos claves. Obtenido de Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE.org: <https://www.oecd.org/gov/Open-Government-Highlights-ESP.pdf>
- Elster, J. (1998). Deliberative democracy. Cambridge: Cambridge University Press.
- Vásquez, T. (2016). Los partidos políticos como factores de discusión racional. Deliberación y elecciones. Revista Mexicana de Opinión Pública, 13-29.



¿POR QUÉ IMPORTA LA INNOVACIÓN POLÍTICA?

PARA LOGRAR CAMPAÑAS EFECTIVAS...



Es importante interactuar constantemente con la ciudadanía, **segmentando el público** para reforzar la **confianza** de los votantes que comparten el proyecto político y **convencer al electorado** que se acerca a la plataforma política planteada.

Se debe **potenciar las capacidades del equipo** para vigilar el proceso electoral y/o hacer veeduría a los escrutinios.

Priorizar el uso de **nuevas tecnologías, movilización y activismo** como vías alternativas que facilitarán la búsqueda de **votos e interacción** con la ciudadanía.

¿Y LA INNOVACIÓN POLÍTICA?

Promueve el desarrollo de **prácticas, intervenciones, dispositivos tecnológicos y regulaciones** para resolver problemas públicos (Bianchi, 2017).

Utiliza mecanismos como la **deliberación y el diálogo**, para la intervención ciudadana en procesos políticos y de toma de decisiones. Pero para ello, es importante cumplir con **tres principios** (Fung & Wright, 2003):

Finalmente, promueve el uso de plataformas tecnológicas y redes sociales lo que permite que algunos sectores de la población, como los jóvenes, se involucren en temas públicos e innoven el ejercicio político.

1 Enfocarse en **problemas tangibles**.

2 Permitir la **participación de las personas directamente afectadas** y de las burocracias involucradas.

3 Construir **soluciones de manera deliberativa**.

Y por el otro lado, estos mecanismos de deliberación, como de diálogo, fomentan la libre circulación de ideas y el consenso entre la ciudadanía.

POR EJEMPLO, EN ESPAÑA...



Se han implementado **escenarios de innovación política**:

La organización partidista **Podemos**, logró crear un **sistema de financiación** propia a través de **plataformas crowdfunding digitales**.

El partido asumió como **microcréditos** los aportes recibidos en la plataforma y luego devolvió a sus financiadores los **aportes completos** (más los intereses) bajo la premisa **“reposición de votos”**.

EN COLOMBIA...



El uso de **redes sociales** durante las **campañas presidenciales** en el 2022 fue una práctica recurrente, permitiendo a los diferentes candidatos obtener un **mayor alcance y visibilidad**.

Durante la **campaña** del actual presidente **Gustavo Petro**, María José Pizarro, actual senadora de la República, promovió la **descarga gratuita** de propaganda desde la **página oficial** de la candidatura del mandatario, para que esta fuera **compartida en redes sociales**.

La campaña **“1 millón de ventanas por Petro y Francia”** buscaba que los votantes se movilizaran en redes a través del hashtag **#UnMillondeVentanas**, lo que resultó en una buena **estrategia para la difusión a bajo costo** de la publicidad de la candidatura.

Referencias

- Bianchi, M. (2017). Recuperar la política: agendas de innovación política en América Latina. Buenos Aires: Asuntos del Sur-Democracia en red.
- Fung, A., & Wright, O. (2003). Deepening democracy: institutional innovation in empowered participatory governance. Londres: Verso.