

60

**Retos Políticos de la Izquierda Democrática ante la
Globalización: una mirada desde Perú (*)**

(Madrid- España; 29 de noviembre de 2016)

Retos Políticos de la Izquierda Democrática ante la Globalización: una mirada desde Perú (*)

(Madrid- España; 29 de noviembre de 2016)

1. Introducción

Una de las características más saltantes de los tiempos del Sistema Capitalista Global, Internet y redes sociales es la velocidad con la cual ocurren los cambios en todo el orbe. Este proceso vertiginoso ha producido y sigue produciendo transformaciones sustanciales en la economía, la sociedad y también en la política (George Soros, 2000).

El problema es que, estos cambios, dentro de los cuales tratamos de actuar y adaptarnos, apenas los comprendemos como fenómenos económico-sociales; sin tener en cuenta que en el campo político aún no se ha iniciado seriamente el debate.

El reciente triunfo de Donald Trump en las elecciones generales en los EE.UU., o el Brexit en Inglaterra, o las dificultades para hacer gobierno que tuvo España hace unos meses o la reciente elección de Pedro Pablo Kuczynski en el Perú, no son hechos casuales o aleatorios. Todos estos acontecimientos –y los que se manifiesten en un futuro próximo– tendrán que ser analizados en un contexto de crisis de época y de paradigmas y de obsolescencia institucional.

La política, los partidos políticos y aún la manera de hacer política están en cuestionamiento. Conceptos como democracia, Estado y ciudadanía deben repensarse según el nuevo contexto histórico. De allí la importancia del evento que convoca la Fundación Pablo Iglesias en relación con los retos políticos para la Región –y, particularmente para la Izquierda Democrática– frente a la globalización.

Este ensayo busca contribuir al debate disruptivo mundial actual desde la perspectiva de nuestra experiencia en el Perú, según la lectura que tenemos de los acontecimientos políticos de los últimos tiempos.

2. La globalización como proceso: características y efectos

La **globalización** o **mundialización** y sus profundas implicancias en nuestra vida cotidiana es un proceso que experimentamos hace algunas décadas.

No es el primer proceso de globalización en la historia de la humanidad (sin duda, cuando el hombre se volvió nómada planetario, cuando se hicieron importantes descubrimientos geográficos o cuando se adaptó la máquina de vapor a barcos, ferrocarriles

y aeronaves se dieron también sendos procesos de globalización), pero claramente este es el proceso de globalización más complejo y totalizante que hemos vivido: abarca prácticamente todos los aspectos de nuestra vida; los económicos, los sociales, los éticos, los deportivos y, por supuesto, los políticos.

Existe consenso con relación a que la globalización es una realidad –más allá de nuestra propia visión del fenómeno- y que tiene un carácter ambivalente.

De un lado, tiene aspectos positivos como los derivados del impacto de las tecnologías de la información y la comunicación, la disminución de las barreras de acceso al comercio internacional, el movimiento internacional de capitales productivos o el avance de varios procesos de integración.

De otro lado, tiene aspectos negativos como el movimiento internacional de capitales especulativos, el crecimiento inaceptable de la brecha entre ricos y pobres, así como el subempleo masivo que produce la automatización de los procesos de producción y la profundización de problemas como el deterioro inconmensurable del medio ambiente, el surgimiento de conflictos armados regionales o la globalización del terrorismo y las amenazas cibernéticas.

La velocidad del cambio, el corto ciclo de los bienes y servicios hasta llegar a la obsolescencia, la virtualidad de las decisiones, el tremendo impacto de las redes sociales, los cambios en la estructura poblacional y en los estilos de vida, son algunos de los efectos más resaltantes del proceso de globalización en el día a día de los ciudadanos.

Igualmente, sobre qué hacer frente al proceso de globalización las posiciones son más diversas aún. Existen desde los movimientos antiglobalización (denominados “globofóbicos”) que radicalizan su posición al punto de desconocer el proceso, hasta el surgimiento en diversas partes del mundo de posiciones nacionalistas, proteccionistas e incluso xenóforas.

Lo que queda claro es que la globalización beneficia a millones de personas, pero deja aún a otros millones excluidos sin poder gozar de tales beneficios. Hay, por lo tanto, insatisfacción y protestas y, por supuesto, planteamientos –muchas veces demagógicos- que invitan a mirar hacia atrás y a retomar esquemas nacionalistas y proteccionistas.

El populismo de derecha ha ganado un espacio político en este contexto, pero claramente no es la solución y más bien complicará las cosas más adelante.

Volver hacia atrás no es posible, pero sería un error dejar de reconocer que el paradigma de la globalización y sus beneficios está en discusión y que se requieren

reformas. El proceso de globalización debe volverse más inclusivo y multilateral también en sus beneficios. Esa es la tarea de la Izquierda Democrática y de nuestros partidos, pero - para ello- debemos revisar lo que ocurre ahora con la política.

3. La Política en el contexto de la globalización

Muchos son los impactos que el proceso de globalización tiene en la política, en los políticos y en la manera de hacer política.

Empecemos por el más obvio: a medida que el proceso de globalización ha ido avanzando, existe cada vez **menos margen o espacio de maniobra** para los Estados y las políticas nacionales.

En efecto, mucho de lo que antes se decidía en el Gobierno Nacional o en el Poder Legislativo hoy está normado por tratados internacionales de cumplimiento obligatorio (vinculante) por parte de los países, y, en los temas económicos, sociales, políticos, o estratégicos cada vez importa más lo que se logra por el consenso de países que por las decisiones de cada uno de ellos.

Por otro lado, son las **redes sociales** las que están ejerciendo la mayor influencia espontánea y determinante en la política actual en todo el mundo.

Recordemos, a manera de ejemplos, la tremenda importancia que tuvieron las redes sociales en la denominada “primavera árabe” para lograr el fin de gobiernos y dictaduras que habían controlado el poder durante décadas o la influencia que han tenido estas redes sociales impulsadas por miles de jóvenes en Brasil y Chile reclamando en contra de los aumentos de las tarifas de transporte público (que obligaron a dejar sin efecto los aumentos) o en Perú protestando por una legislación laboral que pretendía discriminar a los trabajadores jóvenes y que tuvo que ser derogada.

Resaltaríamos uno tercero que es menos obvio, pero igualmente importante. Citando a Alvin Toffler (“La Tercera Ola”,1979), la historia de la humanidad está dividida en tres grandes etapas u “olas”: la “**primera ola**” es la agraria donde los procesos productivos, sociales y políticos más significativos están vinculados a la tierra y su explotación; la “**segunda ola**” que se vincula al proceso de industrialización donde lo que interesa es el acceso a procesos y tecnologías vinculadas a la máquina, la especialización y la producción a gran escala. Finalmente, la “**tercera ola**” que se refiere a procesos productivos donde el insumo fundamental es la **información** y el “producto final” es el nuevo **conocimiento**.

En términos políticos, la “primera ola” está fundamentalmente vinculada a grandes imperios y monarquías; la “segunda ola” generalmente a democracias o dictaduras pero

dependientes de la intermediación de textos constitucionales y credos; así, un presidente, jefe de Gobierno o un parlamentario, al asumir sus funciones, hace un juramento de honor sobre la Biblia o a la Constitución Política, teniendo en cuenta que un dispositivo legal (decreto o ley) sólo es válido “al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial del respectivo país”. Es decir, en un contexto de “ola industrial” se necesita de la intermediación del texto (libro) para hacer política efectiva.

En tal sentido, una de las consecuencias más revolucionarias de la globalización es que ya no se necesita de la intermediación del texto para opinar o tomar decisiones. En la política lo anterior significa que el ciudadano ya no necesita del **político intermediario** o de la **política de intermediación** entre el Estado y la población.

Actualmente, el ciudadano de a pie, a través de su participación en las redes sociales, en organizaciones no gubernamentales (ONG’s) y en otras instituciones de la sociedad civil, se informa, opina, debate y hace política directamente; sin necesitar que un político haga – por él o por ella- esta tarea de intermediación.

Más bien al político de estos tiempos se le exige una auténtica **labor de representación**, lo que quiere decir que, si los ciudadanos desean que su autoridad se dedique, por ejemplo, al buen cuidado de las laderas de los cerros, a la promoción del deporte o la cultura o a la adopción y protección de los animales, entonces a eso tendrá que dedicarse y punto.

En cuarto lugar, los cambios también han afectado al **marketing político**. Como en el marketing en general, en el marketing político (directo) de hoy es necesario enfocarse no sólo en determinados **segmentos** sino en “**partículas de ciudadanos**”.

Más que los discursos largos y elocuentes hoy se necesitan propuestas concretas, el “**aquí y de ahora**” tendrá que llegar precisamente a esas “partículas de ciudadanos”. Por ejemplo, en el segmento de “jóvenes”, hay “partículas” que se relacionan a aspectos tan diversos como la promoción del deporte, el medio ambiente, el cuidado de los animales, el arte y la cultura, la calidad de la educación, los temas de género, la no violencia contra la mujer, los derechos humanos, etc.

Para cada “partícula” hay que tener una plataforma específica con propuestas muy delimitadas. Habrá un mensaje principal, aglutinador, motivador (como el “Yes We Can” en la campaña de Obama) pero se necesitarán también propuestas específicas. “**Cada quien quiere escuchar lo que necesita**”. Así se presenta hoy el problema y la oportunidad del marketing político del Siglo XXI.

Rolando Arellano, experto peruano en marketing y principal directivo de “Arellano Marketing” cuestiona la tradicional estratificación basada en niveles socioeconómicos (a, b, c, d y e) y propone incorporar **“los estilos de vida”** (2013) **“...como herramientas de comprensión social”**. Los seis estilos de vida básicos que propone Arellano para el caso peruano son: los sofisticados, los progresistas, las modernas, los adaptados, las conservadoras y los austeros.

Así las cosas, puede ocurrir que haya progresistas con dinero o sin dinero, así como conservadoras con dinero o sin dinero. Al igual que el impacto en lo social y económico, el planteamiento de los “estilos de vida” también tiene influencia en lo político; las estrategias políticas deberían considerar estos **nuevos criterios metodológicos**.

El **trabajo y sus organizaciones** también experimentan cambios sustantivos. La fuerza laboral sindicalizada es cada vez una proporción menor del total; la mayoría de los trabajadores son autoempleados e independientes que no sólo no están sino que no desean pertenecer a una organización sindical. La política en estos tiempos de globalización, especialmente desde la Izquierda Democrática, tiene que trabajar con sindicalizados y con los no sindicalizados.

Lo anterior implica una profunda **revisión de los métodos** que hemos utilizado habitualmente para hacer el respectivo **trabajo político**. En estos tiempos, por ejemplo, parecería importar mucho menos la realización de un gran mitin partidario, una caravana de vehículos o incluso la impresión de un volante tradicional.

El método del trabajo político más eficiente de lejos es el del **contacto directo y permanente con los ciudadanos**. Contacto directo (sin intermediarios, y no sólo cuando hay campaña electoral). Estas características exigen construir –o renovar- partidos políticos 24 x 7 de contacto permanente con los ciudadanos, y de trabajo social, escuchando y tomando nota de la visión de la gente.

Es lo que denominamos el proceso de **“caminar sin prisa”**, sin pedir el voto, sin obsequiar nada, sólo escuchando, sólo conociendo a las personas y permitiendo también que nos conozcan como políticos; luego, en la campaña electoral sólo habrá que consolidar esta relación.

Para poder cosechar en una campaña electoral, previamente hay que sembrar; con tiempo, sin prisa, enfocándonos en los problemas e intereses de cada “partícula de ciudadanos”; pero, para sembrar, hay que preparar el terreno: abonarlo, disminuir su “acidez”, etc. Los tiempos actuales son, entonces, tiempos de preparación del terreno, de reflexión, de autocrítica, de innovación, de profundo esfuerzo para hacer “empatía” con los ciudadanos.

Al irremplazable **contacto directo** (y oportuno) con la población hay que agregar el **uso inteligente de las redes sociales**, la motivación política a través de los **medios de comunicación** y creación de **planes de gobierno** bien estructurados, siempre pensados en los ciudadanos de a pie. Las redes sociales deben convertirse en auténticos instrumentos de pedagogía política y no en una oportunidad para hacer “catarsis” a través de ataques y adjetivos.

Cabe anotar que será necesario que los partidos políticos tengan sus propias (y permanentes) ventanas de expresión independiente a través de los medios de comunicación masiva (radio, televisión, cable), incluyendo medios no tradicionales (como canales por Internet, Portales de Información y Opinión, etc.).

Los cambios radicales en el tejido social (y en los “estilos de vida”) tienen que ver, asimismo, con la **nueva estructura poblacional** (cada vez menos en forma de pirámide) que presenta una serie de exigencias simultáneas.

En primer lugar, comprender e incluir en la política a los **jóvenes** (nuestros nativos digitales) quienes precisamente, por su forma universalista y sin fronteras de ver el mundo, no tienen interés en partidos políticos e ideologías que mantienen formas sesgadas y obsoletas de hacer política y que no se han dado el trabajo de actualizarse para “hacer una nueva política en el Siglo XXI”.

Los jóvenes miran el presente y hacen prospectiva; los partidos políticos seguimos mirando hacia atrás. Cambiar esta situación es uno de los principales desafíos de la política en un contexto de globalización.

En paralelo, una de las consecuencias del crecimiento económico y del fortalecimiento de la democracia es el surgimiento y ampliación de las denominadas “**clases medias**” que aspiran a tener superiores niveles de vida y de bienestar; lo principal de las “clases medias”, es su “**nivel aspiracional**”, siempre en ascenso y con una fuerte tendencia a no renunciar a los estadios de desarrollo y beneficios ya logrados.

Es impresionante y mucho más influyente en las decisiones de millones de ciudadanos de a pie la aspiración de pertenecer –o de seguir perteneciendo- a la clase media. Por ello, otro de los retos de estos tiempos consiste en afrontar el problema de la **disminución** –para muchos- **del Estado de Bienestar** (menores empleos, menores ingresos, menos beneficios sociales, desconocimiento de derechos adquiridos, inseguridad, etc.).

¿Cómo afrontar esta pérdida de bienestar social y al mismo tiempo actuar en un contexto macroeconómico estable? ¿Cómo trabajar por la justicia social –como

corresponde a la Izquierda Democrática- y hacerlo con responsabilidad fiscal? Estas son las interrogantes a responder, y no es tan fácil hacerlo (en el siguiente acápite lo intentaremos).

De otro lado, esta estructura social tiene, cada vez más, una **población longeva** que requiere también de una vida digna, con servicios públicos que atiendan sus necesidades y los entiendan. La esperanza de vida después de los 65 años sigue aumentando. En el Perú de estos tiempos ya bordea los 80 años y en países de desarrollo más avanzado esta edad promedio ya se acerca a los 100 años.

Necesitamos, por lo tanto, políticas públicas y plataformas políticas para gente que vive cada vez más. ¿Cuál es la plataforma política de la Izquierda Democrática para el creciente número de “adulto-mayores” que también son ciudadanos?

La dificultad de hacer política en estos tiempos también tiene que ver entonces con **“sintonizar”** simultáneamente **con jóvenes nativo-digitales, clases medias empobrecidas y adulto-mayores cada vez en mayor número**, quienes tienen diferentes intereses y prioridades según sus propias edades y contextos. A ello habría que agregar los problemas derivados de las importantes corrientes migratorias que se dan en diferentes partes del mundo.

A todos ellos hay que incluir. Necesitamos **políticas comprehensivas** para todos ellos.

A esta altura cabría preguntarse si se deben mantener las **ideologías** en los partidos políticos. La respuesta es claramente que sí. Por supuesto que la mayoría de los jóvenes en estos tiempos no tienen el mayor interés por las ideologías y son más propicios al pragmatismo, pero sabemos también que un partido sin ideología y doctrina propias está condenado –tarde o temprano- a su desaparición.

Y esto no debe ocurrir pues una democracia, para ser fuerte, debe tener una sólida institucionalidad y construir ciudadanía. En estas tareas la labor de los partidos políticos es irremplazable, pero con **autocrítica y modernización**.

El politólogo norteamericano Francis Fukuyama, entusiasmado por la caída del Muro de Berlín, publicó su libro titulado: “El Fin de la Historia y el último Hombre” (1992), en el que proclamaba, entre otras cosas, el fin de las ideologías. El mismo Fukuyama tuvo que rectificarse y en un nuevo libro titulado: “La Construcción del Estado: hacia un nuevo Orden Mundial en el Siglo XXI” (2004), sugiere cómo deben plantearse el nuevo rol del Estado, de la política y de las ideologías en los tiempos actuales.

Entonces, un partido político en el contexto de la globalización sí necesita tener una ideología que le dé un norte y una motivación a su trabajo político. En tal sentido, está obligado a revisar sus doctrinas para adaptarlas al nuevo escenario, al nuevo espacio-tiempo-histórico. Sin embargo, no se ganará una elección sólo con ideologías que tengan una lectura adecuada del nuevo orden socioeconómico existente y del pretendido, sino principalmente con planteamientos y hechos concretos que la gente considere importantes para sus vidas y con métodos políticos renovados.

Un aspecto fundamental para volver a “poner en valor” a los partidos políticos en el contexto de la globalización, es recuperar la **dimensión ética de la política**. La población está actualmente mayoritariamente alejada de la política y de los políticos porque no cree en ellos, porque hay claramente una crisis de valores, con graves denuncias de corrupción, de conflicto de intereses y de falta de transparencia.

Hay que **recuperar la confianza de los ciudadanos en la política** y, para ello, hay que hacer **profundas reformas en la tradicional manera de hacer política**, no confundiendo la agenda personal del político o funcionario público con la agenda pública.

Se trata de predicar con el ejemplo, buscar coherencia entre el discurso y la acción concreta, cumplir la palabra empeñada, deslindar claramente con la corrupción y establecer claras políticas de autocontrol para evitar la infiltración del crimen organizado en las organizaciones partidarias. **Hay que practicar política con decencia y hay que hacer docencia con la política.**

Hemos dejado para el final el aspecto más delicado del problema. Ya señalamos anteriormente que una de las consecuencias manifiestas de la globalización es el menor margen de maniobra que tienen actualmente los Estados Nacionales. Si los Estados están “descolocados”, los partidos políticos también estamos “descolocados”. Hay que afrontar este problema.

La denominada **“reforma del Estado”** tiene que repensarse. En nuestra opinión no tiene que ver principalmente con más o menos ministerios, con más o menos presupuesto público o con cambios de leyes o reglamentos. **El principal problema de los Estados en tiempos de globalización es que no logran entender e incluir a la población que dicen representar.**

Ante la ausencia –o incapacidad- de los Estados de relacionarse con los ciudadanos, éstos se han organizado de manera paralela en instituciones de la sociedad civil, organizaciones no gubernamentales que muchas veces resultan más eficientes –para el ciudadano- que los servicios que ofrece el propio Estado.

Surgen empresarios denominados “informales”, emprendedores con gran creatividad para sortear los obstáculos propios de la economía de mercado y muchas veces las persecuciones de las instituciones públicas que más bien deberían promoverlos. Surgen las microfinanzas para dar acceso al crédito a millones que oficialmente no son “sujetos de crédito”.

El Estado debe aprender de estos emprendimientos e iniciativas ciudadanas, debe modificar sus políticas públicas para “emular” a los exitosos emprendedores, pero hoy actúa exactamente al revés: los investiga, los hostiga, los persigue y, como consecuencia, se aleja más de ellos.

El rol del Estado en las **políticas regulatorias** del mercado resulta fundamental. Una buena regulación permitirá minimizar los problemas que muchas veces surgen con los monopolios, el abuso de posición dominante y otras imperfecciones del mercado.

Estamos obligados, por lo tanto, a hacer esfuerzos por hacer **“horizontales” a los Estados** y, por supuesto, implementar políticas también **“horizontales”** y hacer igualmente **“horizontales” a los partidos políticos**. La principal “reforma del Estado” será entonces una reforma del “chip” de la función pública que debería estar enfocada en el ciudadano y en el cómo relacionarse con la ciudadanía.

Las principales características de la nueva política en el contexto de la globalización que hemos comentado se resumirían en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 1

La política en el proceso de globalización: principales características

- Existe, cada vez más, un menor margen o espacio de maniobra para el Estado y las políticas nacionales
 - Las redes sociales ejercen gran influencia en la opinión pública y en la toma de decisiones
 - De la política de “intermediación” a la política de “auténtica representación”
 - Cambios en el marketing político, con un enfoque en “partículas de ciudadanos”. “Cada quien quiere escucha lo que necesita”
 - Considerar la “dimensión ética” de la política
 - Nuevas herramientas de comprensión social. Nuevos métodos de análisis político
 - Lo importante es el contacto directo (y oportuno) con la población y sus organizaciones
 - Los partidos políticos deben tener sus propias formas de expresión en los medios de comunicación masiva
 - Nuevo tejido social. Nuevos estilos de vida
 - Estamos obligados a trabajar simultáneamente para jóvenes nativo-digitales, clases medias empobrecidas y mayor número de adulto-mayores
 - Búsqueda de justicia social, pero con responsabilidad fiscal
 - Partidos políticos “descolocados”
 - Estados no incluyen ni entienden a la población que dicen representar
 - Es necesario renovar partidos políticos con autocrítica y modernización
-

Elaboración: el autor

4. Las opciones políticas de la Izquierda Democrática ante el proceso de globalización

En este último acápite ensayaremos respuestas a la pregunta ¿qué hacer desde la Izquierda Democrática y desde nuestros partidos políticos para renovar nuestras propuestas y nuestros métodos en el contexto de la globalización?

Lo primero es tomar conciencia de la crisis en la que nos encontramos en los partidos políticos en general y en particular en los partidos de Izquierda Democrática. Varios de nuestros partidos han tenido en recientes ejercicios de gobierno problemas concretos que han afectado seriamente su imagen y credibilidad ante la población.

Ello requiere una reflexión autocrítica y el establecimiento de correctivos en nuestros métodos de organización interna: modernización, desconcentración, horizontalidad, enfoque en los ciudadanos, transparencia y rendición de cuentas, democracia interna y renovación de liderazgos, entre otros desafíos.

Pero todo ello es muy difícil si se tiene en cuenta que mantenemos muchas veces estructuras partidarias rígidas, una cultura organizacional vertical y “enfocada hacia adentro” en nuestras instituciones y, lo más complicado de vencer, la **“resistencia al cambio”** en nuestras organizaciones. Aunque, la mejor forma de vencer la “resistencia al cambio” no consistiría –de acuerdo a teorías recientes- en concentrarse en la minimización de esa “resistencia” sino en el aprovechamiento del cambio, convirtiendo las dificultades en oportunidades.

Entonces, **¿Qué significa ser de Izquierda Democrática en tiempos de la actual globalización?** ¿Qué significa buscar la justicia social en democracia y libertad en estos tiempos? ¿Cuál es el papel del Estado que debemos promover? ¿En qué debe consistir el proceso de renovación que requieren nuestros partidos políticos para cumplir con sus objetivos en el nuevo escenario? El debate está abierto y requiere respuestas concretas.

En primer lugar, es necesario reafirmar nuestra vocación por la **democracia y la libertad**. Desde la Izquierda Democrática promovemos los valores democráticos y condenamos todo tipo de dictadura y autocracia. Desde la Izquierda Democrática luchamos por la **justicia social** y por mejorar los niveles de vida y de desarrollo emocional de la población y en especial de los más pobres.

Estos son principios irrenunciables, no negociables. El tema es cómo afrontarlos en la actual globalización.

El actual Estado –como hemos señalado- se muestra incapaz de incluir y representar adecuadamente a los ciudadanos. El problema no puede afrontarse con posiciones facilistas que señalan “volver al Estado -y a sus prácticas- de hace algunas décadas”; tampoco haciendo “más de lo mismo” o minimizando el problema. ¿Qué hacer?

Tenemos que plantear una **nueva visión de la política**, superando la política de paradojas que finalmente contraponen Estado y mercado. Planteamos la adopción de una **“política 3D” o política de tres dimensiones**, que no contraponga, sino que relacione **Estado y mercado**, y a éstos con **los ciudadanos y sus organizaciones**.

En nuestra opinión, ya no se trata de discutir si promovemos más mercado o menos mercado, más Estado o menos Estado. Se trata de promover el Estado y el mercado necesarios para interconectarse con los ciudadanos y sus organizaciones, sus diferentes

“partículas” y matices, sus intereses, sus preocupaciones; todo ello como una unidad de tres componentes de igual importancia.

Si lo ponemos en términos de la óptica, por mucho tiempo el Estado –y las instituciones políticas- han tenido una “**visión preanalítica**” de la realidad que se observaba a través de **lentes bifocales**; en los tiempos actuales, esa visión requiere de **lentes multifocales** y una visión tridimensional.

Obviamente, este **nuevo Estado** tiene que volverse “**horizontal**” para **desarrollar la tarea, enfocándose en los ciudadanos y en sus organizaciones, tiene que aprender más que enseñar, tiene que incluir antes que excluir, tiene que representar antes que intermediar.**

Citando a María del Pilar Tello (2016), politóloga peruana, al analizar los retos de la democracia social en el Siglo XXI: “La gobernabilidad responde al equilibrio entre comunidad e individuo, libertad y seguridad, humanidad y naturaleza, apoyándose en lo que mejor ha funcionado”.

La Izquierda Democrática debe liderar –y predicar con el ejemplo- la transformación del actual Estado; de manera tal que la función pública busque el cumplimiento de tres objetivos igualmente importantes (aunque a veces contrapuestos): **la transparencia, la eficiencia y la velocidad.**

La Izquierda Democrática debe liderar una **gestión pública transparente**, con periódicas rendiciones de cuentas, códigos de conducta funcional para los funcionarios públicos que eviten el conflicto de intereses, lucha decisiva contra la corrupción, políticas de e-government que disminuyan al mínimo la discrecionalidad del funcionario público, compras conjuntas, entre otros mecanismos.

El **control concurrente** de la gestión pública (y no sólo el ex post) puede ayudar a mejorar los procesos y disminuir los problemas. El uso de las modernas tecnologías de la informática y la comunicación también puede ayudar.

La Izquierda Democrática debe demostrar asimismo que, desde la función pública y, particularmente, desde la Izquierda Democrática, podemos ser **eficientes.**

La eficiencia no sólo debemos medirla en términos económicos y financieros sino también en términos sociales y políticos. En este punto planteamos el ejercicio de la **política por resultados**; de manera que tengamos claro, desde el principio, los objetivos y las metas a alcanzar, y la realización correspondiente del seguimiento desde el propio gobierno. De esta manera, los ciudadanos podrán evaluar el desempeño de sus gobernantes.

La **política por resultados** es una manera no sólo de ser eficientes y de dejar el discurso general y demagógico, sino también de recuperar la confianza en la institucionalidad, en la democracia y, por supuesto, en la política.

La búsqueda de la eficiencia también implica esforzarnos por **alinear los tiempos políticos** (un período constitucional de gobierno), con los **tiempos legales** (vg. los períodos presupuestales que manda la ley) y los **tiempos sociales** (que tienen que ver con las expectativas de la población). Esta **convergencia de tiempos** también ayudará a recuperar la confianza en la política.

Desde la Izquierda Democrática debemos buscar que se incluyan los factores sociales y estratégicos, y no sólo los financieros, en la necesaria priorización y **evaluación de los proyectos de inversión pública**.

Por ejemplo, si queremos evaluar la pertinencia de la construcción de un camino rural o de una carretera regional, no sólo será necesario saber cuántos vehículos por hora transitarán por esa vía o cuál será la inversión necesaria por kilómetro de carretera, sino el cuánto mejorará la **autoestima** de la población beneficiada, cómo ayudará a la **integración de las familias**, el cuánto permitirá elevar la **esperanza de vida** de la población o la **calidad de su educación**, y así sucesivamente.

La **capacitación** del funcionario público y la puesta en valor de la **carrera pública** son también fundamentales para lograr eficiencia en la gestión, de manera que los mejores cuadros profesionales – y particularmente los jóvenes- encuentren atractivo trabajar en la gestión pública.

Empero, desde la Izquierda Democrática no sólo debemos pretender una gestión pública transparente y eficiente sino también oportuna. Actualmente no sólo interesa saber cuánto cuesta hacer una obra de infraestructura o cuánto cuesta tomar una decisión de gobierno hoy, sino también interesa saber el cuánto cuesta no hacer o no tomar esa decisión hoy. **Generalmente cuesta más no hacer que hacer**.

A manera de ejemplo, citemos el dato estimado por la Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional (AFIN, 2016) en la ciudad de Lima. La misma señala que, cada año que transcurre sin completarse el sistema de transporte rápido y masivo (Metro, corredores segregados, alimentadores, trenes de cercanías, etc.), los ciudadanos que vivimos en Lima tenemos que gastar al año (o dejar de percibir) alrededor de US\$ 4,000 millones más, que es el equivalente al costo de la hora diaria que todos tenemos que agregar, innecesariamente, al transporte urbano público (esto es el doble de lo que costó construir los 35 kilómetros de la Línea 1 del Metro de Lima y Callao).

En nuestra opinión, los sistemas de contraloría de la gestión pública no sólo deberían cuidar el buen uso de los recursos públicos, de acuerdo a lo señalado por la ley y la lucha contra la corrupción, sino también sancionar el no uso oportuno de dichos recursos públicos.

Incorporamos así el concepto del **costo de oportunidad de la gestión pública** o el **costo de oportunidad de hacer política**. No se trata sólo de hacer bien las cosas sino también de hacerlas a tiempo para que una o dos generaciones de ciudadanos no queden condenadas a no tener los servicios básicos y el nivel de bienestar que se merecen.

5. Hacia una nueva plataforma de la justicia social en los tiempos de la globalización

Finalmente, ensayemos algunas de las propuestas que, desde la Izquierda Democrática podríamos hacer para refrescar la **plataforma de la justicia social en los tiempos de la globalización**.

Justicia social en los tiempos actuales de la globalización debería significar, entre otras prioridades, asegurar la **adecuada alimentación y nutrición de todo niño entre 0 y 3 años**, período en el cual se termina de formar el cerebro humano. Lo que no se hace en este período es irreversible. Si el conocimiento es el principal “producto” de éstos tiempos, la buena conformación del cerebro de nuestros niños debe ser asegurado por el Estado desde una posición de Izquierda Democrática.

Justicia social en los tiempos de globalización es asegurar una **educación de calidad y con valores** procurando lograr en el alumno las competencias básicas para poder pensar críticamente, trabajar dignamente y ser feliz.

Justicia social es asegurar la **prevención y la educación en salud** de todo ciudadano, de manera que se enfatice y se premie la no ocurrencia de enfermedades antes que su curación.

Justicia social es luchar por el **derecho ciudadano a la masificación de las tecnologías, por el acceso al wifi gratuito en particular**. En tal sentido; Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, en la reunión cumbre de APEC realizada en Lima (noviembre 2016), ha propuesto masificar la conectividad en el mundo con tecnologías (grandes drones aéreos) que permitan llevar wifi a las poblaciones más pobres y alejadas. El Estado y la responsabilidad social de las empresas privadas deben asegurar el cumplimiento de este objetivo.

Justicia social es que el ciudadano, desde su nacimiento, **tenga derecho a una pensión digna**, de forma tal que durante su niñez y juventud pre laboral se consigne

recursos en cuentas de ahorros intangibles que serían la base de su futura pensión. Este objetivo debe ser cofinanciado por el Estado y también por la familia del niño. Cuando ese niño crezca y esté en edad de trabajar sus contribuciones incrementarán ese fondo, pero ya no se partirá de cero.

Justicia social en estos tiempos significaría **garantizar el derecho ciudadano a la propiedad formal (título de propiedad)**, de manera que este pueda asegurar un capital social básico que le permita mejorar sus niveles de vida.

Justicia social es **entender el emprendimiento y la informalidad** como ejemplos espontáneos de la ciudadanía para mejorar sus niveles de vida, de tal manera que como Estado aprendamos de ellos, los ayudemos a crecer y a dar “saltos cualitativos” en lugar de cuestionarlos y reprimirlos.

Justicia social en tiempos de globalización es **promover el acceso al crédito de los más pobres** y de los pequeños emprendedores, lo que implica promover y **fortalecer a las instituciones de las microfinanzas**.

Justicia social en tiempos de globalización es asegurar la **transferencia de tecnologías** hacia los países más pobres, para que estos **preserven los conocimientos tradicionales y la biodiversidad local**, así como la responsabilidad compartida del **buen manejo del medio ambiente**.

Justicia social en estos tiempos es saber tratar con los capitales privados, nacionales y extranjeros, buscando un **mayor valor agregado de la producción económica** en nuestros países, y que el valor del producto nacional bruto (PNB) sea mayor que el correspondiente valor del producto bruto interno (PBI).

En todos los planteamientos de la justicia social descritos, el tema central de preocupación es el ser humano, sus niveles de vida, su familia. En tal sentido, éstas serían algunas de las banderas programáticas que, en nuestra opinión, la Izquierda Democrática debería enarbolar no sólo para recuperar espacios políticos perdidos sino para reencontrarse con los ciudadanos y tener vigencia en los tiempos de globalización del Siglo XXI (Véanse Cuadros Nos 2 y 3).

Cuadro No. 2

Propuestas de opciones políticas de la Izquierda Democrática en tiempos de Globalización

- Modernizar nuestras organizaciones y métodos políticos. Renovar liderazgos
 - Vencer la resistencia al cambio
 - Reafirmar nuestra vocación por la democracia, la libertad y la justicia social
 - Construir una nueva visión de la política. Política 3D: Estado, mercado y ciudadanía
 - Horizontalizar al Estado, enfocándolo en los ciudadanos
 - Promover una gestión pública que busque ser –a la vez- transparente, eficiente y oportuna.
-

Elaboración: el autor

Cuadro No. 3

Algunas propuestas para una nueva plataforma de la justicia social en tiempos de globalización

- Asegurar la nutrición universal de niños entre 0 y 3 años
 - Promover una educación de calidad y con valores (que permita pensar críticamente, trabajar dignamente y ser feliz)
 - Prevenir y educar en salud
 - Luchar por el derecho al wifi gratuito
 - Luchar por el derecho a la pensión digna autofinanciada
 - Luchar por el derecho ciudadano al título de propiedad
 - Aprender del emprendimiento y la informalidad
 - Promover las microfinanzas
 - Asegurar la transferencia de tecnología y el cuidado del medio ambiente
 - Promover el valor agregado de la producción
-

Elaboración: el autor

(*) Ponencia presentada para el V Taller Regional Cuenca del Caribe y Cono Sur: “Retos Políticos para la Región ante la Globalización”, organizado por la Fundación Pablo Iglesias y realizado en Madrid-España entre los días 28 y 30 de noviembre de 2016. El autor es economista peruano formado en la Universidad de Lima-Perú. Tiene Maestría y Doctorado en Administración. Ha sido Ministro de Estado en el Perú en las carteras de Comercio Exterior (1986-1989), Vivienda, Construcción y Saneamiento (2007-2008) y Transportes y Comunicaciones (2008-2011). Es autor de 28 libros, es Rector de la Universidad Peruana Simón Bolívar y Profesor Principal de la Escuela de Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Es militante aprista desde 1981. Ha sido jefe del Plan de Gobierno o jefe del Equipo Económico del partido en siete campañas electorales nacionales, Director Nacional de Economía del PAP y Asesor Principal de la Célula Parlamentaria Aprista (1998-2006). En octubre de 2014 fue candidato por el PAP a la Municipalidad de Lima, obteniendo el segundo lugar con cerca de 1 millón de votos. Actualmente es precandidato a la Secretaría Nacional del Partido Aprista Peruano.