



JURADO NACIONAL DE ELECCIONES
Desde 1931, por la gobernabilidad y la democracia



MÓDULO PARA LA

**INCIDENCIA
POLÍTICA**

Juvenil

DOCUMENTO DE TRABAJO
PROGRAMA JÓVENES ELECTORES

The background image shows a document with two logos at the top: the logo of the National Institute of Education (INE) on the left and the logo of the National Institute of Educational Development (INDE) on the right. Below the logos, there is a date stamp that reads "1 AGO. 2013". The document also contains several lines of text that are too faint to read.

MÓDULO PARA LA
**INCIDENCIA
POLÍTICA** *Juvenil*

Jurado Nacional de Elecciones

Presidente

Dr. Francisco Artemio Távora Córdova

Miembros del Pleno

Dr. Pedro Gonzalo Chávarry Vallejos
Dr. Baldomero Elías Ayvar Carrasco
Dr. Carlos Alejandro Cornejo Guerrero
Dr. Jorge Armando Rodríguez Vélez

Director Central de Gestión Institucional

Luis Miguel Iglesias León

Dirección Nacional de Educación y Formación Cívica Ciudadana

Milagros Janet Suito Acuña

La presente publicación es independiente de intereses nacionales o políticos específicos y las opiniones expresadas no representan necesariamente los puntos de vista del Jurado Nacional de Elecciones.

Reservados todos los derechos. Queda prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier medio, sin la autorización escrita de los titulares del copyright.

Jurado Nacional de Elecciones

Av. Nicolás de Piérola 1070

Lima - Lima 01 - Perú

Teléfono: (511) 311 1700

consultas@jne.gob.pe

www.jne.gob.pe

Concepto gráfico y diagramación: Saúl Soria

Corrección de estilo: Enrique Hülring



Impresión: Servicios Gráficos JMD SRL. Av. José Galvez n.º 1549 - Lince - Lima. 051-1-4706420

Primera edición: julio 2015

Tiraje: 1,000 ejemplares

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2015-08733

Impreso en el Perú

 Centro de Documentación e Información Electoral	 JURADO NACIONAL DE ELECCIONES
Número de Ingreso	10669
Fecha de Ingreso	11 AGO. 2015
Código de Clasificación	
Procedencia	DONEF
MFN	11576

Índice

	PRESENTACIÓN	PAG. 07
■	PRIMERA PARTE	
1.	JUVENTUDES Y PARTICIPACIÓN	PAG. 11
1.1	Teorías de la juventud del siglo XX	PAG. 13
1.2	Movimientos juveniles	PAG. 18
1.3	Los jóvenes y la política	PAG. 23
■	SEGUNDA PARTE	
2.	INCIDENCIA POLÍTICA JUVENIL	PAG. 29
2.1	¿Qué es la <i>Incidencia Política</i> ?	PAG. 30
2.2	¿Cuál es el objetivo de la <i>Incidencia Política</i> ?	PAG. 37
2.3	Factores que contribuyen al éxito de la <i>Incidencia Política</i>	PAG. 40
2.4	Elaboración de un Plan de <i>Incidencia Política</i>	PAG. 42
■	TERCERA PARTE	
3.	COMUNICACIÓN PARA LA INCIDENCIA	PAG. 55
3.1	El rol de la comunicación en un proceso de <i>Incidencia Política</i>	PAG. 56
	BIBLIOGRAFÍA	PAG. 60
	ANEXOS	PAG. 62



PRESENTACIÓN

La Dirección Nacional de Educación y Formación Cívica Ciudadana (DNEF) del Jurado Nacional de Elecciones tiene la función de desarrollar de manera permanente programas de educación cívica que permitan el desarrollo de una conciencia ciudadana en la población, con especial atención en los grupos poblacionales históricamente excluidos de la participación política. Entre estos grupos se encuentran las y los jóvenes quienes representan cerca de un tercio de la población electoral nacional (31.46%).

Es evidente que en la última década, la participación política de la juventud en nuestro país ha tenido cambios positivos, superando así la aparente despolitización o abandono del espacio público de décadas pasadas, producto de los cambios sociales, económicos, políticos o culturales que se agudizaron a inicios de los noventa*.

En la actualidad, la falta de confianza en las instituciones políticas no ha sido impedimento para que los jóvenes se involucren en los asuntos públicos, busquen nuevos mecanismos para expresar sus opiniones o ejerzan algún tipo de representación a través de la sociedad civil. Así, según la Primera Encuesta Nacional de la Juventud 2011, el 47.7% de jóvenes entre 15 y 29 años tiene interés en la política, aunque no necesariamente ello signifique su afiliación a algún partido o movimiento político (sólo el 1.1% de los interesados en política contaba con militancia partidaria).

Sin duda una importante acción desde el Estado a favor de la participación política de la juventud, ha sido la aprobación de cuotas electorales, las cuales establecen que las listas de candidatos a regidores y consejeros regionales deben contar con no menos del 20% de ciudadanos menores de 29 años de edad. Con esta medida, la presencia de jóvenes en los concejos locales y consejos regionales se ha incrementado considerablemente, aunque todavía existen barreras para su participación en cargos ejecutivos y cargos partidarios.

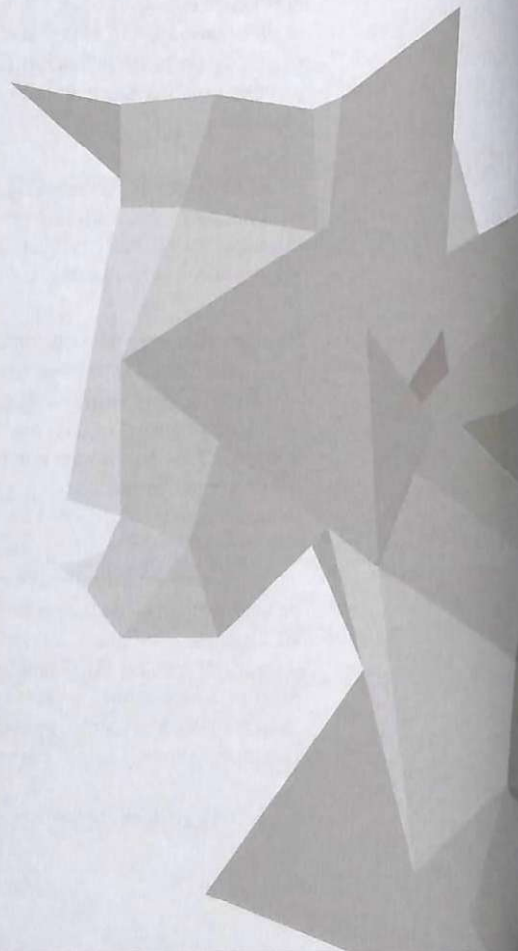
Por otro lado, desde el 2007 se cuenta con Políticas Nacionales de Obligatorio Cum-

plimiento en materia de juventud y desde el 2014 con el Plan Nacional Estratégico Nacional de la Juventud 2014-2021, los cuales deben servir como instrumentos orientadores para el diseño, implementación y monitoreo de políticas públicas que atiendan la problemática de este grupo etario, en todos los sectores y niveles de gobierno.

El presente Módulo para la *Incidencia Política Juvenil*, busca servir como una herramienta de capacitación para que nuestros jóvenes puedan desarrollar procesos de incidencia política de manera organizada y estratégica, tanto al interior de sus organizaciones políticas como desde otros espacios, para la demanda de sus derechos y el cumplimiento de los compromisos asumidos por sus organizaciones políticas, las autoridades y el Estado en materia de juventud.

El módulo consta de tres partes, en la primera se da una breve mirada teórica e histórica a la participación política de los jóvenes; la segunda parte desarrolla el tema de la incidencia política, su importancia, los factores que contribuyen a su éxito y concluye con una propuesta de pasos a seguir para el diseño e implementación de una Plan de Incidencia Política. En la tercera parte se aborda el rol de la comunicación en un proceso de incidencia política, su importancia y los aportes de la comunicación participativa para lograr los objetivos planteados en el Plan de Incidencia.

El Programa Jóvenes Electores de la Dirección Nacional de Educación y Formación Cívica Ciudadana pone a su disposición este material y con ello espera impulsar procesos de incidencia al interior de las organizaciones políticas para que estas asuman una perspectiva generacional y democratizen sus prácticas y relaciones de poder en beneficio de sus jóvenes militantes; así como impulsar procesos de incidencia liderados por jóvenes para el diseño e implementación de políticas públicas que atiendan la problemática de este grupo etario.



USO DEL MÓDULO

¿A QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDO EL MÓDULO?

El módulo para la *Incidencia Política Juvenil* está dirigido a los jóvenes que participan en organizaciones juveniles, organizaciones políticas u otros colectivos ciudadanos de las zonas de intervención del Programa Jóvenes Electores de la Dirección Nacional de Educación y Formación Cívica Ciudadana del Jurado Nacional de Elecciones.

¿QUÉ ES EL MÓDULO PARA LA INCIDENCIA POLÍTICA JUVENIL?

El presente módulo que entregamos es una herramienta para la capacitación y sensibilización que tiene como tema central la participación juvenil en el Perú a través de la *Incidencia Política* como instrumento que contribuye a la transformación de sus realidades.

¿QUÉ COMPETENCIAS QUEREMOS LOGRAR?

- Las y los jóvenes participantes conocen, discuten y reflexionan en torno a las teorías de la juventud, el bono demográfico, la participación juvenil y la percepción del mundo juvenil frente a la política.
- Las y los jóvenes identifican y analizan a la *Incidencia Política* como una herramienta en el desarrollo de sus capacidades para su intervención en la vida política del país.
- Las y los jóvenes desarrollan habilidades y estrategias comunicativas para la *Incidencia Política*.

¿CÓMO ESTÁ ORGANIZADO EL MÓDULO?

- El módulo está compuesto por tres partes: *Juventudes y Participación*, *Incidencia Política Juvenil* y *Comunicación para la incidencia*.
- En la primera parte se desarrollan los contenidos de manera explicativa y se cierran los temas con lecturas complementarias.
- En la segunda parte se aborda el tema de la *Incidencia Política* y se explica cómo llevar a cabo un proceso de incidencia a partir de los jóvenes.
- En la tercera parte se aborda el tema de la importancia de la comunicación participativa en un proceso de *Incidencia Política*.





PRIMERA PARTE

JUVENTUDES Y PARTICIPACIÓN

"Nadie nace buen ciudadano; ninguna nación nace democrática. Más bien, ambos son procesos que continúa su evolución de por vida. Los jóvenes deben ser incluidos desde que nacen. Una sociedad que se desliga de su juventud cercena su sustento; está condenada a morir desangrada"

*Kofi Annan
Ex Secretario General de las Naciones Unidas*



1.1 TEORÍAS DE LA JUVENTUD DEL SIGLO XX¹



<https://www.pinterest.com/Troop362/boy-scout-vintage/>
Boy scouts acting as messengers to distribute food and medicine to patients at their houses during the influenza epidemic in 1918.



"A young girl at Komsomol committee session". A young girl at the Komsomol committee session.
1 February 1972.
RIA Novosti archive, image #73853, <http://visualria.ru/ru/site/gallery/#73853> 35 mm film / 35 мм Hezamus
Autor: Roman Denisov
Permisos: Commons: RIA Donosti

¹Adaptado de FEIXA, Carles, "Generación XX: Teorías sobre la juventud en la era contemporánea", en *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud* (Manizales, Colombia), vol. 4, n.º 2, julio-diciembre de 2006.

Diferentes generaciones de jóvenes conquistaron espacios protagonizando revoluciones, reformas, guerras, procesos de paz, movimientos musicales, protestas antiglobalización, etcétera. A continuación hagamos un repaso de los principales movimientos juveniles del siglo veinte.

Teorías de la juventud	
Generación <i>boy scout</i>	En 1908, Sir Baden Powell fundó la organización juvenil "Boy Scouts" que marcaría toda una época, y donde se utilizaron virtudes militares para adaptarlas a la formación de los jóvenes. Nacieron nuevos discursos, de carácter progresista, que proclamaban la emergencia de una nueva "cultura juvenil", creada en los ambientes escolares, y que pedía renovar profundamente a la sociedad.
Generación <i>komsomol</i>	En 1920 surge una organización juvenil del Partido Comunista de la Unión Soviética, el Komsomol, como el símbolo de una nueva conciencia generacional, inspirada por el modelo Boy Scout, pero adaptada a las necesidades del Estado revolucionario, donde la división sexual desaparece, y los jóvenes son agrupados en grados de edad que sirven para desarrollar actividades de ocio y formación cívico-militar.
Generación <i>swing</i>	A principios de 1930, las Juventudes Hitlerianas en Alemania y los Balilla Fascistas en Italia fueron espacios de socialización y grupos de choque utilizados por estos regímenes para extender su hegemonía. Pero algunos grupos juveniles encontraron en la música y el baile un espacio a donde escapar de estas tendencias autoritarias, surgiendo así los famosos rebeldes del swing en Alemania, convirtiéndose a finales de la década de los treinta en el único referente de disidencia en una sociedad alineada a una ideología militarista y totalitaria.
Generación <i>escéptica</i>	En 1945, con el crecimiento económico de la posguerra (de la II Guerra Mundial), la situación comenzó a cambiar en un contexto de plena ocupación, con una capacidad adquisitiva creciente por parte de los jóvenes, con la difusión de los medios de comunicación y de la sociedad de consumo, con la escolarización masiva y el nacimiento del mercado adolescente. En este contexto nace la noción de "cultura juvenil" como categoría autónoma e interclasista y se convierte en la edad de moda. Nace la imagen del "rebelde sin causa".
Generación <i>rock</i>	En 1954, la música <i>blues</i> de la población afroamericana comenzó a ser cantada por jóvenes blancos: había nacido el <i>rock & roll</i> . Se trataba de un tipo de música, interpretada por chicos y chicas que no tenían más de dieciocho años de edad, orientada hacia un nuevo mercado juvenil, que pronto se convertiría en el símbolo de la primera cultura auténticamente internacional-popular, en el periodo de posguerra. Quienes tenían menos de veinte años de edad, ya no eran niños o niñas, y formaban una nueva generación que, por primera vez, tenía modelos de su edad: estrellas del cine o de la música.

<p>Generación hippie</p>	<p>En 1964, los jóvenes universitarios iniciaban el <i>Free Speech Movement</i> (Movimiento por la Libertad de Expresión). Se trataba de una protesta estudiantil que se convirtió en un movimiento para los derechos civiles de amplio alcance que pronto se difundió en muchas universidades norteamericanas, convergieron en el <i>Flower Power</i>, que sería universalmente conocido con el nombre de movimiento <i>hippie</i>. La juventud ya no era considerada como un conglomerado interclasista, sino como una nueva categoría social portadora de una misión emancipadora.</p>
<p>Generación punk</p>	<p>En 1976 nace en Londres un nuevo estilo, bautizado con el significativo nombre de punk, (literalmente <i>basura, mierda</i>), huyendo de las teorías funcionalistas sobre la emergencia de una cultura juvenil interclasista, como de las teorías contraculturales que veían en la juventud a la nueva clase revolucionaria.</p> <p>Las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas y negociadas colectivamente mediante la construcción de estilos de ocio distintivos, fruto de la interacción entre tradiciones de clase y símbolos comerciales.</p>
<p>Generación tribu</p>	<p>1985, fue declarado por la Unesco como el <i>Año Internacional de la Juventud</i>, signo de que las cosas no iban bien en el mundo de los jóvenes. El incremento de la desocupación juvenil, el hundimiento de las ideologías contraculturales, el retorno a la dependencia familiar, generaban discursos que ya no incidían en la capacidad revolucionaria y constructiva de los jóvenes, sino en la incertidumbre cultural y en los problemas que encontraban en la inserción social. Nació una actitud, entre cínica y desencantada, que tuvo múltiples traducciones en los imaginarios juveniles, proliferando así microculturas juveniles.</p>
<p>Generación red</p>	<p>En 1994, en Chiapas (México), surge una revuelta de jóvenes indígenas que, más que las armas, utilizó las nuevas tecnologías de la comunicación para difundir sus denuncias y consignas. Lo que algunos autores han llamado "la primera guerrilla posmoderna" se convirtió en un referente generacional para aquellos jóvenes que habían entrado a la juventud con la caída del Muro de Berlín. La característica de los jóvenes de fin de siglo más reveladora es su acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, su acceso a la red por definición: el Internet.</p>



Lectura n.º 1

LA JUVENTUD DE AYER Y HOY²

Según Pierre Bourdieu, la juventud “no sería más que una palabra”: creación social para definir un periodo etario que debiera cumplir, en nuestra época, con ciertas expectativas, pero que no siempre ha sido tratado como un actor social tematizable. La juventud emerge históricamente como un actor social, o como “un grupo de agentes” posibles de analizar y tematizar, en el momento en que la mayoría tiene acceso a la enseñanza y se enmarca de esta forma en un proceso de “moratoria de responsabilidades” que en épocas anteriores no se daba. El joven vive así un estatus temporal en que “no es ni niño, ni adulto” (Bourdieu, 1990).

La vida moderna coloca a los y las jóvenes en el proceso de preparación para entrar en el sistema productivo y autonomizarse respecto de sus familias de origen. La juventud pasa a ser objeto de discusión y análisis cuando los mecanismos de tránsito etario no coinciden con los de integración social, vale decir, cuando aparecen comportamientos definidos como disruptivos en los jóvenes, porque los canales de tránsito de la educación al empleo, o de la dependencia a la autonomía, o de la transmisión a la introyección de valores, se vuelven problemáticos. Conflictividad o apatía política, deserción escolar, postergación de la procreación, desempleo masivo, crisis normativa o conductas de riesgo pasan a ser parte del lenguaje que la sociedad usa para referirse a la juventud.

Desde la perspectiva de los jóvenes, la identidad es una fuente de tensión entre imperativos de integración y pulsiones de individuación. Paradójicamente, la modernidad les coloca el doble signo de prepararse para la inserción social productiva y definir sus propios proyectos con plena autonomía.

El problema mayor es que la identidad pasa simultáneamente por el anhelo de inclusión social que la mayoría de los jóvenes latinoamericanos tiene en el centro de sus proyectos de vida, y la pregunta por el sentido de esa misma inclusión. Tradicionalmente, se identificó a la juventud como una fase de transición entre dos etapas: la niñez y la adultez. De esta manera, se entendió a la juventud como un proceso de transición, en que los niños se van convirtiendo en personas autónomas. En el lenguaje cotidiano, joven era sinónimo de inmaduro, incapaz de asumir grandes responsabilidades adecuadamente; su papel se concebía como moratoria y aprendizaje para el trabajo, la conformación de una familia y la autonomía de la vida adulta.

Hoy día, a medida que se difunde en la estética el culto a la lozanía, en el mundo productivo el culto a la adaptabilidad, y en el mundo recreacional el culto a la vitalidad, el ser joven se convierte en bien preciado por los adultos, al

² CEPAL. *La juventud en Iberoamérica. Tendencias y urgencias*. Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Organización Iberoamericana de Juventud, Octubre de 2004, p. 15, 403 págs.

punto que muchos de estos últimos se resisten a perder dicha condición. No por nada se ha acuñado el término "adulto joven".

Desde una perspectiva sociológica, "la juventud se inicia con la capacidad del individuo para reproducir a la especie humana y termina cuando adquiere la capacidad para reproducir a la sociedad" (Brito, 1997, p. 29).

Desde el punto de vista del desarrollo biopsicosocial, el inicio de la juventud se asocia a la pubertad y a la adolescencia, con todos los cambios psicológicos y hormonales que dicho proceso conlleva, como la identificación sexual y el desarrollo de las características sexuales primarias y secundarias, la búsqueda de la autonomía e independencia, el cambio de la importancia en los grupos de referencia (pasando de una primacía de la familia a la del grupo de pares), el diseño de proyectos personales de vida, entre otros rasgos definitorios.

El límite entre juventud y adultez se ha asociado al inicio de la vida laboral, la conformación de una nueva familia y el rol de padre o madre. En las generaciones anteriores esta etapa se iniciaba a edades más tempranas que en la actualidad. Hoy, debido a la prolongación del proceso educativo, las percepciones de incertidumbre económica y laboral, así como las mayores aspiraciones de los jóvenes, han hecho que progresivamente se postergue la edad promedio en que el joven se hace adulto mediante el trabajo y la creación de su propia familia.

Lo anterior hace difícil establecer límites analíticos claros y permanentes con respecto a la juventud. Más aún, no son igualmente válidos para todos los países ni grupos sociales, y no se puede hablar de una juventud homogénea, sino de una etapa en que sus integrantes viven un proceso de cambio, en cuyo desarrollo se suceden etapas diferenciales en cuanto a las principales actividades que realizan (estudio versus trabajo), su grado de independencia y autonomía (económica y afectiva) y al rol que ocupan en la estructura familiar (hijo, jefe de hogar o cónyuge).

Tomando como perspectiva el criterio demográfico, la Organización de Naciones Unidas ha establecido un rango de edad para definir a la juventud como a los hombres y mujeres de entre 15 y 24 años de edad. Sin embargo, distintos países de Iberoamérica amplían dicho rango, iniciándolo a los 12 años de edad (Colombia y México), y terminándolo a los 29 años de edad (Perú, México, Portugal y España). Dados estos antecedentes y, a la luz del tipo de información que existe en los países, tomaremos en el presente trabajo básicamente el criterio europeo (15 a 29), salvo en el primer capítulo sobre tendencias demográficas, donde se ha utilizado un criterio más ajustado a la edad efectiva en que se asumen roles de jóvenes en América Latina (10 a 24 años de edad).

1.2 MOVIMIENTOS JUVENILES³



Blog <http://lagortverde.com/2012/01/02/yoani-sanchez-piensa-que-tia-y-mucho-miedo-para-una-primavera-grabe-en-cuba/>



Fuente: Marxismo Crítico
<http://marxismocritico.com/2012/03/30/el-pasado-futuro-movimientos-populares-capitalismo-y-crisis/>

Los movimientos ciudadanos de los últimos años han sido protagonizados principalmente por jóvenes estudiantes, quienes motivados por los efectos negativos de la crisis económica internacional, así como el rechazo a regímenes dictatoriales, han alzado su voz para hacerse escuchar a nivel mundial. Los movimientos juveniles son entendidos como una serie de procesos socioculturales, teniendo como característica principal la lucha de los jóvenes por un futuro mejor.

³ Adaptado de RODRÍGUEZ, Ernesto. *Movimientos juveniles en América Latina y el Caribe: Entre la tradición y la innovación*. Montevideo, Centro Latinoamericano sobre Juventud (CELAJU), Secretaría Nacional de la Juventud (SENAJU Perú), Unesco, 297 págs., 2013 [Texto preparado a pedido de la Unesco para su presentación especial en el Seminario Internacional Nuevos Movimientos Juveniles en América Latina, celebrado en Lima, el 22 y 23 de noviembre de 2012, organizado por la Unesco y el CELAJU, con el apoyo de CLACSO, la Oj y la SENAJU del Perú]. Versión digitalizada: http://www.spaj.org.pe/pdf/bibliografia/ERodriguez_Movjuveniles_ver_Preliminar.pdf

Movimientos juveniles

La primavera árabe:

El reclamo de cambios democráticos

En el año 2011 se desencadenaron diversos acontecimientos protagonizados por jóvenes, especialmente en los países con cultura árabe. Empezando por Túnez y Egipto, varias revueltas juveniles terminaron por derrocar a dictadores históricos, a quienes se consideraba invencibles. Las manifestaciones convocadas en gran medida por Internet terminaron apropiándose del espacio público, mostrando dinámicas de gran espontaneidad pero también de gran desorganización. Por ello han sido catalogadas como revoluciones sin líderes, en la medida en que si bien existen personajes destacados, no se trataron de revueltas promovidas por partidos políticos u organizaciones sociales.

La denominada "primavera árabe" se produjo, por un lado, por los mayores niveles de información sobre sus propios países y el mundo en general (gracias al desarrollo de las ya no tan nuevas tecnologías de la información y la comunicación), y la persistencia de regímenes políticos cerrados y autoritarios, que no dejaban espacio alguno para la participación ciudadana. Comenzó en Túnez y en Egipto y se propagó luego a gran parte del Medio Oriente, extendiéndose a países muy dispares, como Arabia Saudita, Argelia o Siria. En todos los casos, el protagonismo juvenil ha sido evidente, del mismo modo que lo ha sido el uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación, especialmente de los teléfonos celulares y de Internet, así como la activa presencia de algunos medios de comunicación globalizados.

Los indignados en España: **"Que se vayan todos"**

Las movilizaciones de los "indignados" en España asumieron un perfil contestatario al sistema, los reclamos se concentraron en el plano económico, sin dejar de lado aspectos políticos. Sus orígenes se basaron en tres grupos: "Democracia Real Ya", "Jóvenes sin Futuro" y "V de Vivienda", formados básicamente a partir de Internet, sin mayores desarrollos en el plano territorial y con una más que elemental institucionalidad (propia de este tipo de movimientos horizontales, sin liderazgos, concretos y estables). La principal movilización fue la convocada para el 15M (15 de mayo de 2011), que consistió en ocupar un lugar emblemático de Madrid (la Puerta del Sol), hecho que fue imitado y repetido en muchas otras ciudades españolas.

Los datos nos indican que dos tercios de los participantes se enteraron del 15M por Facebook. La mayoría de los "indignados" son jóvenes nacidos durante los años de edad del "milagro" español (ingreso a la Comunidad Europea, auge económico, democratización de la política y la sociedad en general, etcétera) pero a los que les ha tocado lidiar con un fuerte ajuste económico. Las principales acusaciones no se vuelcan en contra del gobierno, sino en contra del sistema político como tal, y la mejor muestra fue la "toma" del Congreso bajo la conocida consigna del "que se vayan todos". Para muchos, el problema radica en el nacimiento de una plutocracia conformada por el capital financiero, los banqueros y las empresas transnacionales, que animan un orden neoliberal, neoligárquico y autoritario, al que hay que enfrentar decididamente. El movimiento cuenta, con elementos de gran relevancia en común, que son los que impulsan las movilizaciones y las protestas.



Otras irrupciones juveniles relevantes: Nueva York y Londres

Durante las movilizaciones de 2011 hubo otros países que se vieron conmovidos, tales como Israel, Australia, Irlanda, Portugal, entre otros. En Nueva York, el *Occupy Wall Street* (*Ocupa Wall Street*) comenzó a desarrollarse en febrero de 2011, a partir de una convocatoria de la revista canadiense *Adbusters*, la que, basándose en las rebeliones árabes, instó a ocupar el centro de las finanzas mundiales. El uso de *Twitter* tuvo un impacto relevante, pues buena parte de la movilización fue promovida a través de un hashtag especialmente creado para el efecto. En el caso de Londres, el movimiento tuvo otros orígenes y otras dinámicas, pero presentó al mismo tiempo varios elementos en común. Todo comenzó con el asesinato de Mark Duggan, un joven negro que vivía en las casas municipales destinadas a los ingleses pobres. Su familia y varios vecinos marcharon pacíficamente en reclamo de justicia, pero la policía agredió a un joven de 17 años de edad, lo que desató furia e ira, y de inmediato comenzaron los destrozos, saqueos e incendios, que luego se reprodujeron en otras ciudades inglesas, tales como Manchester, Liverpool y Nottingham.

Se trata de dos casos diferentes: uno más orgánico, que identifica con precisión al "enemigo" y promueve la ocupación del espacio público más representativo del gran capital financiero internacional, y otro más inorgánico, que se ensaña con lo que puede, sin poder identificar con precisión quienes son los responsables y cuáles son las causas de los problemas que los afectan centralmente.

Movimiento estudiantil chileno: La Revolución Pingüina

Los estudiantes chilenos han sido protagonistas de la escena pública, al menos en dos coyunturas particularmente relevantes: (i) la denominada "Revolución Pingüina" impulsada por los estudiantes secundarios en el 2006 y (ii) las movilizaciones de los estudiantes universitarios registrados en 2011. Los principales reclamos de ambos movimientos tuvieron que ver centralmente con la necesidad de contar con una educación pública, gratuita y de calidad. Si bien la educación en Chile muestra indicadores relevantes (en términos de cobertura) no muestra buenos indicadores de calidad y de equidad en relación a la población de niños, niñas, adolescentes y jóvenes que es atendida por el sistema educativo. Las principales características de un sistema educativo altamente segmentado, sustentado en buena medida en recursos privados y gestión también privada, que lleva a que quienes pueden pagar más reciben una mejor educación y quienes pueden pagar menos o sencillamente no pueden pagar, reciben una educación de muy baja calidad o sencillamente quedan excluidos de la enseñanza como tal. Las movilizaciones han contado con formatos novedosos, alejados de las prácticas del siglo pasado, pero se han desarrollado en un marco de racionalidad que mezcla constantemente la presencia en la calle exigiendo cambios, con la participación de delegados estudiantiles en las mesas de negociación, aportando propuestas y analizando con rigurosidad las que formulan desde el gobierno, lográndose avances importantes, aunque no se haya llegado a concretar el conjunto de las reivindicaciones formuladas.

Movimiento juvenil mexicano
Yo Soy 132

Otro movimiento juvenil destacable por su dinámica y creativa incursión en la escena pública actual es el denominado *Yo Soy 132*. Este movimiento ha logrado incidir centralmente en la campaña electoral de 2012 y hasta en el propio resultado de las elecciones. Todo esto ocurre en un país atravesado por la violencia, en donde los jóvenes que han sido "noticia" han sido los "ni-ni" (es decir, que *ni estudian ni trabajan*), y donde no se registraban manifestaciones estudiantiles y juveniles relevantes desde hace más de diez años. Todo comenzó cuando el candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Enrique Peña Nieto, asistió a un acto de campaña, en la Universidad Iberoamericana, en la que los asistentes le formularon preguntas irritantes y su entorno respondió con una campaña de desinformación muy burda, que fue frontalmente rechazada por los estudiantes. Estos fueron acusados de no pertenecer a la universidad, y varios de ellos (131 en total) comenzaron a desmentir, presentándose con su carnet universitario. Muchos otros (miles) se sumaron, presentándose como el "132". El centro de las protestas se ubicó en contra de las grandes cadenas mediáticas (en particular, en contra de Televisa) que venían orquestando una campaña netamente favorable a Peña Nieto. Los estudiantes recurrieron centralmente a las redes sociales (en particular a *Twitter*) y a los teléfonos celulares, lo que los ha convertido en el primer gran movimiento juvenil "cibernético" de la escena mexicana y, en buena medida, latinoamericana.

El movimiento juvenil peruano
#18D: por un trabajo digno
y las 14 zonas.

Los últimos años la juventud peruana ha participado activamente en la escena pública, destacando su participación y movilización para la derogación o impedimento de aprobación de leyes que iban en contra de sus intereses en particular y del país en general.

Así, en julio del 2013, se iniciaron una serie de movilizaciones en contra de los candidatos propuestos por los grupos parlamentarios para la conformación del Tribunal Constitucional, la Defensoría del Pueblo y el directorio del Banco Central de Reserva. Todo ello, debido a que se filtró un audio donde los congresistas "negociaban" la postulación de estos personajes. Los jóvenes salieron masivamente a las calles pronunciándose en contra de lo que se denominó "la repartija", lográndose suspender con ello, la elección de los candidatos propuestos.

Otro acontecimiento importante fue la derogación de la denominada "ley pulpín", ley del régimen laboral juvenil. Ante ello, los jóvenes se organizaron a través de la plataforma #18D: *Por el trabajo digno*, cuyo nombre se dio debido a que el 18 de diciembre de 2014 se iniciaron las protestas en contra de esta ley y porque ese día se recuerda el asesinato del dirigente sindical Pedro Huillca. A través de esta plataforma los jóvenes de todo el país, provenientes de sindicatos, organizaciones sociales, artísticas, políticas e independientes, se organizaron y manifestaron su rechazo a esta ley, tanto en las calles como a través de los medios masivos de comunicación y especialmente de las redes sociales.

En el caso de los jóvenes capitalinos, después de la espontánea marcha del 18 de diciembre, decidieron organizarse territorialmente en 14 zonas, las cuales abarcaron el total de distritos de Lima y Callao. A partir de esta división, los jóvenes organizaron sus actividades y movilizaciones en contra de la "ley pulpín". Luego de la derogatoria de dicha ley, los jóvenes de las zonas han seguido trabajando organizadamente con el objetivo de modificar la Ley General del Trabajo, vigilar la gestión municipal de Lima Metropolitana, entre otras actividades.



Lectura n.º 2

¿DÓNDE QUEDA LA SUPUESTA "APATÍA" JUVENIL? MIRADAS DIVERGENTES SOBRE UN VIEJO TEMA⁴

Un primer gran tema de debate es el relacionado con la real o supuesta "apatía" juvenil, sobre la que tanto se ha hablado en los últimos años, visible (según sus intérpretes) en los escasos niveles de participación electoral de los jóvenes, en su baja presencia en partidos políticos y sindicatos, en las opiniones que brindan sobre la democracia en las encuestas de opinión pública, en la supuesta "rendición" de las nuevas generaciones ante la lógica del consumo y el mercado, en el supuesto "refugio" de las y los jóvenes en la vida privada, etcétera.

Desde este ángulo, era imposible prever la irrupción de nuevos movimientos juveniles (como los que aquí hemos presentado) en la escena pública, y mucho menos con la fuerza y la evidente "politización" con la que se han expresado (sobre todo en el caso de los estudiantes chilenos y los miembros del *Yo Soy 132* mexicano). Por el contrario, era mucho más sencillo (y esperable) pronosticar más apatía y más individualismo, sobre todo en el marco de economías dinámicas que favorecerían el consumismo capitalista (modas en la vestimenta, deportes, cultura, etcétera).

Pero ha ocurrido exactamente lo contrario en un número considerable de casos, al menos en dos modalidades diferentes: por un lado, jóvenes pertenecientes a clases medias ("integrados") que han optado por reconstruir (sobre nuevas bases) movimientos clásicos y estrategias tradicionales; y por otro, jóvenes excluidos, que han recurrido a la conformación de pandillas más o menos violentas, que también han tratado de incidir en la agenda pública, a través de mecanismos más heterodoxos pero igualmente relevantes, como es el caso del "pacto" entre pandillas promovido en El Salvador, o a través de su participación protagónica en movimientos sociales con otras identidades (étnicas, de género, sexuales, etcétera).

En realidad, fueron varios los autores que analizaron la supuesta "apatía" juvenil antes de que se produjeran estas recientes irrupciones sociales protagonizadas por movimientos juveniles, señalando que las y los jóvenes no eran antidemocráticos por no integrarse a partidos políticos o no hacer uso de sus derechos ciudadanos en el marco de procesos electorales. En realidad, se dijo insistentemente, lo que las y los jóvenes rechazan (y lo hacen cada vez más enfáticamente) son determinadas estrategias valoradas como exageradamente formales o carentes de valor real, incluyendo los partidos políticos, las instancias electorales viciadas de diversas limitaciones, etcétera. Alternativamente, se ha sostenido (y la historia parece darles la razón de manera contundente) que las nuevas generaciones sí quieren participar, siempre y cuando las ofertas al respecto sean transparentes, estén alejadas de la manipulación, la corrupción y el clientelismo, y apelen realmente al ejercicio de derechos ciudadanos, a través de espacios y formatos atractivos, modernos, que incluyan un uso intensivo de redes sociales y cuenten con un importante protagonismo de los propios jóvenes. Sin duda, un enfoque totalmente alejado de la "apatía".

⁴ RODRÍGUEZ, Ernesto. *Movimientos juveniles en América Latina y el Caribe: Entre la tradición y la innovación*. Montevideo, Centro Latinoamericano sobre Juventud (CELAJU), Secretaría Nacional de la Juventud (SENAJU Perú), Unesco, 297 págs. [p. 32], 2013 [Texto preparado a pedido de la Unesco para su presentación especial en el Seminario Internacional Nuevos Movimientos Juveniles en América Latina, celebrado en Lima, el 22 y 23 de noviembre de 2012, organizado por la Unesco y el CELAJU, con el apoyo de CLACSO, la OIJ y la SENAJU del Perú].

1.3 LOS JÓVENES Y LA POLÍTICA



Fuente: Archivo JNE

“Debe dársele a la juventud la oportunidad de tomar parte activa en la toma de decisiones a nivel local, nacional y global”

Ban Ki-Moon

Secretario General de la Organización de las Naciones Unidas

La Organización de las Naciones Unidas define a la juventud como el segmento poblacional entre los 15 y 24 años de edad. Las palabras “juventud”, “juvenil” y “joven” se usan de manera indistinta y se refieren tanto a jóvenes mujeres como hombres. Asimismo, es una práctica común referirse a políticos que tienen entre 30 y 40 años de edad como “jóvenes”, ya que las organizaciones políticas y los programas de líderes juveniles ponen como límite de edad de 35 años de edad a aquellos considerados como jóvenes. Muchas organizaciones no gubernamentales internacionales y organizaciones activas en el campo de la gobernabilidad democrática definen a la juventud como todas las personas entre los 18 y 35 años de edad.

Hoy en día los jóvenes constituyen aproximadamente un quinto de la población mundial. La amplia mayoría vive en países en vías de desarrollo. Muchos miembros de esta generación enfrentan desafíos tales como el acceso limitado a recursos económicos, a una educación de calidad, a capacitación, a un empleo digno y a oportunidades de desarrollo económico.

¿CÓMO SE DIFERENCIA LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE LA JUVENTUD DE LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA EN GENERAL?

Existe evidencia en todo el mundo de que la participación de los jóvenes en procesos políticos formales e institucionalizados es relativamente baja comparada con la de los adultos. Cifras sobre participación electoral sugieren que los votantes jóvenes tienden a participar menos en los comicios en comparación con electores adultos. Existe evidencia similar para afiliación y posiciones de liderazgo en partidos políticos y parlamentos. Mecanismos de gobernabilidad no estatales, tales como el liderazgo tribal que se basa en jerarquías relativas a la edad o el linaje tienden a no alentar el involucramiento de la juventud.

Evidencia adicional sugiere que la juventud está más inclinada a participar en procesos políticos informales, tales como activismo, protestas y campañas. La juventud es a menudo la fuerza impulsora de los movimientos de reforma, pues tiende a involucrarse en actividades cívicas y orientadas al servicio, como el voluntariado en causas sociales. Por ejemplo, muchos jóvenes se inclinan más a sumarse a un proyecto de plantación de árboles, que a unirse a un partido político que habla de plantar árboles en el futuro.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE FOMENTAR LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE LA JUVENTUD?

Para lograr una mejor calidad de la gobernabilidad democrática es importante incluir a los jóvenes, pues, a pesar de su participación en procesos informales, no se encuentran formalmente representados en los organismos y poderes del Estado. Sumado a esto, los jóvenes perciben a los procesos políticos formales como no accesibles y/o atractivos para ellos, lo que puede dar forma a sus actitudes negativas frente a la política de por vida. En países con democracias nuevas y emergentes la inclusión de la juventud en procesos políticos formales es importante porque a través de sus aportes, los valores democráticos pueden volverse vivos, preparando el terreno para superar, por ejemplo, prácticas autoritarias. La juventud es una fuerza positiva para el cambio social.

¿QUÉ CARACTERIZA UNA EFECTIVA PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE LA JUVENTUD?

Una efectiva participación política de los jóvenes se caracteriza por ser:

- **Consultiva:** se escucha la voz de los jóvenes en un proceso de consulta establecido por adultos, y en el cual los jóvenes cuentan con capacidades, mandato e información para desempeñar sus roles a través de una iniciativa de promoción encabezada por la juventud.
- **Participación encabezada por la juventud:** los jóvenes tienen un impacto directo en la toma de decisiones dentro de sus propias comunidades juveniles, a través de ONG dirigidas por jóvenes, consejos estudiantiles, congresos juveniles con competencias y presupuestos, etcétera.
- **Participación colaboradora de la juventud:** los jóvenes toman parte efectiva de los procesos políticos regulares de toma de decisiones, entre otros, como electores o como miembros del Congreso, partidos políticos o grupos de promoción.



Las actividades para promover una efectiva participación de la juventud deben ser:

1. **Transparentes:** Debe informarse a la juventud sobre el propósito, alcance y procedimientos del proceso en el cual está participando.
2. **Respetuosas y basadas en derechos:** La juventud debe ser tratada como un agente de cambio que tiene el derecho a participar y a ser escuchado.
3. **Sujetas a rendición de cuentas:** Para que la participación no sea un evento único, deben establecerse mecanismos para asegurar el seguimiento, implementación de las decisiones de la juventud y rendición de cuentas al electorado juvenil.
4. **Relevantes y de fácil acceso para la juventud:** Deben ser conducidas por jóvenes tanto como fuera posible. Los jóvenes mismos pueden y deben decidir sus prioridades, métodos y tácticas.
5. **Incluyentes:** Debe darse igualdad de oportunidades de participación a grupos desfavorecidos de jóvenes, como mujeres jóvenes, minorías étnicas, jóvenes analfabetos, residentes rurales y jóvenes con necesidades especiales.
6. **Voluntarias y seguras:** La capacidad reside dentro del individuo, como también dentro de las organizaciones y del contexto.



Lectura n.º 3

¿QUÉ DICEN LOS JÓVENES ACERCA DE LA POLÍTICA EN EL PERÚ?⁵

Desafección hacia la política y su carácter ajeno

A la corrupción y a la carencia de valores de los políticos se suma la lejanía con que se percibe la política como concepto abstracto. No se percibe y mucho menos detenta interés alguno. Aquellos a quienes citamos a continuación tienen algo en común: no sienten que sean afectados por la política, pues esta es completamente ajena a ellos. Se trata de algo mucho más grave para la democracia, ya que en el punto anterior se sentían afectados por algo que aún percibían como suyo; por ello es que el dolor del engaño aún afectaba el cuerpo del ciudadano y de la ciudadana. En cambio, con este discurso la ciudadanía se divorcia por completo de la política. Veamos algunos casos:

La política no me interesa. Asuu, me matas, no me interesa, en serio, es que no me afecta para nada... haya lo que haya en la política -dice, ante la insistencia de mis constantes preguntas- Jaja, peor que mis profes eres, jaja, zeres periodista? Jaja, porque no me afecta pues, o sea, no me importa. Cuando a alguien le importa algo es porque listo, le importa, pienso así... ¿Entiendes? algo simple. (DJ M., hombre de 18 años de edad, Callao. La denominación DJ hace referencia a su desempeño como especialista en mezclas de ritmos musicales vía efectos electrónicos, con mayor incidencia en el reggaetón).

⁵ RODRÍGUEZ, Ernesto. *Movimientos Juveniles en América Latina y el Caribe: Entre la tradición y la Innovación*. Montevideo, Centro Latinoamericano sobre Juventud (CELAJU), Secretaría Nacional de la Juventud (SENAJU Perú), Unesco, 297 págs. [p. 223], 2013 [Texto preparado a pedido de la Unesco para su presentación especial en el Seminario Internacional Nuevos Movimientos Juveniles en América Latina, celebrado en Lima, el 22 y 23 de noviembre de 2012, organizado por la Unesco y el CELAJU, con el apoyo de CLACSO, la OJJ y la SENAJU del Perú].



Pfff, en eso sí no me meto. A mi viejo le encanta la política, a mí nada, ¿por qué no? No sé, nunca le he tenido mucho interés, será porque mis papás siempre discutían por eso, porque a mi mamá no le gustaba que mi papá pase tiempo en la política pues, y como desde chico vi eso, nunca me interesó. (A., hombre de 17 años de edad, Villa María del Triunfo, estudiante de Cibertec).

En el primer testimonio se aprecia la imposibilidad de conciliar algún punto de referencia entre el entrevistado y la política. Quien se autodenomina DJ, no entiende de motivaciones que puedan acercarlo, aunque sea brevemente, a la política. No es un expulsado del mundo político, es un autoexiliado. El segundo caso es relacionado con la insistencia de un padre comprometido con las ambiciones políticas, lo cual lo alejaba de su propia familia. Su hijo, no piensa repetir aquellos "errores", piensa vivir su vida alejado de cualquier compromiso que lo distancie de lo que al parecer le importaría mucho más: su vida privada. El que no le importe, por un lado, ni que quiera meterse, por el otro, implica una actitud esquiva y riesgosa en cuanto a la construcción de *ciudadanía* de quienes recién debieran empezar a forjarla, una ontología de la responsabilidad política que se ve seriamente afectada.

Analicemos más opiniones negativas: *Bueno, no me gusta, porque gane quien gane, no nos da de comer* (U. Mujer de 18 años de edad, Chorrillos). Nuevamente, la joven se autoexilia de aquello que no le generaría ningún interés. Su fundamento es aún más radical: la política no le dará de comer ni a ella ni a nadie. La política no es el gobierno de todos, sino el gobierno de unos cuantos cuyos propios intereses son satisfechos sin que nuestros entrevistados y entrevistadas sientan la menor molestia de estas actitudes. Es mejor eliminarlo de su vista. Todos y todas existen y viven sin intermediación del Estado, ya que este es incapaz de velar por la ciudadanía. Ha llegado el punto de quiebre entre ambos, en donde el declive de las instituciones llega a afectar al propio Estado, deslegitimándolo, a pesar de su existencia real a través de las políticas fiscales o sociales.

Tenemos a M., de 16 años de edad, que sostiene: *Ay, oye, tengo 16, cómo voy a opinar... no, que es un asco... a ver, los políticos son mentirosos.* (M., mujer de 16 años de edad, Carmen de la Legua. Estudiante de la Academia Militarizada Los Rangers). Inclusive, para ella la política no es algo que le interese, y se basa en la edad que tiene, la cual, según refiere, la excluye de cualquier responsabilidad, lo cual nos lleva a un debate aún más complejo. Pero si a pesar de ello debe emitir una opinión no dudará en sostener cuán repugnante es la política. Se trata del ciudadano consumidor espectador que experimenta la política como un cuerpo separado (Hopenhayn, Calderón y Ottone, 1996).

Una mujer de 19 años de edad opina: *La política es un asco, me aburre porque me llega, en serio, me aburre, y no me gusta ¿ya?, porque no me gustan los temas que tratan, ¡ah! ¡En serio! No sé cómo explicarme, no sé, los temas me suenan aburridos. Porque entre políticos se contradicen y no llegan al punto adecuado y prefiero más dedicarme al tema del arte y de la música* (A., mujer de 19 años de edad, Callao. Estudiante de inglés del Instituto Cultural Peruano Norteamericano). Ella no sentirá ninguna intención en interesarse por estos temas debido a lo aburrido que le parece este mundo. No es desagrado ni repulsión del tipo de los otros entrevistados, sino simple aburrimiento frente a los temas que realmente le interesan, como la música. Las contradicciones éticas y morales que circundan a la política la retraen hacia su ámbito más privado, el de sus verdaderos intereses. Aquellos temas vinculados por excelencia al bien común pierden validez frente a la individualidad. [...]

PARA MAYOR INFORMACIÓN SOBRE LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE LOS JÓVENES VER ANEXO
Nº 1: PARTICIPACIÓN DE LA JUVENTUD EN LAS ELECCIONES REGIONALES Y LOCALES 2014

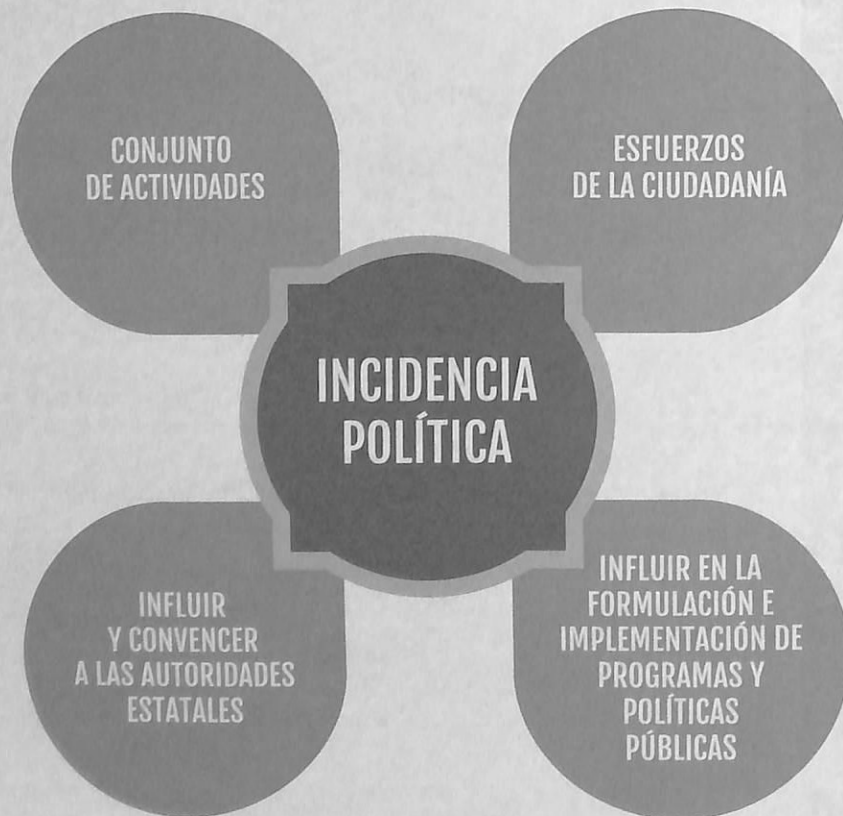


INCIDENCIA POLÍTICA JUVENIL

*Cuando la sociedad civil organizada hace sentir su poder, influyendo
en las políticas públicas o programas del gobierno, a eso se le llama
INCIDENCIA POLÍTICA.*

(Tomado de Guía Popular para la Incidencia, WOLA 2001)

2.1 ¿QUÉ ES LA INCIDENCIA POLÍTICA?



Fuente: WOLA - Oficina en Washington para Asuntos Latinoamericanos. Manual para la facilitación de procesos de Incidencia Política. Washington, DC., impreso en Guatemala, 2005.

Dimensiones de la *Incidencia Política*



En el esquema presentado podemos ver las diferentes dimensiones de la *Incidencia Política*, donde la ciudadanía ejerce un poder real frente a los que poseen el poder formal. Los procesos de *Incidencia Política* exitosos logran resolver problemas específicos a través de cambios concretos en políticas o programas estatales y aportan a la resolución de problemas más grandes o estructurales, fortaleciendo de esta manera a la sociedad civil y consolidando la democracia.

Definiendo a la *Incidencia Política*

Se entiende por *Incidencia Política* como un proceso liderado por la ciudadanía organizada, con la finalidad de influir en la formulación e implementación de las políticas públicas por medio de la persuasión y negociación de propuestas planteadas a las autoridades locales, regionales y nacionales; así como también a instituciones del Estado y a organismos de cooperación internacional.

Cualquiera que sea el tema de la incidencia siempre se promueve la participación e involucramiento de los ciudadanos en el proceso de formulación e implementación de las políticas.

Un proceso de *Incidencia Política* puede contener actividades y campañas en los medios de comunicación, conferencias públicas, publicaciones de investigaciones o encuestas, difusión boca a boca, entre otras. Asimismo, dentro de las actividades más resaltantes de la *Incidencia Política* está el "cabildeo" o "gestión de intereses" por parte del grupo interesado. El cabildeo es una forma directa de *Incidencia Política* donde se media y se acerca a las autoridades para tratar el tema de interés.

⁶ El concepto de cabildeo se define como "Informar para Influir", con los distintos agentes que tienen poder de decisión, de manera lícita y transparente a favor de los intereses representados por el cabildero. El cabildeo ayuda a dinamizar los procesos de toma de decisión política, hace posible que un número mayor de organizaciones y grupos representativos de la sociedad participen en dichos procesos; en ese sentido, el cabildeo promueve la democratización de las decisiones públicas.

Para una mejor comprensión, veamos otras definiciones de *Incidencia Política*. El profesor Jan Servaes⁷, de la Universidad de Massachusetts, señala lo siguiente:

"La *Incidencia Política* para el desarrollo es una combinación de acciones sociales diseñadas para conseguir un compromiso político, apoyo a determinadas políticas, aceptación social y apoyo sistémico en favor de un determinado objetivo o programa. Implica recopilar y estructurar la información de forma persuasiva, comunicar el caso a los poderes de decisión y a otros potenciales partidarios, incluyendo al público (a través de diversos canales interpersonales y mediáticos), así como estimular la acción de instituciones sociales, políticos e interesados en general, en apoyo del objetivo del programa"⁸.

En el Manual para la facilitación de procesos de *Incidencia Política*, editado por la Oficina en Washington D.C. para Asuntos Latinoamericanos (WOLA) y el Centro para el Desarrollo de Actividades de Población (CEDPA), definen a la *Incidencia Política* de la siguiente manera:

"La *Incidencia Política* es el esfuerzo de la ciudadanía organizada para influir en la formulación e implementación de las políticas y programas públicos, a través de la persuasión y la presión ante autoridades estatales, organismos financieros internacionales y otras instituciones de poder. Son las actividades dirigidas a ganar acceso e influencia sobre las personas que tienen poder de decisión en asuntos de importancia para un grupo en particular o para la sociedad en general"⁹.

⁷ Director y profesor, del SBS Center "Communication for Sustainable Social Change" (CSSC) (Comunicación para un Cambio Social Sostenible) Universidad of Massachusetts, Amherst.

⁸ SERVAES, Jan (1992), *Development Communication in Action: Report of the Inter-Agency Meeting on Advocacy Strategies for Health and Development*. WHO Conference, Ginebra, del 9 al 13 de noviembre de 1992, pág 36.

⁹ MCKINLEY, Andrés, y Patrick BALTAZAR, CEDPA - Centro para el Desarrollo de Actividades de Población, y WOLA - Oficina en Washington para Asuntos Latinoamericanos. *Manual para la facilitación de procesos de Incidencia Política*. Washington D.C., impreso en Guatemala, marzo de 2005.

Manuales de *Incidencia Política* para temas de salud, sexualidad en jóvenes y adolescentes, de empoderamiento de mujeres, entre otros temas, plantean las siguientes definiciones:

“Preparándonos para entender el poder”¹⁰: La *Incidencia Política* es uno de los recursos más utilizados en la actualidad por organizaciones no gubernamentales, de base comunitaria e instituciones, para lograr cambios efectivos en planes, programas y políticas, a nivel local, nacional, regional e internacional. La incidencia política ayuda a ampliar la capacidad de intervención de las poblaciones [...] o de la sociedad civil organizada, para alcanzar los niveles en donde se toman las decisiones.

El término incidencia se entiende también como influencia. [...]. Sin embargo, el tema de incidencia en políticas públicas hace referencia explícita a las acciones que llevamos a cabo y que tienen consecuencias directas para las políticas que decide e implementa el gobierno. La incidencia en políticas públicas consiste en actividades confrontativas y cooperativas que implican interactuar con el gobierno y otras instituciones públicas¹¹.

Como vemos, la *Incidencia Política* no es una actividad aislada en sí misma, más bien forma parte de las acciones de participación ciudadana. Cuando se lleva a cabo un proceso de *Incidencia Política* se planifican e incorporan acciones estratégicas orientadas a influenciar en la toma de decisiones gubernamentales y privadas, para lo cual es necesario tener un mayor conocimiento sobre la dinámica del poder político, las normas e instancias, además de implementar mecanismos de seguimiento y evaluación para contar con una retroalimentación permanente.

Un proceso de *Incidencia Política* exitoso dependerá también del aprendizaje de los errores que se cometan en el camino y del fortalecimiento del grupo interesado en términos de capacidades sociales y habilidades comunicacionales, que van desde el manejo del discurso, la postura hacia la negociación, entre otros aspectos.

¹⁰ Fundación Ecuatoriana Equidad y la Asociación para la Salud Integral y Ciudadanía en América Latina y el Caribe ASICAL y Corporación Kimirina, *Manual de Incidencia Política, Ecuador*.

¹¹ Mónica Tapia Álvarez, Beatriz Campillo Carrete, Susana Cruickshank Soria y Giovanna Morales Sotomayor. Alternativas y Capacidades A.C. *Manual de incidencia en políticas públicas*, México, marzo de 2010.

Por lo tanto, la Incidencia Política es el proceso de influenciar en los resultados de las acciones, comportamientos, posiciones y decisiones, incluyendo las políticas, de las instituciones públicas y privadas.

Es importante tener claro ciertos conceptos anteriormente mencionados, como por ejemplo el de "políticas públicas". Veamos en qué consisten:

¿Qué son las políticas públicas?

Una política pública es la acción gubernamental que moviliza recursos humanos, financieros e institucionales para resolver problemas públicos identificados. Son las respuestas del Estado frente a las demandas de la sociedad a través de normas, instituciones, servicios, bienes, etcétera, de manera centralizada o descentralizada. Cuando incidimos en las políticas públicas participamos de manera organizada persuadiendo (convenciendo) a los actores de la esfera pública con el objetivo de transformar sus percepciones, ideas, decisiones y/o acciones.

En resumen, podemos decir que una política está formada por el conjunto de acciones secuenciales particularmente concebidas para resolver las causas de un problema público. Veamos cómo se construye una política pública:



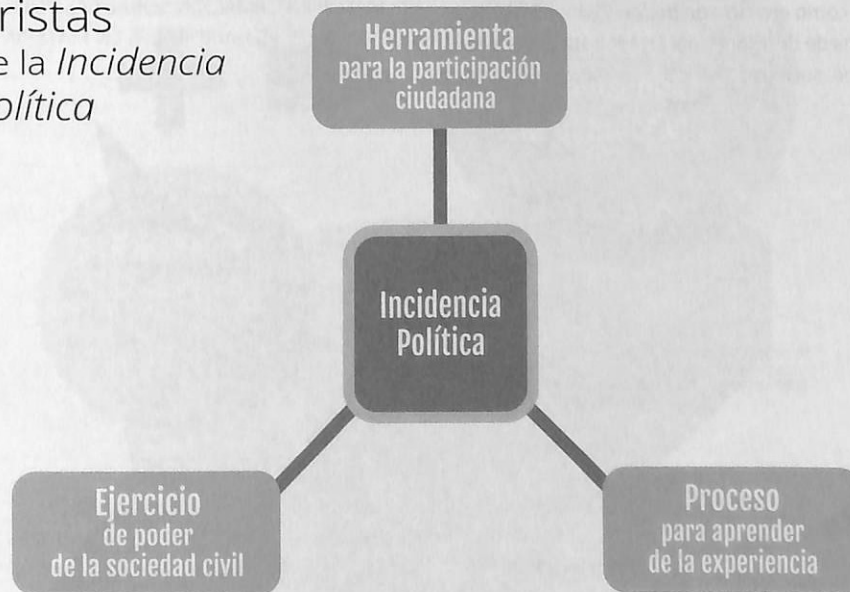
Elaboración propia, basada en The Policy Process <http://www.thisnation.com/>

Las políticas públicas son directrices que da el Estado para llevar a cabo acciones que impulsen su desarrollo. Son la base de la gestión pública; es decir, el conjunto de decisiones y reglas necesarias de adoptar para motivar y coordinar a las personas con el objetivo de alcanzar las metas del Estado.

Por lo tanto, la base de las políticas y de la gestión pública es su aceptación y aplicación por parte del público, pero para llegar al "ciudadano de a pie" primero se debe tener la aceptación de los funcionarios públicos encargados (su compromiso). En otras palabras, tomar en cuenta la aceptación de la política por parte de ambos (público y funcionarios) es fundamental para el éxito de una política pública.

Fuente, SOLANO, David. *Marketing social para políticas públicas efectivas y eficientes*, en *Conexión Esan.com*, 19 de febrero de 2014. Versión digital: <http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/02/19/marketing-social-politicas-publicas-efectivas-eficientes/>

Aristas de la *Incidencia Política*

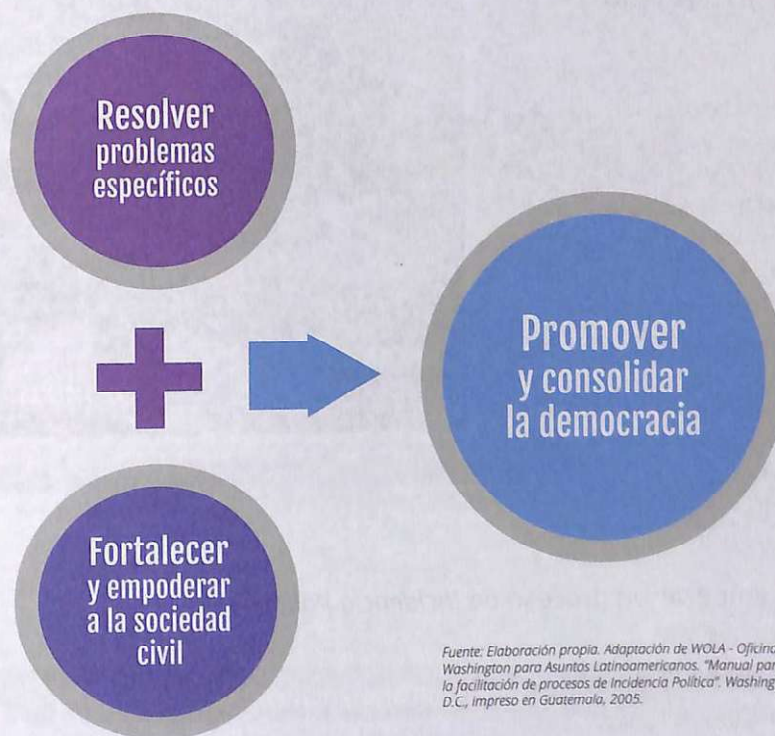


Fuente: Adaptación de WOLA - Oficina en Washington para Asuntos Latinoamericanos. "Manual para la facilitación de procesos de Incidencia Política". Washington D.C., impreso en Guatemala, 2005.

- **La Incidencia Política como herramienta para la participación ciudadana:** Como observamos en el diagrama, la *Incidencia Política* es una herramienta para la participación de la ciudadanía porque permite a la sociedad civil ejercer su poder como grupo interesado en la creación o modificación de una política y, al mismo tiempo, aprender de dicha experiencia durante todo el proceso que dura la incidencia. De esta manera, la ciudadanía organizada dentro de un proceso de incidencia influye en la toma de decisiones del gobierno o en otras instancias de poder y busca tener impacto en las políticas públicas.
- **La Incidencia Política como ejercicio de poder:** Cuando la ciudadanía influye en la toma de decisiones del Estado está ejerciendo su propio poder como sociedad civil. La *Incidencia Política*, se puede ver como un ejercicio de poder de parte de la ciudadanía frente al poder del gobierno.
- **La Incidencia Política como un proceso para aprender de la experiencia:** Los procesos de *Incidencia Política* implican diversas estrategias que se llevan a cabo a lo largo del proceso. No todas las estrategias implementadas tienen éxito, algunas fracasan y se debe seguir para adelante, aprendiendo de los errores y fortaleciendo al grupo.

PARA MAYOR INFORMACIÓN SOBRE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS VER ANEXO 2 POLÍTICAS NACIONALES EN MATERIA DE JUVENTUD.

2.2 ¿CUÁL ES EL OBJETIVO DE LA INCIDENCIA POLÍTICA?



Fuente: Elaboración propia. Adaptación de WOLA - Oficina en Washington para Asuntos Latinoamericanos. "Manual para la facilitación de procesos de Incidencia Política". Washington D.C., impreso en Guatemala, 2005.

Como vemos en el gráfico, el principal objetivo de la incidencia política es la promoción y consolidación de la democracia. Con la incidencia política podemos resolver problemas concretos que afectan a un grupo de la sociedad civil y al mismo tiempo fortalecerla y empoderarla.

La participación de los jóvenes en los procesos de incidencia política¹²

La participación de los jóvenes en la formulación e implementación de políticas públicas es una tarea necesaria y fundamental porque les permite reflexionar sobre su propia situación de vida para identificar sus necesidades y prioridades. Con esto, los jóvenes están en la capacidad de elaborar propuestas, reclamos y empoderarse para exigir sus derechos.

Con la participación de los jóvenes interactuando con las entidades y autoridades estatales se construye un espacio de aprendizaje mutuo entre todos los actores involucrados. De este modo se lograría dar soluciones adecuadas y sostenibles a las necesidades de los jóvenes.



Fuente: I Encuentro Metropolitano de Jóvenes Líderes Afro descendientes: Democracia Participativa e Inclusiva. Lima, Abril 2012.

Pero ¿qué nos motiva a empezar un proceso de *Incidencia Política*?

Respondemos las siguientes interrogantes:

1. ¿Para qué hacemos *Incidencia Política*?
2. ¿Qué queremos lograr con la *Incidencia Política*?
3. ¿Cómo hacemos *Incidencia Política*?
4. ¿Cuándo se hace *Incidencia Política*?

¹² Adaptado de TINEO, Jeannette, María FAGET, y Cristina PUIG. *Incidencia política a nivel municipal: Empoderamiento y participación juvenil en políticas públicas para la promoción y defensa de la salud y los derechos sexuales y reproductivos*. Santo Domingo, Rep. Dominicana, Family Care International, setiembre, 2007.

¿PARA QUÉ HACEMOS INCIDENCIA POLÍTICA?

- Para fortalecer y empoderar a las organizaciones, a la sociedad civil organizada, a grupos juveniles, desarrollando sus capacidades y competencias y haciendo efectiva su participación.
- Para promover cambios frente a situaciones de incumplimiento o ausencia de políticas, cambio de políticas o exclusión que afecte a la sociedad a través de programas y proyectos de políticas públicas.
- Para fortalecer la democracia y la gobernabilidad, afianzando el liderazgo y la participación política de la ciudadanía.

¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR CON LA INCIDENCIA POLÍTICA?

- Elaborar propuestas de políticas respecto de temas de interés público o un tema en concreto que esté afectando a un sector de la ciudadanía.
- Influir en las políticas públicas existentes cuando afecten de manera negativa a los intereses de ciertos sectores sociales o para hacer funcionarlas efectivamente.
- Sensibilizar a quienes toman decisiones y también a quienes implementan y ponen en práctica las políticas públicas.
- Participar en la elaboración de estrategias para la toma de decisiones para que sean más transparentes e inclusivas.

¿CÓMO HACEMOS INCIDENCIA POLÍTICA?

- Se identifican problemas que afecten la vida de las personas o de un sector específico de la sociedad.
- Se definen objetivos claros y precisos para solucionar el problema o problemas identificados.
- Se desarrollan capacidades colectivas, conocimientos y habilidades del grupo impulsor y se analiza el entorno político.
- Se formulan propuestas de solución a los problemas identificados, elaborando documentos donde se planteen las soluciones a las demandas y necesidades.
- Se identifican a los actores con poder de decisión y convocatoria para ejercer presión sobre ellos, transformando las propuestas en políticas de alcance local, regional o nacional.

¿CUÁNDO SE HACE INCIDENCIA POLÍTICA?

Cuando se identifican, como causas centrales de un problema, alguna o algunas de las siguientes situaciones:

- Ausencia de políticas adecuadas en relación al problema identificado.
- Vigencia de políticas que afectan intereses de determinados sectores.
- El incumplimiento constante de políticas existentes.

Es importante tomar en cuenta lo siguiente:

Una situación se convierte en un problema objeto de *Incidencia Política* cuando se reconoce que para solucionarlo es necesario modificar políticas públicas y relaciones de poder.

De hecho, toda intervención por el desarrollo de la institucionalidad democrática requiere de modificaciones en políticas sectoriales, regionales o nacionales y en las relaciones de poder existentes en esos espacios.¹³

¹³ Laura Becerra Pozos, "Participación e *Incidencia Política* de las OSC en América Latina; Definiciones, Recomendaciones y Retos". Asociación Latinoamericana de Organizaciones de Promoción - ALOP Febrero del 2005.

2.3 FACTORES QUE CONTRIBUYEN AL ÉXITO DE LA INCIDENCIA POLÍTICA

¿Qué es un factor?

Es un elemento o acontecimiento que contribuye, junto con otros elementos, a producir un resultado.

FACTORES EXTERNOS	FACTORES INTERNOS
A nivel del país	Al interior de las organizaciones de la sociedad civil
<p>Apertura democrática: garantías en el respeto a los derechos humanos básicos, tales como el derecho a la vida, la libertad de asociación, libertad de expresión, entre otros.</p>	<p>La democracia interna: los procesos de democracia interna en las organizaciones amplían los niveles de participación y permiten construir iniciativas con mayores posibilidades de éxito.</p>
<p>Equidad social, económica y cultural: La pobreza y la exclusión social económica y cultural disminuye la capacidad de los sectores económicamente desfavorecidos de organizarse y de planificar e implementar iniciativas para influir en las políticas.</p>	<p>Disposición de interactuar con el gobierno: Es importante que la sociedad civil esté dispuesta a interactuar con el gobierno de una manera constructiva y menos conflictiva. La interacción con el Estado debe apuntar al éxito de la propuesta.</p>
<p>Descentralización: Cuando un Estado funciona de manera centralizada impide resolver problemas reales de la ciudadanía, debido al limitado acceso que tiene esta a las instituciones del Estado.</p>	<p>Disposición de construir y fortalecer nuevas alianzas: La unión hace la fuerza; se tendrá un mayor impacto cuando varios sectores o grupos de la sociedad civil se unan. Se fortalecerán las alianzas y se debilitarán los bloques tradicionales de oposición.</p>
<p>Acceso a los medios de comunicación: Para influir en la opinión pública y generar corrientes de opinión favorables es necesario tener acceso a los medios de alcance local y nacional. La estrategia a través de los medios es clave para el éxito de la <i>Incidencia Política</i>.</p>	<p>Visión del proceso de incidencia dentro de una estrategia de largo plazo: Es importante que la <i>Incidencia Política</i> se enmarque en un contexto de objetivos de cambio a largo plazo. Los resultados a corto y mediano plazo del proceso de incidencia deben corresponder a los de largo plazo y contribuir a hacer más sólida la estrategia.</p>
<p>Transparencia: Para que la ciudadanía pueda influir en las políticas de Estado es necesario tener acceso a la información pública. Sin este acceso no se podrá contar con suficiente información para analizar el problema identificado y formular propuestas de solución que sean factibles. Asimismo, la rendición de cuentas por parte de los funcionarios públicos es necesaria durante el proceso de incidencia.</p>	<p>Claridad sobre la misión del grupo o alianza: El grupo impulsor del proceso de incidencia debe contar con una misión previamente establecida, encaminando así sus prioridades. La misión brinda identidad organizativa, objetivos y fines claros.</p>



Manejo básico de conocimientos sobre el Estado: Conocer la estructura legal básica del país y de las leyes que se refieren al problema a resolver, el funcionamiento de los diferentes espacios de decisión dentro del Estado, así como de políticas públicas relacionadas con el tema en cuestión es fundamental para el desarrollo del proceso de incidencia.

Conocimiento del contexto político actual: Conocer la realidad de nuestro contexto político es determinante para el éxito de una iniciativa de *Incidencia Política*. Seremos capaces de analizar de manera objetiva y realizar planteamientos técnicos y políticos reales.

Manejo de información y capacidad de investigación: Debemos contar con información real y confiable para analizar problemas, formular propuestas de solución, conocer los espacios de decisión, identificar a los actores claves, plantear estrategias y presentar argumentos que apoyen las propuestas. Asimismo, la voluntad de investigar y de contar con el apoyo de expertos es importante para facilitar el proceso de incidencia.

Componente educativo interno: La formación permanente del grupo impulsor y de sus líderes es necesaria para poder incrementar su capacidad de análisis, investigación y organización.

Acuerdos claros dentro del grupo u organización que impulsa la iniciativa de incidencia: Los intereses, expectativas y responsabilidades dentro del grupo deben estar claros. Es normal que surjan conflictos y malentendidos, pero estos problemas se pueden minimizar si se cuentan con acuerdos claros y mecanismos efectivos para la toma de decisiones internas y la representación hacia afuera.

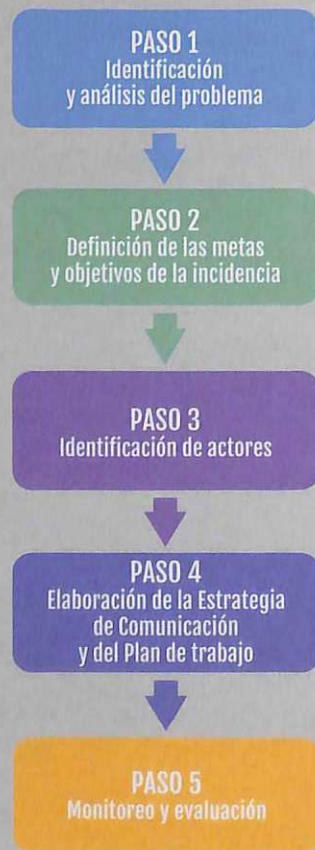
Disponibilidad de recursos humanos y económicos para la iniciativa de incidencia: Todo proceso de *Incidencia Política* requiere de recursos humanos, materiales y económicos. Las organizaciones deben estar preparadas para asignar personal capacitado y otros recursos claves a las iniciativas que emprendan.

2.4 ELABORACIÓN DE UN PLAN DE INCIDENCIA POLÍTICA

¿Qué es un plan de *Incidencia Política*?

Un plan de *Incidencia Política* es una guía de trabajo que ordena las fases del proceso de incidencia. Es importante elaborar un documento por escrito del plan de incidencia, el cual debe ser socializado. En el documento se debe precisar las acciones a seguir, las estrategias, recursos humanos y financieros con los que se cuenta para llevar a cabo el proceso.

No existe un solo modelo para el diseño, implementación y realización del plan de incidencia. El plan debe contemplar la flexibilidad durante su ejecución para corregir o reordenar el trabajo cuando sea necesario. Por ello, es importante poner en práctica la creatividad y la capacidad colectiva para concebir y diseñar un plan de incidencia y elaborar propuestas de solución a los problemas identificados



PASO 1

Identificación y análisis del problema

¿Cuál es el problema que queremos resolver?

Todo proceso de *Incidencia Política* empieza con la identificación del problema, asunto u objetivo sobre el cual que se quiere influir. El grupo promotor debe estar de acuerdo en promover o apoyar la causa que llevará a un cambio o creación de una ley, el mejoramiento o creación de un programa o servicio, nuevos reglamentos, etcétera.

Hay que identificar las causas y las pruebas que justifican el problema (factores sociales, políticos, económicos, otros) para poder proponer las soluciones. El tema a trabajar debe responder a las necesidades del grupo humano que representa. Para ello debemos recolectar toda la información posible que respalde la situación identificada.

Para realizar el análisis del problema identificado, se debe empezar delimitando la situación en función de dos elementos: espacio geográfico y lugar a desarrollar la propuesta. Seguidamente, se analizan las políticas, prácticas y actitudes que se pretende cambiar con el proceso de incidencia.

¿Cómo identificamos el problema?

Momentos	Preguntas motivadoras	Características
Definir el problema a solucionar.	¿Cuál es el problema que queremos resolver?	Medible y posible en términos técnicos y políticos.
Verificar si el problema tiene solución a través de la incidencia.	¿Es relevante en la vida de las personas? ¿Tiene que ver con políticas públicas? ¿Puede ser solucionado realizando cambios en las políticas públicas? ¿Es resultado de ausencia de políticas adecuadas? ¿Tiene relación con la vigencia de algunas políticas? ¿Se trata de un problema que resulta del incumplimiento de políticas existentes?	

Una vez identificado el problema, debemos analizarlo para poder delimitar el tema específico que se va a trabajar. Debemos identificar cuáles son las causas del problema para poder plantear soluciones.

¿Cómo analizamos el problema identificado?

Problema seleccionado:	¿Qué?
Afectados por el problema:	¿A quién afecta y dónde?
Consecuencias del problema:	¿Cómo ha afectado el problema?
Causas principales del problema:	¿Por qué?
Causa principal (la prioridad):	¿Por qué?
Factores que contribuyen a la causa principal:	Elementos, circunstancias que causan el problema principal
Factor prioritario:	

PASO 2

Definición de las metas y objetivos de la incidencia

¿Qué se desea lograr?

Se deben definir las metas de la incidencia, es decir, la manifestación del resultado que se quiere alcanzar en un tiempo y espacio determinado.

Luego de definir la meta se deben definir los objetivos. Los objetivos son aquellos propósitos o fines que se pretenden alcanzar y hacia el que se dirigen todos nuestros esfuerzos para el logro de la meta.

Algunas preguntas orientadoras para este paso:

- ¿Qué es lo que se quiere lograr?
- ¿Cómo se quiere lograr? (qué acciones se van a realizar)
- ¿Quién tiene que llevar a cabo la acción?
- ¿Cuándo se tiene que llevar a cabo?

PASO 3

Identificación de actores

En este paso debemos identificar a aquellos actores políticos y sociales sobre los cuales queremos influir, que adopten y respalden el problema propuesto, actores que toman las decisiones y aquellos que pueden apoyar o no la propuesta de incidencia.

Por lo tanto, se tendrán aliados y actores clave que influenciarán en el proceso de toma de decisiones. Los actores pueden ser: funcionarios públicos, líderes de opinión, ministerios, ONG, organizaciones de la sociedad civil, medios de comunicación, entre otros.

También se deben identificar a los opositores o detractores para elaborar estrategias de convencimiento y solicitar audiencias con ellos. Para poder llevar a cabo estas identificaciones debemos elaborar un mapa de poder. El mapa de poder es una herramienta que identifica las escalas diferenciadas y niveles de jerarquía entre los actores políticos y sociales que pueden influir y decidir en el proceso de incidencia.

ELABORANDO UN MAPA DE PODER

¿Qué es un mapa de poder?

Es una herramienta de análisis que nos ayuda a reflexionar sobre los actores políticos y sociales y el grado de influencia que tienen en el proceso de incidencia. El mapa es como una fotografía de un momento particular del proceso político, el cual es dinámico y cambiante y, por ello, puede modificarse durante el desarrollo del proceso de incidencia.

¿Por qué es útil un mapa de poder?

Porque nos ayuda a organizar y recolectar información importante, permitiendo así el análisis de la posibilidad y efectividad del plan de incidencia. Debemos tomar en cuenta que el actor político puede ser una persona, un grupo de personas o una organización con la capacidad de influir sobre el proceso de *Incidencia Política*. Además de tener un listado de los diferentes actores que participan en una iniciativa, también es importante conocer sus acciones y los objetivos de su participación.

¿Cómo identificamos a los actores en un mapa de poder?

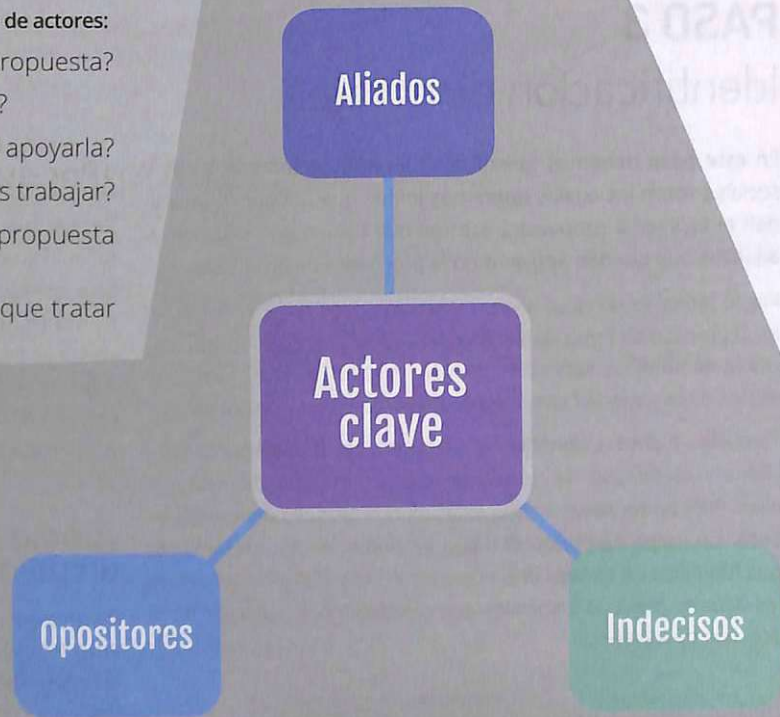
En un mapa de actores sociales se deben señalar a las personas, grupos y organizaciones que pueden afectar o verse afectadas por la propuesta de *Incidencia Política*. Una vez identificadas debemos calificarlas de acuerdo a sus características más resaltantes; nivel de poder en la toma de decisiones, su interés en la problemática, y la posición que podrían adoptar respecto a la propuesta.

Veamos algunas preguntas guía para la identificación de actores:

- ¿Quiénes son los principales aliados de su propuesta?
- ¿Qué tanto influyen en nuestra propuesta?
- ¿Estos aliados tienen suficiente poder para apoyarla?
- ¿Quiénes serían actores clave con los cuales trabajar?
- ¿Quiénes están siendo afectados por la propuesta de *Incidencia Política*?
- ¿Quiénes serían actores clave que habría que tratar de convencer?

Por lo tanto, como vemos en el diagrama, tendremos actores de tres tipos:

Los aliados, los opositores y los indecisos.



¿Cómo construimos un mapa de poder?

El siguiente cuadro puede ayudarnos a ordenar la información respecto de los actores identificados. La clasificación de actores se encuentra en la primera columna y estos se podrán ubicar en una de las cuatro diferentes posiciones: opositores, indecisos, apoyo a la propuesta y los aliados principales.

ACTORES	OPOSITORES	INDECISOS	APOYAN LA PRO- PUESTA	ALIADOS PRINCIPALES
ACTORES EXTERNOS				
SECTOR PÚBLICO				
ORGANIZACIONES POLÍTICAS				
GRUPOS DE PRESIÓN				
GRUPOS SOCIALES				
GREMIOS Y EMPRESAS				
IGLESIAS				

De los actores identificados, se debe intentar llegar al nivel más específico, por ejemplo;



¿Qué es una matriz de actores?

Una matriz de actores nos ayuda a analizar a los actores identificados. En ella podemos clasificar los motivos por los cuales los actores asumen sus posiciones a favor o en contra de la propuesta. Llevar a cabo este análisis nos ayudará a definir las estrategias de intervención con los actores. El análisis se realiza de acuerdo a dos cualidades de los actores: las relaciones predominantes y los niveles de poder.

En las relaciones predominantes se consideran tres aspectos:

A FAVOR	Se identifican a los actores que muestran relaciones de confianza y colaboración mutua.
INDIFERENTE	Se identifican a los actores que muestran relaciones de afinidad pero existe una mayor incidencia hacia una postura antagónica.
EN CONTRA	Se identifican a los actores que muestran relaciones de conflicto.

En los niveles de poder se consideran tres posiciones relacionadas con la capacidad del actor de limitar o facilitar las acciones que se emprendan:

ALTO	Se identifican a los actores que tienen una alta influencia sobre los demás.
MEDIO	Se identifican a los actores que tienen una influencia medianamente aceptada.
BAJO	Se identifican a los actores que no tienen influencia sobre los demás actores.

GRUPO DE ACTORES	ACTOR	ROL	RELACIÓN PREDOMINANTE	NIVEL DE PODER
Lista de la clasificación de los diferentes actores identificados.	Nombre del conjunto de personas con intereses similares que participan en un proyecto o propuesta.	Funciones que desempeña cada actor y el objetivo que persigue con sus accionar.	1. A favor	1. Alto
			2. Indiferente	2. Medio
			3. En contra	3. Bajo

PASO 4

Elaboración de la estrategia de comunicación y el plan de trabajo

¿A quiénes vamos a llegar y de qué manera?

¿Qué se pretende lograr con la comunicación?

¿Cómo puede ayudar la comunicación al logro de los objetivos de incidencia?

La elaboración de la estrategia de comunicación implica preparar el tema de *Incidencia Política* y la elaboración de los mensajes para cada actor al que se quiere llegar. Para ello se utilizarán diversos canales o medios de comunicación por los cuales el mensaje será transmitido a diversas audiencias: radio, televisión, volantes, conferencias de prensa, reuniones, etcétera.

El *plan de trabajo* implica llevar a cabo un conjunto de actividades planificadas para alcanzar nuestros objetivos. Para ello se debe identificar y atraer recursos (dinero, equipo, voluntarios, insumos, espacios) para implementar la campaña de *Incidencia Política*.

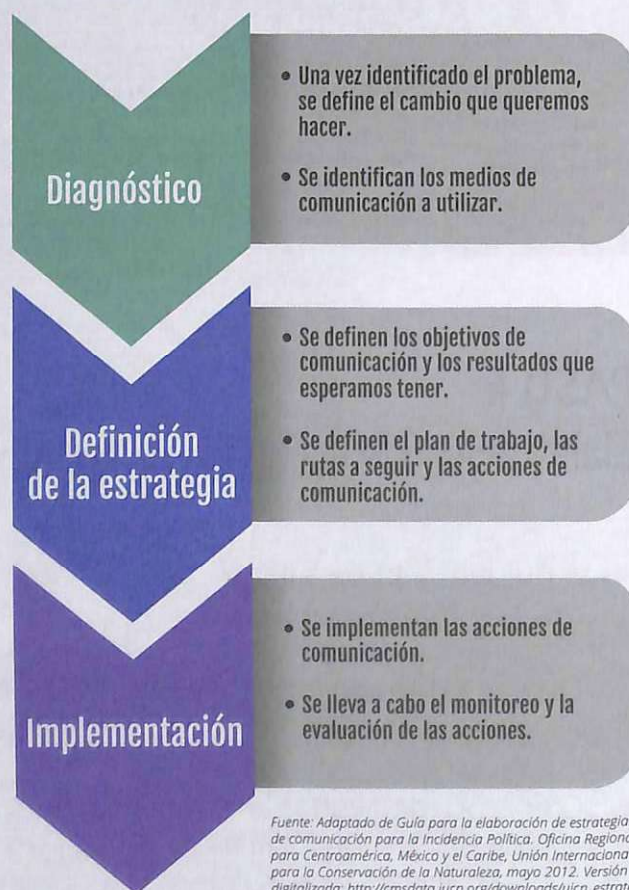
La comunicación tiene un rol muy importante al momento de planificar los procesos de *Incidencia Política*, para lograr los diferentes objetivos y acciones planteadas. **La comunicación debe ser vista como un eje transversal durante todo el proceso de *Incidencia Política*.** En un proceso de *Incidencia Política* se generan espacios de diálogo, discusiones y debates entre los ciudadanos y las autoridades. Para organizar estos espacios de comunicación entre las partes se debe tener una estrategia de intervención que tenga en cuenta el tipo de problema planteado, a los actores que intervienen y el nivel de organización.

¿Qué es una estrategia de comunicación?

Es el conjunto de actividades desarrolladas de forma coherente para lograr un objetivo concreto. Generalmente, la estrategia de comunicación se relaciona con:

- Informar a la población.
- Convencer o persuadir a ciertos actores.
- Articular esfuerzos con organizaciones aliadas.
- Lograr transformaciones o cambios concretos en una comunidad o en la sociedad.

Con la estrategia de comunicación se busca: convencer, movilizar, neutralizar, convocar, comunicar, generar opinión pública, coordinar e influenciar. Para elaborar la estrategia de intervención y el plan de comunicación, debemos seguir el siguiente proceso:



¿Qué estrategias de comunicación para la *Incidencia Política* podemos utilizar?

Producción de conocimiento:

Se deben valorar los saberes locales de los actores sociales ya que estos tienen un mayor conocimiento de su realidad lo cual permitirá identificar el tema prioritario a influenciar.

Relación con los medios de comunicación:

Los medios de comunicación generan corrientes de opinión y ponen temas en la agenda mediática y pública. Por lo tanto, la relación con los medios es decisiva en todo el proceso de incidencia.

Para ello se recomienda:

- Elaborar un mapeo de medios de comunicación (cantidad, tipo, cobertura, responsables).
- Definir los temas a difundir, precisando los objetivos, importancia y utilidad.
- Identificar los temas de interés de los medios de comunicación, así como las tendencias de estos.
- Establecer los temas de agenda en común. Esto implica negociar y concertar con los medios de comunicación.
- Producir información permanente para los medios de comunicación.

Los medios de comunicación influyen directamente en las personas que formulan políticas, en los tomadores de decisiones y en los líderes de opinión.

Campañas ciudadanas públicas:

Se recomienda hacer uso de los espacios públicos por su facilidad y potencialidad para convocar, vincular y comprometer a las personas, organizaciones sociales e instituciones.

La propia dinámica de las campañas ciudadanas permite crear opinión pública sobre un tema que afecte a la ciudadanía y promueve el cambio de actitudes y prácticas con respecto a una situación determinada.

Formación de alianzas:

Las alianzas con organizaciones o instituciones pueden ser efectivas para la generación de nuevos conocimientos y la posibilidad de influir en los tomadores de decisiones para generar corrientes de opinión favorables al proceso de incidencia.

Para formar alianzas con otras organizaciones se debe considerar:

- Los beneficios y riesgos de establecer una alianza con dicha organización.
- El diseño de estructuras flexibles dentro de la organización, a fin de fortalecer la participación de los integrantes y la inclusión de nuevas alianzas.

- La actualización periódica de una base de datos, que incluya misión, objetivos y estructura orgánica de cada una de las entidades miembros de la red; esto permitirá identificar las capacidades y potencialidades de los aliados.
- El rol de cada una de las organizaciones que conforman la red, considerando los recursos humanos, económicos, tecnológicos, área de influencia y grupo objetivo de trabajo.
- Un sistema de comunicación efectiva para coordinar el trabajo conjunto.

Organización de actividades educativas:

Una actividad educativa contribuye a informar sobre la problemática que se desea resolver, así como la propuesta concreta de solución. Los espacios educativos generan debate, reflexión y análisis entre los ciudadanos.

Recomendaciones para la organización de la actividad educativa:

- Identificar y priorizar al público objetivo (organizaciones sociales, políticas o autoridades).
- Plantear objetivos y metas educativas, tomando en cuenta el tiempo y los recursos.
- Determinar los temas, metodología y los recursos educativos.
- Evaluar.
- Respecto al mensaje, este debe ser sensible a las necesidades y valores de la gente; sencillo y convincente que invoque a un sentido racional y emocional.

- El mensaje y los contenidos deben ser pertinentes y verídicos y deben ser transmitidos usando un lenguaje claro y sencillo.

Difusión de resultados:

La práctica de las organizaciones debe ser evaluada y sistematizada para difundir metodologías y estrategias de trabajo exitosas.

Realizar un monitoreo de la cobertura local y nacional de la radio, prensa y televisión para identificar la generación de nuevos escenarios, cambios de posiciones y argumentaciones, es necesario.

También es importante hacer un seguimiento de las actividades públicas y personales de los actores sociales tomadores de decisión.

Acciones de lobby o cabildeo:

El lobby o cabildeo se utiliza para persuadir, influir o conseguir una decisión favorable sobre la *Incidencia Política*. Es importante seleccionar a la persona o equipo responsable encargado para esta tarea, teniendo en consideración su prestigio, credibilidad, conocimiento del tema, capacidad de convencimiento, olfato político y carisma.

PASO 5

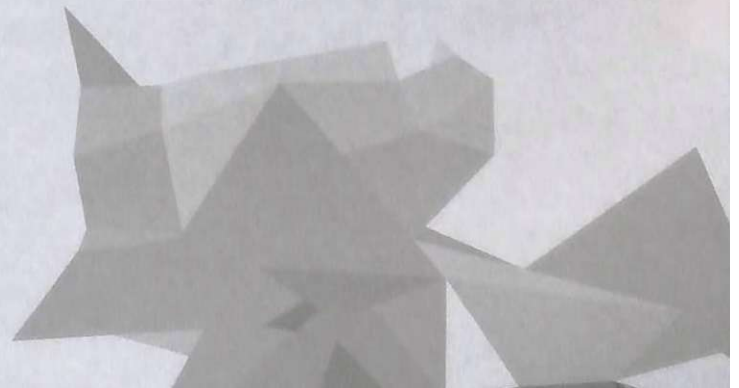
Monitoreo y evaluación

Todo plan de *Incidencia Política* debe incluir mecanismos de monitoreo y evaluación.

El monitoreo es la revisión del desarrollo de un proyecto. Consiste en la medición en forma permanente del nivel de cumplimiento de la ejecución de las actividades previstas y de los recursos disponibles en función del presupuesto asignado. El monitoreo produce información sobre el avance del proyecto, lo cual es útil para tomar decisiones a nivel operativo.

La evaluación es un instrumento de gestión que se pone en práctica para responder a determinadas preguntas y proveer orientación a los encargados de tomar decisiones.

Con la evaluación se analiza la información y cada aspecto del plan de incidencia (las estrategias, las acciones previstas, los comportamientos de los diversos actores), para determinar si se han alcanzado los objetivos propuestos y poder realizar los ajustes necesarios.

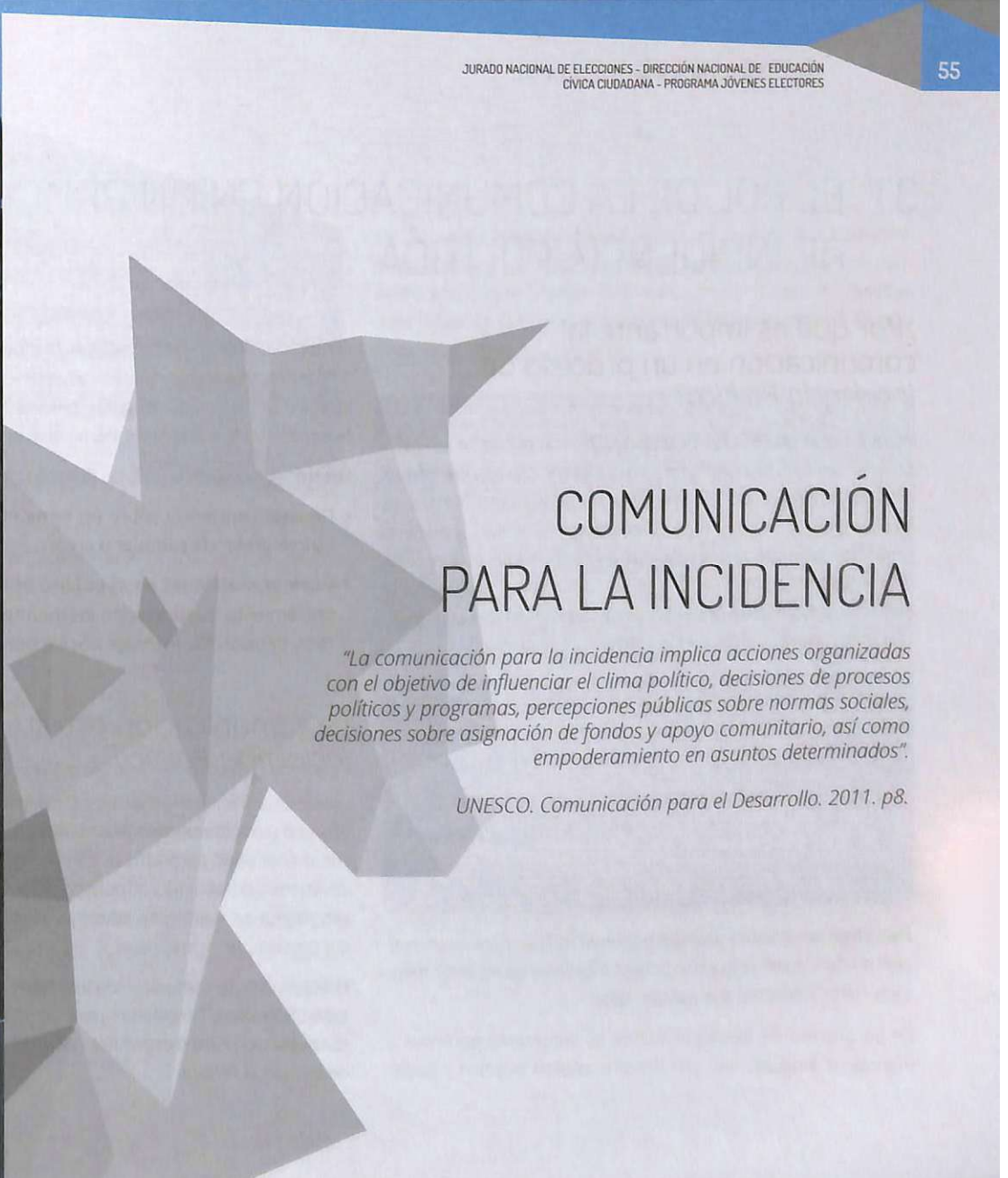




COMUNICACIÓN PARA LA INCIDENCIA

“La comunicación para la incidencia implica acciones organizadas con el objetivo de influenciar el clima político, decisiones de procesos políticos y programas, percepciones públicas sobre normas sociales, decisiones sobre asignación de fondos y apoyo comunitario, así como empoderamiento en asuntos determinados”.

UNESCO. Comunicación para el Desarrollo. 2011. p8.



3.1 EL ROL DE LA COMUNICACIÓN EN UN PROCESO DE INCIDENCIA POLÍTICA

¿Por qué es importante la comunicación en un proceso de *Incidencia Política*?

Porque en un proceso de *Incidencia Política* se pretende también generar cambios de conductas y para lograrlo se requiere comunicar de manera eficaz los mensajes y motivos del cambio que se quiere lograr. Para el experto en comunicaciones canadiense James Howe en su publicación "What is communications planning? (¿Qué es la planificación de las comunicaciones?, 2011), la definición de comunicación respecto a cómo la utilizan las organizaciones sociales o grupos impulsores es la siguiente;

"La comunicación es el proceso de conectar con tu público o audiencia con el mensaje que tu organización está impulsando para que este mensaje sea recibido, entendido y anime las acciones correspondientes deseadas".

Para elegir la correcta estrategia de comunicación, debemos tener bien en claro quién es nuestro público objetivo, y así elaborar mensajes claros y precisos que puedan calar.

En un proceso de *Incidencia Política* es importante aprender a manejar el lenguaje que usa nuestro público objetivo y poder

comprenderlo a pesar de resultar complejo por estar relacionado a su ámbito de acción, es decir, quienes toman las decisiones utilizan un determinado lenguaje para la formulación de políticas, reglamentos, leyes, programas o servicios.

Recordemos que en un proceso de *Incidencia Política* se comunica para:

- Generar conciencia sobre un tema en específico, es decir, lo que se pretende cambiar o crear.
- Generar reacciones en el público objetivo; cambios de comportamiento, participación en manifestaciones, recojo de firmas, difusión del mensaje boca a boca, etc.

La comunicación estratégica en la *Incidencia Política*

La comunicación estratégica o estrategia de comunicación, es un proceso participativo donde se planifica, coordina y promueve las comunicaciones para utilizar los mensajes, medios y momentos adecuados de acuerdo al público objetivo. Con la comunicación estratégica se determina cómo se pretende lograr los objetivos del proceso de incidencia.

El objetivo de la comunicación estratégica es crear una estrategia específicamente diseñada para ejercer influencia sobre la conducta del público específico para lograr un objetivo u objetivos de *Incidencia Política*.

Al momento de elaborar nuestra estrategia de comunicación, debemos tener presente lo siguiente:

1. A qué público necesitamos llegar.
2. Qué cambios de conducta queremos lograr.
3. Qué mensajes podrían ser los apropiados.
4. Qué canales de comunicación podrían ser los más efectivos.
5. Cómo se evaluará el proceso de comunicación.

El rol de la comunicación en un proceso de *Incidencia Política* es cualquier actividad de comunicación que busca informar, persuadir y movilizar a nuestro público objetivo hacia las acciones en favor de la meta y objetivos propuestos.

La Comunicación Participativa

Entendemos a la comunicación como un proceso de transferencia de información, la cual puede ser verbal y no verbal y que puede utilizar diversos medios, como los impresos, la radio, la televisión, el cine, Internet, etcétera. Cuando nos referimos a la comunicación participativa, entendemos, además, que la comunicación puede ir más allá que una mera transferencia de información, donde las personas puede intercambiar, compartir y exponer sus ideas.

Con la comunicación participativa podemos reconocer nuestra realidad, nuestras necesidades, problemas o conflictos cotidianos. Somos capaces de dialogar los unos con los otros y de esta manera conocemos nuestros logros, necesidades, problemas y también soluciones.

Jan Servaes y Patchanee Malikhao, en el capítulo cinco, denominado "Comunicación participativa ¿El nuevo paradigma?", del libro *Media and Global Change: Rethinking Communication for Development (Medios y cambio global: Repensando a la comunicación para el desarrollo)*, afirman lo siguiente:

La participación, que necesita escucha y, además, confianza, ayudará a reducir la distancia social entre comunicadores y receptores, entre maestros y alumnos, entre dirigentes y seguidores y facilitará un intercambio más equitativo de ideas, conocimientos y experiencias. Sin embargo, la necesidad de escuchar no se limita únicamente a los que están del lado de los receptores. Debe involucrar tanto a los gobiernos como a los ciudadanos, a los pobres y a los ricos, a los planificadores y administradores y a su población meta.

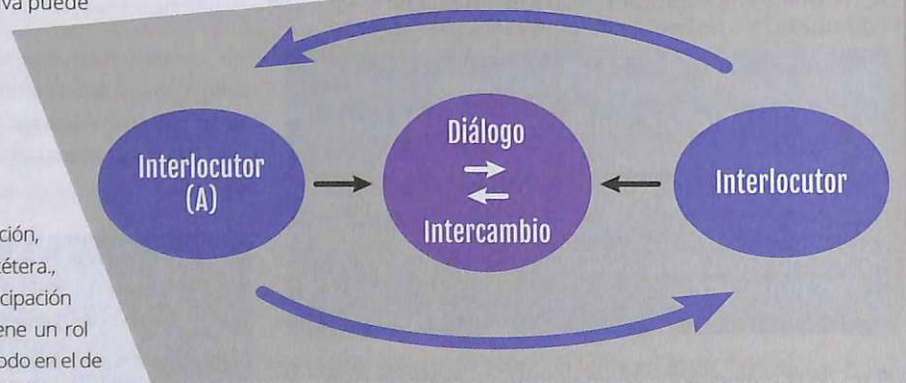
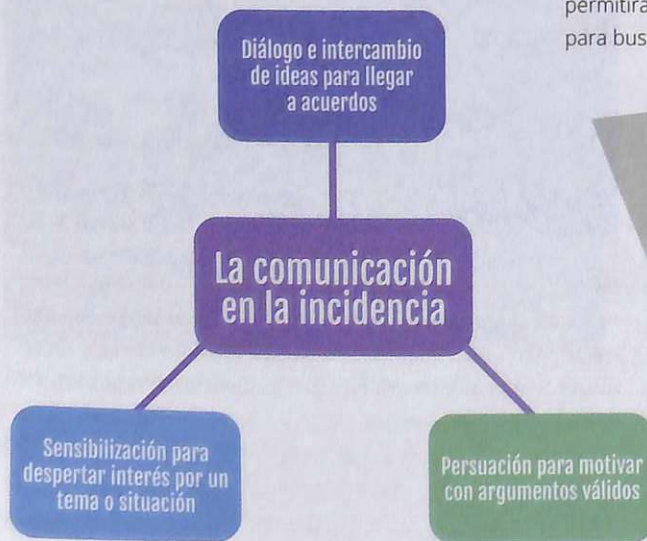
Por lo tanto, comunicación participativa es un proceso permanente en el que las personas, el entorno y la naturaleza se interrelacionan y se comunican. No existen solo emisores y receptores con una única función, sino más bien hay diversos actores que se comunican entre sí.

El modelo de comunicación participativa puede expresarse de la siguiente forma:

El diagnóstico de la comunicación en la *Incidencia Política*

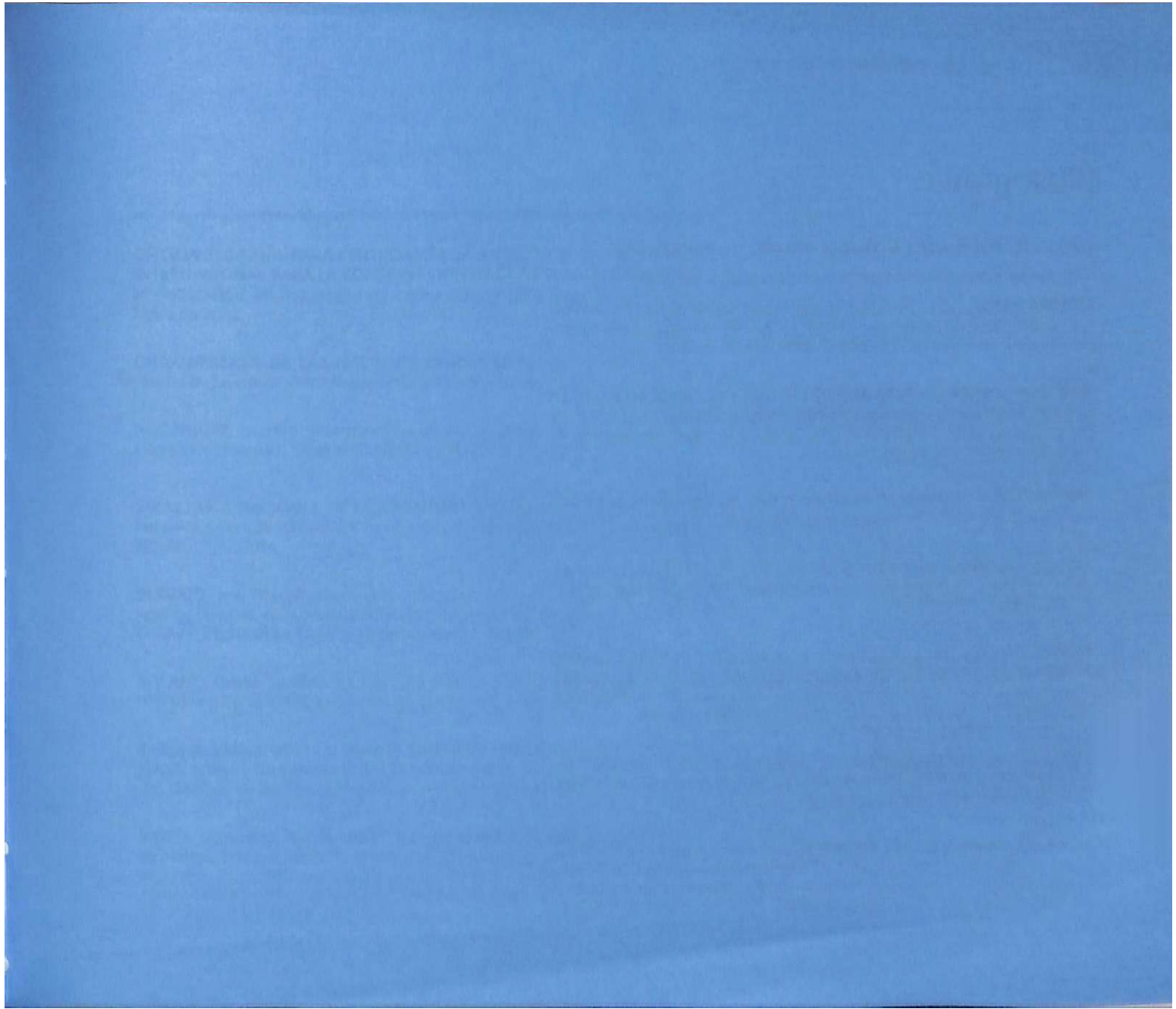
Llevar a cabo procesos de sensibilización, educación, persuasión, denuncia, etcétera, implica abrir espacios de diálogo y participación de la sociedad civil. La comunicación tiene un rol básico en todos estos procesos y sobre todo en el de la planificación del proceso de *Incidencia Política*.

Veamos el siguiente esquema:



En este contexto, la realización de un diagnóstico es fundamental porque permitirá conocer las causas del problema y así contar con la información para buscar las soluciones. El diagnóstico nos permitirá:

- Analizar el contexto del problema identificado.
- Definir el cambio que se quiere lograr con el proceso de *incidencia*.
- Identificar el problema de comunicación que pueda entorpecer el logro del objetivo de *incidencia*.
- Analizar el rol de los medios de comunicación en el contexto del proceso de *incidencia*.
- Mapear y analizar a los actores involucrados.
- Definir la posición política respecto a la situación que se analiza.



Bibliografía

AMERICAN GOVERNMENT & POLITICS ONLINE. "The Police Process".

<<http://www.thisnation.com/textbook/processes-policyprocess.html>>

BECERRA POZOS, Laura. "Participación e *Incidencia Política* de las OSC en América Latina; Definiciones, Recomendaciones y Retos". Asociación Latinoamericana de Organizaciones de Promoción - ALOP Febrero de 2005.

COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (CEPAL) y LA ORGANIZACIÓN IBEROAMERICANA DE JUVENTUD. "Realidad Juvenil de América Latina: La juventud en Iberoamérica: Tendencias y urgencias". Santiago de Chile. Octubre de 2004, página 15.

CREATIVIDAD Y DESARROLLO POLÍTICO (CDP). "Cabildeo en otros países". México. Setiembre de 2011. <<http://cabildeocdp.com/>>

FEIXA, Carles. "Generación XX: Teorías sobre la juventud en la era contemporánea". Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, Vol. 4 N° 2. Julio - Diciembre de 2006.

FUNDACIÓN ECUATORIANA EQUIDAD y LA ASOCIACIÓN PARA LA SALUD INTEGRAL Y CIUDADANÍA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (ASICAL). "Manual de *Incidencia Política*" bajo el apoyo técnico y financiero de la Corporación Kimirina y la Alianza Internacional contra el VIH/SIDA. Ecuador.

JAVE, IRIS Y UCHUYPOMA, DIEGO. ¿Quién dijo que sería fácil? Liderazgo Político de Regidoras Jóvenes en Lima. Konrad Adenauer Stiftung e IDEHPUCP, Instituto de Democracia y Derechos Humanos. Lima 2013.

MCKINLEY, Andrés y Patrick, BALTAZAR, Centro para el Desarrollo de Actividades de Población (CEDPA) y Oficina en Washington para Asuntos Latinoamericanos (WOLA). "Manual para la facilitación de procesos de *Incidencia Política*" Washington. DC - Guatemala, Marzo de 2005.

LA POBLACION JOVEN EN EL PERU

OFICINA REGIONAL PARA CENTROAMÉRICA, MÉXICO Y EL CARIBE y UNIÓN INTERNACIONAL PARA LA CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA. "Guía para la elaboración de estrategias de comunicación para la *Incidencia Política*". Mayo de 2012.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (ONU). En temas mundiales reseña de Juventud. <<http://www.un.org/es/globalissues/youth/>>

RODRÍGUEZ, Ernesto. "Movimientos Juveniles en América Latina: Entre la tradición y la innovación". SENAJU - UNESCO- CELAJ. Lima de 2013.

SECRETARÍA NACIONAL DE LA JUVENTUD (SENAJU). Plan Estratégico Nacional de la Juventud 2014-2021. Rumbo al Bicentenario. Documento de Trabajo. SENAJU. Lima 2014.

SERVAES, Jan. "Development Communication in Action: Report of the Inter-Agency Meeting on Advocacy Strategies for Health and Development". WHO Conference, Ginebra, Del 9 al 13 de noviembre de 1992. Página 36.

SOLANO, David. "Marketing social para políticas públicas efectivas y eficientes". Artículo en Conexión Esan, febrero de 2014.

TAPIA ÁLVAREZ, Mónica, Beatriz CAMPILLO CARRETE, Susana CRUICKSHANK SORIA y Giovanna MORALES SOTOMAYOR. Alternativas y Capacidades A.C. "Manual de incidencia en políticas públicas". México, marzo de 2010.

TINEO, Jeannette, María FAGET y Cristina PUIG. "*Incidencia Política* a nivel municipal: Empoderamiento y participación juvenil en políticas públicas para la promoción y defensa de la salud y los derechos sexuales y reproductivos". Family Care International República Dominicana, Septiembre de 2007.



ANEXOS

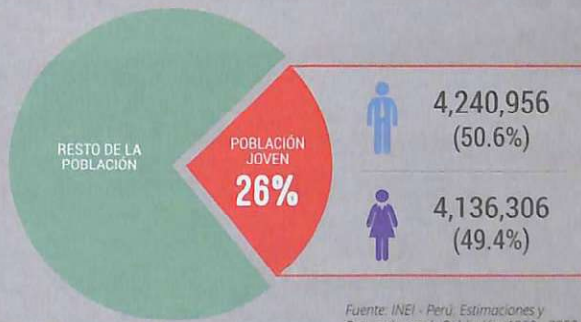
ANEXO 1

JUVENTUD Y POLÍTICA EN CIFRAS

PARTICIPACIÓN DE LA JUVENTUD EN LAS
ELECCIONES REGIONALES Y LOCALES 2014

LA POBLACIÓN JOVEN EN EL PERÚ

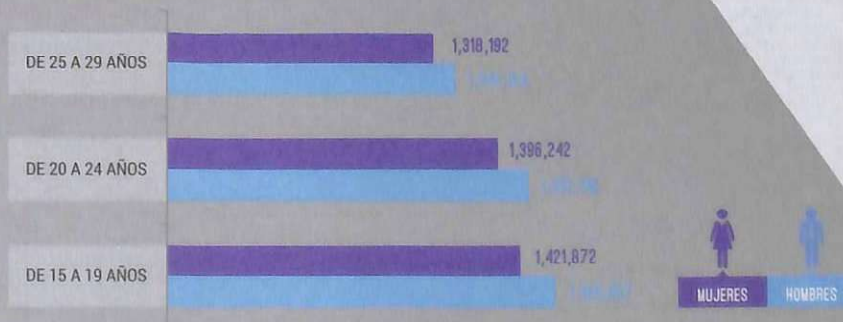
PERÚ: POBLACIÓN DE 15 A 29 AÑOS DE EDAD (JOVEN), SEGÚN SEXO, 2015



Fuente: INEI - Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población, 1950 - 2050

Los jóvenes en el Perú son definidos como aquellas personas entre los 15 a 29 años de edad¹². Según estimaciones del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el 2015 el Perú cuenta con 8 millones 377 mil 262 de jóvenes, quienes representan el 27% de la población total. De estos jóvenes, el 50.6% es hombre y el 49.4% mujer.

PERÚ: POBLACIÓN DE 15 A 29 AÑOS DE EDAD, POR SUB GRUPOS DE EDAD, 2015

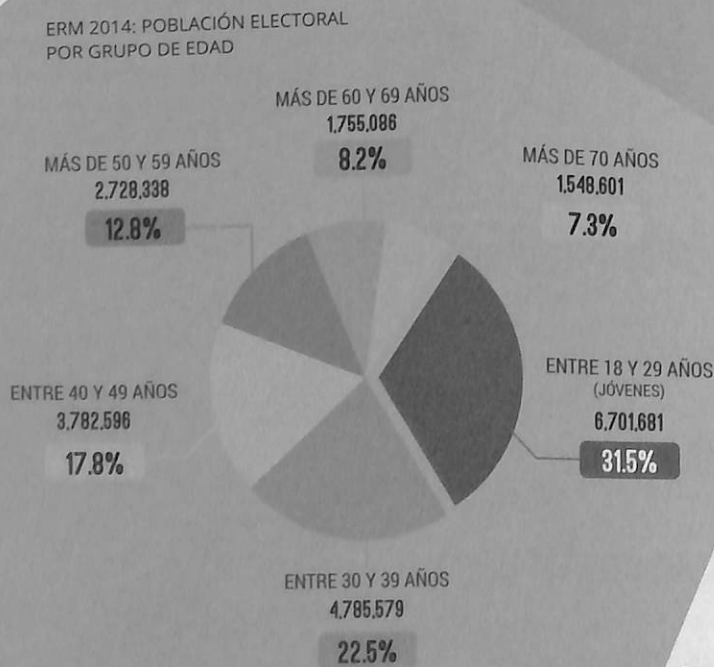


Fuente: INEI - Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población, 1950 - 2050

¹² Este rango de edad es establecido por la Ley N° 27802, Ley del Consejo Nacional de la Juventud, publicada el 28 de julio de 2002.

La población electoral joven

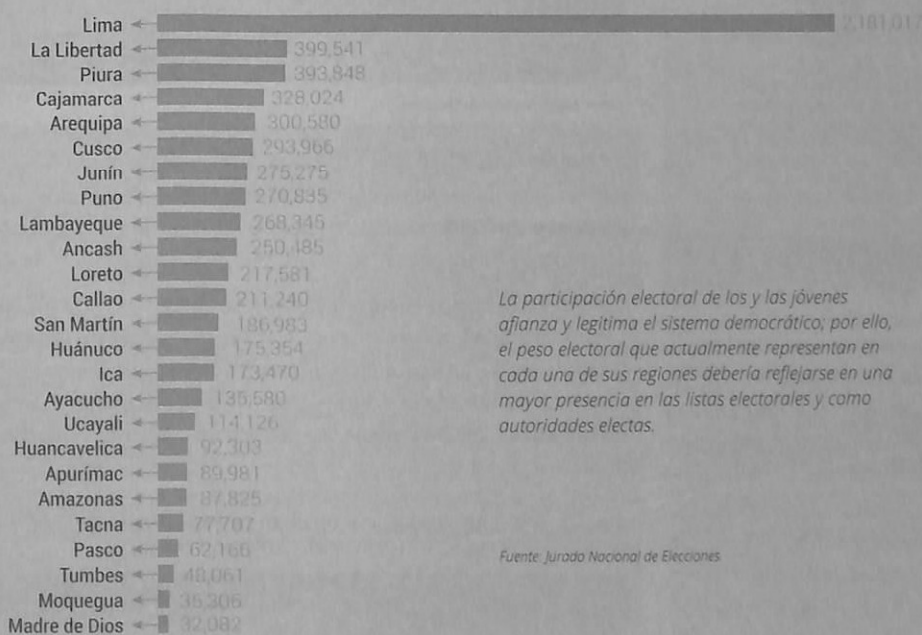
En las últimas Elecciones Regionales y Municipales (ERM 2014), el electorado menor de 30 años de edad representó cerca de un tercio del electorado nacional, por ello, sus preferencias electorales pueden ser muchas veces decisivas para la determinación de los resultados de una elección. Este es un factor que las agrupaciones políticas deben tener muy en cuenta durante la competencia electoral y ofrecer medidas de gobierno específicas para este grupo etario, así como incluir a más jóvenes en sus listas de candidatos.



Fuente: Jurado Nacional de Elecciones.

Jóvenes electores por región

Lima es la región con mayor número de electores y concentra la tercera parte del electorado joven a nivel nacional (33%), seguida muy de lejos por las regiones de La Libertad (6%) y Piura (6%). Al otro extremo, las regiones con menor población electoral joven son Pasco (0.5%) y Madre de Dios (0.5%).



La participación electoral de los y las jóvenes afianza y legitima el sistema democrático; por ello, el peso electoral que actualmente representan en cada una de sus regiones debería reflejarse en una mayor presencia en las listas electorales y como autoridades electas.

Fuente: Jurado Nacional de Elecciones

Las cuotas electorales para jóvenes

Con el objetivo de promover la presencia de jóvenes en las listas de candidatos a regidores y consejeros regionales, desde el 2006 a nivel local y 2009 a nivel regional, las agrupaciones políticas tienen la obligación de conformar sus listas de candidatos con no menos del 20% de jóvenes menores de 29 años de edad.

A nivel local: Ley del concejal joven.

Ley N° 28869, dada el 12 de agosto de 2006, que modifica el numeral 3 del artículo 10° de la Ley N° 26864, Ley de Elecciones Municipales. Establece que la lista de candidatos a regidores debe contar con no menos del 20% de ciudadanos jóvenes menores de 29 años de edad.

A nivel regional: Ley del consejero joven.

Ley N° 29470, dada el 11 de diciembre de 2009, que modifica el artículo 12° de la Ley de Elecciones Regionales. Establece como requisito para la inscripción de candidatos titulares al Consejo Regional, que las listas cuenten con no menos de un 20% de ciudadanos jóvenes menores de 29 años de edad.

Con ambas leyes la participación de las y los jóvenes en las listas de regidores y consejeros se ha incrementado considerablemente. Así, en las elecciones municipales del 2002, año en el que aún no se contaba con la cuota joven, las candidaturas juveniles representaron cerca del 15% del total de candidatos a regidores. En la siguiente elección municipal (2006), con la ley de cuota joven en vigencia, este porcentaje se duplica, alcanzando alrededor del 30%. En las siguientes elecciones la participación de los jóvenes se ha ido incrementando levemente, llegando a representar el 31.6% en el 2014.

PARTICIPACIÓN DE JÓVENES EN LISTAS A LOS CARGOS DE CONSEJEROS Y REGIDORES, PERÚ 2002-2014 (porcentajes)

	Sin cuota joven	Con cuota sólo a nivel local	Con cuota a nivel local y regional	
	2002	2006	2010	2014
Concejos Locales	14.8	29.5	31.1	31.6
Consejos Regionales	8.4	15.0	27.5	29.3

Fuente: Jurado Nacional de Elecciones.

A nivel regional, la aplicación de la cuota joven ha logrado resultados similares, pasando de contar sólo con el 15% de candidaturas juveniles en el 2006 (elección sin cuota) a 29.3% en el 2014 (elección con cuota).

Cabe destacar que las cuotas electorales no aplican a los cargos ejecutivos (alcaldías y gobernaciones). Al no existir obligación las agrupaciones políticas apuestan muy poco por jóvenes, así vemos que a nivel local las candidaturas juveniles al cargo de alcalde se mantienen alrededor del 2%, y en el caso de las gobernaciones regionales no superan el 1%.

PARTICIPACIÓN DE JÓVENES EN LISTAS A LOS CARGOS DE ALCALDE Y GOBERNADOR REGIONAL, PERÚ 2002-2014 (porcentaje)

	2006	2010	2014
Alcaldías	2.7	2.7	2.1
Gobernaciones	0	0.7	0.7

Las candidaturas juveniles en las ERM 2014

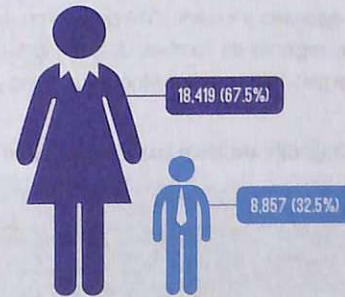
En las elecciones regionales y municipales del 2014 se presentaron un total de 98,116 candidaturas a nivel nacional, de las cuales el 27.8% fue joven. Sin embargo, si revisamos estas candidaturas según el cargo al que se postula, encontramos que los jóvenes postulantes a cargos ejecutivos (gobernador, vicegobernador y alcaldes) representaron apenas el 2% del total de candidaturas.

ERM 2014: CANDIDATOS JÓVENES SEGÚN TIPO DE CARGO AL QUE POSTULAN

Cargo	Total de candidatos	Candidatos jóvenes	%
Gobernador Regional	303	2	0.7
Vicegobernador Regional	287	4	1.4
Alcalde Provincial	1,773	19	1.1
Alcalde Distrital	11,205	248	2.2
Consejero Regional	2,967	868	29.3
Consejero Accesorio	2,743	1,251	45.6
Regidor Provincial	16,623	5,459	32.8
Regidor Distrital	62,215	19,425	31.2
Total	98,116	27,276	27.8

Fuente: Jurado Nacional de Elecciones.

7 DE CADA 10 CANDIDATURAS JUVENILES FUERON MUJERES.



Apertura de las agrupaciones políticas a las candidaturas juveniles

Los movimientos regionales fueron el tipo de agrupación política que presentaron más candidaturas a nivel nacional (49.4%); aunque, en proporción al número de candidaturas presentadas, fueron los que menos jóvenes llevaron en sus listas.

ERM 2014: CANDIDATURAS JUVENILES PRESENTADAS SEGÚN TIPO DE ORGANIZACIÓN POLÍTICA

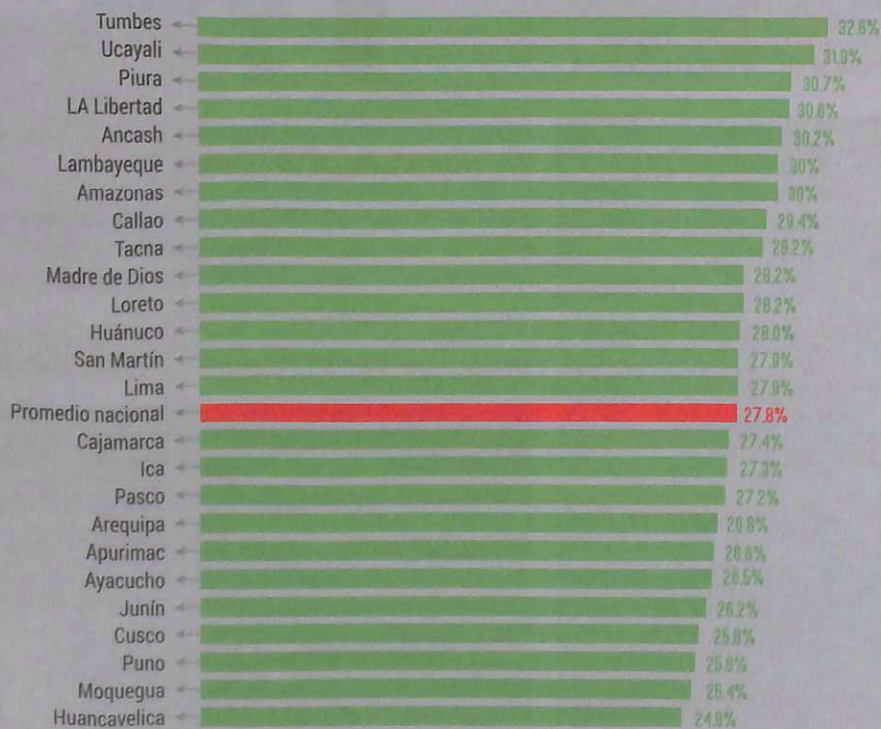
Tipo de agrupación	Total de candidatos	Candidatos jóvenes	%
Movimiento regional	48,441	13,031	26.9
Partido político	43,089	12,402	28.8
Alianza electoral	3,992	1,090	27.3
Organización local (provincial y distrital)	2,594	753	29.0
Total	98,116	27,276	27.8

Fuente: Jurado Nacional de Elecciones.

Candidaturas juveniles en las regiones

En las elecciones regionales y locales 2014 postularon un total de 27,276 jóvenes, quienes representaron el 27.8% del total de candidatos a nivel nacional. Las regiones de Tumbes, Ucayali, Piura, La Libertad y Ancash superaron el 30% de candidaturas juveniles, mientras que las regiones del sur del país, Huancavelica, Moquegua, Puno y Cusco fueron las que menos candidatos jóvenes presentaron.

ERM 2014: PORCENTAJE DE CANDIDATURAS JUVENILES POR REGIÓN



LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE LOS JÓVENES: LAS AUTORIDADES JÓVENES

Las últimas elecciones regionales y locales tuvieron como resultado la elección de la primera gobernadora regional joven, la región Arequipa eligió a la señora Yamila Osorio Delgado con 29 años de edad, para dirigir la región por los próximos cinco años.

En el caso de las vice gobernaciones, en esta última elección se eligió a un joven como vicegobernador de la región Junín. En relación a los consejeros regionales, el número de jóvenes se ha mantenido respecto a la elección anterior (43 consejeros de 274).

A nivel local, se ha registrado un importante descenso en el número

de jóvenes a la cabeza de municipios distritales, así en el 2010, treinta distritos eran gobernados por jóvenes y en el 2014 sólo veinte. Esto podría explicarse por la disminución del número de candidatos jóvenes al cargo de alcalde en esta última elección, pasando de 332 candidatos jóvenes en el 2010 a 248 en el 2014.

En relación a los regidores jóvenes, en el 2014 el número de regidores provinciales se incrementó en relación a la elección pasada, aunque a nivel distrital se registró un descenso.

AUTORIDADES JÓVENES ELECTAS. PERÚ 2002 - 2014

Elección	Presidencia regional	Vicepresidencia regional	Consejero regional	Alcalde provincial	Regidor provincial	Alcalde distrital	Regidor distrital	Total
2002	0	0	10	2	69	52	870	1,004
2006	0	1	22	3	200	28	1,389	1,643
2010	0	0	43	2	188	30	1,400	1,663
2014*	1	1	43	1	195	20	1,351	1,612

Fuente: Jurado Nacional de Elecciones.

* No se han considerado los resultados en 2 provincias y 29 distritos de país, ya que en estos lugares las elecciones fueron anuladas.

En materia de género podemos ver que en esta última elección, se han elegido más mujeres jóvenes que hombres. Esto podría deberse a que existió una mayor oferta electoral de mujeres jóvenes que de hombres (el 67.5% de candidaturas juveniles fue mujer).

ERM 2014: AUTORIDADES JÓVENES ELECTAS POR SEXO



Fuente: Jurado Nacional de Elecciones.

En cuanto al tipo de cargo, podemos advertir que las mujeres tienen mayor presencia como regidoras y consejeras, esto se debe a que existió mayor número de mujeres jóvenes como candidatas a estos cargos, para el cumplimiento tanto de la cuota joven como la cuota de género.

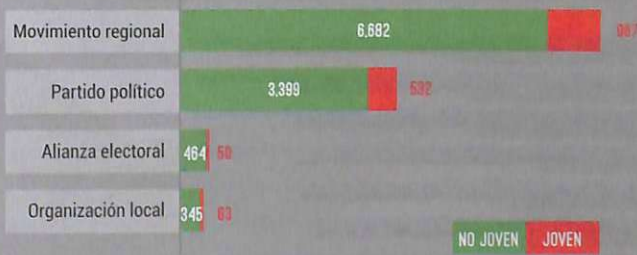
No pasa lo mismo con los cargos ejecutivo, donde sólo se cuenta con una alcaldesa distrital joven y por primera vez en la historia del Perú, una gobernadora regional joven.

Autoridades jóvenes por tipo de organización política

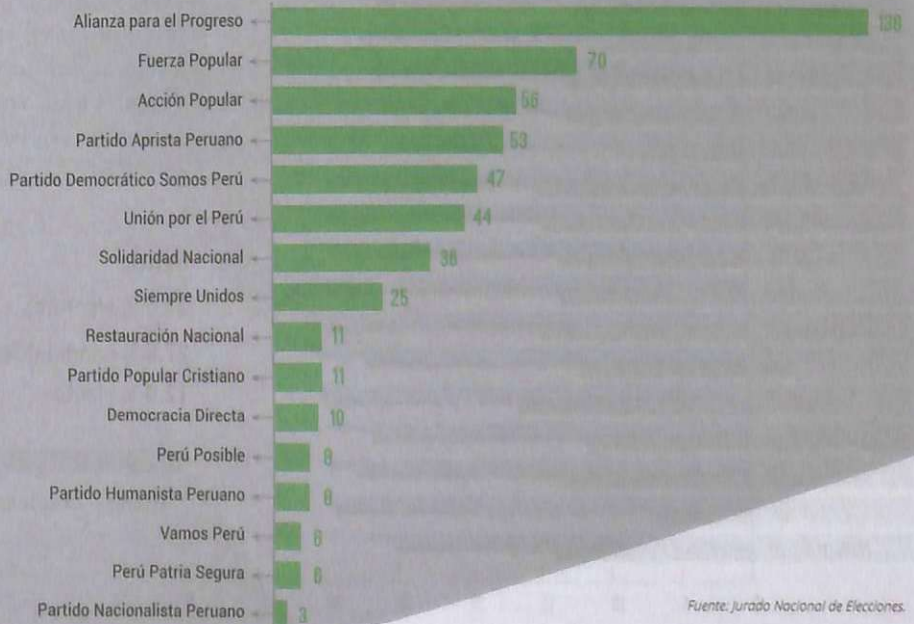
El 60% de las autoridades jóvenes electas en el 2014, provinieron de movimientos regionales, el 33% de los partidos políticos y el 7% de organizaciones locales y alianzas electorales.

Si bien la presencia de jóvenes en la oferta electoral ha evolucionado de manera favorable desde que se aprobaron las leyes de cuotas, existen otros factores que intervienen en su elección, tales como su ubicación en las listas, el financiamiento de sus campañas, el acceso a medios de comunicación, su inclusión en los espacios de poder al interior de las organizaciones políticas y en la gestión pública, así como factores culturales.

ERM 2014: AUTORIDADES JÓVENES Y NO JÓVENES SEGÚN TIPO DE AGRUPACIÓN POLÍTICA

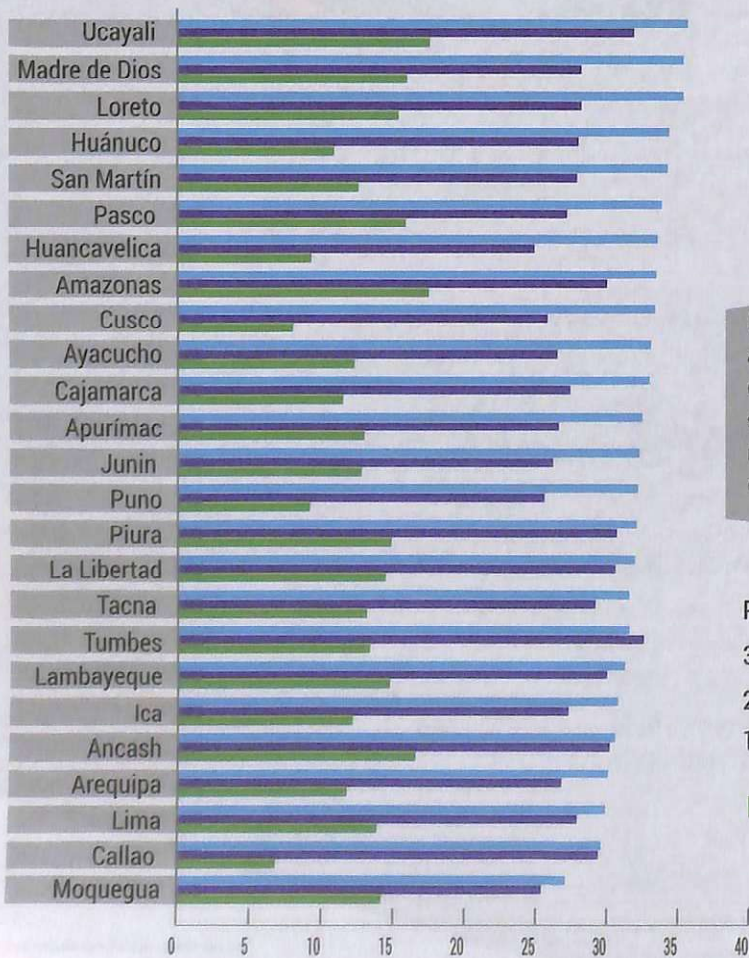


ERM 2014: AUTORIDADES JÓVENES SEGÚN PARTIDO POLÍTICO



Fuente: Jurado Nacional de Elecciones.

ERM 2014: PORCENTAJE DE ELECTORES, CANDIDATOS Y ELECTOS JÓVENES SEGÚN REGIÓN



La participación electoral de los y las jóvenes afianza y legitima el sistema democrático; por ello, el peso electoral que actualmente representan en cada una de sus regiones debería reflejarse en una mayor presencia en las listas de candidatos y como autoridades electas.

PERÚ

31.5 % electores

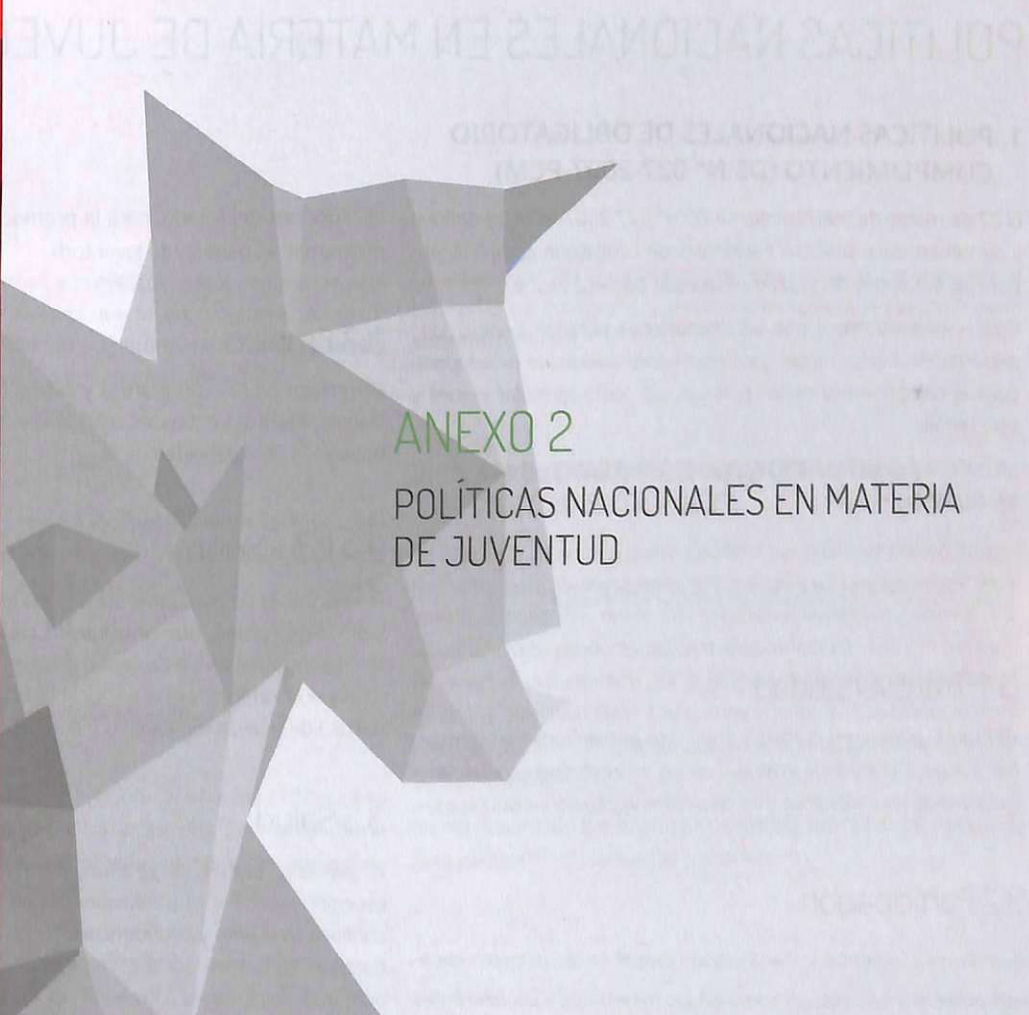
27.8 % candidatos

12.9 % electos



ANEXO 2

POLÍTICAS NACIONALES EN MATERIA DE JUVENTUD



POLÍTICAS NACIONALES EN MATERIA DE JUVENTUD

1. POLÍTICAS NACIONALES DE OBLIGATORIO CUMPLIMIENTO (DS N° 027-2007-PCM)

El 22 de marzo de 2007 mediante DS N° 027-2007-PCM, se definen y aprueban doce políticas nacionales de obligatorio cumplimiento para las entidades del gobierno nacional, regional y local.

Esta norma establece que las instituciones públicas involucradas deberán establecer metas concretas e indicadores de desempeño para el cumplimiento de las políticas, así como formular planes y programas.

La política 3 desarrolla lineamientos en materia de juventud, siendo los siguientes:

POLÍTICA 3: EN MATERIA DE JUVENTUD

3.1 Transversalidad

«Formular planes, programas y proyectos que atiendan las demandas y aspiraciones de la juventud en los asuntos que conciernen a cada uno de los ministerios y las diferentes instituciones del Estado».

3.2 Participación

«Fortalecer y fomentar la participación juvenil en los distintos espacios políticos y sociales, así como en los ministerios y las diferentes

instituciones del Estado, para la promoción de planes, proyectos y programas en materia de juventud».

3.3 Empleo

«Promover planes, programas y proyectos de capacitación para el trabajo, liderazgo, actitudes solidarias y emprendedoras, que contribuyan a la empleabilidad de la juventud»

3.4 Educación

«Fomentar el acceso universal a la educación con estándares adecuados de calidad, que promuevan capacidades críticas, la formación profesional y técnica descentralizada vinculada a las potencialidades económicas regional y local, así como al acceso y promoción del uso de nuevas tecnologías y comunicación»

3.5 Salud

«Desarrollar planes, programas y proyectos de salud orientados específicamente a la población juvenil, garantizando un clima de confianza, respeto y confidencialidad en su atención, eliminando las barreras culturales, sociales, legales y económicas que impidan el acceso de los jóvenes a los servicios de salud».

3.6 Inclusión Social

«Desarrollar planes, programas y proyectos que garanticen la prevención y rehabilitación de jóvenes que se encuentran en situaciones de vulnerabilidad, atendiendo su heterogeneidad, en el marco de una cultura de paz, tolerancia y seguridad ciudadana».

La supervisión del cumplimiento de estas políticas corresponde al Ministerio de Educación, a través de la Secretaría Nacional de la Juventud (SENAJU).

3.7 Juventud rural e indígena

«Fortalecer las capacidades de los jóvenes rurales e indígenas en sus espacios sociales y políticos locales, así como su proyección hacia los ámbitos regional y nacional, reconociendo y promoviendo sus culturas e identidades».

2. PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL DE LA JUVENTUD 2014 - 2021.

Se presenta como una política pública nacional que servirá de instrumento para diseñar planes, programas y acciones en materia de juventud, desde los diferentes sectores y niveles de gobierno. Ha sido elaborado producto de un trabajo articulado entre el Estado y la sociedad civil, liderado por la Secretaría Nacional de la Juventud (SENAJU). Este Plan tiene como antecedente el Plan Nacional de la Juventud 2006 - 2011, aprobado en el año 2006 mediante DS N° 061-2005-PCM.

3.8 Gestión de asistencia técnica y economía

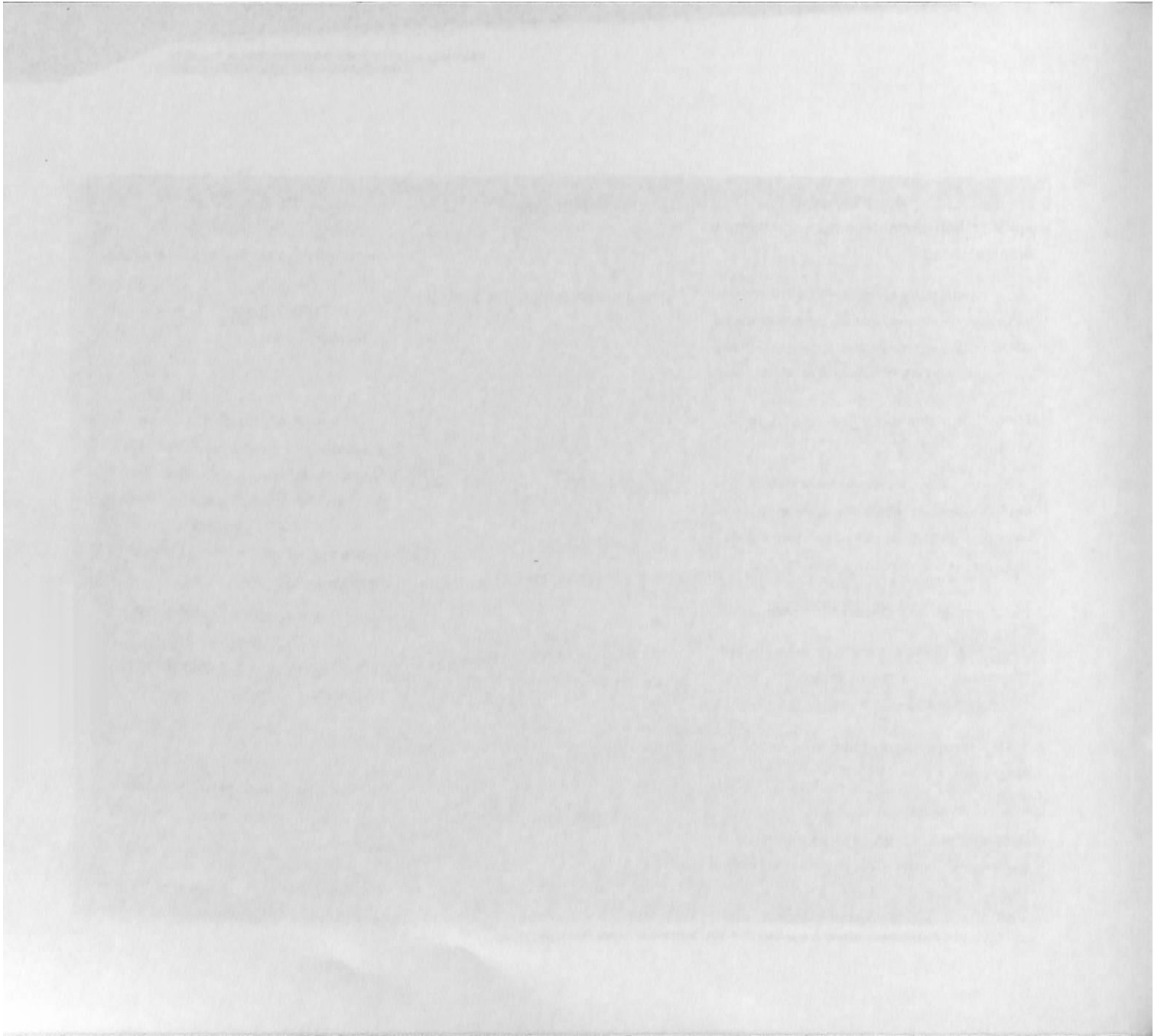
«Gestionar la asistencia técnica y económica ante las instituciones públicas y privadas nacionales e internacionales, para la ejecución de planes, programas y proyectos dirigidos al desarrollo integral de la juventud».

Se han planteado 8 ejes temáticos, siendo sus objetivos, responsables y actores vinculantes los siguientes:

Ejes y objetivos	Sectores responsables	Actores vinculantes
<p>Eje 1: Institucionalidad de las políticas públicas de juventud</p> <p>“Impulsar la articulación institucional a nivel intersectorial e intergubernamental de las políticas públicas de juventud”.</p>	MINEDU - SENAJU	Universidades e Institutos, Sociedad Civil, Gobiernos Regionales, Provinciales y Distritales.
<p>Eje 2: Participación juvenil y gobernabilidad</p> <p>“Incrementar la participación y el protagonismo de las y los jóvenes en los procesos de toma de decisión en el gobierno nacional y gobiernos subnacionales haciendo uso de los mecanismos institucionalizados de participación”.</p>	MINEDU - SENAJU, JNE, MIMPV	Congreso de la República, Ministerio de Salud, Trabajo y Producción, MIMPV, Jurado Nacional de Elecciones, Gobiernos Regionales, Provinciales y Distritales.
<p>Eje 3: Educación inclusiva y de calidad</p> <p>“Garantizar el acceso, permanencia y culminación de las y los jóvenes a una Educación Secundaria, Técnica y Superior de calidad, inclusiva y con respeto a la diversidad”.</p>	MINEDU - PRONABEC - SENAJU, MTC	Gobiernos Regionales, Provinciales y Distritales - DRE, Universidades e Institutos, Direcciones Regionales de Educación - CONADIS, Organizaciones No Gubernamentales - Ministerio de Cultura - Ministerio de Salud.
<p>Eje 4: Salud integral y estilos de vida saludables</p> <p>“Promover el acceso equitativo de las y los jóvenes a los servicios de salud integral sin discriminación de ninguna índole, incluyendo la atención de calidad en Salud Sexual, Salud Reproductiva, Salud Mental, Salud Física y Nutricional, además de otras áreas orientadas a asegurar estilos de vida saludables”</p>	MINSA, MINEDU, MINCETUR, PCM	Direcciones Regionales de Salud - ESSAULD, MINEDU- Instituto Peruano del Deporte, PCM-DEVIDA, Gobiernos Regionales, Provinciales y Distritales.

Ejes y objetivos	Sectores responsables	Actores vinculantes
<p>Eje 5: Trabajo decente, emprendimiento y empleabilidad</p> <p>“Garantizar que las y los jóvenes ejerzan el derecho al trabajo decente, favoreciendo su empleabilidad, inserción laboral y el emprendimiento en sectores estratégicos vinculados al desarrollo productivo del país”.</p>	<p>MINEDU, MTPE, MINCETUR. MINAGRI</p>	<p>Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, Oficina de Normalización Provisional - ONP, Ministerio de Producción, Comercio Exterior.</p>
<p>Eje 6: Cultura de Paz y Prevención de Violencia</p> <p>“Fomentar que las y los jóvenes reconozcan la importancia de una cultura de paz, seguridad ciudadana, prevención de la violencia y rechazo a todas las formas de discriminación y exclusión”.</p>	<p>MINEDU - IPD, MINJUS, CULTURA, MNDEF</p>	<p>Instituto Peruano del Deporte - IPD, DEVIDA, INPE, Ministerio de Cultura, Ministerio de Defensa, Interior, MINJUS, Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, Defensoría del Pueblo, Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social; Gobiernos Regionales, Provinciales y Distritales.</p>
<p>Eje 7: Ambiente y Desarrollo Sostenible</p> <p>“Fomentar la ciudadanía ambiental en las y los jóvenes que contribuya al desarrollo sostenible a nivel nacional y subnacional”.</p>	<p>MINAM</p>	<p>Ministerio de Educación - SENAJU, Universidades, Organizaciones Juveniles, Gobiernos Regionales, Provinciales y Distritales.</p>
<p>Eje 8: Cultura, Identidad e Integración Nacional</p> <p>“Contribuir a que las y los jóvenes reconozcan y valoren la diversidad cultural del país, orientadas a visibilizar el aporte de las culturas y eliminar el racismo”.</p>	<p>CULTURA - SENAJUMINEDU</p>	<p>Ministerio de Cultura, SENAJU, Sociedad Civil, Gobiernos Regionales, Provinciales y Distritales.</p>

Fuente: SENAJU (2014). Plan Estratégico Nacional de la Juventud 2014-2021. Documento de Trabajo. Lima: SENAJU. P63-64.





JURADO NACIONAL DE ELECCIONES
Desde 1931, por la gobernabilidad y la democracia

MÓDULO PARA LA
**INCIDENCIA
POLÍTICA**

Juvenil

DOCUMENTO DE TRABAJO
PROGRAMA JÓVENES ELECTORES

www.jne.gob.pe

DIRECCIÓN NACIONAL DE EDUCACIÓN
Y FORMACIÓN CÍVICA CIUDADANA
Programa Jóvenes Electores

Contacto:
Avenida Nicolás de Piérola 1070, Lima 1
Teléfono 01 311-1700

