

Elementos estrategicos: Integrantes, Aliados, y Oponentes

En la última organización de implementos se trató la importancia de edificar la fuerza de su organización mientras se trabaja en adquirir metas sobre asuntos políticos. Esta implementación de organización se enfoca en métodos para adquirir aliados en campañas de asunto político mientras difundimos o minimizamos la oposición.

Los Integrantes son aliados potenciales

Para comenzar a identificar integrantes sobre un asunto político, no pensemos individualmente sino en términos de categoría o grupos de personas. Pregúntese a usted mismo que categorías de personas se beneficiarían cuando alcancen sus metas. Los integrantes de grupo son un potencial de apoyo para su campaña. Si ellos actualmente trabajan para apoyar su campaña, ellos son sus aliados. Una buena y estratégica campaña política consiste en contactar sistemáticamente integrantes para traerlos a la campaña como aliados.

Miremos algunos ejemplos de como esto podría trabajar

Supongase que su meta es construir nuevas unidades de viviendas de bajo costo en su comunidad. Usted se ha propuesto atraer a los miembros de la autoridad local de vivienda como las personas encargadas de tomar las decisiones en este asunto, ya que ellos tienen la autoridad y los medios financieros para construir las viviendas que quieren.

En primer lugar pensemos en la categoría de personas que se estarían beneficiando cuando usted alcance esa meta. Una lista de ello sería:

- personas que necesitan vivienda de bajo costo o tienen familiares que necesiten este servicio
- personas que viven en un vecindario donde las condiciones son pobres
- personas en organizaciones que trabajan por una vivienda de bajo costo
- personas en organizaciones que trabajan por los intereses de los niños
- personas en organizaciones que trabajan sobre la justicia en asuntos generales
- políticos en favor de construir más viviendas de bajo costo en la comunidad

En segundo lugar, pensemos a través de razones concretas por las cuales cada categoría de personas se beneficiarían cuando usted alcance su meta. Cuando usted eventualmente se acerque a los grupos para atraerlos como aliados a su campaña, usted deberá ser capaz de explicar de una manera simple y específica porque usted piensa que ellos se beneficiarían si la campaña resulta victoriosa.

Y un tercer lugar, piense en los nombres actuales de cualquier grupo organizado que se acomode a su categoría. Por ejemplo: ¿Dónde podrían encontrarse los grupos u organizaciones que necesitan viviendas de bajo costo? Por ejemplo:

- El centro de ciudadanos de Martha Stewart
- La asociación de padres de Rising Sun Head Star

¿Dónde están o dónde podrían encontrarse las personas que viven en un vecindario donde las condiciones de vivienda son pobres? Por ejemplo:

- una liga de recreación en un vecindario de bajos ingresos

- la asociación de los residentes en un vecindario de bajos ingresos
- iglesias que sirvan a comunidades de bajos ingresos

Desarrolle para su grupo un plan sistemático por medio del cual ellos puedan contactar a otros grupos. ¿Hay alguien en su grupo que conozca a alguien que pertenece a otro grupo? Si no, decida que persona podría contactar a los otros grupos de personas llamando o visitando uno de los líderes de la oposición – el presidente o un representante del grupo, por ejemplo. Antes de verlos, serciorese que será capaz de explicarles cual es su meta, que es lo que planea hacer, en que forma beneficiará al grupo si usted tiene éxito, y especifique que clase de apoyo quiere por parte del otro grupo.

Escuche cuidadosamente que es lo que la persona del otro grupo tiene que decirle y que es lo que usted tiene que hacer para apoyarlo. Recuerde que usted quiere el apoyo del grupo, no solo los miembros o representantes. Por ejemplo: la persona del otro grupo al cual usted visite podría decirle, “Yo misma(o) quisiera distribuir hojas volantes para su grupo, pero si usted quiere la aprobación de la liga de recreación, usted deberá venir a las reuniones de la junta.” Investigue cuándo y dónde será la próxima reunión y con quien tendrá que hablar para obtener la agenda.

Piense cuidadosamente sobre que es lo que usted quiere que sus aliados hagan. ¿Que influencia tienen ellos que usted no tiene? ¿Traeran ellos sus influencias para sostener la campaña? Por ejemplo: un grupo de un vecindario de Afro-Americanos en una comunidad masiva de blancos ha estado trabajando duro para lograr que el consejal de la ciudad provea los fondos necesarios para el mejoramiento de las calles, pero él no les ha puesto atención por ser una pequeña minoría la cual no cuenta politicamente.

Ellos le preguntaron a un líder en una comunidad de blancos que hiciera lo siguiente: conseguir que todo un grupo se residentes blancos se reúnan con el consejal de la ciudad en apoyo a la meta de la comunidad Afro-Americana. Cuando ellos lo hicieron, el consejal de la ciudad hizo noción de que ellos ya no estaban tratando con grupo racial minoritario invisible, pero si con un buen grupo de votantes blancos que estan observando como es el trato del consejal para con los residentes Afro-Americanos. El consejal se ajusto a las demandas del grupo comunitario para las necesidades del mejoramiento de las calles.

Muchas veces los aliados pueden simplemente aprobar sus metas, ofertas de ayuda financiera, o solamente conseguir que se hable sobre su campaña con los miembros. Pero recuerde que lo que cada aliado puede hacer, es único, y eso aporta a la campaña, cosa que la suya no puede hacer por cuenta propia.

Oponentes

A veces los grupos comunitarios confunden “el blanco” o su punto objetivo con sus oponentes. “El blanco”, o sus puntos objetivos son las personas con poder y autoridad para implantar metas. Ellos quizás podrían oponerse a sus metas, pero no necesariamente. No asuma que su blanco esta en contra suya, tampoco que usted es la única oposición a la que ellos estan expuestos. Al planear su campaña pregúntese, quienes estan opuestos a su meta, en este ejemplo, edificar 50 unidades de vivienda de bajo costo:

- Propietarios de vivienda tienen miedo a la devaluación del valor de su propiedad debido a la construcción de vivienda de bajo costo o debido a la atracción de “personas indesables”, a la comunidad.

- oponentes de gobierno como una cuestión de principios no les gusta gastar el dinero público,.

Trate de identificar cualquier grupo organizado en los cuales usted podría encontrar a sus oponentes:

- la asociación de propietarios de viviendas ubicó donde usted quiere construir las nuevas unidades de vivienda.
- la clase media o las iglesias de mayor audiencia que sirven en el área
- el dicho “estoy opuesto a todo”

Trate de deducir porqué estos grupos estarían opuestos y ver si ellos pueden desarrollar argumentos para influir en ellos y traerlos en nuestra dirección. Entonces, reúnanse con ellos y vea que es lo que ellos tienen que decir. Escuchar sus argumentos ayuda, aunque sea difícil escuchar. Le da una idea de cuánto a ellos les interesa su asunto, si a ellos les interesa lo suficiente para oponerse, o si ellos detrás de la escena estarían dispuestos a usar sus influencias para detenerlo.

Enfrentando directamente a sus oponentes, ayuda a su grupo en varias maneras:

- manda un mensaje claro que usted no le tiene miedo a sus oponentes
- usualmente le da información que le ayuda a corregir o probar de manera pública que las preocupaciones de los oponentes son falsas, especialmente con su “el blanco”, los cuales son las personas que hacen las decisiones
- algunas veces ayuda a difundir o neutralizar la oposición
- otras veces ayuda a algunos miembros de la oposición a cambiar del lado del cual están

Unas pocas palabras de precaución:

Primero, generalmente es bueno que los grupos comunitarios traten de comprometer a la oposición, o por lo menos que la neutralice, los asuntos de seguridad son más importantes. Obviamente, usted debería evitar cualquier grupo oponente del cual usted sospeche podría tomar una acción violenta en contra suya. Pero existen otras clases de tomar represalias: que lo desalojen de su vivienda o que lo despidan de su trabajo son las más comunes, o que le maltraten a sus niños en la escuela entre otros. Algunas veces resulta extremadamente difícil para los miembros de un grupo comunitario hablar ante los miembros de la oposición sobre el racismo, clasismo, sexismo, o prejuicios acerca de orientación sexual. En estos casos, tiene sentido observar a sus aliados nuevamente para ver si ellos se reúnen con la oposición como parte de su involucramiento en la campaña.

Segundo, a veces los grupos comunitarios se distraen por los grupos de oposición y se olvidan de mantener su atención en el blanco, que son las personas que realmente podrían darle lo que esta pidiendo. No caiga en la trampa de combatir con la oposición lo cual agota sus recursos la cual es su meta principal y por la que usted esta trabajando. Sus objetivos con los oponentes necesitan ser claros y limitados. Si puede, trate de neutralizarlos, pero manténgase alerta en alcanzar su meta.

Edifique su organización trabajando con sus aliados y comprometiendo a sus oponentes

Los miembros y líderes de su organización quienes han participado en el trabajo de edificar alianzas y neutralizando la oposición aprenden muchas destrezas y coleccionan información para

su campaña inmediata, y también son importantes para dar fuerza a su organización a largo plazo. Este asunto por parte del trabajo de la campaña es con frecuencia el mejor lugar del desarrollo del liderazgo en su organización. Ayuda a su organización hacer muchas conexiones de utilidad en la comunidad que puede ser cultivado para alcanzar una meta inmediata y crear una fundación para un ambiente de trabajo aun más ambicioso en el futuro.