



FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES

CARACTERIZACIÓN DEL MOVIMIENTO POLÍTICO MIRA EN FUNCIÓN DE SU ESTRUCTURA ORGANIZATIVA, PARTICIPACIÓN ELECTORAL, PLATAFORMA IDEOLÓGICA, ESTRATEGIA POLÍTICA Y CONTEXTO SOCIO-ECONÓMICO.

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos para optar por el título de Licenciada en Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

Profesor Guía

Harry Martín Antonio Dorn Holmann

Autora

Andrea Carolina Alcivar Cevallos

Año

2017

DECLARACION DEL PROFESOR GUIA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Harry Martín Antonio Dorn Holmann
Maestro en Ciencias Sociales y Relaciones Internacionales
C.C.1706357322

DECLARACION DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de la autora vigente”.

Andrea Carolina Alcivar Cevallos
C.C.1104908395

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser Arquitecto Divino de todos mis sueños, a mis padres Iván y Silvia, mi hermano Iván Andrés por apoyarme en todo momento, a aquellos amigos incondicionales.

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado primeramente a Dios, por ser el motor fundamental que mueve mi vida, mi mayor inspiración al realizar este maravilloso trabajo y sobre todo por todo el amor y la sabiduría que me ha brindado.

A mis Padres y mi hermano, por su apoyo incondicional en cada momento de mi vida, por estar siempre en los momentos más agradables y sobre todo por estar en los momentos más difíciles durante este arduo camino recorrido.

A mi tutor Harry Martín Dorn Holmann, por sus valiosos conocimientos aportados a mi trabajo, además de su tiempo y dedicación, que me han permitido culminar con éxito.

Finalmente dedico este trabajo a aquellos amigos tan especiales, que siempre han sabido sacarme una sonrisa aun cuando parecía que no lo iba a poder lograr, que han sido mi apoyo constante durante todo este tiempo transcurrido.

RESUMEN

El desarrollo de esta investigación, se basó en el análisis del Movimiento Político MIRA, como un Movimiento Político joven en la escena política – colombiana, lo que se llevó a responder de qué tipo de movimiento político se trata, partiendo y analizando cada una de sus características propias, como su organización interna, su participación electoral, su plataforma ideológica, su liderazgo y sus estrategias políticas, pero particularmente la estrategia electoral.

Así mismo se analizó los éxitos electorales del movimiento durante sus últimos 7 años de participación política. Al finalizar el estudio se determinó que tan efectiva son las estrategias políticas que el Movimiento Político ha utilizado, el éxito de sus campañas electorales, su comunicación participativa, elementos de diferenciación que lo han llevado a destacarse en la escena política.

ABSTRACT

The development of this research is based on analysis of the Political Movement MIRA, as a young political movement in the -Colombian political scene, which was to answer what kind of political movement it is, splitting and analyzing each of its characteristics, such as its internal organization, electoral participation, their ideological platform, its leadership and political strategies, but particularly the electoral strategy.

Likewise, the electoral successes of the movement was analyzed during their last 7 years of political participation. At the end of the study it determined how effective are the political strategies that the Political Movement has used the success of their campaigns, their participatory communication, differentiation elements that have been highlighted in the political scene.

ÍNDICE

INTRODUCCION	1
ANTECEDENTES	5
1. MARCO TEÓRICO.....	11
1.1. Democracia Representativa según Robert Dahl.....	11
1.2. Origen de los Partidos Políticos	14
1.3. Definición de Partidos Políticos bajo un Régimen Democrático.....	15
1.4. Tipología de Partidos Políticos.....	16
1.5. Características de los partidos según Panabianco:	16
1.5. Sistema electoral	17
1.6. Teoría de la estrategia política	18
1.7. Lucha por el poder y la influencia	18
1.8. Estrategias de Lucha Electoral.....	19
1.9. Influencia de diversas áreas culturales en el diseño de estrategias.....	20
1.10. Implementación de estrategias	20
1.11. Recursos	21
1.12. Recursos humanos.....	21
1.13. Miembros.....	22
1.14. Comunicación política	23
1.15. Medios políticos o media política.....	24
1.16. Las Campañas Electorales	25
1.16.1. La comunicación durante la campaña	25
1.17. La imagen del Candidato.....	26
1.18. Poder o tipo de dominación carismática de Max Weber .	26
1.19. El Mensaje	27
1.20. Tipos de medios de comunicación durante la campaña..	27

1.21. Teoría de la contingencia integrativa.....	29
2. ANÁLISIS DEL MOVIMIENTO POLÍTICO MIRA EN COLOMBIA : ESTRATEGIA POLÍTICA Y ÉXITOS ELECTORALES.....	31
3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	42
3.1. Conclusiones.....	42
3.2. Recomendaciones.....	45
REFERENCIAS	47
ANEXOS	49

INTRODUCCION

El surgimiento de nuevos movimientos políticos en la esfera político-colombiana han sido de gran importancia y trascendencia, ya que con ello se han implementado nuevas ideologías políticas, nuevas formas de organización de movimientos, de participación y sobre todo, (1) la forma en que estos nuevos movimientos jóvenes han construido sus ideologías, (2) como han estructurado su organización interna, y (3) la manera en que se han proyectado al electorado.

Si bien en un principio fueron importantes ciertos movimientos políticos colombianos tradicionales a lo largo de la historia, aunque no han desaparecido del todo, han perdido gran fuerza dentro del espacio político y experimentado un prolongado y acelerado debilitamiento, fruto de la aparición de dichos movimientos políticos jóvenes.

El desarrollo de esta investigación, se propone analizar MIRA, como un Movimiento Político joven en la escena político –colombiana, liderado por el Doctor Carlos Alberto Baena, presidente del movimiento político hasta el día de hoy. Partiendo de la historia del movimiento desde su formación a inicios del año 2000, donde MIRA obtiene su personería jurídica, con tan solo 15 años en el espacio político ha logrado resultados electorales bastante favorables.

Lo que nos lleva a pensar y a responder de qué tipo de movimiento político se trata, sus características específicas como tal, partiendo de distintos ejes de análisis como su estructura organizativa interna, su participación electoral durante sus 15 años en la escena política, su plataforma ideológica, su liderazgo, y sobre todo, su estrategia política y particularmente su estrategia electoral, antes y durante las campañas.

Por lo tanto es muy importante desentrañar la manera como MIRA actúa y teje sus redes clientelares, su forma de organización dentro del movimiento, sus principales líderes políticos, sus prácticas democráticas internas, y la promoción de su política miraista, entre otros.

Además, el Movimiento Político MIRA se constituye desde su inclusión a principios del año 2000 como un movimiento político que busca guiar el obrar

de los representantes miraístas implementando el principio democrático para demostrar a los ciudadanos colombianos su gestión política realizada durante estos 15 años, los cuales han sido determinantes para MIRA, ya que ha logrado posicionarse como un movimiento político joven que ha dado apertura a las necesidades de cada uno de los colombianos.

Por ello, los logros alcanzados por MIRA en el espectro político-colombiano han sido innumerables, los cuales, a su vez, han marcado un hito valioso en la forma que actualmente este movimiento hace política en Colombia, pues muchos son quienes han especulado sobre su pronta desaparición y participación en el escenario político, anticipando pronósticos errados, pues MIRA ha logrado importantes cargos y muchas leyes aprobadas en el Congreso Nacional de Colombia.

Para mayor prueba y evidencias de los logros y éxitos de MIRA, en el año 2012, con tan solo diez años de lucha política, cuenta ya con representación en el Congreso de la República de Colombia, "tal es el caso de la Senadora Alexandra Moreno Piraquive quien ha impulsado proyectos a favor de la niñez, la mujer y las poblaciones vulnerables". (Movimiento Político MIRA, 2012, p.9)

Otro de los grandes logros y éxitos electorales de MIRA han sido, sus más de "30 leyes aprobadas, congresistas, un crecimiento electoral de 299%, casi 120 mil voluntarios y militantes en todo el país y una gran cantidad de representantes entre ediles, concejales y diputados" (Movimiento Político MIRA, 2012, p.10) cuyos logros alcanzados han prolongado un crecimiento sostenible de MIRA en Colombia y su fortalecimiento en el tiempo.

También parece interesante, dentro de esta investigación, recalcar la ideología del Miraismo que promueve a sus ciudadanos, ideología que está íntimamente ligada a la iniciativa política de Renovación Absoluta que el Movimiento Político MIRA la describe como " una transformación del ser dirigida al logro de su plena realización o felicidad, mediante el conocimiento y la aplicación de los valores" (Movimiento Político MIRA,2012, p.11) contando así con su plataforma ideológica y accionar coherente, ha desafiado la imperante corrupción en lo público, que ha llevado a países latinoamericanos como Colombia a situaciones de crisis políticas denigrantes, donde la injusticia y la

violación de los derechos humanos se ha convertido en práctica común. En consecuencia, en medio de todos estos factores que siempre han marcado y caracterizado a la vieja política colombiana, nace MIRA, como respuesta a diversas reivindicaciones y necesidades ciudadanas y cumplir con sus propios objetivos de renovación absoluta de la política y transformación del individuo, apoyándose en la estructura interna de su organización, su militancia comprometida ideológicamente y la estrategia política miraista que busca un acoplamiento eficiente entre el entorno ciudadano (electorado, sistema de partidos, sistema electoral), el contexto (los objetivos de la organización partidista) y la estructura interna del Movimiento Político.

Esta forma exitosa de acoplar estratégicamente los distintos elementos del sistema estrategia-organización y medio ambiente han despertado el interés por el presente trabajo de investigación, ya que si bien es un Movimiento Político que en muchos espacios internacionales no ha sido totalmente reconocido, internamente desde la propia Colombia, ha logrado fuerza y movimiento de masas, ya que su forma diferenciada de hacer política atrae a sus militantes y electores, hacen que el miraismo siga difundiéndose y demuestre que es un proyecto político y social al alcance de todos y que ocupa ya espacios nacionales con proyección a grandes espacios internacionales en países como Venezuela, Ecuador, Estados Unidos, España entre otros .

Esta investigación tiene como objetivo principal explicar cómo y porqué de los éxitos electorales de MIRA en los últimos 7 años, estableciendo el grado de participación electoral en la actualidad y determinando el acoplamiento eficiente de su estrategia con el entorno, el contexto, y los elementos internos de su organización.

Con carácter y alcance explicativos, en el capítulo 2 se define un marco teórico que contiene varios elementos que forman parte de la Ciencia Política y teoría de las organizaciones, sobre la formación de partidos y movimientos políticos , la teoría de la democracia representativa, para entender y explicar el origen de los partidos políticos bajo el régimen democrático, la tipología de partidos existentes según varios autores, el sistema electoral y de partidos, así como la importancia y eficiencia de la estrategia adoptada por MIRA.

Además, dentro de este capítulo se realiza un análisis sobre la Teoría de la Estrategia Política, las estrategias de lucha electoral y las tendencias políticas que están ligadas íntimamente a la Comunicación Política, que orientara de una mejor manera el presente trabajo de investigación, y conocer así desde este ámbito cual y como ha sido el grado de participación electoral de MIRA hasta hoy.

Finalmente dentro de este capítulo se tomó en cuenta la importancia de la Teoría de la Contingencia Integrativa, teoría bajo la cual se orienta la presente investigación, ya que para caracterizar el Movimiento Político MIRA desde su estrategia política, su estructura organizativa, su liderazgo, su militancia, el universo electoral, su plataforma ideológica, y el contexto socio-económico, es necesario determinar el grado de acoplamiento de esta estrategia con el entorno, el contexto y lo interno.

El capítulo 3 aplica o lleva a la práctica todo lo expuesto dentro del Marco Teórico del capítulo 2, con fines explicativos, porque se analiza a MIRA como Movimiento Político, del porqué de sus éxitos electorales, relacionándolo con cada uno de los elementos del marco teórico expuesto antes, pero sobre todo, haciendo énfasis de como su estrategia analizada desde la Teoría de la Contingencia Integrativa resulta eficiente para sus éxitos electorales hasta hoy en la actualidad y como esta estrategia y su eficiencia está ligada íntimamente con el entorno, contexto y los elementos internos de su organización.

Por último el capítulo 4 abarca dentro de esta investigación las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de investigación.

Por estas razones y la problemática planteada, nuestra investigación se orienta por y responden nuestra pregunta de investigación principal de: ¿Cómo surge MIRA en la escena político- colombiana? Y preguntas accesorias: ¿Qué tipo de Movimiento Político es MIRA como tal? ¿Por qué de sus éxitos y los elementos de diferenciación que lo hacen destacar en la escena política y electoral con un alto grado de eficiencia?

ANTECEDENTES

El Movimiento Político MIRA nace en el año 2000, cuando el 20 de junio se solicita ante el Consejo Nacional Electoral el reconocimiento de la Personería Jurídica del Movimiento, es así como el 26 de Julio del año 2000 se firma la Personería Jurídica que le da nacimiento como un movimiento de Renovación Absoluta, principio bajo el cual se enmarca la veracidad, coherencia y practicidad para el desarrollo de una buena política acompañada de valores fundamentales que el movimiento promueve, como: solidaridad, justicia, lealtad y honestidad .(Movimiento Político MIRA, 2012, p.7).

La Doctora María Luisa Piraquive co- fundadora e inspiradora del Miraismo, da inicio al movimiento político en Julio del 2000 en el Barrio Las Ferias(Bogotá- Colombia) , en ese momento se presentan las candidaturas del Doctor Carlos Alberto Baena y de la Doctora Alexandra Moreno Piraquive al Concejo de Bogotá.

El 29 de Octubre del mismo año se presenta el movimiento a sus primeras elecciones, logrando 53 escaños en todo el país, de los cuales es necesario resaltar a “Bernardo Valencia Cardona en el Quindío y Martha Cecilia Alzata en Risaralda. Para este momento el actual presidente del Movimiento Político MIRA, el Doctor Carlos Alberto Baena se convierte en Concejal de Bogotá con 20.701 votos a su favor, puesto que ocupó durante el período 2001- 2004”(Movimiento Político MIRA , 2012, p.16).

Comienza de esta manera a proyectarse los objetivos del movimiento político, y a dar un nuevo rumbo a la política colombiana, que hasta ese entonces estaba relegada y desgastada por los partidos y movimientos políticos tradicionales, por ello MIRA crea Consejos Locales de Juventud, ya que una de las prioridades más grandes que el movimiento ha tenido son los jóvenes , por su valiosa participación en los asuntos políticos de su país, es por esto que el Doctor Carlos Alberto Baena realiza una ardua labor y gestión para integrar a una mayor participación de los jóvenes en la política , fue así como se implementaron en el Distrito Capital a partir del “Acuerdo 033 de 2001, los Consejos Locales y Distrital de Juventud., donde MIRA participo en el 2001

con 19 candidatos , siendo elegidos 8 en el Distrito Capital Bogotá, 2001.” (Movimiento Político MIRA, 2012, p.18)

Se evidencia entonces como MIRA comienza a incluir a partes de la sociedad colombiana, que por mucho tiempo estuvo excluida de los asuntos políticos de su país, siendo en este caso los jóvenes colombianos , además que dentro de sus prioridades hace énfasis en la necesidad de **“una política para servir a los demás y para dar buen ejemplo”**, el lema bajo el cual hoy se ven cumplidos muchos de sus objetivos políticos propuestos en un principio para el bien común de todos y cada uno de los colombianos.

Por ello, la trayectoria que MIRA empieza a tener en el escenario político, empieza a ser interesante para muchos, y los espacios que logra acoplar de manera eficiente comienzan a ser su fuerte para derrotar a aquellos partidos y movimientos colombianos tradicionalistas, por ello es interesante recalcar la manera como logra por primera vez incursionar en espacios como la radio con un programa de media hora dirigido a las mujeres , que trataba temas que afectan directamente a esta población, la violencia intrafamiliar, la falta de oportunidades e igualdades para muchos, que luego paso a ser un programa de una hora diaria, abriendo espacio a todas las poblaciones, y donde se convirtió rápidamente en un espacio de apoyo a la comunidad, abierto a las denuncias. Este medio en el cual MIRA logra acoplar y ganar espacio, es sumamente importante ya que es uno de los medio de comunicación de mayor uso de los colombianos y como si fuera poco a través de este espacio llega a las personas más vulneradas en toda Colombia.

Recorriendo la trayectoria política de MIRA y sus estrategias utilizadas, es también importante mencionar el lanzamiento de la primera edición de “ MIRA nuestro periódico” en Mayo de 2001 , donde el movimiento expone y da a conocer cada una de sus propuestas en beneficio de cada uno de los colombianos, otra de sus grandes estrategias políticas acopladas efectivamente para llegar a la gente.

El año 2003, es interesante porque es el año en que MIRA muestra mayor preocupación y hace un mayor énfasis en la valiosa participación de la mujer en la política, por ello cuando la Senadora Alexandra Moreno es elegida

presidente del Movimiento, logra convertirse en la primera mujer en ocupar tal cargo en toda Colombia hasta entonces, esta acertada decisión de MIRA logra mantenerlo una vez en la contienda y participación política en toda Colombia.

Dentro de esta campaña, uno de los mensajes que más transmite y llega al target político es **“MIRA trabajo de corazón”**, con el cual para el 2004 MIRA consolida su representación política a través de jornadas de Trabajo Social, por medio de las cuales brinda servicios médicos gratuitos en todo el país, pero su consolidación como un Movimiento Político sólido y estable no termina allí, pues empieza para MIRA un nuevo periodo de cambios, y representación en diversos ámbitos.

Para el año 2005, MIRA participa en distintos eventos, donde su participación se vuelve más notoria, una de las campañas que MIRA lanza es en contra del abuso sexual infantil, labor emprendida desde el Congreso de la República por la Dra. Alexandra Moreno Piraquive, estas son parte de las campañas de territorio que MIRA realiza como una de sus estrategias políticas que acopla todos sus objetivos propuestos. Además para este año nace nuevamente el periódico del Movimiento como **“ MIRA el periódico de la gente ”**, con una edición controvertida cuyo tema central se llamó **Religión, Política y Negocios: la verdad completa.**

Ya para el año 2006 MIRA se posesiona como la nueva fuerza política del país , este año es uno de los más decisivos para MIRA , ya que es en este año donde se dan las elecciones al Congreso para el periodo 2006-2010, donde MIRA expone una de sus nuevas y tantas preocupaciones por la población más vulnerada, insistiendo esta vez en la necesidad de preservar la vida de los colombianos en el exterior, y es así como finalmente por segunda vez consecutiva, MIRA llega al Congreso de la República ocupando un curul en la Cámara de Representantes por la Dra. Gloria Stella y dos curules en el Senado por la Dra. Alexandra Moreno Piraquive y el Dr. Manuel Virguez, posesión que se lleva a cabo en el Capitolio del Congreso de Bogotá en julio de 2006 (Movimiento Político MIRA, 2012, p.35).

Por lo tanto analizando la trayectoria política de MIRA, se puede notar que desde un principio este Movimiento Político se caracterizó por su ferviente

contribución en beneficio de la labor social, con la cual se brindaba a hombres y mujeres conocimientos en artes y varios oficios que les permitiera obtener ingresos adicionales a sus hogares, además por la iniciativa popular que ha venido promulgando por los servicios públicos en Colombia.

Uno de los escenarios, que se puede considerar determinante para el objetivo de esta investigación, es el escenario con el que MIRA se mueve para el 2007 donde comienza su incursión en nuevos escenarios políticos, el entonces Concejal Baena participa en una Consulta Popular para preguntar a los habitantes de la capital de Colombia acerca de la candidatura de MIRA en la Alcaldía de Bogotá.

Este escenario político, traería las elecciones territoriales del 2007- 2011, donde MIRA inicia su tercera campaña a alcaldías, concejos, Juntas administradoras locales y es para este entonces donde por primera vez se cuenta con candidatos a Alcaldías Municipales, el resultado de estas elecciones es impresionante para MIRA , ya que sus logros fueron 1 Alcalde, 3 diputados, 35 concejales y 265 ediles, donde finalmente una de sus piezas publicitarias que MIRA coloca para estas elecciones se denomina **MIRA La Fuerza Independiente** .

El año 2008, MIRA busca líderes y lideresas con sentido político y social, los cabildantes Carlos Alberto Baena y Humberto Quijano se posesionan al cabildo distrital para conformar la bancada de MIRA en el Concejo de Bogotá, y es en este mismo año donde se da el relanzamiento de MIRA “ **El periódico de la gente**”, habiéndose ya posicionado como uno de los rotativos más leídos según el Estudio General de Medios.

Siendo también interesante la forma y el medio como MIRA busca la afiliación de sus simpatizantes, seguidores y militantes del Movimiento, con la denominada **Tarjeta Azul** que era la credencial bajo la cual se pertenecía al Movimiento hasta ese entonces, y permitió inscripciones a lo largo y ancho del país.

Consecuentemente MIRA crea un sistema denominado Gestión Miraista sistema bajo el cual se acopla a cada una de las estrategias y relaciones del

MIRA, acorde con el cumplimiento efectivo de sus objetivos, este sistema que crea MIRA nos permitirá transportarlo al análisis bajo la Teoría de la Contingencia Integrativa.

Desde el año 2009, para el Miraismo rendir cuentas es informar a la comunidad de la gestión política y social de sus Representantes, de tal manera que los ciudadanos puedan comprobar el trabajo y la ardua labor que MIRA viene realizando a lo largo de los años, además MIRA se posiciona como el puente entre lo público y lo privado, para darle así un verdadero sentido a la política.

Para este mismo año una de sus más grandes trayectorias y éxitos en cuanto a lo que Comunicación Política se refiere es el reconocimiento webmira.com, obteniendo la categoría de mejor sitio en política y democracia

En el 2010, a los diez años de renovación absoluta, MIRA realiza su inscripción de candidatos y candidatas a las elecciones legislativas, Senado de la República y Cámara de Representantes para el periodo 2010-2014, con el firme propósito de fortalecer su representación política.

Finalmente para concluir la ardua labor, entrañable y destacada trayectoria política del Movimiento Político MIRA, el 26 de septiembre de 2011, el Presidente del Movimiento Político Dr. Carlos Alberto Baena registró ante la Organización Mundial de Propiedad Intelectual de las Naciones Unidas(OMPI), la Ideología del Miraismo por la Renovación Absoluta , y nace también la Asociación Miraismo cuyo objeto es impulsar una labor de difusión y educación del Miraismo a nivel mundial .

Para el 2014 MIRA vuelve a participar en elecciones territoriales, y actualmente para el año 2015 MIRA sigue fervientemente alcanzo espacios políticos y de representación que han hecho de MIRA un Movimiento Político sostenible, y de credibilidad a lo largo del tiempo.

En vista de lo anterior, por los logros y triunfos de MIRA desde su creación, es totalmente erróneo calificar al Movimiento como un movimiento político religioso pues las causas de su éxito van más allá de ser una cuestión religiosa, y más bien se explica por un eficiente acoplamiento de su estructura

interna y externa como Movimiento Político, de su organización , de su plataforma ideológica, y de las estrategia políticas que han sabido utilizar para llegar al electorado y acrecentar su participación electoral. Esto lo explica de manera detallada la autora Leydi Johanna Posada Amaya en su artículo *MIRA: internet, participación y democracia. Las nuevas tecnologías y la reconexión con el ciudadano*, en donde la autora expone cómo el uso de la Web 2, ha ayudado a MIRA en el proceso de reconexión con el ciudadano tras su desencanto manifiesto con la política. (Movimiento Político MIRA, 2012)

Otro autor que muestra claramente las estrategias de comunicación política eficientes de MIRA, es Vásquez (2011) quien señala que el MIRA es la agrupación política que mejor utiliza los recursos de las TIC en su relación con el electorado.

“ En el caso del MIRA es importante resaltar que la iniciativa de mantener una herramienta de contacto en Internet obedece a la particularidad de conectar al ciudadano, al simpatizante y al militante con las actividades continuas que se realizan dentro del Movimiento, además de responder a una lógica de rendición de cuentas sobre su trabajo legislativo ” (Posada, en Vásquez 2011, p.62).

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Democracia Representativa según Robert Dahl

En muchas de las democracias y repúblicas la respuesta a la pregunta ¿qué organizaciones o instituciones políticas se necesitan para gobernar?– estuvo dada por las “facciones”, “ que incluían tanto a grupos informales como a partidos políticos organizados. Mucho más tarde, en varios países las democracias representativas desarrollaron partidos políticos con el fin de seleccionar candidatos para la elección al parlamento y de organizar el apoyo parlamentario a favor del primer ministro y su gabinete, o la oposición a ellos”.(Dahl,2004, p.27)

En lo que se refiere a los partidos políticos, Madison, teorista político estadounidense, pronto se dio cuenta –a pesar de su creencia en la naturaleza esencialmente perniciosa de las facciones– de que en una democracia representativa los partidos políticos no sólo son legalmente posibles, necesarios e inevitables; también son deseables. Legalmente posibles, a raíz del conjunto de derechos y libertades previstos en la constitución.

“Puesto que los partidos eran posibles a la vez que necesarios, era inevitable que surgieran. Finalmente, los partidos también eran deseables porque, al ayudar a movilizar a los votantes por todo el país y dentro del órgano legislativo, permitían que la mayoría prevaleciera por sobre la oposición de una minoría” (Dahl, 2004, p.28)

Por otro lado para Bobbio(1984,p.14) la democracia se caracteriza por “ un conjunto de reglas (primarias o fundamentales) que establecen quien está autorizado para tomar decisiones colectivas y bajo que procedimientos”.

Finalizado los conceptos de democracia, a continuación se centra el análisis de marcar la importancia de la representación en un modelo democrático, por lo tanto, se realizó una revisión sobre la democracia representativa, participativa y delegativa, en las cuales se eligen autoridades con el fin de representar a una sociedad. Se escogió varios autores que hablan sobre los modelos democráticos en los cuales la representación es la base de la misma democracia.

Norberto Bobbio afirma que la democracia representativa se basa en que las decisiones no son tomadas directamente por los ciudadanos sino por las personas que son elegidas por ellos para tomarlas (1984, p. 34). Las elecciones para escoger una autoridad son una calidad por excelencia de la democracia que ha venido siendo el modelo político de las sociedades modernas. Para Bobbio(citado en Puerta, 2010, p.17):

“ La democracia comprende la potestad de unos cuantos individuos, reconocida por los miembros de su comunidad, para tomar decisiones que afectan a todo el colectivo, sobre la base de unas reglas que deben contener los procedimientos mediante los cuales se deben realizar las acciones ”.

Aquellos que defienden la democracia representativa la ven como el poder de los ciudadanos de elegir sus representantes y a su vez ser elegidos y de poder realizar campañas electorales que buscan obtener la representación popular, es decir, el ejercicio legítimo del poder.

Para legitimar este poder se utiliza a la democracia como una herramienta. La legitimación del poder de un actor sobre sus subordinados depende del consentimiento de parte de estos, de allí se desprende la Democracia Representativa. “ El poder como representación de los valores e intereses de los ciudadanos expresados mediante su debate en la esfera pública” (Castells, 2009, p.36).

Robert Dahl se refiere a un modelo ideal de democracias al que llama Poliarquía: “El gobierno democrático se caracteriza fundamentalmente por su continua aptitud para responder a las preferencias de sus ciudadanos, sin establecer diferencias políticas entre ellos” (Dahl, 1989, p. 13) . Así mismo para la permanencia y existencia del Estado democrático, es necesario que los ciudadanos tengan igualdad de oportunidades para:

“ formular sus preferencias, manifestar públicamente dichas preferencias entre sus partidarios y ante el gobierno, individual y colectivamente; recibir por parte del gobierno igualdad de trato; es decir, este no debe hacer discriminación alguna por causa del contenido de del origen de tales preferencias”(Dahl, 1989, p.14).

Para que la igualdad de oportunidades se lleve a cabo, las instituciones del Estado están obligadas a brindar al menos ocho garantías institucionales que son (Dahl, 1989, p.15):

- Libertad de asociación
- Libertad de expresión
- Libertad de voto
- Elegibilidad para el servicio público
- Derecho de los líderes a competir en busca de apoyo
- Derechos de los líderes políticos a luchar por los votos
- Diversidad de fuentes de información
- Elecciones libres e imparciales
- Instituciones que garanticen que la política del gobierno dependa de los votos y demás formas de expresar las preferencias.

De acuerdo a Simón Panchano (2010, p.10), en las sociedades actuales, la democracia que se percibe es netamente representativa, pero sin dejar a un lado el sentido de participación. Siendo la representación y la participación complementarios, como resultado, surgen democracias de calidad y más consolidadas.

Acerca de la importancia de la representación en un sistema democrático, Sartori (1996, p.1) manifiesta que “el significado fundamental de representación es estar presente en lugar de otra persona en beneficio de sus intereses”. En los Estados democráticos los representantes se eligen por votación en la cual Sartori indica que los representantes tienen que actuar y responder: 1) los representantes responden y dan preferencia a las demandas de los electores, 2) los representantes deben responder a sus acciones y finalmente 3) existe la posibilidad de la revocatoria del mandato (Sartori, 1996, p. 2). Todas las acciones antes mencionadas dan a entender que los representantes tienen una responsabilidad y que fueron elegidos para cumplirla, caso contrario los votantes podrán tener el derecho de juzgarlos de acuerdo al marco legal en el que se viva. Se menciona también el caso de una revocatoria de mandato con la cual en ciertos Estados, los gobernados podrán decidir hasta qué punto ya no se sienten representados por la persona que eligieron en las urnas.

1.2. Origen de los Partidos Políticos

En cuanto al origen de los partidos políticos, según algunos autores, “aparecen como consecuencia no buscada de la masificación de las sociedades y la expansión territorial de los estados, cuyas dinámicas va a dar lugar a un nuevo fenómeno: el de la representación política”. (Malamud, 2003, pág.321,). Esto nos permite reconocer, entender y determinar las funciones que los partidos políticos han tenido a lo largo de la historia en nuestras sociedades, siendo la representación política una de las más importantes.

Según algunos otros autores como Seymour Lipset y Stein Rokkan , y su perspectiva historicista:

“ellos explican la aparición de los distintos partidos a partir de una serie de crisis y rupturas históricas que dividieron a las sociedades nacionales cuando aún no estaban consolidadas como tales, y provocaron, en cada quiebre, la formación de agrupamientos sociales enfrentados por el conflicto en cuestión”.(Malamud,2003, p.322)

O bien el enfoque desarrollistas(teorías del desarrollo), cuyos exponentes “entienden la aparición de los partidos como una consecuencia natural de la modernización social y de las necesidades funcionales del sistema político” (Malamud, 2003, p.323).

De acuerdo con tales teorías y enfoques, el origen o nacimiento del MIRA como movimiento político se explicaría y respondería a las teorías del desarrollo económico, político y social, ya que el origen y creación del partido respondería más a las necesidades y reivindicaciones justas del pueblo colombiano.

1.3. Definición de Partidos Políticos bajo un Régimen Democrático

Para desarrollar la definición de sistema de partidos, primero será necesario definir a los partidos políticos como tal, para ello se tomara como de mayor relevancia e importancia la definición que Sartori le da a los partidos políticos, definiéndolos como "un partido es cualquier grupo político identificado con una etiqueta oficial que se presenta a las elecciones, y puede sacar en elecciones (libres o no), candidatos a cargos públicos" (Sartori 1980:91).

Pero el debate sobre la definición de partidos políticos, surge con otros teóricos como Webber, quien da una definición más amplia sobre los partidos políticos. Según Weber (1922), el partido político son todas las "formas de socialización que, descansando en un reclutamiento formalmente libre, tienen por fin proporcionar a sus dirigentes dentro de su asociación para así otorgarles por medio de este a sus miembros activos determinadas probabilidades ideales o materiales" (Weber, 1922, p. 228). Sin embargo, esta definición amplia que Webber otorga a los partidos políticos resalta dentro de su concepto a las organizaciones que se mantienen al margen del campo electoral, aunque estas formas de organización política están dirigidas a gran parte de la sociedad.

En este sentido, más específica y pertinente para nuestro propósito es la definición de Panebianco: "pero solo los partidos operan en la escena electoral y compiten por los votos" (Panebianco, 1990, p.34), pues esta definición de partido político calza perfectamente con los objetivos y metas de MIRA como movimiento político que opera en la escena electoral y en la escena política colombiana en general, con una participación cada vez más importante.

Es decir, de acuerdo con los objetivos y propósitos de MIRA como movimiento político, este busca y aspira a: (1) influir en el Estado, generalmente tratando de ocupar posiciones en el gobierno, y (b) usualmente consiste en algo más que un interés en la sociedad y trata, en algún grado, de agregar intereses" (Ware, 1996, p.5) dentro del Estado.

1.4. Tipología de Partidos Políticos

Dentro de la clasificación de los distintos tipos de partidos políticos que se analizaron (Weber, 1922; Duverger, 1951; Oppo, 1976) MIRA encaja, a nuestro criterio en las tipologías de PANEBIANCO; el Partido Burocrático de Masas y el Partido Profesional Electoral.

Partido Burocrático de Masas: “Papel central de la burocracia(competencia político-administrativa), partido de afiliación , con fuertes lazos organizativos de tipo vertical y que se dirige sobre todo a un electorado fiel, posición de preeminencia de la dirección del partido ; dirección colegiada, financiación por medio de las cuotas de los afiliados y mediante actividades colaterales , acentuación de la ideología ,papel central de los creyentes dentro de la organización”(Malamud, 2003, p.330)

Partido Profesional Electoral: “Papel central de los profesionales (competencias especializadas), partido electoralista, con débiles lazos organizativos de tipo vertical y que se dirige ante todo al electorado de opinión, posición de preeminencia de los representantes públicos; dirección personificada, financiación a través de los grupos de interés y por medio de fondos públicos, el acento recae sobre los problemas concretos y sobre el liderazgo. El papel central lo desempeñan los arribistas y los representantes de los grupos de interés dentro de la organización” (Malamud, 2003, p.330).

Dentro de estos dos modelos de Panebianco, se tomara el Partido Burocrático de Masas, de acuerdo con las características que se presentaron el movimiento político MIRA, se encajaría a este modelo, ya que como se describió una de las grandes características es el fuerte lazo de organización con el que este partido cuenta, lo que a su vez desde este punto de podría caracterizar al Movimiento Político MIRA en función de su plataforma ideológica, lo que también permite recalcar dentro de este tipo de movimiento al cual se ha enfocado al MIRA.

1.5. Características de los partidos según Panabianco:

Ellas son “a) la competencia , o indispensabilidad para cumplir una función, lo que excede el mero saber técnico; b) las relaciones con el entorno,

lo que incluye la capacidad para establecer alianzas y conflictos contra organizaciones ; c) la comunicación , esto es, el control ejercido sobre los canales de información interna y externa ; d) las reglas formales , entendida como la facultad de interpretación para aplicar u omitir los estatutos ; e) la financiación , o control del flujo de dinero ; f) el reclutamiento , que implica la definición de los requisitos de admisión, carrera y permanencia ”(Malamud,2003,p.333), estas características permiten que los partidos o movimientos políticos desarrollen ciertas funciones sobre todo la coalición y las alianzas de un partido con otro, estas alianzas a las cuales Panabianco se refiere no son una característica propia del Movimiento Político MIRA ya que en este sentido se puede notar que el MIRA no cumple con esta característica de las alianzas con otros partidos o movimientos políticos, lo que finalmente se puede deducir que el MIRA es un Movimiento Político totalmente independiente de otros movimientos o partidos políticos .

1.5. Sistema electoral

Comenzando por el significado de Sistema Electoral, Valdés afirma que “El sistema electoral es el conjunto de medios a través de los cuales la voluntad de los ciudadanos se transforma en órganos de gobierno o de representación política” (Valdés, 2005). Por otra parte, Nohlen define al sistema como “el conjunto de reglas que estipula el procedimiento por el que los electores votan y los votos se convierten en escaños en el caso de los miembros del poder legislativo, o en cargos de gobierno en caso de la elección del poder ejecutivo” (Nohlen ,2004, p.10).

Estas definiciones del sistema electoral deja en evidencia la relación entre gobernantes y gobernados, y las demandas entre ambas partes. El enfoque sistémico del sistema electoral permite conocer las preferencias y motivos del electorado al depositar su voto, y a su vez, medir el nivel de participación electoral y aceptación de los partidos políticos, y, en nuestro caso, del movimiento MIRA en la República de Colombia.

1.6. Teoría de la estrategia política

El régimen democrático permite la participación en la contienda política en igualdad de condiciones, para elegir o ser elegido, por la vía del sistema electoral que establece las reglas del juego de la votación y el reparto de escaños o dignidades, ya sea a la asamblea nacional o del poder ejecutivo. Como complemento y parte del sistema político-administrativo, los partidos políticos constituyen el vehículo o instrumento legítimo de participación de los ciudadanos en la contienda electoral y captación del poder, en función de los votos obtenidos durante las elecciones, lo que depende, a su vez, del éxito o fracaso de la estrategia electoral formulada e implementada por el movimiento o partido político.

Entre las múltiples concepciones y definiciones de la estrategia política, podemos definirla en términos generales como “aquellas que buscan imponer concepciones políticas, como la sanción de nuevas leyes o la creación de una nueva estructura en la administración estatal o la ejecución de medidas de desregulación, privatización o descentralización.” (Schroder, 2004, p.17).

1.7. Lucha por el poder y la influencia

¿Cómo compatibilizar política y estrategia? Es una pregunta que los políticos y los partidos, a veces incluso los gobiernos, formulan una y otra vez. Se suele decir “no estamos en guerra” o “nuestro competidor político no es nuestro enemigo” o “nuestras intenciones e ideas son tan buenas que podrán imponerse incluso sin una estrategia”. Claro que no estamos en guerra cuando perseguimos objetivos políticos o libramos una lucha electoral, pero toda idea política expresada por un individuo o por un grupo divide a la sociedad desde el momento en que es conocida y existen distintos planteamientos sobre las reivindicaciones de una sociedad. Y es que toda idea política apunta a cambiar una situación y toda situación tiene tanto víctimas como beneficiarios. Algo que también sabía Maquiavelo, el personaje cuyo libro sobre el poder ganó fama mundial. Todo cambio genera ganadores y perdedores. Casi siempre es así, pues en política predominan los juegos de suma cero, razón por la cual toda idea tendrá defensores y adversarios. (Schroder, 2004)

Esto significa que toda idea política, por buena que sea, sólo puede imponerse luchando contra el adversario, en un espacio público plagado de argumentos, planteamientos, programas de gobierno, y promesas o compromisos electorales. Imponer una idea poco tiene que ver con la razón y el entendimiento; sólo tiene que ver con el poder y con la influencia. Lo dicho vale también para la planificación de estrategias en luchas electorales. La palabra alemana *Wahlkampf*, al menos, dice que se lucha por el poder y la influencia, pues se trata siempre de conquistar o de conservar el poder. La palabra “campaña”, utilizada en muchos idiomas, encubre el problema.

El acceso al poder, la permanencia en el poder y los cambios a largo plazo o los grandes proyectos no son realizables sin estrategias políticas. Por ejemplo, en las medidas de descentralización, es decir, al introducir otro nivel político o municipal, debe haber una planificación minuciosa que abarque a su vez varios aspectos como las competencias municipales, las estructuras organizacionales, la financiación o recursos de toda índole, la elección de los representantes, la elección de la administración política, etc. Sólo una planificación amplia, con una estrategia a largo plazo, podrá evitar los errores cometidos a menudo en muchos países víctimas de la improvisación (Schroder, 2004).

1.8. Estrategias de Lucha Electoral

La estrategia de lucha electoral es una forma especial de estrategia política. “Se trata de que los buenos resultados electorales permitan ganar tanto poder e influencia de modo que se pueda ejecutar una política y lograr cambios en la sociedad. En las sociedades democráticas, antes de que se tome el poder y se pueda influir, existen elecciones democráticas con formas y posibilidades muy diversas”. (Schroder, 2004, p.18)

La actitud crítica ante el poder es cultivada sobre todo por quienes suelen chocar con los límites del ejercicio del poder de otros, por quienes necesitan espacios de libertad para su trabajo, por quienes combaten el abuso de poder, por quienes explican cómo otros ejercen su poder. Se trata, por lo general, de grupos críticos que predominan entre los periodistas y los intelectuales. La crítica al abuso del poder está ciertamente justificada; es lamentable, sin embargo, que a menudo se combata toda forma de ejercicio del poder, sobre

todo el poder aglutinado, pues ello no conduce a una política mejor, sino a pactos nocivos y a un ejercicio vacilante del poder. La lucha por el poder sólo se vuelve nociva y perjudica la cultura política cuando se libra sin criterios, sin un plan para generar cambios en la sociedad y en el marco político para el desarrollo, es decir, cuando simplemente se trata de la apropiación del poder para satisfacer intereses personales (Schroder, 2004). Lo mismo podemos argumentar acerca de los arreglos o pactos cupulares entre las élites, fuera del marco institucional democrático, a espaldas de la sociedad civil y en función de los intereses de ciertos grupos de poder.

1.9. Influencia de diversas áreas culturales en el diseño de estrategias

Los mecanismos estratégicos de decisión y el pensamiento estratégico son, primero que nada, independiente de las diferencias geográficas, culturales y demás. La estrategia se orienta hacia un objetivo final que hay que alcanzar: la planificación crea las condiciones para ello. Así ocurre en todo el mundo. Sin embargo, las culturas, como condiciones marco del entorno, influyen en el tipo de estrategia y mucho más aún en las decisiones tácticas. En última instancia, sólo para éstas influye el hecho de que se trate de un área cultural abierta al comportamiento conflictivo o de una basada en la idea del consenso. Sin embargo, esto implica que si bien los elementos de culturas con ciertas orientaciones religiosas, experiencias sociales e históricas, formas especiales de comunicación, etc. deben tenerse en cuenta como factores condicionantes y limitantes al elaborar estrategias y tácticas, no deben priorizarse frente a los tipos de necesidades, los marcos legales o las estructuras organizativas influidos, a su vez, por el entorno cultural. Por tanto, durante la planificación el planificador de estrategias debe considerar las condiciones marco incluyendo las culturales, pero sin dejarse paralizar por un temor reverencial; debe valorar las condiciones culturales tan sólo como lo que son: datos a considerar en la planificación. (Schroder, 2004)

1.10. Implementación de estrategias

Al implementar las estrategias hay que considerar factores, estructurales organizacionales, humanos y operativos. La implementación presupone,

primero, decidir los objetivos tácticos, formular la imagen objetivo y deducir los grupos meta, los mensajes para éstos y los instrumentos principales.

Luego hay que fijar las reglas (parte muy importante de la implementación) para ejecutar la estrategia, para lo cual hay que responder las siguientes preguntas: 1. ¿Quién es el responsable de ejecutar la estrategia? 2. ¿Qué influencia tiene la conducción política sobre la estrategia? 3. ¿Quién nombra y destituye a las personas encargadas de la estrategia? 4. ¿Qué cualidades debe tener la persona encargada de ejecutar la estrategia? En la implementación de estrategias políticas son muy significativas tres partes del factor humano: la conducción política, la conducción a tiempo completo y los afiliados de los partidos o nivel ad honórem. La aplicación exitosa de una estrategia presupone la conjugación de estos niveles, su cantidad, su calidad, su formación, su motivación y su moral. Al implementar la estrategia en el campo operativo, su éxito presupone concretar los principios de rapidez, adaptación y engaño. Hay que evitar demoras: las demoras inútiles amenazan cualquier plan, pues llevan al agotamiento y a la desilusión en la organización propia. (Schroder, 2004)

1.11. Recursos

Aquí se entienden por recursos: 1. los recursos humanos, 2. los recursos financieros y 3. los recursos organizativos. En muchas actividades políticas y en muchas estrategias, los recursos definen la posibilidad de ganar. No obstante, la falta de recursos financieros con frecuencia suele ser sólo una excusa para otras debilidades de la organización política. Aunque es importante, el dinero no determina siempre la victoria o la derrota electoral. Además, la falta del mismo no es obstáculo para implementar políticas. Sobre este particular, Ecuador ha conocido ya casos exitosos donde se puede verificar la validez de esta afirmación, tal fue la contundente victoria electoral del actual alcalde metropolitano de la ciudad de Quito.

1.12. Recursos humanos

Son recursos humanos los miembros de la organización, los dirigentes, los militantes y el personal a tiempo completo, ad honórem y a tiempo parcial. Al evaluarlos, también son de importancia decisiva el nivel educativo y la

motivación: ¿qué hacer con muchos miembros no motivados o de qué sirve personal numeroso, pero incapaz de cumplir sus tareas?(Schroder, 2004).

1.13. Miembros

Para mejorar y transparentar las encuestas y cálculos de la militancia, hemos desarrollado un sistema de diferentes adhesiones partidarias que pueden describirse utilizando las denominaciones usuales en América Latina. Se definen tres grupos de miembros: los militantes, los afiliados y los correligionarios*. **Militantes**, son grupos integrados por activistas partidarios o “soldados del partido”, dispuestos en todo momento a cumplir cualquier tarea que se le encargue y gozan de la confianza plena de la organización. **Afiliados** son los miembros que alguna vez firmaron una solicitud de afiliación y cumplen sus deberes estatutarios, es decir, se trata de miembros que en muchos casos sólo pagan la cuota partidaria. Pero, naturalmente, también aquí hay muchos escalonamientos: miembros dispuestos a hacer algo de vez en cuando por el partido o, al menos, a comunicarse en un sentido político-partidario con su entorno inmediato. **Correligionarios** son aquellos miembros militantes que aparecen con fuerza allí donde los electores deben inscribirse en un padrón electoral para participar en las elecciones primarias del partido, oportunidad en que deben manifestar su decisión a favor de un partido. A veces esa inscripción en el padrón electoral del partido se ajusta más tarde con el registro electoral nacional. Cuando para inscribirse en el registro electoral principal hay que cumplir ciertos requisitos, como la presentación de documentos de identidad, puede ocurrir que en el registro partidario figuren más miembros que en el padrón electoral estatal. Tratándose de miembros de este tipo, el grado de inscripción en el registro electoral juega un papel importante y tiene que considerarse a la hora de efectuar la recolección de datos. Si por alguna razón los miembros del partido no están inscritos en el registro electoral, no podrán votar más tarde, disminuyendo así las posibilidades de una victoria. (Schroder, 2004)

Al recolectar datos objetivos y veraces, se pueden obtener clasificaciones de diferentes tipos sobre la fuerza electoral, tales como ¿Cuál es la relación, a nivel regional, entre el electorado total y la cantidad de miembros del partido?,

¿dónde hay lagunas en el mapa? ¿Cómo están representados los grupos sociales en el partido? ¿Coincide el porcentaje de jóvenes, mujeres, etc. con el respectivo porcentaje de la población electoral y, dado el caso, dónde hay divergencias? ¿Cómo está integrado el partido desde el punto de vista religioso y tribal? ¿Es alta la fluctuación o rotación de miembros del partido o movimiento?(Schroder, 2004)

1.14. Comunicación política

Hacia fines del siglo pasado, en pleno apogeo del marketing político, el investigador francés Dominique Wolton definió la comunicación política como:

“el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública” (Wolton, 1998:31). Esta interacción podría graficarse como un triángulo cuyos vértices están en tensión, en la medida en que los intereses de esos tres grupos operan siempre en contrapunto. Es justamente esa tensión la que mantiene el sistema en equilibrio inestable” (Amado, 2013, p.12)

Las tecnologías, dispositivos y aplicaciones propician espacios sociales en internet a partir de una comunicación cuyo “contenido está autogenerado, su emisión autodirigida y su recepción autoseleccionada por todos aquellos que se comunican” (Castells, 2009:108). Esos intercambios simultáneos generan una construcción colectiva de la información abierta a comentarios, enmiendas, revisiones, que producen una especie de *wikinformación*, quinta esencia del espíritu crítico y colaborativo de la red (Castells, 2012). Es por eso, observa el especialista, que se ha reducido drásticamente la lectura de diarios, sobre todo entre la población más joven, donde cada uno arma un “mosaico de información” en función de las noticias que recibe, que le recomiendan, y que circulan por las redes sociales.

Este factor es la mayor transformación que enfrenta la comunicación política y su mayor desafío. Las redes han acelerado los tiempos de circulación de información y permiten el salto de los mensajes del celular a la gran pantalla, del Twitter a la radio, con lo que la brecha entre los conectados y los no conectados se desdibuja a la hora de informarse de la política. Pero sobre todo, marca una clara diferencia entre la información social construida entre varios y la información institucional, centrada en un emisor.

1.15. Medios políticos o media política

“La vinculación de los medios masivos con la política fue inmediata. Los intensos procesos socio-históricos del siglo XX fueron acompañados por la aparición de los medios audiovisuales, que por alcance y facilidad de uso prometían superar en mucho la de por sí inmensa contribución que los periódicos hicieron a la consolidación de las democracias” (Amado,2013, p.16) Sus primeras emisiones coincidieron con el convulsionado período de entreguerras y con la existencia de regímenes de distinto signo que coincidieron en esa necesidad de hacer uso de los nuevos recursos para consolidar su poder. De esa época son esos famosos estudios que consideraban los medios como poderosos y manipuladores, que configuraban modelos de comunicación fuertemente centralizados con una oferta de señales muy limitada, apoyados en un férreo aparato estatal de control.

A mediados del siglo pasado, cuando empezó a estudiarse sistemáticamente el efecto de los medios, especialmente en los procesos electorales, Merton, Lasswell y Lazarsfeld ya habían postulado que ese poder estaba determinado por las condiciones sociales y psicológicas de quienes recibían esa información (Moragas, 1985). Empezaban a ver que la circulación de la información mediática era descentralizada, en tanto necesitaba el refuerzo que podían brindar ciertas personas que los ciudadanos consideraban referentes en algunos temas, por eso se hablaba de una comunicación de dos instancias (de los medios a ciertos líderes, y de estos al resto de la comunidad). Incluso el famoso experimento de La guerra de los mundos no hizo más que ratificar que solo una parte pequeña de la audiencia considerada en el experimento se había sugestionado y coincidía con el sector más simple y con creencias religiosas más extremas (Cantril, 1985).

1.16. Las Campañas Electorales

1.16.1. La comunicación durante la campaña

Toda campaña política es un evento de comunicación que termina por convertirse en un concurso de popularidad, es por eso que se vuelve fundamental entender que el “90% de las decisiones humanas son emocionales, aunque justificadas por la razón” (García, 2006: 4).

Las emociones que pueden provocar los candidatos en los electores pueden ser mucho más fuertes que la razón. Si el mensaje es estratégico, puede ser capaz de persuadir, motivar, convencer, movilizar pero sobre todo llegar a tocar las fibras más sensibles y en algunos casos tocar el corazón de la gente. Al respecto, Schwartz menciona que “Una comunicación efectiva es aquella que toca las cuerdas emotivas” (Schwartz, 2001: 26). De tal forma que el éxito de una campaña política debe estar basado en emoción, más emoción, más emoción, porque los seres humanos somos seres meramente emocionales.

Es el momento dejar atrás aquellas campañas tradicionales que piensan en el ciudadano como un simple voto o dato estadístico, al respecto Adriana López señala que “las campañas políticas tradicionales hacen del ciudadano y del joven, en particular, un mero receptor pasivo de los mensajes” (López, 2007, citada en Dávalos, 2009: 57). Hoy es el momento de utilizar a los medios masivos y alternativos para diseñar campañas no convencionales que generen una verdadera comunicación y una verdadera interacción con cada uno de los votantes. Es por eso que Polanco señala que: De nada sirven los medios interactivos, si, nuevamente, sólo se los emplea como fuentes para conocer la opinión de la gente. De nada sirven los volantes, mítines, y periódicos si se vuelve a colocar al votante como mero receptor. De nada sirve toda la tecnología y toda la contracultura (p. e. el graffiti y la “guerra de estampas”) si no existe retroalimentación, es decir, si no se establece un ciclo efectivo de comunicación (Polanco, 2007, citado en Dávalos, 2009: 140).

Hoy las campañas políticas deben de tomar en cuenta que la comunicación no es unidireccional y que la revolución tecnológica ha impactado considerablemente en los propios medios de comunicación y sobre todo en la población en general, por lo que se vuelve de suma importancia que dentro de

todo proceso de comunicación política ya se comienzan a incorporar todos esos medios alternativos tales como el Internet, el celular, etc. Los cuales han sido principales vehículos de información y movilización en distintos acontecimientos tanto en el Ecuador como en el mundo (Dávalos, 2008: 81).

1.17. La imagen del Candidato

En el mundo moderno —y en el Perú de las últimas décadas— los electores votan por una persona, es decir, por un candidato. Frente a esto, el papel de los partidos se torna secundario. Por lo tanto, el rol del candidato es fundamental pues sus cualidades personales, sus convicciones, su credibilidad, su historia personal, su capacidad de comunicarse y crear empatía, marcarán la diferencia entre ganar y perder. El candidato encarna un programa, una forma de entender la sociedad y el futuro. El elector se refleja y proyecta en el candidato. (Ágora Democrática, 2006).

Según Mario Elgarresta, son tres los pilares fundamentales para la construcción de la imagen de un candidato:

- La personalidad
- Las convicciones
- La comunicación

1.18. Poder o tipo de dominación carismática de Max Weber

Debe entenderse por "carisma" "la cualidad, que pasa por extraordinaria (condicionada mágicamente en su origen, lo mismo si se trata de profetas que de hechiceros, árbitros, jefes de cacería o caudillos militares), de una personalidad, por cuya virtud se la considera en posesión de fuerzas sobrenaturales o sobre humanas -o por lo menos específicamente extra cotidianas y no asequibles a cualquier otro-, o como enviados del dios, o como ejemplar y, en consecuencia, como jefe, caudillo, guía o líder".(Fondo de Cultura Económica, 2014,p.5)

1.19. El Mensaje

Es el discurso, es decir el fundamento racional, cultural, emocional y espiritual expresado a través de la palabra —oral o impresa— los gestos, la conducta, los símbolos, las metáforas, imágenes, colores y formas con las cuales —y por lo cuáles— **el candidato pretende ganar el voto de los electores.**

El mensaje político deberá adecuarse a:

La estrategia política, las expectativas del electorado , las tradiciones comunicacionales del partido o movimiento ,las estrategias de los adversarios, las características personales y el estilo del candidato y el presupuesto de la campaña, o en general, los recursos de la organización.

El mensaje será de “refuerzo” en caso de dirigirse a los partidarios, de “polémica” dirigido a los adversarios, y de “persuasión” con los indecisos (Ágora Democrática, 2006).

1.20. Tipos de medios de comunicación durante la campaña

- **La televisión**

Tiene un poder inmenso, pues es un medio que nos permite ver y escuchar al candidato, y todo esto dentro de una sensación de “inmediatez”. El candidato está allí, en tu propia casa, en tu propia sala, exponiendo no sólo sus ideas sino también el movimiento de su cuerpo, la expresión de su rostro, su mirada.

Entonces, para una presentación en televisión, cada “detalle” debe ser estudiado. La propuesta política, la escenografía, la iluminación, el vestuario, debe ser pensado ya no en función del público que concurre a un evento, sino en función a una audiencia extremadamente amplia: los televidentes.

En ese sentido todos los detalles de una presentación en televisión deben ser meticulosamente estudiados y tener definido dónde se hace la presentación (si se trata, por ejemplo, de una micro onda en algún lugar público o privado), qué noticia se va a lanzar, quiénes acompañan al candidato, cómo se visten, qué símbolos llevan, qué colores se eligen, etc. Todos estos “detalles” van formando, presentación tras presentación.

- **El poder de la Radio**

La radio, tiene de manera explícita un gran poder pero también una gran limitación para una campaña electoral. Su poder radica en que es un medio móvil (en el sentido que muchas veces lo escuchamos mientras estamos en el automóvil o en el trabajo), llega a todos los sectores (incluyendo a los rurales donde, muchas veces, todavía, no llega la televisión) y es mucho más barato, fácil y rápido producir y difundir un spot para radio que uno para televisión. Su limitación radica en que impide ver y por ende percibir las cualidades más personales del candidato.

- **La prensa escrita**

Sigue jugando un rol importante pues sus entrevistas en profundidad, sus investigaciones y sus primeras planas logran generar noticias que luego, en muchas ocasiones, hacen suyas la radio y la televisión. En este sentido, la prensa escrita “moviliza” a las demás.

- **La Publicidad:**

Llegando a todos, pero, antes de lanzar los spots al aire, es imprescindible evaluarlos profesionalmente, probando su eficacia, con electores que no pensaban votar por el candidato y que luego cambian de opinión. Si esto no sucede, se pierde, además de mucho dinero, una posibilidad única de llegar al elector.

Una forma efectiva de publicidad son los paneles que permiten a dar a conocer al candidato y el tema principal de su campaña de una manera bastante económica. El panel publicitario multiplica rápidamente el elemento “recordación”(Ágora Democrática, 2006).

1.21. Teoría de la contingencia integrativa

Bajo la perspectiva de esta teoría se busca determinar el acoplamiento eficaz o nivel de acoplamiento entre la estructura organizativa, participación electoral, plataforma ideológica, estrategia política y contexto socio-económico del MIRA.

Tenemos en primera instancia **el entorno**, es decir el electorado, los competidores, la normativa electoral, el tipo de electores y sus distintas categorías y demandas. En segundo lugar o como segundo elemento sujeto al acoplamiento **el contexto** donde se encuentran inmersos los objetivos y las estrategias que utiliza MIRA para cumplir con sus objetivos , tal es su estrategia política que incorpora una estrategia de campaña, conteniendo y socializando, entre otras cosas, el mensaje que el MIRA transmite en sus campañas electorales , la imagen del candidato, entre otros aspectos como los colores y los principales medios de comunicación que el MIRA utiliza para lograr sus objetivos políticos .

Finalmente existen **los elementos internos** del movimiento como su estructura interna, estructura orgánica, división del trabajo, su tipo de liderazgo, sus recursos humanos, financieros, tecnológicos y físicos con que cuenta.

Por medio de todos estos elementos se caracteriza al MIRA, y así entender y determinar la causa o causas de su éxito electoral y crecimiento como movimiento político, en estos últimos 7 años. Todo esto analizado bajo el nivel de acoplamiento de los tres elementos antes mencionados como condiciones del éxito de cualquier tipo de organización, de acuerdo con la teoría.

“La teoría de la contingencia fue propuesta a principios de la década del 60 por investigadores británicos (Burns y Stalker, 1961, Woodward,1965) y más completamente desarrollada por investigadores americanos, sus ideas pueden reducirse a lo siguiente : el ambiente que rodea a una organización siempre está cambiando. Los cambios en la estructura de la industria, en las preferencias de los clientes, en la tecnología, en el comportamiento de los competidores, en la legislación, en las normas sociales y en las experiencias que generan una variedad de oportunidades y de retos” (Kagono,Nonaka, Sakakibara, Okumura,1994,p.12)

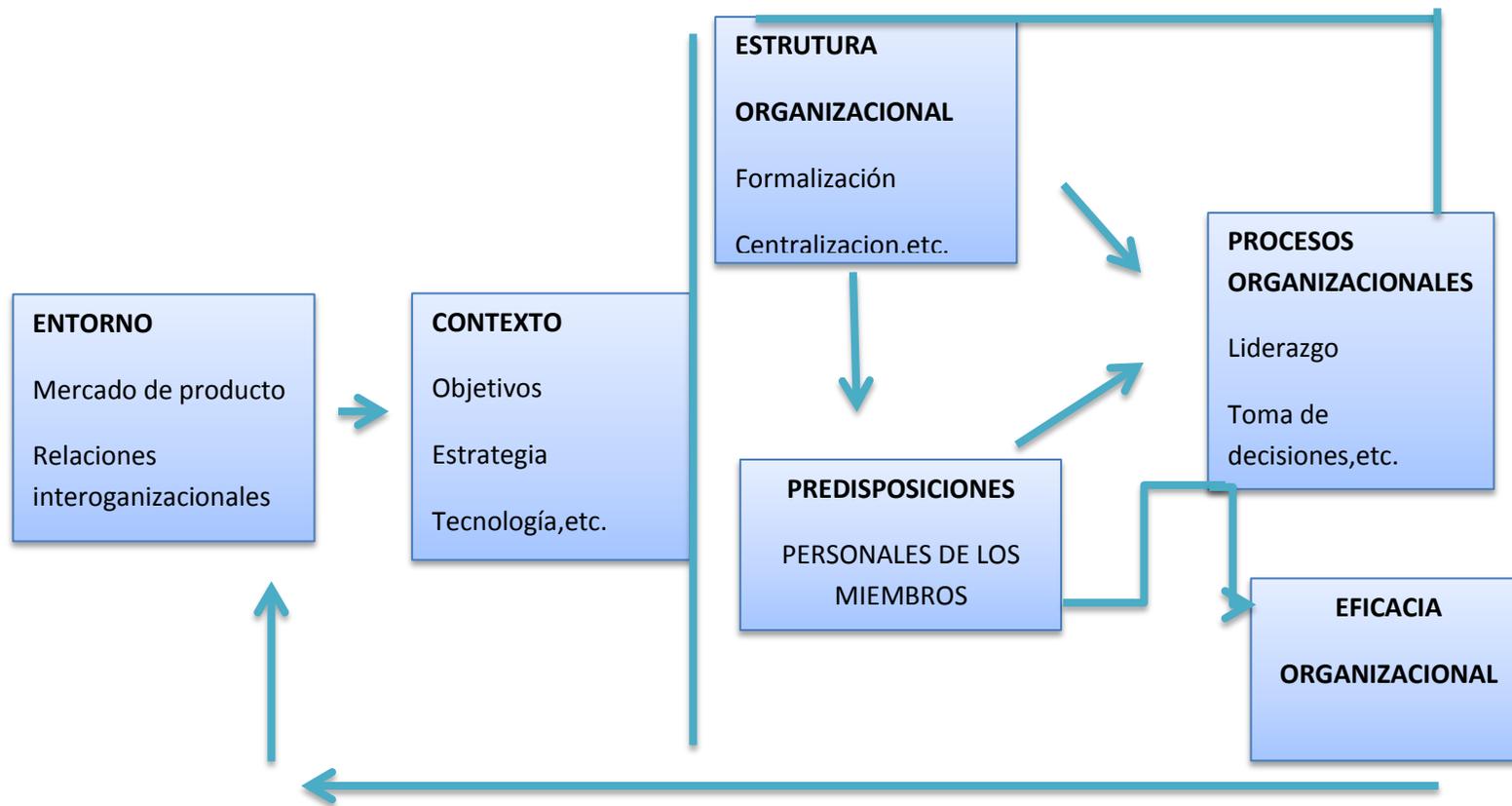


Figura 1: Teoría de la Contingencia Integrativa

Adaptado por : Kagono, Nonaka, Sakakibara, Okumura (1994).

CAPITULO II

2. ANÁLISIS DEL MOVIMIENTO POLÍTICO MIRA EN COLOMBIA : ESTRATEGIA POLÍTICA Y ÉXITOS ELECTORALES

El surgimiento de la democracia es de suma importancia ya que es el pilar fundamental para elegir y poder ser elegidos, pues bajo este contexto nacen una serie de partidos y movimientos políticos para representar a la población, como lo es en este caso MIRA.

Dentro de todo este contexto que encierra el origen de la democracia es importante también analizar el tipo de estrategia política que MIRA utiliza pues se enfocara todos sus éxitos bajo la Teoría de la Contingencia Integrativa bajo las cuales se permite el acoplamiento eficaz del entorno, el contexto y sus características internas del movimiento como tal , y sobre todo como se logra el acoplamiento eficaz de todas estas características bajo esta teoría .

Desde su estructura interna de su organización , su militancia comprometida ideológicamente y sobre todo su estrategia política miraista que busca el acoplamiento eficiente entre el entorno ciudadano (electorado, sistema de partidos, sistema electoral), el contexto (los objetivos de la organización partidista.

Por ello primero se encuentra el **entorno** bajo el cual se toma en cuenta el electorado, los competidores, la normativa electoral, el tipo de electores y sus distintas categorías y demandas. Al respecto dicho tipo de electorado dentro del entorno de MIRA es denominado como el target que es de suma importancia porque es a través de este donde MIRA puede canalizar y transmitir varios de sus mensajes a la población, además de los distintos proyectos con los que MIRA trabaja en beneficio de los demás.

Llama la atención el target bajo el cual MIRA logra acoplar todos sus elementos tanto internos, externos como el propio entorno, con cada una de sus características bajo las cuales se define su estrategia política y el porqué

de sus éxitos electorales a través del tiempo, tomando en cuenta que es un movimiento político joven en la escena político- colombiana .

En relación con estas implicaciones, se puede tomar en cuenta que el target que MIRA utiliza principalmente se encuentra orientado a trabajar con los jóvenes, familias de escasos recursos que cuenta con poco o escaso acceso a un bienestar determinado y finalmente aquellos que han sido marginados de la política colombiana que se podría traducir como aquellas personas que no han tenido ni voz ni voto en Colombia .

Bajo este target se ve reflejado los diversos proyectos que MIRA a promovido en Colombia hasta el día de hoy, pues dentro de los jóvenes se encuentran **JUVENTUDES MIRA** , espacio bajo el cual MIRA ha brindado un abanico de oportunidades para compartir ideas, y además para dar cabida al renacimiento de una nueva política, sujeta a un sinnúmero de cambios siendo así como MIRA ha facilitado a los jóvenes la creación de una diversidad de trabajos para la formación de una política trascendental en Colombia, teniendo la oportunidad de participar en dignidades y cargos bajo los cuales otros movimientos políticos en Colombia no han brindado dicho espacio a los jóvenes hasta el día de hoy, teniendo finalmente también en cuenta que estos grupos han podido ser partícipes de muchas leyes bajo las cuales MIRA ha podido aprobar en Colombia.

Otro target que ha estado relegado de la política colombiana han sido las personas adultas mayores, y la participación de la mujer en la política, donde MIRA le ha dado un nuevo toque de despertar a esta población colombiana, un ejemplo claro de ello son los distintos cargos que ocupó la Doctora Alexandra Moreno, “ elegida para el año 2002 como Senadora en el Congreso de Colombia y fue elegida la segunda Vicepresidenta para el Senado para el periodo 2010-2011”(Movimiento Politico MIRA , 2012, p.45) .

Estos cargos ocupados por la Doctora Alexandra Piraquive y su constante trabajo en la política en vista de ayudar a los demás, han dado a la mujer colombiana una nueva imagen que por muchos años había sido desgastada por otros movimientos y partidos políticos colombianos relegando a la mujer a la participación en la política. La niñez, otro target importante bajo el cual

MIRA se ha enfocado sobre todo promoviendo leyes en contra del maltrato y abuso infantil, uno de estos eventos bajo los cuales MIRA logro reunir a este target de la población fue en el lanzamiento de una de sus tantas campañas denominada en ese entonces **“Solo por hoy, todos los días”**, sensibilizando a los adultos sobre la eliminación de cualquier trato violento hacia los niños” (Movimiento Político MIRA, 2012, p.72)

Todo su target con el que cuenta MIRA hasta el día de hoy, es un target que MIRA estratégicamente ha sabido mantener durante el tiempo de participación en la escena político- colombiana el cual ha estado constantemente capacitado pues uno de sus programas bandera fue **“Capacitaciones MIRA”** con el cual se brindó tanto a hombres como mujeres la posibilidad de adquirir diversidad de conocimientos en artes y oficios que les permita tener ingresos adicionales dentro de sus hogares.

Se puede dar cuenta que MIRA siempre ha buscado mantener satisfecho y capacitado a su electorado, por ello estas personas se han convertido en militantes comprometidos con su movimiento, participando activamente, característica importante bajo la cual les ha permitido delimitar una estrategia política estable a través del tiempo.

Pues ha suplido las demandas de su target de diversas maneras, pero cabe recalcar que la manera más común y notoria ha sido a través de la promulgación de buenos servicios públicos para todos los ciudadanos colombianos , una de ellas fue una consulta que MIRA propuso: **“ eliminar el cargo fijo de los servicios públicos domiciliarios en Bogotá, el 6 de Diciembre del 2006”**. (Movimiento político MIRA, 2012, p.76).

Finalmente dentro de su entorno se encuentran las permanentes jornadas de trabajo en beneficio de la población colombiana, a través de estas jornadas de trabajo MIRA brinda de manera gratuita servicios médicos, odontológicos, entre otros a distintos ciudadanos. Estas campañas que MIRA promueve constantemente, se lo puede analizar desde la ciencia política pura como la campaña de territorio de acuerdo con la Teoría de la Contingencia Integrativa donde MIRA es el movimiento político, capaz de llegar hasta el lugar de su electorado y escuchar sus distintas necesidades y demandas y no solo

escucharlas sino tener la capacidad de cumplir con sus ofrecimientos a estos diversos tipos de electores con los que cuenta.

Es menester tomar en cuenta todo el entorno bajo el cual MIRA trabaja con su target, para mantener su estrategia política y sus éxitos electorales, ya que esto le permitirá una existencia permanente y activa en la política formando líderes y lideresas con sentido político y social con su proyecto que hasta hoy se mantiene vigente como lo es finalmente " **ESCUELA DE GOBIERNO**, con el Curso **Estrategias Gerenciales Miraistas** , fundada en el 2008 y cuenta con 45.000 líderes y lideresas " (Movimiento Político MIRA, 2012, p.117).

Como segundo elemento sujeto al acoplamiento es el **contexto** donde se encuentran inmersos los objetivos y las estrategias que utiliza MIRA para cumplir con sus objetivos , tal es su estrategia política que incorpora una estrategia de campaña, conteniendo y socializando, entre otras cosas, el mensaje que el MIRA transmite en sus campañas electorales , la imagen del candidato, entre otros aspectos como los colores y los principales medios de comunicación que el MIRA utiliza para lograr sus objetivos políticos .

MIRA delinea sus objetivos tomando como base la **Renovación Absoluta** que MIRA lo define como: " la transformación del ser dirigida al logro de su plena realización o felicidad, mediante el conocimiento y la aplicación de valores" (Movimiento Político MIRA, 2012, p.11); esta renovación que MIRA expresa está enfocada principalmente hacia su target para fortalecer en ellos una serie de valores con los cuales se pueda definir mejores políticas en distintos ámbitos como los sociales, políticos , económicos , sociales , culturales y finalmente ambientales .

A partir de estos, MIRA podrá desarrollar sus objetivos en diversos temas y así lograr un acoplamiento eficaz también con el entorno que es el target, ya que cada política que defina dependerá del tipo de target al cual van orientados sus diversos objetivos y políticas.

Mientras tanto a través de sus objetivos MIRA también transmite diversos mensajes en sus campañas electorales para sus ciudadanos, mensajes como " **Una política para servir a los demás y para dar buen ejemplo**"

(Movimiento Político MIRA, 2012, p.18), este tipo de mensajes crean en el electorado diversos sentimientos de compromiso y entrega para con el movimiento político creando en sus militantes una auto identificación con el movimiento.

Una de sus mejores estrategias de campaña dentro de su entorno, ha sido el promover la rendición de cuentas a sus ciudadanos, tema que los ciudadanos han atacado constantemente a otros partidos y movimientos dentro de Colombia. Pues a través de diversas piezas publicitarias MIRA ha promovido la rendición de cuentas de cada una de sus distintas gestiones, como lo fue en el Senado de la Republica, en el año 2005 que se denominó **“Cuentas claras que se pueden ver”**.

El hecho de que MIRA tenga la capacidad de rendir cuentas a sus ciudadanos permite que la imagen de su movimiento denote la imagen de un movimiento comprometido, honesto y responsable con sus ciudadanos.

Esto finalmente permitirá caracterizar de mejor manera al movimiento dentro de su entorno, adoptando mejores prácticas en su labor de una manera clara, organizada y estable para crear un sistema que contenga actores con capacitación y mejora continua en cuanto a lo que de representación se trata y así mismo gestionar soluciones y responder a las demandas de sus ciudadanos como ya se mencionó en cuanto al acoplamiento del entorno.

Este acoplamiento del contexto con la estrategia política permite que MIRA cree un ciudadano primeramente informado de la existencia de MIRA, interesado además en los servicios que MIRA ofrece , pues una vez que el electorado (target) conozca los servicios que MIRA le ofrece , se verá interesado en la necesidad de participar en lo público a través de MIRA , se afiliará al movimiento por voluntad propia ya que el movimiento va respondiendo a cada una de sus demandas y creara un militante comprometido con sus movimiento y como se lo menciono con la Renovación Absoluta que MIRA propone.

También es importante tomar en cuenta dentro de la imagen de MIRA las diversas consultas populares que MIRA promueve, que permite que se

proyecte como un movimiento político capaz de escuchar las necesidades de su electorado.

Dentro de todo este proceso del contexto para el acoplamiento de una estrategia política eficaz de MIRA, deriva la imagen de sus candidatos ya que todos los objetivos, mensajes que MIRA promueve crea en sus candidatos una buena imagen de responsabilidad, compromiso con sus ciudadanos, imagen que cabe recalcarla en el Presidente del movimiento el Doctor Carlos Alberto Baena, por su lucha y trabajo constante por la necesidad de responder de la mejor manera a su electorado y no solo a estos sino también a los militantes del movimiento que trabajan juntamente con él.

Como consecuencia de la proyección de una buena imagen esto le ha permitido alcanzar distintas dignidades dentro de su carrera política: Senador de la República de Colombia (2010-2014), Concejal de Bogotá (2001-2009). Calificado en cinco ocasiones como el “Mejor Concejal de Bogotá”, en la evaluación realizada por el programa Concejo Como Vamos, de la cual hacen parte la Casa Editorial El Tiempo, La Cámara de Comercio de Bogotá y la Fundación Corona. Junto con el concejal Humberto Quijano, del Movimiento Político MIRA, fueron nominados como la Mejor Bancada del Concejo de Bogotá (2009). (Movimiento Político MIRA, 2012, p. 85)

Su trabajo político se ha orientado hacia la gestión pública y social, con un modelo de oportunidades para todos, modernización con inclusión social, transparencia administrativa, y respeto hacia el medio ambiente y el ciudadano.

En el marco de la celebración del Día de la Afro colombianidad y la Socialización del Plan de Desarrollo de la Ciudad de Quibdó, “Quibdó Mía”, en mayo 2012, siendo Senador de la República, Carlos Alberto Baena fue declarado Ciudadano de Honor de Quibdó para el Mundo, por la Alcaldesa Zulia Mena, durante un acto celebrado en la Universidad Tecnológica del Chocó, como reconocimiento a su ardua labor en beneficio de la población afrocolombiana.

Además, fue condecorado por la Comunidad de Engativá, como reconocimiento a su defensa de los derechos de los barrios afectados por la valorización y la remodelación del Aeropuerto Internacional El Dorado.

Durante su tiempo en el Congreso de Colombia, en donde se desempeñó como Senador de la República (2010-14), se convirtió en autor de la **Ley 1482 de 2011 también conocida como la "ley antidiscriminación"**, mediante la cual se establecen sanciones a las personas que promuevan o instiguen actos, conductas o comportamientos constitutivos de hostigamiento, que causen daño físico o moral a una persona, grupo de personas, comunidad o pueblo, por razón de su religión, ideología política, sexo y orientación sexual, entre otros. (Movimiento Político MIRA, 2012, p.89)

Finalmente estos son solo algunas de sus dignidades y leyes promulgadas hasta la presente, esto denota que su nivel de aceptación en cuanto a su imagen es un nivel alto y de muy buena aprobación entre su electorado.

Dentro de la parte final del contexto, se encuentra los medios bajo los cuales MIRA difunde sus políticas, objetivos, proyectos con sus ciudadanos. Dentro de la Comunicación Política uno de los medios más utilizados durante mucho tiempo por los movimientos y partidos políticos ha sido la radio, por su nivel de alcance que tiene a toda la población, pues es de más fácil acceso a todo un electorado. MIRA estratégicamente ha sabido acoplar este medio eficazmente a su estrategia política, ya que a través de este espacio MIRA incursiono con un programa de media hora concentrándose especialmente en responder las necesidades de su target, y abrió espacio a todas las poblaciones y ha estado abierto a denuncias .

Posteriormente otro medio bajo el cual MIRA y los ciudadanos podían transmitir sus mensajes ha sido **MIRA El periódico de la gente** , bajo este medio MIRA logra difundir sus objetivos, dar a conocer a los ciudadanos la diversidad de proyectos en favor de la comunidad, expresar su punto de vista ante diversos temas que han sido controversiales en Colombia, se toma en cuenta que MIRA mantiene una comunicación permanente y constante con todos sus ciudadanos , caracterizándolo dentro de su contexto .

Como punto final dentro de sus medios de comunicación bajo los cuales delinea sus objetivos y propuestas esta su página web , que obtuvo su primera nominación de su sitio web oficial **webmira.com** , a los premios en Colombia en Línea 2009 , en la categoría de mejor sitio en política y democracia .

Su comunicación permanente con sus ciudadanos, y sobre todo la manera como proyecta sus mensajes sin la necesidad de atacar las medidas adoptadas por otros movimientos o partidos políticos en Colombia, generan un alto grado de aceptabilidad y reconocimiento a su labor dentro de los ciudadanos colombianos.

Ya que si bien no todos sus representantes han logrado la mayoría de puestos o dignidades en las diversas elecciones en Colombia, lo importante de este movimiento político es como ha logrado que su estrategia política se enmarque a cada uno de sus elementos que lo caracterizan en diversos ámbitos como un movimiento activo políticamente a través del tiempo. Su permanencia y constante actividad política pone en juego la estabilidad de otros movimientos y partidos políticos en Colombia que si bien han mantenido una participación política activa ocupando varios cargos o dignidades en el poder su imagen se encuentra desgastada y por ende sus estrategias políticas no comprometen a estos a mantener una estabilidad en el futuro.

Otro elemento finalmente bajo los cuales se analizara este movimiento político son los **elementos internos** del movimiento como su estructura interna, estructura orgánica, división del trabajo, su tipo de liderazgo, sus recursos humanos, financieros, tecnológicos y físicos con los que cuenta.

En principio MIRA cuenta con una organización interna sistematizada que permite una relación duradera entre sus militantes a través del tiempo, ya que cada uno de los mismos cumple con una labor distinta pero con un mismo objetivo en común. MIRA cuenta con una estructura organizacional horizontal ya que dentro del movimiento existe libertad de acción y toma de decisiones pues no radica en una sola persona, sino que coexiste una distribución de funciones entre todos sus miembros y militantes además de la división racional del trabajo entre los mismos. Pues dentro de su organigrama a nivel nacional, el movimiento cuenta con su sede principal en la ciudad de Bogotá – Colombia, también existen sedes departamentales, y un directorio nacional, de esta manera se puede notar que sus decisiones se toman de forma participativa y no están concentradas únicamente en el líder del

movimiento como es lo que comúnmente sucede en otros partidos y movimientos políticos.

Tanto así que hoy por hoy MIRA cuenta con diversos espacios de reconocimiento internacional , bajo los cuales también ha podido difundir su política miraista llegando a países como España , donde la Doctora Ana Paola Agudelo quien se desempeña actualmente como Representante a la Cámara por los colombianos en el exterior , ha sido la principal representante en este lugar con una impresionante labor ya que existe una gran cantidad de colombianos que residen actualmente en dicho país, pues de esta manera MIRA busca acoplar todos sus objetivos llegando a todo su target no solo dentro de Colombia sino de aquel target que se encuentra fuera de este país .

Buscando resolver sus necesidades que distintos migrantes colombianos tienen en diversos países donde ellos se encuentran. Otro miraista y comprometido con su labor ha sido Jorge Muñoz quien ha trabajado arduamente por las personas que residen en Estados Unidos que van en busca del llamado " sueño americano" , él ha sido un vocero de los mensajes que MIRA propone a sus ciudadanos.

Otra forma de como MIRA organiza su trabajo es también la labor en temas de voluntariado y ayuda social que realiza en Ecuador, país donde cabe recalcar que residen un gran número de colombianos , MIRA se ha preocupado constantemente por los colombianos que se encuentran en este país y no solo por ellos sino que su proyección y objetivos han ido más allá dándose conocer en este país a través de diversos proyectos de ayuda social tanto a colombianos como ecuatorianos que se han visto beneficiados. El miraista que promueve esta labor y vocero de los objetivos del movimiento en este país, es el Señor Mario Jaramillo.

MIRA se ha dado a conocer en Ecuador como **Asociación Amigos MIRA Trabajo de Corazón** , donde sus objetivos y mensajes también han llegado a esta población , esperando en un futuro constituirse como un movimiento político activo, siempre proyectando su mirada desde el servicio público.

MIRA cuenta en Ecuador con una radio denominada al igual que en Colombia Radio web miraista , esta se encuentra en Guayaquil y busca de la misma manera mantener informados constantemente a la población acerca de la distinta labor que viene realizando .

Esto permite analizar que su proyección a nivel internacional, son las pequeñas bases con las cuales los diversos movimientos y partidos políticos deben contar al momento de buscar una organización interna eficaz y una división de trabajo sistematizada dentro de los mismos.

Tomando en cuenta finalmente que el tipo de liderazgo dentro de lo interno , MIRA cuenta con un tipo de liderazgo activo , carismático y comprometedor con su electorado , por ya las antes razones mencionadas dentro de este presente trabajo .

Otra característica importante dentro de lo interno de su organización como movimiento político, son los recursos con los que cuenta, sus recursos humanos, financieros y organizativos.

Los recursos humanos son todos aquellos militantes (miraistas) comprometidos con su trabajo en distintos niveles, como ya se lo menciono como estos se encuentran divididos dentro de su organización interna, cada uno lleva una labor por cumplir con su electorado, respondiendo eficientemente a sus necesidades. Estos recursos vienen de la mano de los recursos organizativos como MIRA está constituido internamente que depende mucho de sus militantes, de su líder y del trabajo o labor que cada uno lleva a las distintas bases con las cuales cuenta.

Finalmente los recursos financieros están principalmente orientados a responder a las demandas de su target, pues a pesar de contar con un recurso financiero escaso. Su dirección fuertemente ideologizada y comprometida han logrado procesos y esfuerzos comunicacionales activos.

Se ve reflejado que a pesar de no contar con un amplio recurso financiero, lo poco de este recurso, MIRA le ha dado un uso eficiente al contar con una militancia activa y una intensa labor social y comunicacional.

Estos procesos comunicacionales MIRA también a nivel internacional lo ha expresado a través del **Miraismo por la Renovación Absoluta** , el 26 de septiembre de 2011, el Presidente del Movimiento Político MIRA, Dr. Carlos Alberto Baena , registró ante la Organización Mundial de Propiedad Intelectual de las Naciones Unidas (OMPI), la ideología del Miraismo por la Renovación Absoluta .Nace también la Asociación Miraismo cuyo objetivo es impulsar una labor de difusión y educación del Miraismo a nivel mundial. Suiza, septiembre 2011(Movimiento Político MIRA, 2012. P.168).

Concluyendo con una serie de reconocimientos institucionales como:

- “MIRA qué eficiente” - Revista Semana 2009
- Partido con mayor participación de la Mujer- UNIFEM 2009
- Ejemplo de procesos democráticos – UNIFEM 2009
- Partido destacado en Estudio de Opinión Publica – INVAMER 2010 (Movimiento Político MIRA, 2012, p.220)

Dentro de este 3er capítulo de análisis del acoplamiento eficaz de cada uno de los elementos de MIRA y su acoplamiento eficaz de los mismos para con una estrategia política exitosa, se concluye lo siguiente : MIRA cuenta con un candidato que su imagen está construida desde un equipo fuertemente ideologizado y construido desde las bases, además MIRA acopla desde la Teoría de la Contingencia integrativa los 3 elementos tanto como el interno, el contexto y el entorno de una manera eficaz con una comunicación permanente a su electorado, sus militantes son personas que se encuentran en constante capacitación , su proyección tanto a nivel nacional (Colombia) como a nivel internacional está basada en una serie de políticas públicas eficaces bajo las cuales se logre la adhesión de nuevos militantes al movimiento, ya que su constante campaña de territorio representa una respuesta a las demandas de su target .

CAPITULO III

3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.1. Conclusiones

Como se puede inferir de lo anteriormente expuesto, se concluye que si bien MIRA es un movimiento político joven en Colombia y que a pesar de que sus éxitos electorales no han superado a distintos movimientos o partidos políticos dentro de este país, lo que se quiere recalcar dentro de esta investigación es la organización eficiente bajo la cual este movimiento trabaja tanto a nivel interno como externo, acoplándose así a cada una de las necesidades de su electorado.

MIRA cuenta con una estructura horizontal perfectamente delineada y trabajada a lo largo de varios años, pues su permanencia dentro del espectro político y su participación activa se debe a la forma como ha sabido manejarse internamente, ya que al no radicar sus decisiones en una sola persona sino en cada uno de sus miembros le permiten crear una estrategia política exitosa, como lo es la comunicación permanente acompañada de la delegación de funciones que se puede traducir en el trabajo en equipo esto a su vez contando con una militancia comprometida basada en valores, que se los puede caracterizar dentro de su plataforma ideológica acompañada de su Renovación Absoluta que promueven hacia la realización plena del ser.

Sobre las bases de las ideas expuestas en los capítulos anteriores también se puede concluir que el recurso más valioso que MIRA tiene a su favor es el recurso humano pues a través de este ha logrado difundir sus estrategias y cumplir con sus objetivos, cabe mencionar que este recurso humano que se moviliza en distintos sectores de la sociedad no cuenta con un recurso económico suficiente, ya que es de este recurso del cual MIRA carece pero no ha sido un impedimento para lograr que sus propuestas lleguen al electorado. Esto trae consigo dentro de esta investigación cierto grado de interés, porque dentro del juego político los partidos y movimientos por lo general generan una serie de gastos económicos para movilizar a sus militantes y poder así mantenerse en la escena política, pero dentro de este

análisis MIRA es uno de esos pocos movimientos que logran captar personas únicamente a través de una ideología fuerte y comprometida.

Dentro de lo que se refiere a Comunicación Política, el canal bajo el cual MIRA transmite sus mensajes y proyecta cada una de sus labores es a través de las redes sociales y principalmente a través de la radio, ya que resulta un medio de comunicación más económico y por ende accesible a toda la población, pero sobre todo dentro de esta investigación se pudo dar cuenta que básicamente lo que MIRA transmite a su target es cada una de las actividades que realiza dentro y fuera del país, nunca deja de informar a su electorado pues siempre está actualizando información tanto nivel interno como a nivel internacional, esto a su vez crea personas informadas y capacitadas en todos los ámbitos en los cuales trabaja el movimiento, esta se convierte en otra estrategia a su favor .

Los mensajes que MIRA transmite se encuentran siempre enfocados a la práctica de valores, promulgando una política de servicio a los demás. Dentro del análisis de esta investigación también es trascendental resaltar que se llegó a la conclusión de que MIRA cuenta con un tipo de liderazgo carismático y comprometedor, tomado en cuenta como un punto a favor para tejer sus redes clientelares.

También se desprende del presente trabajo de investigación que MIRA trabaja constantemente en la promoción de los servicios públicos a los ciudadanos , velando por la aprobación de leyes en cuanto a políticas públicas se refiere, a simple vista podría parecer poco necesario pero resulta finalmente trascendental al momento de captar votos y aún más que esto la importancia radica en mantenerse en un espacio determinado de la política y de esta manera ir ampliándose poco a poco como es la forma de MIRA trabajar y ganar espacios de inserción en distintos ámbitos.

Finalmente, lo que a MIRA le interesa es mantenerse a través del tiempo en la escena política, es un movimiento que ha crecido poco a poco pero lo ha hecho de manera más amplia y eficiente sin dejar ningún espacio vacío dentro de lo que al ejercicio político se refiere a diferencia de otros partidos y movimientos políticos que únicamente han buscado ganar espacios de una

forma acelerada pero no han logrado cubrir con todos estos espacios y ponen por ende en duda su permanencia en un futuro ya que cuenta con un electorado cada vez menos satisfecho, pues para MIRA esto se enmarca como una de sus estrategias políticas más fuertes que ha aplicado para poder mantenerse .

Al comienzo de esta investigación se propuso analizar que tan efectivas al final resultan las estrategias de MIRA al momento de caracterizarlo en función de su estructura organizativa, de su participación electoral, su plataforma ideológica, estrategia política y contexto socioeconómico tomando únicamente en cuenta sus últimos 7 años de participación política porque fue un tiempo trascendental para MIRA mantenerse o dejar de existir.

Fue este tiempo donde MIRA supo manejar cada una de sus estrategias políticas acoplándolas eficientemente con su entorno, contexto y elementos internos de su organización por ello finalmente se concluye que sus estrategias políticas fueron en definitiva exitosas ya que supieron caracterizar al movimiento de la mejor manera posible manteniendo una organización promovida en participación ciudadana, la formulación de voluntariado popular, la prestación de servicios, gestión de soluciones y ha hecho manifiesto la voluntad popular a través de la activación de actores y la gestión de liderazgos dentro del movimiento que lo han caracterizado de la mejor manera en los distintos ámbitos analizados .

También se concluye por lo anteriormente expuesto que MIRA es un movimiento totalmente independiente, porque no ha realizado alianzas con otros partidos y movimientos y que sus representantes se han convertido en personas comprometidas con su trabajo dentro de la organización únicamente por la manera como MIRA trazo desde un principio su forma de organización internamente y que este compromiso por parte de sus militantes no corresponde a ningún tema de ámbito religioso como ha sido expuesto en otros caso de estudio.

3.2. Recomendaciones

El presente trabajo de investigación, deja algunas recomendaciones tanto como para próximos trabajos de investigación y para ciertos partidos, organizaciones y movimientos políticos en el Ecuador.

Para los próximos trabajos de investigación se recomienda seguir cada una de las propuestas eficaces que MIRA ha adoptado dentro de su movimiento y como estas podrían ser aplicadas en otros movimientos y partidos políticos, y si a su vez están tendrían el mismo resultado que el MIRA ha obtenido hasta el momento.

También se recomienda a los estudiantes de la Carrera de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la Universidad de las Américas (UDLA) y en general, realizar nuevas investigaciones mucho más profundas acerca del movimiento político MIRA, ya que durante la realización del presente trabajo investigativo se pudo denotar que los estudiantes carecen de conocimientos sólidos acerca del tema tratado considerando que a partir de este movimiento político se podrían rescatar varios temas interesantes de análisis dentro de la ciencia política como tal y que como estudiantes de la carrera de Ciencias Políticas es menester tener un conocimiento global.

Dentro de lo que a organizaciones, movimientos y partidos políticos en el Ecuador respecta, se recomienda que estos creen nuevas vías de difusión entre ellos y su electorado, acompañado del mejoramiento de su proyecto político que ha estado desde hace muchos años bastante desgastado, además ciertos partidos y movimientos políticos deben empezar a construir la figura del candidato desde lo cotidiano como lo ha hecho MIRA en Colombia.

También en el Ecuador se debe mejorar el manejo de la información y contexto para así mejorar las actitudes en el electorado y sobre todo este trabajo de investigación deja de enseñanza para muchos partidos y movimientos políticos la gran necesidad de tener dentro de sus filas, militantes altamente capacitados e informados acerca de cualquier tipo de partido o movimiento al que estos pertenezcan independientemente.

Ya que esta es una gran debilidad al momento de elegir personas y formar partidos o movimientos políticos en el Ecuador, porque según el presente trabajo se debería seguir el modelo de MIRA bajo la elección de sus representantes por meritocracia mas no como sucede en el Ecuador bajo los intereses de unos cuantos.

Además se recomienda mejorar los procesos de información, que sean coherentes, accesibles y claros ya que este proyecto considera que cada movimiento y partido político del Ecuador y en general debe construir y mejorar sus bases.

Las nuevas generaciones deben conocer el contexto bajo el cual se maneja la comunicación política, pues existe un concepto errado acerca de este tema y por ello es necesario construir y mejorar los objetivos que cada organización política persigue.

También se recomienda a la oposición mejorar su mensaje, incluir nuevos temas relacionados a política social a través de la construcción de una mejor agenda que permita una mayor movilización de ciudadanos comprometidos.

Se debe trabajar mucho en cuanto a lo que elecciones unipersonales se trata en los distintos movimientos y partidos para que tanto emisores como receptores puedan mantener una comunicación directa.

Para concluir, se considera necesario que los partidos y movimientos políticos en el Ecuador y en general extiendan su plataforma de información con el ciudadano con la posibilidad de que estos estudien y analicen algunos de los modelos que el MIRA utiliza al momento de crear sus estrategias políticas y no solo busquen optar a un cargo político por un determinado tiempo sino que también puedan asegurar su permanencia política . Dejando atrás los viejos y desgastados procesos que el Ecuador ha mantenido en el tiempo en cuanto a lo que a democracia y estabilidad política se refiere.

REFERENCIAS

- Abal Medina, J., & Suárez Cao, J. (2002). *Elementos teóricos para el análisis contemporáneo de los partidos políticos: un reordenamiento del campo semántico*. CAVAROZZI, M. y ABAL MEDINA, Juan Manuel—Comp.-. *El Asedio a la política. Los partidos políticos latinoamericanos en la era neoliberal*. Homo Sapiens. Rosario. Argentina.
- Alcántara, Freidenberg, F. (Coords) (2003). *Partidos políticos de América Latina. Países andinos*. México: FCE, IFE.
- Bastián. (1997). *La mutación religiosa de América Latina. Para una sociología del cambio social en la modernidad periférica*. México: FCE.
- Dahl.R (2004).*La Democracia*. POST Data 10, Diciembre(págs. 11-55)
- Fernandez.A, Lesgart.C. (2008). *La democracia en América Latina: partidos políticos y movimientos sociales*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones.
- Gangas, P. (2005). *Los partidos políticos*. Materiales Docentes.
- García. S. (2010). *Enemigos íntimos: El cambio en la dinámica faccional del Polo Democrático Alternativo*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Ecuador, Programa de Estudios Políticos, Convocatoria 2008-2010. Tesis para obtener el título de Maestría en Ciencias Políticas.
- Kagono, Nonaka, Sakakibara, Okumura.(1994). *Estrategia y organización la competencia de empresas norteamericanas y japonesas*. Editores Tercer Mundo, S.A Bogotá, sept 1994.
- Katz.R, Crotty.W. (2006).*Handbook of Party Politics*. SAGE, Los Angeles, London.
- López. R (2008). *Análisis sobre el movimiento político-religioso MIRA y su crecimiento en Bogotá*. Pontificia Universidad Javeriana. Maestría en Estudios Políticos, Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, Bogotá- Colombia.
- Luis, A. P. J. (2010). *Estilos de Liderazgo y su eficacia en la administración pública mexicana*. Lulu Enterprises: North Carolina.
- Malamud, A. (2003). *Partidos políticos*. Pinto, J.(comp.) *Introducción a la Ciencia Política*, Buenos Aires, Eudeba.

- MIRA (2012). *Movimiento Político MIRA*. Págs. 229. Bogotá-Colombia
- Navarro, f. T. *Propaganda política en las campañas electorales de los candidatos al gobierno del distrito federal de 1997*.
- Nohlen, D. (1992). *Sistemas electorales y gobernabilidad*. Universität Heidelberg, Barcelona.
- Paz, V., & Clarisa, J. (2005). *Comportamiento de la prensa en los gobiernos dictatoriales del General Juan Velasco Alvarado y Alberto Fujimori: análisis de los editoriales del diario Expreso y la revista Oiga* (Doctoral dissertation, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas-UPC).
- Salazar González, G. (2007). *Sistema electoral y democracia de calidad: Análisis de las campañas electorales en Nuevo León*. *CONfines (México)*, (6), 37-52.
- Schroder(2004). *Estrategia Política*. Editorial Fundación Friedrich Nauman,México D.F
- Valdés Zurita, L. (1995). *Sistemas electorales y de partidos. Cuadernos de divulgación de la cultura democrática*, (7).
- Villafuerte. G. (2012). *Crisis y Colapso de los sistemas de partidos en los países andinos, desde 1990 hasta 2009*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Ecuador, Programa de Estudios Políticos, Convocatoria 2007-2009. Tesis para obtener el título de Maestría en Ciencias Sociales con mención en Ciencia Política.

ANEXOS

ANEXO 1



Carlos Alberto Baena López

Presidente del Movimiento Político MIRA

ANEXO 2



Consejos locales de JUVENTUDES MIRA

ANEXO 3



Periódico MIRA

ANEXO 4



Algunas piezas publicitarias

ANEXO 5



Militantes

ANEXO 6



Slogan principal del movimiento

ANEXO 7



Campaña de territorio

ANEXO 8



Capacitaciones a sus militantes

ANEXO 9



MIRA en el Exterior

ANEXO 10



Asociación Miraismo Internacional

ANEXO 11



Ana Paola Agudelo

Representante a la Cámara colombianos en el exterior

ANEXO 12



Asociación amigos MIRA – Ecuador

Capacitaciones

ANEXO 13



Voluntarios en Ecuador

ANEXO 14



Voluntariado – Ecuador

ANEXO 15



Promoción de políticas públicas por parte de MIRA en Colombia