

Herramientas para el cambio democrático y social

- Ejercicio político, participación ciudadana e incidencia política -

(Manual para Agentes de Cambio en Costa Rica)

Alejandra Granados Solís
Septiembre 2016

- Las personas jóvenes deben dar vida a los valores del progreso en sus espacios de incidencia política.
- La aplicación de principios de acción y la puesta en práctica de herramientas buscan abrir espacios para más participación, mejor representación, una incidencia política más efectiva y generar nuevos conocimientos.
- La comunicación no violenta muestra que el conflicto es una herramienta para la inclusión de personas.
- El esquema planteamiento-desarrollo-conclusión (PDC), y la comunicación política para la construcción de alianzas dan luces sobre cómo una buena comunicación se compromete con mensajes claros y nuevos discursos de impacto social. El análisis de coyuntura y la carta de navegación buscan analizar el entorno para saber hacia dónde ir.





Introducción

Las personas jóvenes, deben ejercer un nuevo liderazgo, dando vida a los valores del progresismo (libertad, igualdad, solidaridad y justicia social) mediante la aplicación de principios de acción y el ejercicio de prácticas participativas en sus agrupaciones. Las juventudes deben generar nuevo pensamiento, aportar ideas novedosas y abrir espacios que permitan una amplia participación dentro de los procesos políticos, y establecer un marco desde donde se generen conocimientos y se desarrollen actitudes, y ofrecer un futuro esperado de participación de la juventud.

Esta guía está diseñada para que jóvenes progresistas puedan dar vida a los valores de la democracia social y los principios de acción: representación de intereses, inclusión de personas, transparencia en el desempeño, rendición de cuentas, comunicación, participación activa, análisis crítico, incidencia política y equidad de género. La guía pretende ser una ayuda para poner en marcha la estrategia de aplicación de herramientas elaborada en 2015 en el marco del programa en Costa Rica, Agentes de Cambio de la FES.

Enfocar la igualdad y la justicia como un valor de la organización social o sindical y partido político

El conflicto como recurso político para la representación de intereses e inclusión de personas: la comunicación no violenta

La comunicación no violenta (CNV), es un proceso de comunicación que enfatiza la importancia de expresar con claridad observaciones, sentimientos, necesidades y peticiones de un modo que evite el lenguaje evaluativo que etiquete o defina a las personas interlocutoras u otras personas no involucradas en el proceso.

El conflicto, contrario a lo que se ha dicho, no constituye un problema ni una amenaza, sino una oportunidad para buscar y llegar a acuerdos que además obliga a desarrollar músculo para los ejercicios ciudadanos y democráticos. Así, la resolución alterna de conflictos, entendido como el

análisis y solución de problemas, es un proceso de cambio en los sistemas político, social y económico; el cual orienta a un resultado que, de acuerdo con las partes implicadas, es una solución duradera del problema.

A la hora de abordar un conflicto en nuestra organización social, partido político o sindicato, es necesario que las partes implicadas estén de acuerdo en atender y procesar el conflicto, y que se comuniquen entre sí con empatía, claridad y eficacia.

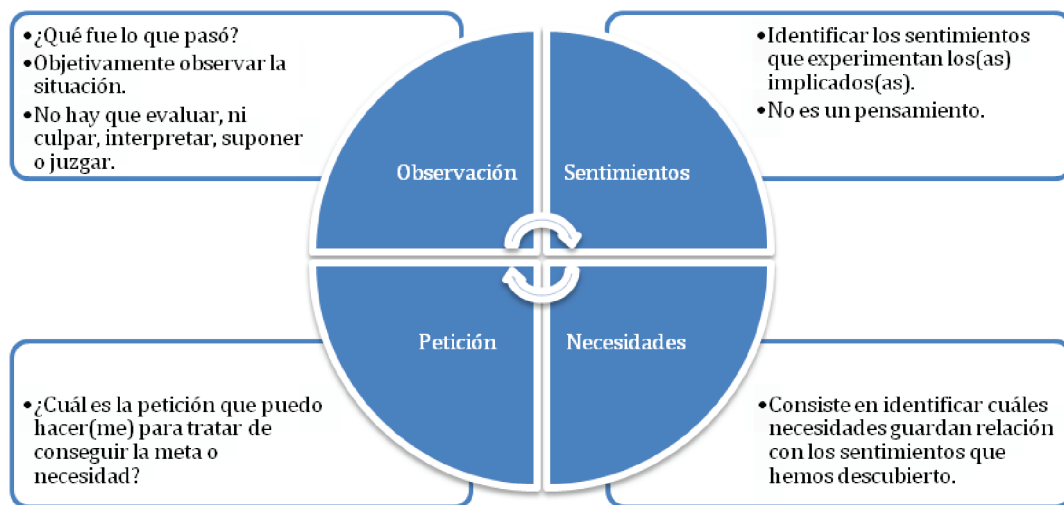
Algunos principios de la CNV son:

- Las personas, a través de nuestras acciones y palabras, estamos constantemente tratando de satisfacer nuestros valores y necesidades.
- Las personas disfrutan de manera natural contribuyendo al bienestar de otras personas cuando lo hacen de forma voluntaria.
- Reconocemos que somos interdependientes y elegimos satisfacer las necesidades mediante la cooperación en lugar de la competencia.
- Asumir la responsabilidad por nuestros sentimientos y elecciones mejora la calidad de nuestras relaciones, con nosotros(as) mismos(as) y con las demás personas.
- Lo que nos decimos a nosotros(as) mismos(as) (pensamientos, juicios, historias) generan nuestras reacciones, no las acciones o lo dicho por otras personas.

Los cuatro pasos de la CNV se resumen en el siguiente esquema:



Figura 1. Pasos para una comunicación no violenta



Fuente: Elaboración propia con información del Taller sobre Comunicación no violenta realizado por Carolina Hidalgo Herrera

El resultado ideal de la CNV es que las propias necesidades, deseos, anhelos, esperanzas no se satisfagan a costa de frustrar las necesidades de otra persona. Por eso, un elemento vital es la capacidad de expresarse sin usar juicios sobre lo que está bien o mal, correcto o incorrecto.

Hacer y rendir cuentas para dar transparencia: la gestión basada en resultados

La gestión basada en resultados (GBR) es una estrategia general de desempeño según la cual las personas que participan directa o indirectamente en alcanzar una serie de resultados. Asimismo, garantizan que sus procesos contribuyen al logro de los resultados esperados. Las personas participantes por su parte utilizan la información y evidencias sobre resultados para la elaboración de informes y la rendición de cuentas. Un resultado se define como el efecto o impacto directo de una intervención, de una política o de un programa.

Los principios que guían este proceso participativo de gestión son:

- **Utilidad:** para asegurar que se puede usar el marco de GBR para explicar políticas, programas e iniciativas y para instituir la medición del rendimiento y gestión de resultados.
- **Apropiación:** para satisfacer las necesidades

de todas las partes interesadas y para asegurar que las necesidades de información, así como que se cumplan los requisitos formales de rendición de cuentas.

- **Transparencia:** para asegurar que todas las partes interesadas comprenden los resultados que se esperan, así como el cuándo y cómo van a ser medidos.
- **Orientado a decisiones y a la acción:** para asegurar que la información que se necesitan está disponible cuando se requiere para las decisiones clave.
- **Credibilidad:** para asegurar que los estándares se cumplen y que el marco GBR establece compromisos realistas para la medición y reporte.
- **Flexibilidad:** para responder al contexto cambiante en el que las políticas, programas y las iniciativas operan, el marco tiene que ser revisado y adaptado con la regularidad necesaria.

Los principales objetivos de una GBR son:

- Apoyar una rendición de cuentas sustantiva
- Empezar acciones correctivas para mejorar
- Aprender de la experiencia práctica

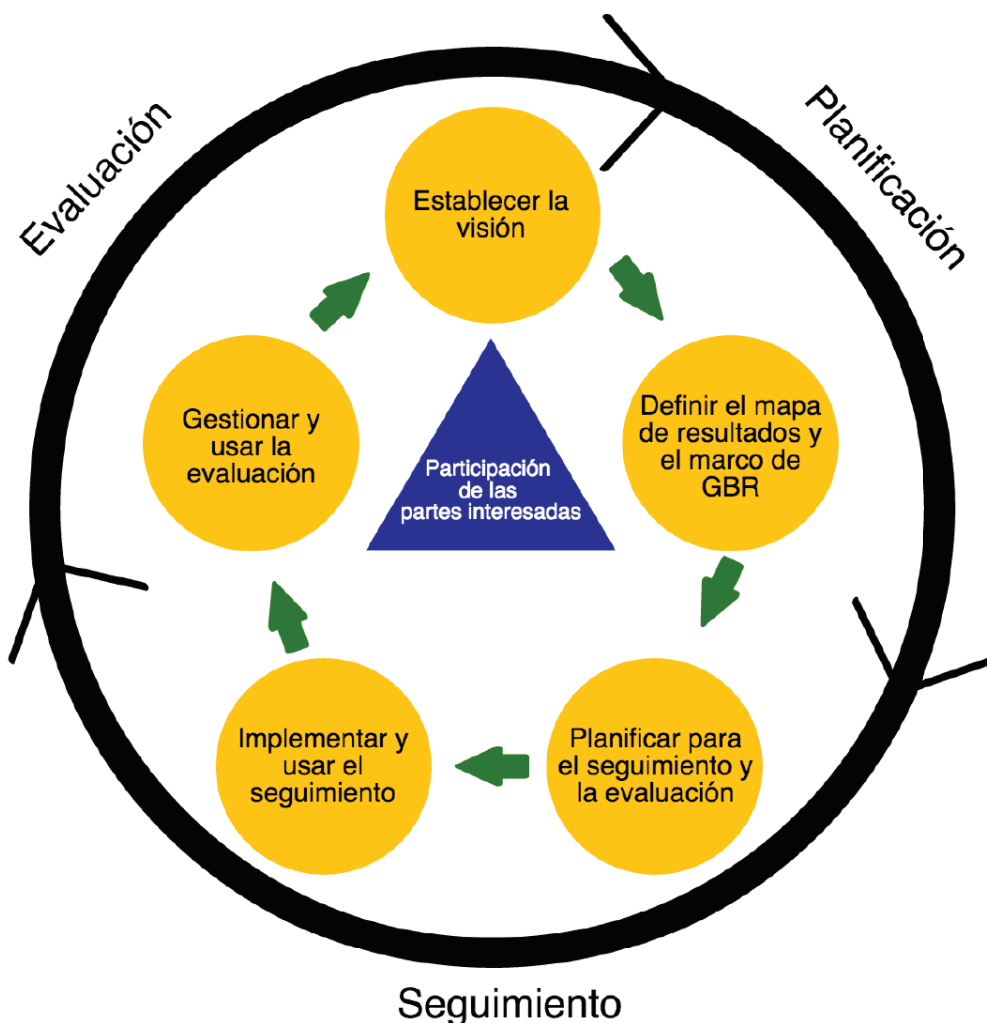


- Tomar decisiones bien fundadas
- Gestionar mejor los riesgos y las oportunidades

Los pasos de la GBR se resumen en el siguiente esquema:

las preocupaciones y experiencias de mujeres y hombres, sean parte integrante de la elaboración, puesta en marcha, control y evaluación, tanto de la legislación como de las políticas y programas en las esferas política, económica, social y cultural, de manera que puedan beneficiarse de mane-

Figura 2. Pasos de la GBR¹



Análisis de género para conocer la afectación diferenciada: transversalización de género

Transversalizar la perspectiva de género es el proceso de valorar las implicaciones diferenciadas que tiene, para mujeres y hombres, cualquier acción que se planifique, en todas las áreas y en todos los niveles. Es una estrategia para conseguir que

ra equitativa. El resultado que se busca conseguir es mejorar y fortalecer las interacciones entre las personas hacia la igualdad entre los géneros.

Se sugieren algunos pasos que son fundamentales en la formulación, evaluación, y monitoreo de un proyecto con enfoque de género²:

¹ Según el Manual de planificación, seguimiento y evaluación de los resultados de desarrollo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

² Según la guía práctica No 6: ¿cómo elaborar proyectos y programas con enfoque de género? del Proyecto de Fortalecimiento de las Capacidades Municipales para la Planificación del Desarrollo Humano Local en Costa Rica FOMUDE.



1. **Diagnóstico participativo:** Es la detección de la situación comparativa entre hombres y mujeres, así como la identificación de potencialidades e identificación de brechas de género.
2. **Formulación de un proyecto con enfoque de género:** la consideración de la transversalidad del enfoque de género es el aspecto más importante a tomar en cuenta en el momento de elaborar la propuesta del proyecto.
3. **Negociación para la aprobación del proyecto:** esta negociación se enriquece si ha existido una sensibilización previa de las partes del proyecto en relación con el enfoque de género.
4. **Ejecución con enfoque de género:** puesta en práctica de una estrategia de ejecución que considere la transversalización del enfoque de género, innovando con metodologías que aborden las desigualdades y ayuden a cerrar brechas entre hombres y mujeres.
5. **Monitoreo y evaluación con enfoque de género:** permite identificar los impactos diferenciados para poder comparar la situación inicial de hombres y mujeres y los resultados.

Reconocer el valor de la libertad en la responsabilidad del compromiso en su desempeño

PDC: el planteamiento, desarrollo y conclusión como práctica comunicativa efectiva

El PDC es una herramienta de comunicación en procesos grupales que tiene como objetivo ofrecer mensajes y aportar argumentos en la construcción de nuevos discursos, de modo que impacte en los medios de comunicación y sea de utilidad práctica en la comunicación escrita.

Lo primero que hay que hacer es organizar las ideas. El PDC se estructura en 3 partes:

- **Planteamiento**

- * Es la parte más importante de una intervención pues el mensaje del planteamiento debe conmover y convencer a la audiencia.

- * Constituye la idea central o el argumento básico.

- * Debe ser atractivo y concreto.

- **Desarrollo**

- * Son los argumentos que sostienen el planteamiento.

- * Pueden ser mensajes fuerza o argumentos respaldados con datos.

- * Estos mensajes deben ir al grano, no se debe divagar porque se puede perder la atención de la audiencia.

- **Conclusión**

- * Es el principal argumento o la idea planteada que cierra el círculo.

- * Se debe concluir con el planteamiento o una idea similar que posea la misma fuerza e interés, para así lograr la unidad temática.

Comunicación política para la incidencia en alianzas y nuevos discursos

La comunicación política es el arte de poner en común al producir y reproducir, difundir y diseminar e informar en un contexto político y un texto social. El 80% de los conflictos se dan por falta de comunicación y no por falta de interés.

Por lo tanto, la comunicación social y política debe ser además asertiva, es decir, cierta y clara para permitir y provocar el respeto entre las personas porque se trata de crear situaciones ganar - ganar en contenido para crecer y crecer en el intercambio abierto a las relaciones interpersonales con el objetivo de fortalecer el proceso grupal e influir en la opinión pública, la creación de alianzas estratégicas y un entorno propicio para la incidencia política.

Recomendaciones para una comunicación social y política asertiva³:

³ Basada en el taller sobre comunicación política dada por Jairo Vargas Agüero.



1. Comunicar no es lo mismo que informar: el mensaje se debe poder descodificar fácilmente.
2. La comunicación es tanto verbal como no verbal: esta también es escrita, hablada, gestual, visualizada y auditiva.
3. Es importante conocer las versiones de las partes y personas involucradas.
4. Sea breve: use menos palabras y más imágenes. Aplique el PDC, y evite usar bloques de texto.
5. Sea simple: un(a) buen(a) comunicador(a) es quien dice el mensaje más complicado en el lenguaje más sencillo.
6. No diga sólo lo que usted quiere decir, sino también lo que su audiencia necesita escuchar.
7. No hable, dialogue.
8. Sea creativo(a) al buscar poner en común.
9. Sea responsable con lo que dice y con lo que otras personas interpreten.
10. Debe existir una coherencia entre la comunicación visual, comunicación institucional y el comportamiento institucional: es decir que lo que digo, cómo me veo y cómo me comporto debe tener coherencia.
11. Evalúe el estado de una alianza: son procesos que tienen principio y fin o que necesitan ser refrescados y replanteados.
12. Un discurso se escribe y se practica: diga y haga.

Lecciones aprendidas y recomendaciones en mecanismos de participación ciudadana para fortalecer alianzas para la incidencia política

La incidencia política son las acciones que la ciudadanía organizada realiza para influir en la formulación e implementación de la política pública a través de distintos mecanismos como la presión social, entre otros. Es una capacidad que tiene la ciudadanía para lograr una participación real en la toma de decisiones del gobierno y otros espacios. Además, es una de las vías a través de la cual,

diferentes sectores de la sociedad civil pueden visibilizar, poner en común y avanzar en sus agendas para así tener impacto en las políticas públicas y sus resultados sociales, participando de forma democrática y sistemática en la toma de decisiones sobre asuntos que afectan su vida. Hacer incidencia política de forma efectiva requiere de la construcción de alianzas pues aumenta el éxito de influir en la toma de decisiones.

Algunas lecciones aprendidas y recomendaciones en la construcción de alianzas son:

Lecciones aprendidas

- Contar con amplitud y diversidad de fuentes
- Ayudarse mutuamente
- Romper y superar el caudillismo
- Poner atención a la relación en alianza, no imponer
- Tener empatía
- Informarse bien e informar mejor
- La presión social mueve la política
- La comunicación como un arte de poner en común
- Tener la misión clara
- Superar las discusiones eternas
- No discriminar, hay que poner en práctica la inclusividad

Recomendaciones

- Hacer contactos para fortalecer alianzas y ampliar la incidencia política
- Comunicación constante permite incluir para ampliar participación y mejorar representación
- Enfocarse en la causa - lucha
- Un mensaje claro es importante
- Hay que convencer, conmover, más que presionar



- En la planificación, es importante tener un objetivo claro
- Es importante preparar estrategias que sirvan como guía
- Buscar historias (humanas) que apoyen la causa, para conmover y convencer
- Contar con voceros(as)
- Tener flexibilidad y mantener un diálogo para así poder avanzar y llegar a acuerdos
- Tener claro que el resultado siempre debe ser cambiar para mejor la vida de las personas
- Incluir a la persona excluida
- Usar las tecnologías de información y comunicación (Tics) para amplificar el efecto
- Visualice la pregunta con que se quiere provocar que el grupo trabaje
- Repítala verbalmente al grupo participante y permita preguntas de comprensión.
- Distribuya tarjetas y dé la consigna de escribir una respuesta - una tarjeta a la pregunta de una manera legible y clara; en letra imprenta, 4 y máximo 5 líneas por tarjeta.
- Tenga en cuenta que para escribir las tarjetas se necesita tiempo y un cierto silencio. Deje, pues, el tiempo necesario en modo pausa para pensar y hacer el aporte.
- Una vez escritas las tarjetas reúnalas y mézcle-las de manera que cuando se lean no aparezcan juntas todas las tarjetas de una determinada persona.

Incorporar el valor de la solidaridad y ponerlo en práctica

METAPLAN para la administración de información en el proceso grupal participativo

Es una metodología en la construcción de procesos grupales participativos, que se basa en una tormenta de ideas (o *brainstorming*) estructurada, que garantiza una contribución equilibrada y activa de todos(as) los(as) participantes y la consecución de los objetivos de la reunión en el tiempo previsto.

La metodología Metaplan requiere un moderador(a) entrenado(a) cuyas funciones principales son: (a) definir la secuencia del debate; (b) distribuir los turnos de la palabra, (c) facilitar el entendimiento entre participantes propiciando que se debatan ideas y no enfrentamientos personales; y (d), gestionar el tiempo previsto para cada tema objeto de la reunión. En suma, la competencia de la persona que modera es la clave del éxito de la reunión.

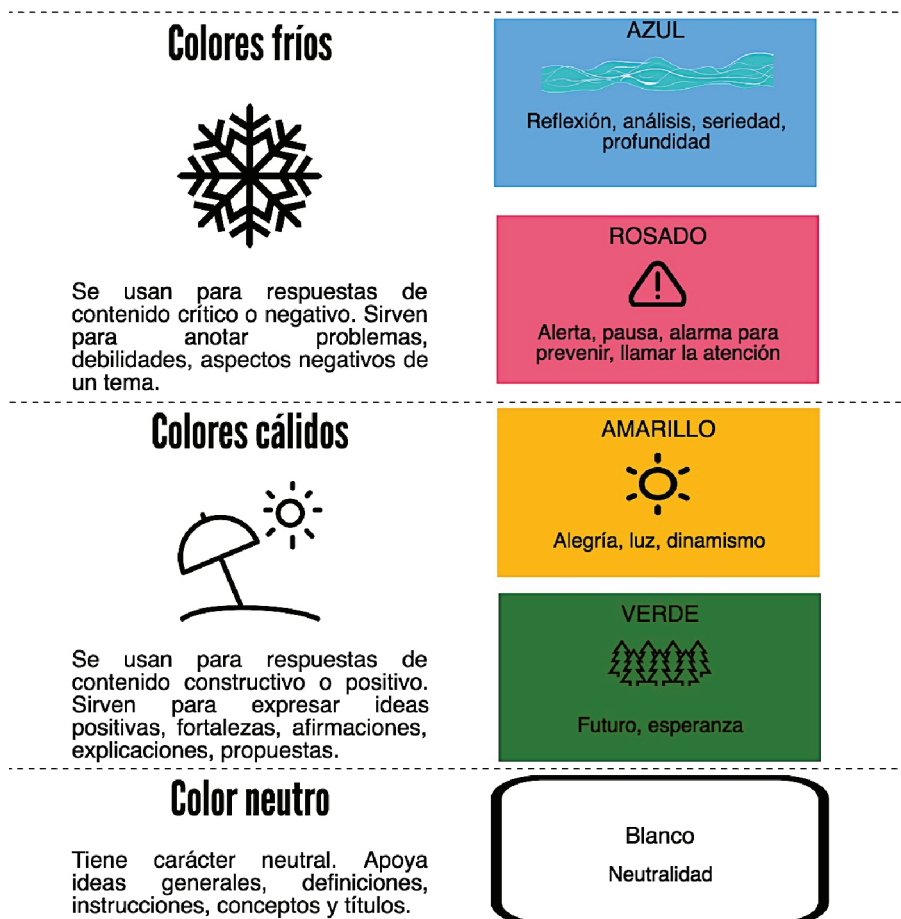
Pasos y reglas para la administración del METAPLAN:

- Una vez reunidas las tarjetas escritas. Lea cada una de ellas en voz alta y muéstrele al grupo.
- Una vez leída la tarjeta y entendido su contenido, póngala en el panel y cuando llegue a la segunda pregunte al pleno dónde debe colocarla. De esta manera se van creando “nubes o moléculas” como conjuntos de tarjetas con contenido similar.
- Una vez agotadas las tarjetas se trata de “categorizar” cada una de las moléculas con un título que haga referencia al tema en desarrollo o al que se refieren las tarjetas en él contenidas.
- Para facilitar la identificación de cada molécula tenga preparadas tarjetas ovaladas numeradas y pínchelas encima de cada uno de las moléculas o nubes, antes de ponerles los correspondientes títulos (generalmente escritos en tarjetas ovaladas).
- Una vez acabada la elaboración de las moléculas, conviene preguntar al grupo participante si creen necesario ajustar de otra manera los aportes o si las tarjetas están en el lugar adecuado.
- Una vez de acuerdo en los racimos existentes, acuerde en pleno el título de cada uno de ellos.



Figura 3. Los colores de las tarjetas de METAPLAN⁴

Los colores de las tarjetas en METAPLAN



La técnica básica en el uso de las tarjetas

Lo importante es que se consiga una óptima legibilidad de las tarjetas. Las tarjetas se escriben para todo el grupo participante no para uno mismo porque se busca socializar cada aporte.

- Una idea por tarjeta
- Tres a cuatro líneas por tarjeta como máximo cinco
- Escribir con marcador del mismo color
- Emplear letras mayúsculas y minúsculas

- Procurar no hablar con otros mientras dure esta fase

El METAPLAN es útil porque permite la socialización de las informaciones y la concreción de ideas mediante una dinámica donde las personas que participan, sin que la discusión sea monopolizada por una sola persona.

Análisis de coyuntura y entorno para el análisis crítico de la realidad

Se entiende como coyuntura al conjunto de condiciones conjugadas que caracteriza un momento en la historia. Por lo tanto, un análisis de coyuntura remite al análisis de la estructura social en un momento determinado.

⁴ Elaboración propia con información del taller de METAPLAN dado por Marco Vinicio Zamora Castro.



Matriz del análisis de coyuntura

Estas son las categorías fundamentales que darán soporte al ejercicio de reflexión, teórico y práctico, a la hora de analizar un determinado acontecimiento:

- **Actores:** es quien hace algo y alguien que representa, que encarna un papel dentro de una trama de realizaciones. Una persona es un actor social cuando representa algo para la sociedad (para el grupo, la clase, el país), encarna una idea, una reivindicación, un proyecto, una promesa, una denuncia.
- **Ubicación:** cuando se desea analizar un acontecimiento, es importante ubicar su temporalidad, porque la realidad no se desarrolla de manera simple y estática. De ahí la importancia de ordenar los hechos, según su periodización, secuencias o etapas.
- **Interés/proyecto:** es importante conocer los intereses que tiene cada actor en la coyuntura.
- **Relación de fuerzas:** Las clases sociales, los grupos, los diferentes actores locales están en relación unos con otros. Esas relaciones pueden ser de enfrentamiento, de coexistencia, de cooperación y estarán revelando una relación de fuerza, de dominio, de igualdad o de subordinación. Encontrar formas de verificar la relación de fuerzas, tener una idea más clara de esa relación es decisivo si se quiere extraer consecuencias prácticas del análisis de la coyuntura.
- **Tipología:** se refiere al tipo de actor que se analiza. Por ejemplo, si es un actor institucional, social, un partido político, sindicato, organización de sociedad civil, etc. Esto ofrece luz sobre los escenarios o “áreas” o “arenas políticas” en las que dicho actor tendría mayor o menos influencia.

Cuadro 1. Matriz de análisis de coyuntura

Acontecimiento					
Actores	Ubicación	Tipología	Interés /Proyecto	Relación de Fuerza	Impacto

Prospectiva y carta de navegación para visualizar escenarios para acciones concretas

La fase de análisis prospectivo está destinada a la exploración del futuro. Se analiza el sector y su entorno, identificando tendencias y variables estratégicas para construir escenarios de futuro, evaluando oportunidades y riesgos.

Por lo tanto, una carta de navegación ayudará a construir escenarios para sistematizar y comprender la prospectiva, ya que esta se caracteriza por ser una caja de herramientas integral que permite distinguir cuando un fenómeno social, político, económico o ambiental se comporta de una determinada forma que lo ubica de un nivel a otro según de los factores que la conforman. Por esto, se trata de identificar cada una de las particularidades que determinan dicho fenómeno. En síntesis, la carta de navegación es un instrumento que funciona al realizar una especie de mapeo para visualizar variables del entorno del contexto en el que se toman decisiones. El siguiente esquema nos ilustra la carta de navegación:



Figura 4. Carta de navegación⁵

+ Complejidad -	<p>RIESGOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tipos de futuro: “Futuro Alternativo” 2. Métodos: Análisis de tendencias / Escenarios cuantitativos 3. Comportamientos: adaptación /cambio incremental 4. Actitudes: proactividad “asegurador” 5. Horizontes Temporales: mediano 6. Indicadores (cuantitativos): Eficiencia / Eficacia / Externalidades / Impactos indirectos 7. Medios de Verificación: estimaciones econométricas / proyecciones/ extrapolación de tendencias/registro electoral. 8. Supuestos: rupturas exógenas, cambios institucionales, desfinanciamiento, cambios políticos y de políticas públicas. 9. Actores: econométristas, evaluadores de proyectos, científicos sociales, planificadores. 10. Conceptos de estrategia: patrón o pauta de acción. <p>Metodología: Proyecciones</p>	<p>AMBIGÜEDAD</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tipos de futuro: Futuros posibles indeterminados 2. Métodos: Modelos de simulación y modelación / estudios / creatividad 3. Comportamientos: crisis 4. Actitudes: exploratorio “navegante” 5. Horizontes Temporales: largo afectados por crisis, caos / Ruptura abrupta / Situaciones explosivas. 6. Indicadores (cualitativos): “críticos” / seguridad / conflicto / participación / empoderamiento / calidad de vida 7. Medios de Verificación: modelos de simulación/ Perspectivas múltiples / validaciones analógicas. 8. Supuestos: sorpresas naturales, políticas y financieras; discontinuidades, problemas emergentes, innovaciones radicales 9. Actores: Futurólogos, innovadores, inventores, descubridores, planificador. 10. Conceptos de estrategia: visión o perspectiva <p>Metodología: Simulacro</p>
	<p>CERTEZA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tipos de futuro: “El futuro” 2. Métodos: Monitoreo y escaneo del entorno 3. Comportamientos: rutina 4. Actitudes: pasiva reactividad “bombero” 5. Horizontes Temporales: corto 6. Indicadores (cuantitativos): cuentas nacionales/ índices de desarrollo humano/ Comercio exterior/ desigualdad (Gini) 7. Medios de Verificación: bases de datos (series históricas) / estudios de caso / experimentos con grupos de control / censos 8. Supuestos: control de recursos y de circunstancias / gobernabilidad de los actores. 9. Actores: expertos en ciencias exactas / investigadores puros/ gerente de proyectos / legisladores / empresarios / tradicionales / Planificadores 10. Conceptos de estrategia: plan deliberado o normativo <p>Metodología: Planes Anuales Operativos (Marco lógico y base de datos)</p>	<p>INCERTIDUMBRE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tipos de futuro: Opciones posibles 2. Métodos: consultas a expertos, escenarios cualitativos 3. Comportamientos: transición y cambio largo 4. Actitudes: proactividad 5. Horizontes Temporales: largo 6. Indicadores (cuanti-cualitativos): satisfacción/ encuestas/ opinión/ consultas a expertos y capital social. 7. Medios de Verificación: encuestas de opinión / consultas a expertos / talleres. 8. Supuestos: Ingresos de nuevos actores / Cambio de tendencias / Paradigmas / Modelos mentales / Cambio Tecnológico / Nueva información. 9. Actores: Futuristas / investigadores aplicados/ empresarios / comunicadores / Planificadores. 10. Conceptos de estrategia: proyectos flexibles <p>Metodología: Escenarios</p>

- INDETERMINACION +

⁵ Fuente: elaborada por Margareth Solano Sánchez, con base al Manual de prospectiva de Medina & Ortegón, 2006.



Autor

Alejandra Granados Solís

Es activista climática con más de 4 años de experiencia trabajando en investigación sobre política climática en Costa Rica. Realiza estudios en ingeniería química en la Universidad de Costa Rica (UCR). Su trabajo se enfoca en generar propuestas desde la sociedad civil sobre cambio climático. Trabaja para la Plataforma LEDES LAC y forma parte del grupo GFLAC.

Pié de Imprenta

Fundación Friedrich Ebert
San José | Costa Rica

Hansjörg Lanz
Representante Fundación Friedrich Ebert
para Costa Rica, Nicaragua y Panamá
E-Mail: costarica@fesamericacentral.org
Tel.: +506 2296 0736
<http://www.fesamericacentral.org>

En 1965 la Friedrich-Ebert-Stiftung (FES, Fundación Friedrich Ebert) abre en Costa Rica su primera oficina en la región centroamericana. El 23 de julio de 1965 se firma el Convenio de Cooperación entre el Gobierno de Alemania y el Gobierno de Costa Rica. El 1° de setiembre de 1980 se aprueba la Ley no. 6454 que lo ratifica.

Por más de 50 años la Fundación Friedrich Ebert en Costa Rica ha desarrollado sus actividades como plataforma de diálogo, análisis político y de asesoría política. La participación de múltiples actores y el fortalecimiento de la democracia social son bases de la cooperación realizada con instituciones sociales y políticas costarricenses.

En la actualidad, la Fundación Friedrich Ebert, a través de su oficina en Costa Rica, desarrolla los ocho campos de trabajo regional de la FES en América Central. El concepto de planificación en red de las seis oficinas centroamericanas consiste del trabajo nacional con intercambio regional y seguimiento nacional. Las actividades permiten una cooperación con múltiples actores progresistas en los seis países centroamericanos y en los campos de la justicia social, la democracia, el cambio climático, la economía sostenible y la seguridad. Destaca además, en lo nacional y lo regional el trabajo sindical, de género y con jóvenes - agentes de cambio.

El uso comercial de todos los materiales editados y publicados por la Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) está prohibido sin previa autorización escrita de la FES.

Las opiniones expresadas en esta publicación no representan necesariamente las de la Friedrich-Ebert-Stiftung.