

abrojos



MANUAL DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN PARA EL TRABAJO COMUNITARIO



EMANUEL GALL
EVA FONTDEVILA
RODRIGO CAMPOS ALVO



abrojos
colectivo de educación popular 

DATOS LEGALES

“ABROJOS”. Manual de Periodismo y Comunicación para el trabajo Comunitario.

Gall, Emanuel y Fontdevila, Eva (*autores*).

1ra. Edición - Tucumán 2008

Proyecto La Escuela en la Radio

Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia de Tucumán

Hecho e impreso en Argentina. Permitida toda reproducción mientras se cite la fuente. E mail: abrojos@hotmail.com.

Diseño y maquetación: “El Circo” diseño y comunicación visual



DEDICATORIA

A todos los chicos y chicas con los que nos venimos encontrando en talleres a lo largo de estos años

A los compañeros que integran el Proyecto La Escuela en la Radio: Julio Grandjean, Daniela Astini, Alejandra Navarrete, Pablo Pérez, Sebastián Moisello, José Lencina, Gabriela Chávez y Celeste Silva.

A todos los educadores y comunicadores que con sus obras nos formaron y siguen formando

AGRADECIMIENTOS

Al Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia de Tucumán por confiar en esta iniciativa

A Jorgelina Fontdevila por su colaboración en el capítulo 2

A Tina Gardella por sus críticas y aportes. Y al equipo de la cátedra de Comunicación Radiofónica de la UNT

A LV12 por el espacio para que este desafío vuele lejos por el aire



MUCHOS TEMAS DIFERENTES..... PERO NO TANTO!!

Hola!! Estamos a punto de meternos de lleno en un pequeño viaje que proponemos para acercarnos a lo que consideramos es una, no la única, manera de comprender y practicar el periodismo y la comunicación.

Pero bueno, hicimos aclaraciones pero no explicamos bien de qué. ¿Qué hay en este manual? A lo largo de estas páginas nos vamos a encontrar con una serie de temas que, al mismo tiempo, son diferentes y similares. Vamos a conocer de qué se tratan los trabajos comunitarios, los proyectos grupales, la comunicación, el periodismo gráfico y radial, la educación popular, y los derechos humanos. Son muchos temas y lo que vamos a aprender es a relacionarlos entre sí, a entender por qué siempre van de la mano aunque también sean diferentes.

También vamos a ver que tanto el oficio del periodista como el de educador/a están muy relacionados con nuestra vida cotidiana, que no hace falta estar en la tele para ser una comunicadora ni ser maestro en la escuela para ser educador. Hay muchos espacios donde podemos desarrollar estos trabajos y muchas formas entretenidas y sorprendentes de hacerlo, además de las que estamos acostumbrados a ver.

Compartimos con ustedes algunas herramientas, conocimientos, conceptos y principios del periodismo, la comunicación y la educación, pero también nuevas formas de practicarlas basadas en la creatividad personal y en una ética solidaria, democrática y de miradas plurales y complejas sobre las cosas (buenas y malas) que nos toca vivir en nuestras comunidades, nuestro país, nuestro continente y como habitantes del mundo.

YO NO.....¿YO NO?

A este manual lo hicimos un grupo de educadores y compañeros que trabajamos en distintas organizaciones e instituciones. Nos proponemos que los lectores no lo tengan guardado en la repisa, que no lo usen sólo para preparar una prueba, que no lo lean sólo porque se va a usar en un curso; que no sirva para apoyar la pava o el velador. Todos y todas los que lo escribimos lo hicimos con una ilusión: este libro les tiene que servir para emprender nuevos proyectos en sus vidas de todos los días: hacer una revista con amigos, inventar un nuevo programa de radio que puedan proponer en la radio comunitaria de los lugares dónde viven y ¿por qué no? en una radio de las grandes, las que se conocen como "**comerciales**"; hacer un proyecto productivo con familiares y amigos que no sólo tenga que ver con el periodismo; para reflexionar siempre sobre el rol que tenemos cuando elegimos ser docentes en las escuelas de nuestros pueblos o cuando

queremos compartir nuestros conocimientos y habilidades con vecinos en una salita prestada por un centro cultural de nuestro barrio, para hacer valer nuestros derechos ciudadanos en la cotidianidad de nuestra democracia (no sólo cuando nos toque votar, después de cumplidos los 18 años) y para muchas cosas más que se les van a ocurrir a ustedes.

Nuestro sueño es que a este manual lo usen, lo manchen, lo escriban, lo discutan entre ustedes, lo peleen cuando lean algo que no les gusta y lo subrayen con marcador y felpones cuando una idea les parece linda para retenerla en la memoria.

El libro siempre renace en el encuentro con sus lectores, sólo en esos momentos en que muchos chicos y chicas como ustedes lo tienen entre las manos y lo recorren con la mirada y las palabras musicalizadas con sus voces, es que el libro queda terminado. Solo en ese momento cumple una verdadera función. Si ustedes lo leen y esa lectura los anima a intentar desarrollar sus propios proyectos de comunicación vamos a sentir que escribirlo tuvo sentido.

Muchas veces leemos otros manuales o libros académicos que se proponen lo contrario, que uno lo lea y piense "*pero esto es re difícil, se necesita ser un genio para hacer las cosas que dice en este libro*", "*Para ser periodista, comunicador, educador se necesita saber un montón. Yo no sirvo para eso, nunca voy a saber tanto*". Resultado, se cierra el libro y uno continúa con su vida, sin ganas de intentar nada nuevo, menos cosas difíciles que supuestamente son para personas muuuuy especiales.

Los invitamos a que juntos recorramos las páginas del manual para que ustedes mismos vean que con un poco de ganas, con estudio y seriedad, pero también siendo sensibles, solidarios y compañeros, con alegría y ganas a aprender mientras hacemos, todos y todas estamos preparados para ser periodistas, educadores, y participar de un proyecto comunitario. Sólo es cuestión de querer hacerlo, y de que otros quieran hacerlo con nosotros.



Todos los capítulos del libro tienen una estructura similar.

Hay una **parte teórica** donde se desarrolla el tema del capítulo. Teórica no quiere decir difícil, ni complicada, sólo que es la parte **donde se desarrollan las ideas principales** que se proponen en el libro. Ahí van a encontrar referencias a otros libros, a autores conocidos, también ejemplos de la vida cotidiana donde creemos que se ponen en juego las ideas de las que hablamos. Está pensado, o al menos esa es la intención del equipo que lo escribió, para que ustedes lo lean y lo discutan. ¿Qué quiere decir esto? Que en ningún caso se trata de verdades absolutas ni certezas dogmáticas, todo lo contrario.



Las "IDEAS IMPORTANTES", destacan algún concepto que consideramos de mayor importancia para el tema tratado en cada capítulo. Definiciones que según nuestra versión del periodismo, la comunicación y la educación son clave e imposibles de obviar. No se nos ocurrieron a nosotros sino que ya forman parte de la historia de estas profesiones, uno puede tomar distintas posturas frente a ellas, pero no puede desconocerlas.

Cuando lean un "TOMEN NOTA" van a encontrarse con una advertencia, una sugerencia, una clave a tener en cuenta si decidimos pasar a la acción con nuestras iniciativas sean estas periodísticas, comunitarias, educativas, etc.

Tomen nota



Practiquemos

actividad 1

En los recuadros que señalan "PRACTIQUEMOS" les sugerimos actividades para que pongamos en acción las definiciones que se enumeran en cada capítulo. Sería muy bueno que ustedes las hagan con amigos y compañeros cuando tengan ganas de trabajar estas cosas.

En la mayoría de los capítulos incluimos sobre el final la pregunta **¿SABÉS QUIÉN FUE...?** Se trata de una suerte de homenaje a una figura que consideramos fundamental en cada una de estas disciplinas tratadas. La intención es acercarles a ustedes una pequeña biografía del personaje y una síntesis de su obra.

¿sabés quién fue?



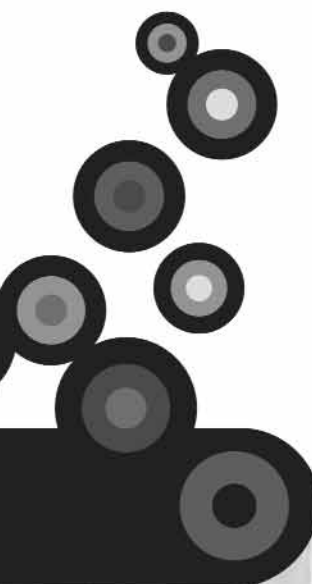
para saber



Por último, cada capítulo tiene un apartado que se llama "PARA SABER MÁS", aquí van a encontrar sugerencias de películas, libros, sitios de Internet y programas de TV que tocan el principal tema del capítulo o se relacionan con él en algún aspecto. Generalmente se va a tratar de materiales accesibles, pero si tienen intención de consultarlos, leer esos libros, o ver esas películas y no los encuentran pueden preguntarnos a nosotros y lo conseguimos.



CAPÍTULO 1



CONCEPTOS BÁSICOS DEL TRABAJO COMUNITARIO



CONCEPTOS BÁSICOS DEL TRABAJO COMUNITARIO

- 1 El trabajo comunitario
- 2 ¿Qué es un grupo?
- 3 Los valores del trabajo colectivo
- 4 Los liderazgos y el protagonismo
- 5 Tener un proyecto: diagnóstico, planificación, ejecución y evaluación.

1. EL TRABAJO COMUNITARIO

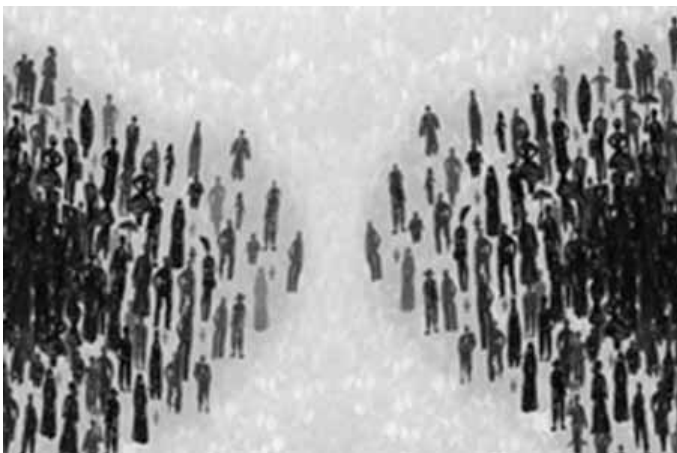
El trabajo comunitario es una forma de relacionarnos con el resto de la gente que vive cerca de donde nosotros vivimos. "Cerca" puede querer decir en la misma cuadra, la zona, el pueblo, la ciudad, la provincia, el país, depende de qué nos propongamos y cuántos seamos. Nuestra tarea comunitaria puede abarcar a mucha gente, muchas organizaciones, muchas instituciones, o ser acotada a un grupo pequeño.

Pero sea cual sea la escala de nuestro trabajo, siempre se inserta en un **contexto**, es decir que lo que pasa en nuestro pueblo tiene relación con lo que ocurre en la provincia, el país y el resto del mundo. Generalmente las realidades de nuestros vecinos tienen que ver con decisiones que no se toman en el lugar donde vivimos.

Nos involucramos en tareas comunitarias porque **creemos que nosotros y nuestros vecinos podríamos vivir mejor**, porque pensamos que las formas de vida de las diferentes familias es muy desigual: algunos concentran la riqueza y otros viven situaciones de mucha pobreza. Ante esta realidad injusta, mucha gente, desde hace muchos años, se viene organizando en sus comunidades para desarrollar trabajos contra esas desigualdades. Pero además de saber que la realidad es injusta, es necesario que tengamos **deseos y decisión de ayudar a transformar esa realidad**. Y fundamentalmente tenemos que confiar en que se puede cambiar, en que depende de nuestras decisiones y acciones como comunidad. Ninguna persona por sí misma puede transformar la realidad de las demás; pero entre todos podemos caminar hacia un cambio.

Como ustedes ya saben, en toda comunidad hay gente que piensa diferente que nosotros, se viste de otra manera, le gusta comer otras cosas, se divierte haciendo cosas que tal vez a nosotros no nos interesan, tiene otra fe, etc. Por eso, cuando nos planteamos participar en una experiencia comunitaria tenemos que **estar dispuestos a escuchar, a debatir con otros, a respetar los acuerdos**, a saber compartir la palabra para que hablen todos y todas. Quien desarrolla trabajos comunitarios no discrimina, no es prejuicioso/a, es solidario, y está siempre atento/a para reflexionar sobre lo que hace, aceptar sus errores, y mejorar. Lo que no hay que olvidar tampoco es que cuando intervenimos sobre nuestra realidad lo hacemos desde nuestras ideas, o sea, **por un lado hay que respetar a los demás, y por otro también respetarnos a nosotros mismos/as y hacer valer nuestras convicciones**.

Y una cosa fundamental: ante cada gran problema que abordemos habrá muchos problemas pequeños que lo conforman. Las cosas no son simples en el mundo en que vivimos. No hay un solo responsable de todos los males, ni hay un benefactor o benefactora a quien le debemos por las cosas buenas. Por eso nos tenemos que preparar para abordar cada problema contemplando la mayor cantidad posible de componentes.



Comunidad manifestándose

Practiquemos

actividad 1

OBJETIVO: Identificar actores que desarrollan actividades comunitarias

CONSIGNAS:

- A) En un afiche hagan una lista de la gente que conocen en su barrio, pueblo o ciudad que hacen tareas comunitarias. Identifiquen qué tipo de trabajo hace cada uno/a, dónde lo hacen y quiénes son los destinatarios de esas acciones.
- B) Elijan dos de esos proyectos y discutan cuáles son sus principales virtudes y defectos y escriban en cada

caso una palabra o frase que las indique. Por ejemplo: Comedor Las Luciérnagas. Barrio Carapachay. Virtud: "conocen mucho el pueblo" Defecto: "nunca difunden sus actividades".

- c) Marquen con una cruz aquellos trabajos sobre los que les gustaría saber más, o que ustedes creen que sería bueno acercarse para trabajar juntos.

➔ *Conserven ese afiche, les va a servir para las próximas actividades.*

2. ¿QUÉ ES UN GRUPO?

Un grupo es algo más que un conjunto de personas. Tiene que haber personas; pero además tiene que haber vínculos entre ellas, algunos objetivos en común y reglas o acuerdos internos. Se necesita tener afinidad con el objetivo y afinidad entre los miembros. Sobre todo para pensar el grupo en relación con la comunicación y el periodismo comunitarios, que es en definitiva lo que trabajamos en este manual, es importantísimo que **las personas que integran el grupo estén dispuestas a construir un proyecto juntas**, compartan objetivos, debatan acciones para concretarlos, las lleven adelante y después evalúen cómo les fue, para corregir errores y mejorar en la próxima tarea.

Siempre antes de ponerse a hacer algo, las personas que integran el grupo tienen que tener algunas ideas claras, compartidas, investigar sobre los problemas y planificar las acciones para poder saber, al final, si salió como esperaban (a esto último se lo llama evaluación).

Los grupos comunitarios se proponen desafíos muy grandes. Tratan problemas importantes y de fondo que afectan a mucha gente. Por eso la tarea es duradera, puede llevar años que un problema se resuelva. Lo importante es desarrollar acciones entre todos, organizados, y que con el paso del tiempo otros se vayan incorporando al grupo para que pueda crecer el trabajo en cantidad y calidad.



Tomen nota



Los integrantes del grupo no se deben considerar imprescindibles, es decir que debemos compartir la información y distribuir las tareas de modo que si alguien no está otro pueda reemplazarlo. Esto no quiere decir que no seamos necesarios. Nos comprometemos porque el éxito del trabajo en común depende de la energía de todos y todas.



Grupo

OBJETIVO: Fijar el concepto de grupo

CONSIGNAS:

- A) Divídanse en grupos de 4 ó 5 compañeros/as. Enumeren los objetivos individuales en cuanto al trabajo comunitario.
- B) Relean la lista y discutan si esos objetivos ya son abordados por algunos de los proyectos mencionados en la Actividad 1.
- B) Decidan, sobre la base de lo leído en este capítulo si

Se puede intervenir en los problemas comunitarios de muchas maneras. Una de ellas, la que tratamos en este manual, es desde la Comunicación y el Periodismo. En los próximos capítulos iremos profundizando en las características del periodismo comunitario. Por ahora es necesario decir que la Comunicación es un campo de estudio y de acción que tiene que ver con el modo en que nos relacionamos entre las personas, cómo pensamos nuestros problemas, cuáles son los factores históricos, culturales, sociales, políticos, económicos que tienen que ver con los problemas y cómo

Practiquemos

actividad 2

- ustedes se consideran un grupo y por qué. Si creen que sí, hagan una lista de los objetivos que tienen en común y digan cuál es el proyecto que los une como grupo.
- c) Hagan una segunda lista con los problemas que pretenden abordar y una tercera con las acciones que se imaginan. ¿Creen que pueden trabajar juntos para aportar en la resolución de esas problemáticas?
 - D) ¿Cómo podrían articular con los proyectos mencionados en la actividad 1?

estudiamos posibles soluciones y las llevamos a la práctica. Todo eso se puede trabajar desde la Comunicación. Y el Periodismo puede ayudar mucho a difundir nuestra mirada.

UNA COSA MÁS: los objetivos del grupo tienen que ser posibles de alcanzar. Hay que tener cuidado. Si nos proponemos cosas imposibles nos vamos a frustrar. Pero *¡ajo!* Esto no quiere decir quedarse sin ambiciones. Lo importante es plantearse la tarea en pasos, para ir conquistando logros de a poco, pero logros que se sumen entre sí.

3. LOS VALORES DEL TRABAJO COLECTIVO

Para llevar adelante acciones transformadoras, los miembros del colectivo tenemos que ser:

- **COMPROMETIDOS** con la tarea, con nuestra propia palabra, con los compañeros del grupo y con los vecinos. Tenemos que creer en lo que hacemos y decimos.
- **RESPONSABLES.** Si decimos que vamos a hacer algo, hacerlo lo mejor posible. Y si no podemos... **¡avisar!**
- **SOLIDARIOS.** Saber que lo que hacen las otras personas se articula con lo nuestro, y por lo tanto si no hacemos lo que nos comprometimos a hacer, perjudicamos la tarea de todos.
- **SENSIBLES.** Nos ponemos del lado de los que más sufren. Pensamos la realidad desde ese punto de vista, e imagi-

¿Quién evalúa a quién?

Estamos acostumbrados/as a relacionar la evaluación con la prueba de la escuela o el examen de la universidad. En general se trata de que los docentes "evalúen" si los estudiantes "saben" o "no saben" algo que ellos enseñaron. Es una manera de entender la evaluación y la educación en general.

Acá hablamos de la evaluación en otro sentido: todos evaluamos en conjunto si las cosas salen como esperamos, si las acciones que realizamos tienen sentido para la comunidad, si podrían mejorarse. También puede pensarse este punto de vista en la escuela: se puede evaluar si lo que enseñamos y aprendemos tiene sentido, si se enseña y aprende de la mejor manera, o hay que revisar los métodos y contenidos. Esto implica poner los ojos en el proceso de enseñanza - aprendizaje, y no solo en los resultados. Ya hablaremos de esto en el capítulo 6.

namos soluciones que contemplen a los menos favorecidos.

- **CUIDADOSOS.** con los recursos que tenemos o conseguimos, y con las relaciones que establecemos.
- **RESPECTUOSOS.** de la diversidad de ideas, creencias, identidades.
- **CURIOSOS E INQUIETOS.** Siempre tenemos que estar en la búsqueda de nuevos compañeros, nuevas oportunidades, recursos e ideas para el trabajo comunitario.
- **ESTUDIOSOS DE LOS PROBLEMAS.** Para ser serios y trabajar bien tenemos que saber de qué hablamos.
- **CREATIVOS PARA MEJORAR NUESTRAS PRÁCTICAS.** Si algo que habíamos pensado no funcionó, hay que buscarle la vuelta...

Además, los integrantes del grupo tenemos que:

- Tener una mirada ecológica de la vida: respetar el ambiente y las diferentes especies para construir, entre todos, un mundo que dure muchos años.
- Estar atentos a los cambios del contexto, tanto económicos como políticos, sociales, culturales o ambientales para analizar mejor la realidad y proponer soluciones.
- Saber escuchar al otro y la otra; esforzarse por incorporar sus opiniones.
- Aceptar las diferencias e incorporarlas para mejorar el trabajo a partir del aporte de cada integrante.

4. LOS LIDERAZGOS Y EL PROTAGONISMO

Dentro de los grupos de los que formamos parte, todos cumplimos roles. No son siempre los mismos ni duran toda la vida. Podemos asumir diferentes papeles según las necesidades del grupo, de la tarea que nos proponemos, y según nuestra propia personalidad.

Cuando se habla de líderes de grupo, se está haciendo referencia a esas personas que por sus cualidades y por el rol que asumen -concientemente o no guían u orientan el accionar del grupo. Los líderes son muy importantes, y sería bueno identificar en nuestros grupos quiénes los lideran, y si ese liderazgo nos hace bien como colectivo.

Se habla de **líderes autoritarios** cuando los que conducen lo hacen de una manera que no deja participar, opinar y expresarse a todos los integrantes. Y de **líderes democráticos** cuando el "**empuje**" de los líderes ayuda a que todos seamos protagonistas. Para que en el grupo se ejerzan liderazgos democráticos, todos debemos poner nuestra parte: no esperar todo de los líderes, relajarse y dejar que nos conduzcan siempre. Hay que construir el protagonismo de cada uno y cada una, según nuestras inquietudes, gustos y forma de ser. A veces nos da vergüenza o fiaca ser protagonistas. Tenemos que vencer ambas sensaciones, porque los demás también necesitan de nuestra palabra, nuestra opinión y nuestra energía.

ideas importantes



¿Qué es un prejuicio?

Es una creencia, una opinión, una idea que tenemos incorporada y surge sin pensar. La asumimos antes de tener verdadero conocimiento sobre la cuestión a la que se refiere.

¿Qué es un estereotipo?

Es una forma simplificada de clasificar a la gente y a las cosas. Generalmente se trata de asociar una característica a un grupo de personas. Y hay estereotipos de características consideradas positivas o negativas.

¿Qué es discriminar?

Es considerar que uno vale más que otro en algún aspecto. Generalmente la discriminación tiene que ver con que actúan los prejuicios que tenemos sobre determinados grupos: los que tienen una fe diferente a la nuestra, los que se visten de una manera distinta, los que tienen otro color de piel, ojos o pelo, etc.



Tomem nota

NO SOMOS PERFECTOS NI PERFECTAS

La mayoría de estas cosas no son espontáneas, no nos "salen de adentro". Hay que trabajarlas. Pensar en ellas, desarrollarlas, mejorarlas día a día. No somos perfectos ni perfectas. Pero podemos mejorar nuestras propias actitudes.

NO ESTAMOS SOLOS

Al mismo tiempo que nosotros, ya hay muchos otros/as haciendo cosas interesantes por la comunidad. No somos los primeros ni los mejores. Tenemos que conocer y dialogar con los que hacen otros proyectos. Y sumar energía, no dividir, aunque cada uno aporte desde otra propuesta. Y además de las acciones de los demás, hay que considerar que muchos han escrito sobre los problemas que nos aquejan. Tenemos que leer todo lo que podamos para no cometer errores que otros ya han detectado, para no perder tiempo.

5. TENER UN PROYECTO

Un proyecto es un conjunto de ideas, voluntades de un colectivo, que pretende resolver problemas o hacer alguna actividad en común. Se trata de la presentación ordenada de esas ideas y deseos. Como ya dijimos, los conjuntos de personas son grupos en la medida que compartan objetivos, tiempo, espacio y proyectos. Y para el grupo de trabajo comunitario, agregamos que son personas con deseos de cambiar una realidad injusta.

Aunque no existe ninguna receta sobre cómo armar un proyecto, sí es posible resumir algunos pasos que pueden ayudar a caminar en sentido exitoso hacia nuestros objetivos. El proyecto, entonces, debe cumplir las siguientes 4 etapas:

1- **DIAGNÓSTICO:** es el momento de conocer bien en detalle la realidad sobre la que vamos a trabajar. Esto incluye características geográficas del lugar, elementos principales de la cultura, costumbres de la gente, actividades que desarrollan, problemas principales, historia de la comunidad, relación con el Estado, presencia de instituciones públicas o privadas, etc.

En esta etapa es fundamental identificar los problemas y sus causas; también pensar posibles soluciones e identificar otra gente o instituciones que estén trabajando sobre esa problemática, para no duplicar el trabajo y para saber si contamos con alguien más. Hay que investigar sobre el problema en libros, medios de comunicación, preguntando a gente que vive en el lugar, buscando información en el Municipio o Comuna, etc.

2- **PLANIFICACIÓN:** Es el armado de los pasos a seguir para alcanzar los objetivos. Durante el trabajo, esta planificación se puede ir cambiando, pero conviene tenerla formulada antes de comenzar. Todos los integrantes del grupo deben conocer tanto el diagnóstico como la planificación. En el paso final del proyecto, la evaluación, tendremos que volver sobre los planes para ver qué fue lo más exitoso y en qué fallamos.



ideas importantes



¿Qué es sistematizar?

Cuando desarrollamos una tarea comunitaria, siempre es bueno que escribamos textos sobre la experiencia. Pueden ser nuestras sensaciones, el relato de lo que pasó, testimonios de las personas involucradas, etc. Lo que escribimos sirve para después evaluar la tarea, y para comunicarla a otros/as.

A la tarea de retomar esos textos, y sacar algunas conclusiones sobre nuestra tarea se lo llama "**sistematizar la práctica**". Existen métodos para eso, que podemos aprender. Pero por ahora lo importante es que registremos las actividades y las sensaciones que nos quedaron.

Para planificar nos podemos preguntar:

- ¿Qué se quiere hacer?
- ¿Por qué se quiere hacer?
- ¿Para qué se quiere hacer?
- ¿Cuánto se quiere hacer?
- ¿Dónde se quiere hacer?
- ¿Cómo se quiere hacer?
- ¿Cuándo se quiere hacer?
- ¿Qué esperamos lograr?
- ¿Ya se hizo antes algo similar? ¿Cómo salió?
- ¿A quiénes va dirigido?
- ¿A quiénes afecta?
- ¿Quiénes lo van a hacer?
- ¿Con qué se va a hacer?
- ¿Qué recursos necesitamos? ¿Cuáles hay que conseguir?
- ¿Hay alguien que nos pueda ayudar? ¿En qué?

3- EJECUCIÓN: Es la realización concreta del proyecto. Ahí es donde se juegan un buen diagnóstico y una planificación seria. En la ejecución también se observan los valores del grupo: solidaridad, compromiso, coherencia, seriedad, respeto, sensibilidad, cuidado, creatividad, etc. Recuerden en esta etapa tomar notas de lo que hacen y de las sensaciones que van teniendo.

4- EVALUACIÓN: ya dijimos que es el momento en que todos juntos revisamos qué salió bien, en qué nos equivocamos, qué factores externos nos afectaron, qué se puede mejorar, y tratamos de analizar las causas. Cuando evaluemos, no pongamos el acento solamente en los resultados. Es importante analizar todo el proceso de ejecución. Y una cosa que es importante evaluar es cómo nos sentimos haciéndolo. Los proyectos, por más terrible que sea el tema que se aborda, requieren que los participantes estén contentos y disfruten de hacerlos, para que tengan ganas de seguir profundizando y mejorando.



Tomen nota

Con un diagnóstico bien hecho nos podemos proponer objetivos "alcanzables". Si no hacemos el diagnóstico con seriedad, podemos frustrarnos con objetivos demasiado grandes, o quedarnos "cortos" con objetivos insuficientes.

EL PROYECTO TIENE QUE...

- Ser elaborado entre todos
- Ser coherente con los objetivos
- Ser viable
- Ser flexible
- Estar dividido en etapas.

Practiquemos

actividad 3

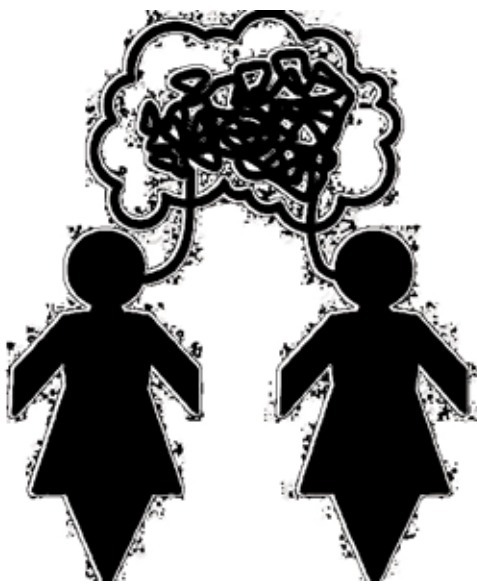
OBJETIVO: Fijar la idea de diagnóstico. Identificar actores y problemas del lugar donde vivimos.

CONSIGNAS:

A) Hagan un mapa esquemático de su localidad. Ubiquen a las personas más importantes, las instituciones, los comercios, los lugares donde se reúne la gente. Escriban los nombres de ustedes donde están sus casas.

B) Miren el mapa y conversen entre todos: ¿salieron cosas que alguno no había pensado antes?

C) Hagan una lista de los problemas principales de la comunidad, escribiendo cada una en una tarjeta de cartón y péguenla en un afiche. Después escriban en otra tarjeta quién o quiénes tendrían que resolver cada problema y cuáles serían las acciones más urgentes.



Practiquemos

actividad 4

OBJETIVO: Analizar la relación entre los problemas, el diagnóstico y la planificación

CONSIGNAS

- A) Vean alguna de las películas sugeridas en este capítulo. En todas ellas hay gente (o pollos) que tienen que usar sus habilidades para planificar, a partir de un problema que surge y que ellos deben resolver. Identifiquen cuál es el problema principal.
- B) Resuman el diagnóstico y describan las acciones desarrolladas en la planificación
- C) Evalúen entre todos el resultado obtenido por los protagonistas. ¿Qué hubieran hecho ustedes?

para saber



LES SUGERIMOS QUE VEAN ESTAS PELÍCULAS:

- La estrategia del caracol (Colombia, Sergio Cabrera, 1993)
- Lista de espera (Cuba, Juan Carlos Tabio, 2000)
- Pollitos en Fuga (Estados Unidos, Meter Lord, 2000)
- La bicicleta (España, Sigfrid Monleón, 2006)



VEAN EN INTERNET LOS SIGUIENTES SITIOS:

- CENTRO NUEVA TIERRA www.nuevatierra.org.ar
- INSTITUTO DE CULTURA POPULAR www.incupo.org.ar
- FE Y ALEGRÍA www.feyalegria.org

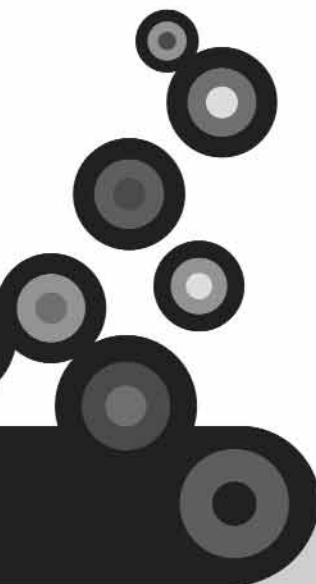


Textos usados en el capítulo

- BURIN, DAVID, ISTVAN, KARL Y LEVIN, LUIS. "Hacia una gestión participativa y eficaz". Ciccus, Buenos Aires, 1996
- CONSEJO NACIONAL DE LA MUJER. "Para que los derechos de las mujeres no se queden en un papel", Buenos Aires, 2006
- DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SOCIAL POPULAR - MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL DE LA NACIÓN. "Herramientas para la incidencia. Un aporte a los Consejos Consultivos de Políticas Sociales", Buenos Aires, 2006
- MINZI, VIVIANA. Vamos que venimos. La Crujía, Buenos Aires, 2004



CAPÍTULO 2



DERECHOS DE CHICOS Y CHICAS



DERECHOS DE LOS CHICOS Y CHICAS

- 1 ¿Qué son los derechos humanos?
- 2 Argentina: su forma de gobierno
- 3 La participación ciudadana también es un derecho
- 4 Las personas como sujetos de derechos
- 5 Las Convenciones
- 6 Derechos de chicos y chicas
- 7 Derecho a la identidad
- 8 ¿Sabés quién fue Marina Vilte?
- 9 ¿Sabés qué es la CORREPI?
- 10 Experiencia: La foto que piensa

1. ¿QUÉ SON LOS DERECHOS HUMANOS?

Antes que nada, definamos "**Derecho**". Según Wikipedia, el "*Derecho es el orden normativo e institucional de la conducta humana en sociedad inspirado en postulados de justicia, cuya base son las relaciones sociales existentes que determinan su contenido y carácter. En otras palabras, es el conjunto de normas que regulan la convivencia social y permiten resolver los conflictos interpersonales*". O sea:

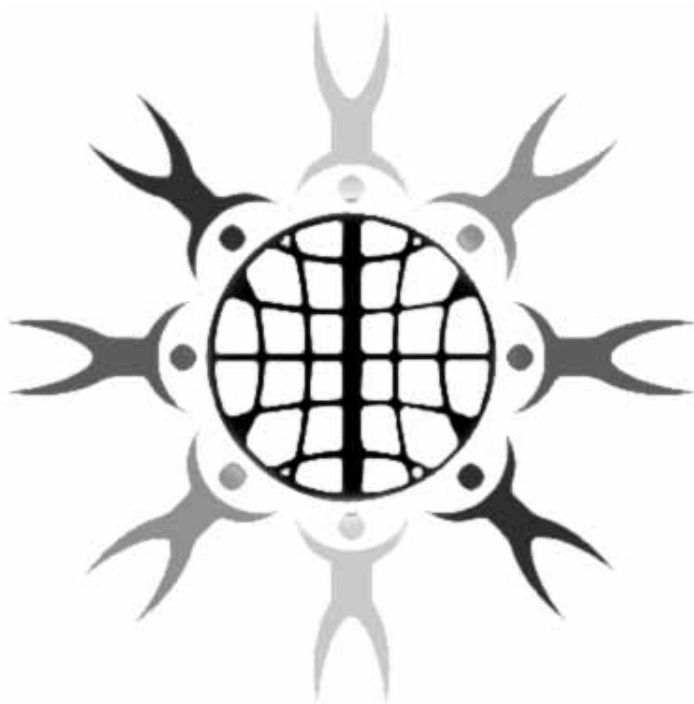
Las leyes que rigen nuestra vida en sociedad establecen que tenemos derechos y obligaciones. Los derechos son atributos de todas las personas. Son aquellas cosas que deben ser garantizadas para que las personas vivan de la forma más cercana posible a la felicidad. Por supuesto que lo que se entiende por felicidad hoy y aquí no es idéntico a lo que se entendía por felicidad hace cien años. Lo que hoy se considera un derecho es algo que no se discute si lo merece una persona o no, sino que es aquello que la sociedad considera que merecen todas las personas. Por ejemplo, a lo largo de la historia argentina se definió que todos y todas merecemos elegir a nuestros representantes, o sea, votar.

Seguramente habrán escuchado hablar de que todos somos "**sujetos de derechos**". Esto quiere decir que nadie nos puede privar del ejercicio de esos atributos que se considera que merecemos. Si alguien, por acción u omisión no nos deja ejercer un derecho, inmediatamente podemos reclamar y la justicia debe intervenir para sancionar la acción de quien vulnera un derecho de otro. Hace mucho tiempo que nuestra sociedad decidió establecer por escrito los derechos de las personas y para eso redactó una Constitución que luego se fue modificando. Allí se establece que es el Estado el que debe garantizar que se cumplan los derechos y obligaciones de las personas, y debe hacer leyes que definan reglas claras de comportamiento y convivencia.

DERECHOS HUMANOS

El concepto de lo que hoy conocemos como Derechos Humanos no se inventó de un día para el otro, sino a lo largo de la historia. Hombres y mujeres fueron protagonistas de la búsqueda para satisfacer sus necesidades y emprendieron luchas sociales. Se organizaron, pelearon y fueron obteniendo conquistas. Pero recién con la Declaración de los Derechos Humanos de 1948 podemos hablar de un Sistema Global de Derechos Humanos. Como con la declaración no era suficiente, surgieron los Pactos y Tratados Internacionales como, en 1966, el Pacto Internacional de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales (DESC) y en 1969, la Declaración Americana de Derechos Humanos o Pacto de San José de Costa Rica. ¿Les suena? Posiblemente lo hayan estudiado en la escuela.

Los Pactos y Tratados Internacionales son muy importantes porque enriquecen el contenido que encontramos en la



Declaración Universal de Derechos Humanos. Te mencionamos algunas que son importantes, por ejemplo: la Convención Internacional de Eliminación de todas las formas de Discriminación Racial en 1965, la Convención Internacional de Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) en 1979, y la Convención Internacional sobre los Derechos del Niño en 1989, entre otras.

Pero ¿qué son los Derechos Humanos? Los Derechos Humanos son condiciones que tiene toda persona, sin distinción de edad, sexo, raza, nacionalidad, clase social o forma de pensar. Estas condiciones son necesarias para que las personas se desarrollen en todos los campos de la vida sin interferencias del Estado ni de otros ciudadanos.

LOS DERECHOS HUMANOS SE CARACTERIZAN POR SER:

- 1- **UNIVERSALES:** pertenecen a todas las personas por igual.
- 2- **IRRENUNCIABLES:** corresponden a cada ser humano, no pueden trasladarse de una persona a otra, cada uno tiene la facultad de exigir y disfrutar de sus derechos y no puede renunciar a ellos.
- 3- **JURÍDICAMENTE EXIGIBLES:** deben estar reconocidos por constituciones, leyes y tratados para poder exigir que se respeten y se cumplan.
- 4- **INTEGRALES, ÚNICOS E INDIVISIBLES:** conforman un cuerpo que no se puede dividir. Tienen una raíz común, el respeto a la persona humana, por eso no se puede sacrificar un derecho con el pretexto de defender otro. Las personas deben gozar de todos sus derechos para vivir con dignidad.

Los Derechos Humanos pueden clasificarse en relación con quien ejerce o exige el cumplimiento de sus derechos, se diferencian entre:

- 1- **DERECHOS INDIVIDUALES:** responden a intereses particulares del individuo y los ejerce cada persona (derecho a la vida, al libre pensamiento, etc.)
- 2- **DERECHOS SOCIALES:** se refieren a intereses colectivos o de grupos sociales, los ejercen las personas a favor de muchas otras (derecho a la educación, a la salud, a la vivienda, etc.)

Por otra parte, y para un mejor estudio, los derechos humanos se dividen entre:

- 1- **DERECHOS CIVILES Y POLÍTICOS:** protegen la libertad e integridad de las personas y la participación en asuntos políticos. Garantizan, por ejemplo, el derecho a la vida, la libertad y la seguridad personal, el derecho al debido proceso en materia civil o criminal, el derecho a la propiedad, a la asociación, al sufragio y a la nacionalidad, entre otros.
- 2- **DERECHOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y CULTURALES (DESC):** protegen el derecho de las personas a disfrutar condiciones

Tomen nota



Ya veremos más adelante detalles sobre la Convención de los Derechos de Niños, Niñas y Adolescentes. Pero ahora que hablamos de sujetos de derechos, recuerden que hasta hace muy poco, los niños no eran sujetos de derechos sino considerados objeto de protección solamente. Los adultos tenían la obligación de protegerlos porque ser niño o adolescente significaba estar en una etapa en la que se carecía de habilidades para hacerse cargo de la propia vida. Esto significa que los niños no decidían nada de sus vidas. Hoy se considera que si bien los adultos deben proteger a los niños y adolescentes, ellos también pueden ser protagonistas, opinar y decidir sobre su vida, y deben ser priorizados en tanto sujetos de derechos. Una consecuencia concreta en las políticas que los tienen como destinatarios es, por ejemplo, que los niños no deben ser encerrados en instituciones asistenciales o penales a menos que sea imprescindible o inevitable. Los jueces y juezas deben tratar de priorizar opciones de apoyo a las familias para que los chicos puedan estar en sus casas, ir a la escuela, no trabajar, divertirse, etc. Y los funcionarios del Estado tienen que trazar estrategias en el mismo sentido.



Practiquemos

actividad 1

OBJETIVO: Registrar la existencia de múltiples discursos relativos a los derechos.

CONSIGNAS

- A) Entre todos, en un afiche, hagan una lista de materias de la escuela donde hayan aprendido algo sobre los derechos, las leyes, la Constitución, etc.
- B) Agreguen programas de TV, de radio, diarios, etc. donde leemos artículos o vemos programas relacionados con esto.
- C) Por último, sumen un listadito de las personas cercanas a ustedes que hablan sobre estos temas.
- D) Guarden este afiche. Si repasan la lista, verán que los derechos son un tema de todos los días.

Tomen nota



El Estado, a través del gobierno, es el principal responsable de garantizar el respeto por los Derechos Humanos y está obligado a asegurarle a la población las condiciones necesarias para vivir y desarrollarse con dignidad.

de vida dignas. Garantizan el derecho a la salud, la educación, el trabajo, la protección de la familia y a participar de la vida cultural de la comunidad y el país, entre otros.

3- DERECHOS DE SOLIDARIDAD O DERECHOS DE LOS PUEBLOS: protegen a las naciones y pueblos como unidades culturales que habitan un determinado territorio. Entre estos están el derecho a la paz, a la autodeterminación y al desarrollo sostenible.

Es importante que recuerdes que los Derechos Humanos son **indivisibles**: A pesar de las distintas clasificaciones, todos los Derechos Humanos tienen la misma importancia y pertenecen por igual a todas las personas. Permiten vivir en igualdad, libertad y dignidad con otras personas. Por lo tanto no se puede tener solo algunos de los derechos.

Para poder exigir su cumplimiento, los Derechos Humanos deben estar incluidos en la Constitución y en las leyes de un país, así como también incluir tratados y convenios internacionales que los reconozcan.

También las personas y los grupos sociales tienen la responsabilidad de respetar los derechos de los demás. Nada justifica la falta de respeto, la discriminación u otra forma de violencia. Entonces, tener derechos también significa tener obligaciones.

2. ARGENTINA: SU FORMA DE GOBIERNO

Como ustedes saben, la Ley fundamental que rige nuestra vida en sociedad es la Constitución Nacional. Actualmente rige la de 1994, reformada después de 50 años, para adaptar la organización política del país a las nuevas maneras de entender el sistema electoral, la organización del Estado, la relación entre las provincias, etc.

En la Constitución de 1994 se establecen los derechos y garantías, además de las obligaciones que tenemos todas las personas que habitamos suelo argentino. Y la Constitución está en relación con un cuerpo muy grande de leyes que establecen las conductas permitidas y prohibidas en materia civil, comercial, penal, etc.

Nuestra Constitución Nacional se divide en tres partes:

1-Preámbulo: es como un ideal de vida, asienta valores, directrices, etc.

2-Parte dogmática: establece los derechos, declaraciones y garantías. Por ejemplo la forma de gobierno es una declaración; trabajar, un juez imparcial, etc. son derechos y finalmente un amparo colectivo es una garantía, la forma de asegurar esos derechos

3-Órganos del Estado

Tomen nota



La corriente filosófica iusnaturalista concibe a los derechos humanos como algo esencial a los hombres y mujeres, y por lo tanto anterior a cualquier organización social. Aporta la idea de que los derechos son universales, para todos y todas, e inalienables, o sea que nadie puede renunciar a ellos.

La complicación es que no explica el proceso histórico por el cual se va ampliando el reconocimiento de los derechos humanos y tiende a explicarlo con una fórmula difícil de sostener: dice que la humanidad va reconociendo sus derechos a medida que toma conciencia de los mismos. Es como descubrir un nuevo lugar, una tierra soñada, ese lugar siempre estuvo ahí sólo que nosotros no lo conocíamos.

Hay otra corriente que considera que los derechos humanos son construcciones históricas atadas a procesos políticos y contextos específicos. Sostiene que los derechos no existían antes de que las propias personas (y grupos) se pusieran al hombro la mochila de la lucha por su reconocimiento. Esta mirada permite comprender a los derechos humanos como resultados de la propia acción humana y en ese sentido como "logros inacabados de nuestra especie". Hoy llegamos hasta acá, hasta este conjunto de derechos que vamos a defender a rajatabla, pero mañana tenemos que pelear por nuevos derechos según los mandatos de los tiempos futuros.

Una revisión histórica nos va a permitir constatar esta mirada. En 1789 con la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano se afirmaron los principios de libertad e igualdad. Sólo que todavía los titulares de esos derechos eran las personas pertenecientes a determinados grupos sociales (las mujeres, por ejemplo, no eran consideradas ciudadanas) y la realización de los mismos dependía de los Estados.

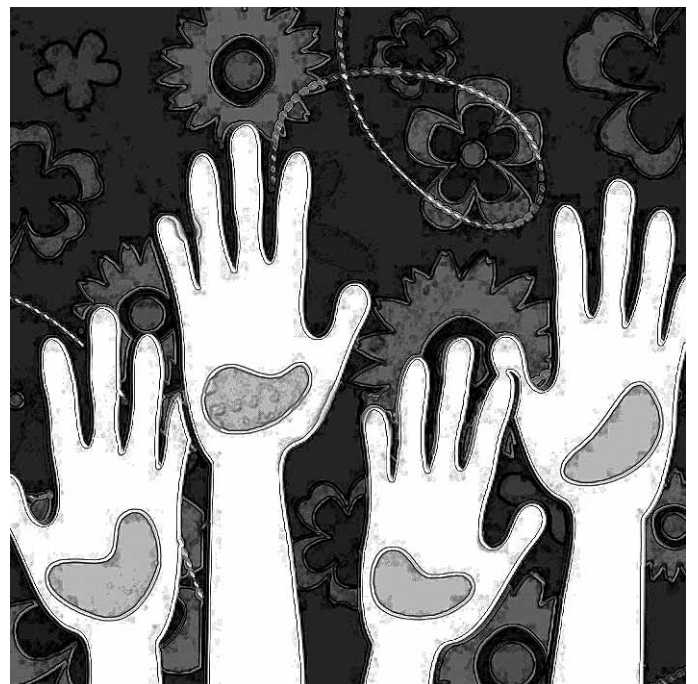
Recién entre fines del Siglo XIX y mediados del XX se conquistó el derecho a participar del gobierno, como resultado de peleas de organizaciones obreras y feministas. Pero lo más importante es que aprendamos a asumir todo listado de derechos como incompleto y parcial porque lo lógico es que vayamos ampliándolos.

ideas importantes



Según las leyes de nuestro país, **toda persona es inocente a menos que se demuestre lo contrario** (art. 18 de la Constitución Nacional). O sea, nadie puede ser llamado "**delincuente**" o "**asesino**" si no ha sido juzgado por algún delito. Y aún después de juzgada, cualquier persona sigue siendo sujeto de derechos, a excepción de aquellos específicamente establecidos por ley. Por ejemplo, un hombre que fue juzgado por asesinato puede cumplir una condena y por lo tanto no gozará durante un tiempo de su derecho a transitar libremente. Sin embargo, sigue teniendo derecho a un nombre, a no ser torturado, etc.

El principio de legalidad (art 19 de la CN) dice que todo lo que no está prohibido está permitido, es decir que nadie está obligado a hacer lo que la ley no dice, y también que las acciones internas (pensamientos) quedan afuera del ámbito del Estado.





Nuestra Constitución Nacional no nos fuerza a expresarnos sólo cuando hay elecciones. No le hagamos caso a la gente que sostiene este argumento, porque no es cierto. Nuestro sistema democrático ofrece otros mecanismos para que el pueblo exprese su voluntad, por ejemplo las dos siguientes:

Iniciativa popular: Es el derecho de un ciudadano o un grupo de ciudadanos de proponer un proyecto de ley presentado por ellos en el Congreso y éste tiene la obligación de tratarlo dentro del año de presentado. Para que se realice la iniciativa popular es necesario la firma de por lo menos el 1,5 % del padrón electoral (formado por los ciudadanos y ciudadanas mayores de edad en condiciones de votar).

Referéndum o consulta popular: es el proceso de consulta a los ciudadanos a efectos de que ellos se expresen sobre actos de gobierno de carácter legislativo. Mediante una convocatoria los ciudadanos votan si

quieren que se sancione un proyecto de ley. Los que impulsan este referéndum pueden ser la legislatura o el presidente. La respuesta que dé la población será Vinculante para el Congreso y el Presidente, es decir, que no pueden apartarse de lo que el pueblo eligió.

Conocer estos mecanismos es importante, aunque **la esencia de la participación popular** trasciende estas formas institucionalizadas. La participación más completa es la que vivimos en nuestro **accionar cotidiano como ciudadanos**. Todo lo que podemos incidir en el trabajo diario en las organizaciones barriales. Desde el control estricto de los comerciantes del vecindario hasta la denuncia de la violación de los deberes de funcionario público municipal o provincial. Desde la protesta por el arresto ilegal del hijo de una vecina que mañana podría ser el nuestro hasta la exigencia activa de que el Estado brinde y garantice salud, educación, trabajo para todos y todas en un marco de respeto a los derechos humanos y a la naturaleza.

Practiquemos

actividad 2

OBJETIVO: reflexionar acerca del derecho a la participación e identificar experiencias concretas.

CONSIGNAS

A) Busquen en diarios, Internet, revistas, libros, o folletos diferentes experiencias de participación colectiva en la vida pública (protestas, petitorios, asambleas de trabajadores, encuentros estudiantiles, campañas de ambientalistas, congresos de mujeres, etc.).

B) Reúnanse en grupos, discutan y respondan:
-¿Qué es lo que motiva a juntarse y participar a los

actores involucrados en la noticia o texto?

-¿Consideran ustedes que hay algún derecho vulnerado que los lleva por el camino de la participación?

-¿Cuáles son los modos de participación más destacados en las experiencias buscadas?

-¿Están implícitamente consideradas estas formas de participación en algún Pacto internacional, o en las Constituciones Nacionales y Provinciales?

C) Hagan un afiche con un dibujo o collage que represente las ideas que salieron en el debate. Pueden usar palabras, dibujos, fotos, etc.

Tomen nota



Ciberactivismo

La utilización de la red de redes, Internet, (con todos sus recursos, sitios, blogs, chat, skype, tweeter, you tube) y los mensajes de texto de celulares han promovido, en la última década, nuevas maneras de participación pública. Se conoce como ciberactivismo a una multiplicidad de prácticas que diferentes individuos, movimientos y organizaciones desarrollan utilizando la red con el objetivo de difundir sus ideas, facilitar articulaciones y masificar causas. Es una gran novedad de los últimos tiempos que ha modificado las formas de participación tradicionales y las identidades de las organizaciones. Promueve valores ligados a la horizontalidad, la autonomía, la descentralización y la creatividad a la hora de promover acciones masivas en defensa de derechos (como campañas de sensibilización, marchas, difusiones de temáticas sociales específicas, y foros de discusión), y generar adhesiones, y apoyo activo de personas distantes y con experiencias de vida diferentes. Prácticas contrarias a las que promueven las organizaciones tradicionales, más rígidas y verticalistas, como veremos en el capítulo 6.

De alguna manera el ciberactivismo modifica ciertas formas de relación con el espacio y el tiempo. Ya no se necesita estar corporalmente presente en un territorio para acceder a información sobre habitantes del mismo, sobre sus problemas y necesidades. Un sitio actualizado regularmente, o gacetillas virtuales diarias

o semanales enviadas por correo electrónico pueden producir solidaridad con causas remotas si se las comunica con creatividad y buscando sus aspectos más universales. El ciberespacio también se presenta como un recurso interesante para mantener fresca la memoria y hacer que el pasado se ponga en discusión.

Desde sus inicios a nuestros días, ya podemos contar por miles las prácticas ciberactivistas con resultados exitosos. Las marchas antiglobalización de Seattle (USA) en 1999 en contra de una cumbre de la Organización Mundial del Comercio, la difusión de la causa de los indígenas mexicanos que conformaron el Ejército Zapatista de Liberación Nacional y conmovieron al mundo desde la selva Lacandona, la organización de una marcha en repudio a los asesinatos de Darío Santillán y Maximiliano Kosteki, que desmentía las versiones de los grandes medios de comunicación masiva que sostenían que "los piqueteros se mataron entre ellos", las marchas planetarias en contra de la invasión norteamericana a Irak en 2003, la movilización organizada en España para obligar al gobierno de José María Aznar a desmentir las versiones oficiales que adjudicaban a ETA los atentados de Atocha en 2004, el Encuentro Anual de Mujeres en Argentina, las acciones puntuales que se desarrollan en la red con motivo del Día Internacional de la Mujer, son todas muestras de las potencialidades infinitas de estas nuevas maneras de alzar la voz y las palabras propias en la vida pública.

Practiquemos

actividad 3

OBJETIVO: reflexionar acerca del derecho a la participación e identificar experiencias concretas.

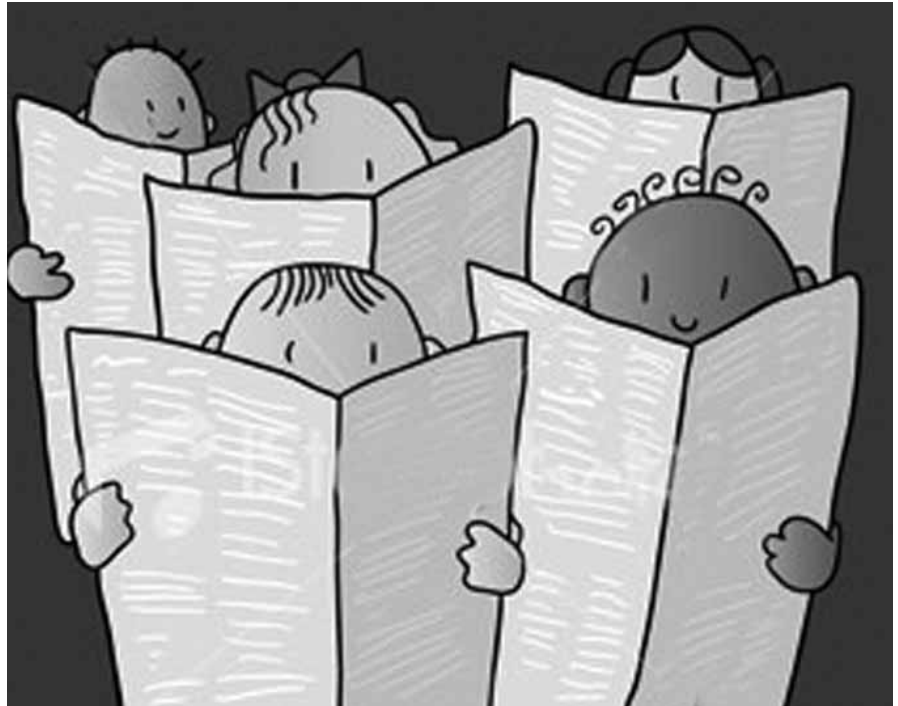
CONSIGNAS

A) Entre todos hagan un mural en un papel afiche; un dibujo colectivo donde cada uno haga una parte sin pensar en las partes que está haciendo el compañero o la compañera. Al final veremos el resultado que sale de la sumatoria de esfuerzos.

Pueden ayudarse con técnicas de collage, fotos de revistas, felpones, papeles de colores y mucha imaginación. Vale escribir consignas. La guía es la

frase "**Todas las formas de participación que tenemos en la escuela que soñamos**". Pensemos no sólo en lo que hacemos en la escuela, sino en lo que nos gustaría hacer y que todavía no tuvimos oportunidad de concretar. Una ayudita: intentemos pensar en esta clave, el derecho que tenemos a la participación y a que nuestra voluntad sea tenida en cuenta.

B) Peguen el mural en una pared y cada uno y cada una trate de interpretar lo que hicieron los demás. En voz alta digan qué parte les gusta más y por qué.



4. DEBERES Y DERECHOS

Las personas disfrutamos de muchos derechos que otorgan las normas jurídicas internacionales. Antes mencionamos la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Un "deber" u obligación es cuando una persona tiene que dar, hacer, o no hacer algo.

Pero si hablamos de derechos, estamos refiriéndonos a una capacidad que tiene una persona para hacer o no hacer algo, o bien para impedir a otro a hacer algo. Es un atributo reconocido por la ley a una persona y que le permite efectuar determinados actos, para poder así satisfacer intereses que merecen la protección del Derecho.

Esto se conoce como "derecho subjetivo", la cara contrapuesta de un derecho subjetivo es una obligación. Todo derecho supone para una o más personas una obligación de respetarlo, ya sea de forma activa (obligación de hacer) o pasiva (obligación de no hacer).

Cuando hacemos referencia a las leyes o a todo lo que tenga que ver con aspectos jurídicos, seguramente vas a encontrar que está escrita la palabra "norma". Se usa para todo lo relacionado con legislación o que tiene relación con aspectos legales en un país y las leyes que se hacen entre países.

El derecho internacional es un conjunto de leyes que se crearon para poder convivir en nuestro planeta resolviendo conflictos de un modo acordado por todos y todas. Está integrado por acuerdos entre Estados, tales como tratados inter-

nacionales, pactos, convenios, cartas, memorándum o memoranda, intercambio de notas diplomáticas, enmiendas, anexos, protocolos de tratados, por la costumbre internacional que se compone a su vez de la práctica de los Estados que éstos reconocen como obligatoria, así como por los principios generales del derecho.

Además, en el ámbito multilateral, el derecho internacional se nutre de los acuerdos a los que lleguen los Estados en el marco de los organismos internacionales a que pertenezcan y, dentro de éstos, de aquellos acuerdos que se comprometen a aplicar. Cuando se firma un acuerdo bilateral -dos países- o multilateral -varios-, cada Estado se compromete a poner en vigor la norma acordada en su propio territorio y aplicarla por encima de las normas nacionales.

Algunos autores sostienen que este derecho existe desde que los pueblos mantuvieron relaciones comerciales, establecieron alianzas, sometieron sus problemas a la decisión de un tercero, respetaron las inviolabilidades de sus enviados, etc.

Puede afirmarse que, hasta muy avanzada la época histórica, las reglas de juego aplicadas a esas relaciones no tuvieron caracteres jurídicos, ya que se fundaban en concepciones religiosas, o ciertas veces en planteamientos filosóficos y morales. Si se revisan los documentos y datos de la historia, se encuentra la existencia de reglas que regulan las relaciones entre centros de poder independientes desde hace más de 5000 años.



 ideas importantes

Ley: en un Estado democráticamente elegido es la norma jurídica emanada del Poder Legislativo. Regula acciones y relaciones humanas y se aplica en un determinado tiempo y lugar.

Constitución: Es la ley fundamental o suprema de un país. Rigen la organización del Estado y establecen derechos y libertades.

Declaración Internacional: Este instrumento es un documento votado por representantes legítimos de los gobiernos en el que se expresan metas, objetivos y principios comunes. El contenido de estas constituye una obligación moral pero no jurídica (aunque hay excepciones a esta regla).

Tratado internacional: Instrumentos conocidos como pacto o convención. Es un acuerdo entre Estados que se rige por las reglas del Derecho

Internacional. Estos sí son de cumplimiento obligatorio para los países de lo firman, ratifican o adhieren a los mismos.

Con la firma los Estados comienzan a manifestar su compromiso internacional de cumplir con lo dispuesto en el tratado.

Con la ratificación el Estado asume la obligación jurídica plena de actuar de conformidad con el instrumento de que se trate.

La adhesión genera la misma obligación jurídica que la ratificación. Un Estado se adhiere cuando se suma a un instrumento internacional ya vigente.

El procedimiento constitucional es el siguiente. El Poder Ejecutivo firma un tratado; luego el Congreso lo aprueba mediante una ley nacional. Por último el ejecutivo lo ratifica.

Tomen nota



Mediación comunitaria y arbitraje

La Justicia, en países como el nuestro, es un sistema complejo que pretende resolver los problemas entre personas (jurídicas y físicas), y de las personas con el Estado. Pero las leyes no son una palabra única y definitiva. En muchos casos admiten interpretaciones diversas y el sistema jurídico permite que sean los jueces los que decidan en cada caso cómo se ajusta la ley a la situación sobre la que deben juzgar.

Muchas de las demandas que hacen las personas ante la justicia terminan resolviéndose en juicios largos y costosos, o por falta de seguimiento y recursos no se resuelven nunca. La mediación comunitaria y el arbitraje son formas de solucionar ciertos tipos de conflictos entre las personas

que intenta no llegar a instancias judiciales que puedan retrasar mucho esa resolución. Estas herramientas pueden facilitar el diálogo y un acuerdo entre vecinos, en un país donde el acceso a la justicia es difícil para mucha gente, que no puede pagar abogados, o trasladarse hasta los tribunales para seguir un expediente.

En Tucumán hay mediadores comunitarios que ayudan a organizaciones y personas a usar esta forma de abordaje de conflictos.

El arbitraje consiste en que ante un situación conflictiva las partes acuerda que un tercero imparcial decidirá la cuestión y lo que decide se acata si o si porque hay como un contrato entre ellos.

5. ¿QUÉ ES UNA CONVENCION?

Al igual que ocurre en toda sociedad, donde los individuos y las instituciones celebran frecuentemente contratos mediante los cuales asumen derechos y obligaciones, en el ámbito internacional los Estados y los organismos internacionales celebran tratados internacionales mediante los cuales también asumen derechos y obligaciones.

La expresión "**convención**" denomina comúnmente al acuerdo de voluntades o tratado celebrado entre varios Estados.

Todo tratado internacional es fruto de un proceso de negociación. Participan los representantes de las partes, con propuestas y contrapropuestas para llegar a un entendimiento. Una vez alcanzado un acuerdo, este es redactado, y así el texto queda adoptado por las partes.

Pero para que un Estado pueda invocar y hacer respetar los acuerdos alcanzados en un tratado internacional es necesario que ese Estado preste su consentimiento. Una vez manifestado el consentimiento, el Estado pasa a ser un Estado parte; es decir, un Estado que se rige por las disposiciones de ese tratado.

Las principales formas de manifestar el consentimiento de un Estado son:

- mediante la firma del tratado y su posterior ratificación,
- mediante la adhesión (un Estado se suma a un acuerdo firmado por otros previamente).

La República Argentina es Estado parte en numerosas convenciones donde se firman acuerdos internacionales y, por tanto, al igual que muchos otros Estados, se rige también por sus disposiciones.

¿Para qué sirve una Convención y como se implementa?

Como venimos diciendo, el Estado es el responsable de garantizar el ejercicio de los derechos de la población, para eso diseña e implementa leyes, programas e instituciones que tienen diferentes objetivos y funciones a través de sus tres poderes: Poder Ejecutivo, Poder Legislativo y Poder Judicial.

En la Argentina, la Constitución Nacional, las leyes y sus reglamentaciones y las Convenciones o Pactos Internacionales incorporados a la Constitución en 1994 protegen y dan forma a las obligaciones de instituciones y dependencias públicas en relación con la defensa de los Derechos Humanos.

Las leyes son fundamentales para la convivencia social. Son las reglas que indican lo permitido y lo prohibido en una

Tomen nota



Es importante no olvidar que los Estados deben respetar los derechos humanos, garantizar su goce y ejercicio libre y pleno, y además, promover su realización efectiva para todas las personas que se encuentren bajo su jurisdicción. No importa la nacionalidad de las personas. Esto implica que los Estados deben producir políticas que tiendan a:

- ampliar y fortalecer la democracia. No sólo como forma de gobierno sino como sistema con participación plena y activa de todas las personas. Y como modo de garantizar que todas las personas satisfagan sus necesidades humanas básicas (alimentación, vivienda, salud, educación, trabajo, accesibilidad). Democracia legitimada por su vinculación irrenunciable con la totalidad de los derechos (civiles, políticos, económicos, sociales, culturales y de solidaridad).
- promover el desarrollo económico y social. No solo el crecimiento cuantitativo de variables macroeconómicas y sociales (ingreso nacional, empleo, producción), sino también atendiendo la justa e igualitaria distribución de la riqueza que produce el país.

sociedad. De ellas se desprenden los derechos de las personas y las obligaciones del Estado.

En el caso de las Convenciones o Pactos Internacionales incorporados a la Constitución, existen programas nacionales, provinciales y municipales mediante los que sus preceptos son puestos en práctica. Estos programas se encargan de facilitar el acceso de la población al goce real de sus derechos, por los compromisos asumidos por los Estados al firmar y ratificar las Convenciones o Pactos. Para llevar adelante estos programas, existen diversas instituciones como los ministerios, secretarías, departamentos nacionales, provinciales y municipales.

6. DERECHOS DE CHICOS Y CHICAS

Los Derechos de Niños, Niñas y Adolescentes, también llamados Derechos de la Infancia, son derechos que poseen los niños, las niñas y adolescentes por la simple razón de nacer. Son inalienables, irrenunciables, innatos e imprescindibles para una buena infancia.

¿Cómo surgen?

La primera declaración de derechos del niño, de carácter sistemática, fue la Declaración de Ginebra de 1924, redactada

por Eglantyne Jebb, fundadora de la organización internacional Save the Children, que fue aprobada por la Sociedad de Naciones el 26 de diciembre de 1924.

Como ya dijimos, las Naciones Unidas aprobaron en 1948 la Declaración Universal de los Derechos Humanos que, implícitamente, incluía los derechos del niño, sin embargo, posteriormente se llegó al convencimiento que las particulares necesidades de los niños debían estar especialmente enunciadas y protegidas.

Por ello, la Asamblea General de la ONU, aprobó en 1959 una Declaración de los Derechos del Niño, que constaba de 10 principios, concretando para los niños los derechos contemplados en la Declaración Universal de Derechos Humanos. Seis años antes había decidido que el Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas para los niños (UNICEF) continuara sus labores como organismo especializado y permanente para la protección de la infancia (denominándolo oficialmente Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia).

A partir de 1979, con ocasión del Año Internacional del Niño, se comenzó a discutir una nueva declaración de derechos del niño, fundada en nuevos principios. Como consecuencia de este debate, en 1989 se firmó en la ONU la Convención sobre los Derechos del Niño, vigente hasta hoy.

Derechos del Niño

Los derechos del niño pueden dividirse en las siguientes categorías:

- **Derechos a la supervivencia:** que buscan proteger y garantizar el derecho a la vida y a satisfacer sus necesidades más básicas, como el alimento, el abrigo y la protección de salud.
- **Derechos al desarrollo:** que buscan proteger y garantizar su desarrollo pleno (físico, espiritual, moral y social), como el derecho a educación, a la cultura, al juego y la libertad de pensamiento, conciencia y religión.
- **Derechos a la protección:** que buscan proteger y garantizar que no sean objeto de abusos, negligencia y explotación, como el derecho al nombre (identidad), nacionalidad y cuidado
- **Derechos a la participación:** que buscan proteger y garantizar su participación en las decisiones que les afectan y en las actividades de sus comunidades locales y países, como la libertad de expresión.



Tomen nota

Antecedentes

La idea de promover los derechos del niño circuló en algunos medios intelectuales durante el siglo XIX. Un ejemplo de ello fue la referencia que hizo el escrito francés Jules Vallès en su obra *El niño* (1879), y más claramente la reflexión sobre los derechos del niño que realizó Kate D. Wiggin en *Children's Rights* (1892). En este ambiente receptivo, en las dos primeras décadas del siglo XX circularon varias declaraciones de los derechos del niño, a veces en forma literaria o bien como resoluciones de organizaciones científicas y pedagógicas.

Un número fácil y corto

En Tucumán, los niños, niñas, adolescentes y ancianos pueden comunicarse en forma gratuita al número **102** para hacer denuncias o consultas con respecto a sus derechos. Durante las 24 hs. del día, ese número está disponible para ayudar a que cada uno y cada una encuentre una respuesta. Es obligación del Estado. Es una apuesta por los derechos.



Logo de la ONU



Logo de UNICEF



Tomen nota

En Tucumán, en el marco del Ministerio de Desarrollo Social, existe un Programa llamado "Chicos en Situación de Calle", que ayuda a niños, niñas y adolescentes que pasan muchas horas al día en la calle -limpiando parabrisas, vendiendo o pidiendo colaboración a los transeúntes- para que tengan actividades para hacer juntos, que compartan un desayuno o merienda, y que reciban un pequeño ingreso económico a través de la venta de la revista Barrilete, donde cada vez más los

■ Derechos a ser escuchados: que buscan proteger y garantizar su respeto por los demás. Por que si no escuchas a un niño, el niño tampoco escuchara a los demás (es para su educación).

Declaración y Convención de los Derechos del Niño.

A partir de la promulgación de la Convención de 1989 se ha ido adecuando la legislación interna a los principios contemplados en la Declaración. Aunque las leyes y el sistema jurídico en cada caso suelen ser diferentes, casi la totalidad de los países han ido consagrando medidas especiales para su protección, a nivel legislativo e incluso constitucional

Entre los derechos del niño que han sido reconocidos en forma creciente, podemos anotar:

1. DERECHO A LA EDUCACIÓN
2. DERECHO A UNA FAMILIA
3. DERECHO A LA ATENCIÓN DE SALUD PREFERENTE
4. DERECHO A NO SER OBLIGADOS A TRABAJAR
5. DERECHO A SER ESCUCHADO
6. DERECHO A TENER UN NOMBRE
7. DERECHO A UNA ALIMENTACIÓN CADA DÍA
8. DERECHO DE ASOCIACIÓN Y DERECHO A INTEGRARSE, A FORMAR PARTE ACTIVA DE LA SOCIEDAD EN LA QUE VIVEN
9. DERECHO A NO SER DISCRIMINADO
10. DERECHO A NO SER MALTRATADO
11. DERECHO A LA IDENTIDAD PROPIA.

chicos participan aportando contenidos.

Este programa se basa en reconocer que ningún chico "es" de la calle, sino que por diferentes razones han terminado viviendo de esa manera, poniendo en riesgo su vida, en muchos casos abandonando la escuela para poder ayudar económicamente a sus familias. Los jóvenes que acompañan a los chicos y chicas promueven con su trabajo el derecho a la participación -con actividades y eventos-, a la comunicación (con la revista), y a la identidad.

En este manual no podemos tratar en profundidad todos los derechos. Hicimos una selección que nos parece trata tres de ellos: en este capítulo tratamos el derecho a la identidad y a la participación, y en el capítulo 5 hablamos del derecho a la comunicación.

7. DERECHO A LA IDENTIDAD

Para saber qué significa una palabra, a veces es bueno recurrir al diccionario. Buscando "identidad" encontramos "(Del b. lat. *identitas*, -*itis*). 1. f. Cualidad de idéntico". Sin embargo, el diccionario no nos dejó conformes, porque cuando habíamos elegido tratar el derecho de la identidad en el manual pensábamos en un tema muy complejo y rico para abordar con ustedes.

En nuestro país, algo tan simple y elemental como saber quién es uno, no siempre ha sido tan sencillo. Entre 1976 y 1982, la más brutal dictadura militar de nuestra historia secuestró, asesinó e hizo desaparecer a miles de argentinos y argentinas. Aún hoy, 32 años después, no se sabe dónde están los cuerpos de los trabajadores, estudiantes, sindicalistas, militantes políticos, docentes, profesionales, obreros, que fueron detenidos violentamente, arrancados de sus casas y torturados en centros clandestinos de detención donde se les pedía que "buchonearan" a otros. La mayoría de esas personas desarrollaban actividades políticas y comunitarias que defendían intereses contrarios a los que defendían los militares. Gran parte de esos luchadores eran muy jóvenes y soñaban con que la Argentina fuera un país más justo, sin excluidos. Los militares, por su parte, se aliaron a empresarios ricos y otros poderosos para aniquilar esos sueños.

Al menos 500 mujeres desaparecidas en esa época estaban embarazadas o tenían hijos chicos que terminaron viviendo con familias "apropiadoras", es decir, con militares, médicos o amigos de ellos que los criaron haciéndoles creer que eran sus hijos legítimos o que habían sido adoptados legalmente. Hoy, y gracias a la labor de los organismos de derechos humanos (y de las Abuelas de Plaza de Mayo en particular) más de 80 de esos chicos recuperaron su identidad.

En Argentina, desde hace un tiempo se está intentando regularizar lo más elemental de la identidad que es el acceso al Documento Nacional de Identidad (DNI), ya que ahora es gratuito y relativamente sencillo tramitarlo cuando nace un bebé.

Sin embargo, la identidad tampoco se acota a saber de quién es hijo uno o a qué familia pertenece biológicamente. La identidad está compuesta por las elecciones de vida que realizan las personas, como su estética, sexualidad, religión, lugar donde vive, consumos culturales. Y por supuesto, la identidad

también comprende la lengua que uno habla, los grupos a los que pertenece, la música que escucha, los ritos que practica, etc.

Aún queda mucho por hacer para que todos y todas ejerzamos el derecho a la identidad. Por ejemplo, los pueblos aborígenes de nuestro país, los originarios habitantes de estas tierras -mapuches, tobas, mocovíes, pilagá, guaraníes, etc.- están luchando para que no se los obligue a abandonar su lengua, sus costumbres, su modo de relacionarse con la tierra. Desde 1994, con la nueva Constitución, son reconocidos como pueblos aborígenes y luchan por preservar a sus nuevas generaciones de los abusos y la discriminación que sufren en la vida cotidiana: suelen tener problemas de acceso al agua, son expulsados de sus tierras, no consiguen regularizar los títulos de propiedad de los lugares que habitan, en las escuelas son obligados a hablar castellano y olvidar de a poco su lengua madre. Pero gracias a la fuerza de sus organizaciones, los pueblos aborígenes han conseguido hacer visibles sus luchas. La Red de Comunicación Indígena es uno de los medios más importantes para hacerse escuchar. Pueden conocer más sobre esta organización a través de www.rci.org.ar

Los campesinos, por su parte, también se han ido organizando en los últimos veinte años para defender su identidad, su derecho a trabajar la tierra, la soberanía alimentaria y el medioambiente. El **Movimiento Campesino de Santiago del Estero (MOCASE)** es un ejemplo de esta lucha y ha ido construyendo sus propios medios de comunicación para contar su realidad: tiene una pequeña red de radios y usan Internet para hacerse conocer en todo el mundo. Los integrantes del **MOCASE**, que reúne más de 10000 familias son perseguidos por los terratenientes que quieren quedarse con toda la extensión cultivable de la provincia para extender el monocultivo de la soja. Esta organización, para fortalecerse, se ha integrado a la red Vía Campesina, que defiende el derecho a la propiedad comunitaria de la tierra. El sitio es www.viacampesina.org

Identidad y diversidad

"Desde la diversidad y en la diversidad nos formamos y es la diversidad uno de los ejes de la educación democrática. El respeto a la diferencia exige tolerancia. El sentido de la justicia exige la superación de las discriminaciones" (Santos Guerra 1995: 131).

El derecho a la identidad hace a la dignidad de la persona y a su condición de sujeto de derechos. El pleno ejercicio de este derecho en forma efectiva, igualitaria y no discriminatoria es

Tomen nota



La lucha por la igualdad de género en Argentina

1926 ' Las mujeres pueden trabajar sin pedir permiso, comprar y vender.

1947 ' Con Eva Perón, Ley de voto femenino. Pueden votar y ser elegidas.

1985 ' Patria Potestad para las mujeres.

1987 ' Igualdad de los cónyuges en el matrimonio y después de su disolución.

Divorcio vincular.

1991 ' Ley de Cupo femenino: más mujeres en la Cámara de Diputados.

1992 ' Se crea el Consejo Nacional de la Mujer.

1993 ' Se castiga el acoso sexual en la administración pública nacional.

1994 ' Ley de Protección Contra la Violencia Familiar (24.417).

La Constitución Nacional incorpora la CEDAW.

1995 ' 4ta. Conferencia Mundial de la Mujer - Beijing, China.

1997 ' Derecho a jubilarse para las amas de casa.

1999 ' Sanción a los delitos contra la integridad sexual.

2000 ' 50% de mujeres en las listas de candidatos a Senadores.

2001 ' Examen de HIV gratuito para todas las embarazadas.

2002 ' Programa Nacional de Salud Sexual y Procreación Responsable.

Ratificación de la Convención contra la delincuencia organizada transnacional y del Protocolo contra la trata de personas.

Ley de cupo sindical.

2003 ' Argentina asume los Objetivos de Desarrollo del Milenio de Naciones Unidas.

2004 ' Ley de Derechos de Madres y Padres ("parto humanizado").

Mujeres en la Corte Suprema de Justicia de la Nación.

2005 ' Por primera vez, mujeres en dos Ministerios históricamente a cargo de varones: Economía y Defensa.

2007 ' Primera elección de una mujer presidenta desde la recuperación de la Democracia.

exigible por todos los seres humanos.

El Estado es el responsable de garantizar todos los derechos para todas las personas, por lo que debe brindar un sistema de protección con igualdad de oportunidades para disfrutar del más alto nivel de ejercicio de los derechos humanos posible. Esto incluye la prevención y atención ante actos de discriminación, xenofobia, racismo, entre tantos otros y la lucha contra estas y la disponibilidad de condiciones que aseguren a todos la protección integral tendientes a la erradicación de estas prácticas y conductas.

Por su parte, la sociedad civil tiene también un compromiso como garante del cumplimiento de los derechos de la población. Sin embargo, y en relación a la identidad de las personas, se ha incorporado socialmente un pensamiento discriminatorio que señala a determinadas características físicas, biológicas, económicas, sociales, culturales como diferencias que determinan los roles sociales. Estas diferencias se valoran como una situación de inferioridad o desigualdad, lo que hace que aquellos grupos considerados "diferentes" tengan mayores dificultades para vivir con bienestar y dignidad porque no se los reconoce como sujetos de derecho.

No es posible construir bienestar alguno desde la discriminación, la exclusión y el maltrato sostenido en las diferencias. A lo largo de la historia, se ha instalado en la sociedad el miedo a las diferencias. Como ya venimos trabajando desde el capítulo anterior, la discriminación y la estigmatización se basan en generalizaciones y en prejuicios, es decir, en juicios emitidos sin tener conocimientos de lo que una persona es, siente o vive.

Muchas veces el trato hacia las personas y la dificultad para defender sus derechos se basan en el desconocimiento y el temor aprendido socialmente, así como en el miedo a la diferencia y a la diversidad.

En este marco, algunos de los derechos fundamentales de todas las personas son:

- 1- Derecho a recibir un trato y reconocimiento digno como persona.
- 2- Derecho a que se tome en cuenta su opinión al tomar decisiones.
- 3- Derecho a no estar solo/a, a recibir contención y apoyo.
- 4- Derecho a sentir y expresar sus miedos y angustias.
- 5- Derecho a que se contemplen sus necesidades en forma integral.

¿sabés quién fue?



**Marina
Vilte**

Marina nació en San Salvador de Jujuy el 5 de noviembre de 1938. Hija de un agricultor y una docente, transcurrió su infancia en Purmamarca rodeada del afecto de sus padres y de los pobladores del lugar que le transmitieron el amor por la cultura de su pueblo.

Estudió en la Escuela Normal Superior "Juan Ignacio Gorriti" de San Salvador de Jujuy. Desde muy joven luchaba por ideales democráticos y progresistas y encabezaba los centros de estudiantes. Maestra muy dedicada y comprometida, con elogiado trabajo comunitario se supo ganar el respeto y el cariño de docentes y vecinos de su pueblo. En 1963 ya era Secretaria de Organización de la Asociación de Educadores Provinciales (ADEP), espacio desde donde "enseñaba" junto con otros y otras los caminos de reivindicaciones de los derechos de los trabajadores de la educación. Tras una larga experiencia de construcción de espacios de política gremial útil para la defensa de la escuela pública (única garantía de igualdad de oportunidades

entre los ciudadanos), convocó a dirigentes de otros sindicatos provinciales para organizar un Frente que funcione como herramienta necesaria para todos los trabajadores argentinos de la educación. Así es como llega 1973 y el Confederal Nacional de la Docencia que, en Huerta Grande, crea CTERA, la primera Confederación Nacional de Trabajadores de la Educación de la República Argentina.

En la madrugada del 24 de marzo de 1976, cuando el país entraba en ese capítulo negro que fue el golpe militar, la policía la detuvo y Vilte pasó un mes presa. Luego salió en libertad y continuó luchando por sus compañeras y por la extensión de los derechos humanos a todos y todas. El 31 de diciembre de 1976 Marina y su hermana Selva fueron arrancadas de su domicilio por personal policial vestido de civil. Selva quedó en libertad y de Marina Vilte nadie sabe nada desde entonces. Hoy es una más de los 30 mil detenidos desaparecidos de este país.

*Agradecemos la información esencial para realizar esta reseña al historiador Norberto Galasso y a su libro "Los Malditos", Hombres y Mujeres excluidos de la historia oficial de los argentinos. Volumen I, ED Madres de Plaza de Mayo, 2005.



¿SABÉS QUÉ ES LA CORREPI (COORDINADORA CONTRA LA REPRESIÓN POLICIAL E INSTITUCIONAL)?

Coordinadora contra la represión policial e institucional

La CORREPI se constituyó formalmente en la Ciudad de Buenos Aires en mayo de 1992, confluyendo en su formación abogados con trayectoria en el tema antirrepresivo, familiares de víctimas del "gatillo fácil" y grupos de militantes por los derechos humanos. Sus impulsores sostienen que el fenómeno represivo es inherente al sistema, no sólo jurídico, sino político, económico, social y cultural.

Años antes de la conformación de la Coordinadora, pero en plena Democracia, hubo casos de actuación ilegal de las fuerzas policiales que por su brutalidad conmovieron a amplios sectores de la población. Podemos citar la **"masacre de Budge"** (donde la policía acribilló a tres jóvenes desarmados en 1987), el asesinato del joven militante cristiano **"Agustín Ramírez"** en Solano, Provincia de Buenos Aires en 1988, y el homicidio de Walter Bulacio, un joven que había asistido al estadio Obras Sanitarias para presenciar el show que brindaba la banda Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota y que fuera asesinado tras una redada policial en 1991. Todos estos casos además de enfurecer a la población y horadar la confianza popular en las instituciones de la democracia hicieron que mucha gente se organice en torno a esta causa que comenzó a tomarse como un problema con elementos identificables y discernibles respecto a los demás, la represión institucional. Represión que, por lo general, hacía blanco y perseguía a los sectores más vulnerables de nuestra sociedad. Mujeres y jóvenes de sectores populares.

Con este diagnóstico hecho, este grupo de jóvenes abogados y defensores de los derechos humanos comenzó a especializarse en esta temática, registrar y denunciar cada hecho nuevo de represión institucional, difundir este tema por todos los medios posibles y educar sobre las acciones ilegales que cometen las instituciones a las que la sociedad les asigna la función de velar por la seguridad en el marco del respeto irrestricto de los derechos humanos. En este sentido CORREPI publicó el **"Manual del pequeño detenido"** donde ilustra acerca de los derechos que tienen (y no pierden) los ciudadanos al momento de ser detenidos.

Cuando los integrantes de la Coordinadora se presentan públicamente en marchas lo hacen con una consigna que los identifica: Basta de represión y de impunidad - castigo a los asesinos de hoy y de ayer. Esto es porque la organización que aquí presentamos encuentra una continuidad, una relación entre la represión de hoy y los genocidas de la dictadura. Estos abogados razonan de la siguiente manera. En Argentina hubo

responsables del Terrorismo de Estado que fueron condenados por su participación en crímenes de lesa humanidad, luego gobiernos democráticos a través de las leyes de Obediencia debida y Punto Final, y de decretos que posibilitaron el indulto a militares otorgaron libertad a estas personas. Esto sentó un precedente muy peligroso cuyo mensaje implícito fue que en Argentina los crímenes atroces no se pagan, quedan impunes. Muchos integrantes de las fuerzas policiales ya ocupaban cargos en la institución en la época de la dictadura. Es evidente que hay una relación estrecha entre los abusos de ayer y los de hoy por parte de las personas que detentan el uso legítimo de armas y el uniforme legal que los pone en funciones para cuidar a la comunidad.

Cuando el 24 de marzo de 2004, durante la presidencia de Néstor Kirchner se declaró a ese día como Día Nacional de la Memoria se dio un paso importante en la lucha contra la impunidad de la que gozan los represores apañados por el uniforme, tanto los del pasado como los actuales.

En resumen, las principales tareas de CORREPI son, entonces, el impulso de la organización popular en relación a la lucha contra la represión a partir de la articulación con agrupaciones estudiantiles, políticas, sociales, o culturales de todo el país. El asesoramiento y la representación jurídica a víctimas y familiares de víctimas de la represión policial, respuesta inmediata a llamados de consultas relacionadas con detenciones policiales arbitrarias, y la participación como querellantes o representantes de particulares damnificados en causas por homicidios y otros delitos cometidos por la policía y otras fuerzas de seguridad. Además, CORREPI brinda asesoramiento y defensa jurídica a dirigentes de organizaciones populares perseguidos por luchar contra el sistema.

Cada fin de año la CORREPI publica el archivo de casos de personas asesinadas por las fuerzas de seguridad en Argentina. Este trabajo se actualiza desde 1983 y se acompaña con estadísticas y gráficos comparativos.

Algunos consejos de la CORREPI en caso de que te detengan las fuerzas de seguridad: Siempre, sin excepción, inclusive cuando seas responsable de algún delito:



1- Podés llamar por teléfono a un familiar, amigo o abogado, y recurrir a un abogado particular o público

2- Solo un juez puede dar orden de incomunicación

3- Los menores de 18 años no pueden ser detenidos por averiguación de antecedentes

4- No es obligatorio que tengas el DNI ni la cédula con vos cuando estas en la calle, aunque te conviene tenerlos siempre

5- Si sos menor de 18, sólo pueden detenerte cometiendo un delito, in fraganti, o por orden de un juez

6- Si sos menor de 18, no pueden esposarte, ni llevarte en un auto que no sea policial, tampoco mandarte a un calabozo, ni tenerte junto con mayores de edad. Los oficiales de la policía no pueden quitarte los cordones ni el cinturón

7- Si están en una comisaría, el policía debe avisar al juez de menores. Preguntá que juez está de turno

8- Solo un médico puede revisarte y tiene que tener su matrícula. Podes pedirle que te la muestre

9- No firmes cualquier cosa. Si te obligan, antes de firmar poné "apelo", o "firmo bajo presión sin leer". Si te trataron mal "Pido médico". Una vez afuera podés denunciar esa situación

10- Si te detienen "para identificar" no te pueden detener más de 12 horas

11- Si te detienen por pelear en el espacio público, conducir ebrio, portar elementos aptos para la violencia, etc. tiene que intervenir un juez de paz o el juez en lo criminal y correccional. Si te declara culpable te pueden multar o apresar por 90 días. Después de la notificación tenés solo tres días para apelarla, si no es como que reconocés tu culpabilidad y te queda un antecedente.

12- Que te detengan no es razón para que no respeten tus derechos. Si eso pasa lo podés denunciar vos mismo si sos mayor, o tus padres o tutores si sos menor. En Tucumán eso se hace en la Fiscalía o en la Defensoría del Menor.

Extraído del "Manual del pequeño detenido" de CORREPI, 2004.

Para conocer más de esta organización entrá a www.correpi.lahaine.org

Experiencia

LA FOTO QUE PIENSA

La Dirección de Acción Cultural del Ente Cultural Tucumán está llevando adelante esta propuesta artística comunicacional que tiene directa relación con los derechos de los chicos y chicas.

"La foto que piensa" es una intervención artística que consistió en sacar fotos de gente que se posó con un casco en la cabeza que imitaba un globo de pensamiento de historieta, donde escribieron una frase que expresaba su pensamiento o deseo.

Un objetivo fundamental de esta iniciativa, cuentan sus organizadores, es fomentar la actitud creativa, y la participación comunitaria. Trabajar sobre los deseos y sueños de la gente, como dijimos más arriba, tiene que ver con la construcción de la identidad.

Estos fueron los pasos de la experiencia:

A) Jornada cultural en la sede del CIC de la comuna Los Nogales, en la cual se realizó la actividad con alumnos de la escuela de la zona. Una vez escrito el pensamiento que cada uno de ellos quiso expresar, en los cascos diseñados para el evento, se realizó el registro fotográfico.

B) Con el material de la actividad anterior, se compuso un gran portarretrato con todas las fotografías, que quedó expuesto en el Museo Provincial de Bellas Artes Timoteo Navarro.

Ahora se prevé la donación del portarretrato a la comuna para ser expuesto en un lugar visible y de forma permanente.

para saber



Les sugerimos que vean las películas:

- Agujeros en el techo (Malena Bystrowicz, Buenos Aires, 2007)
- El Tucumanazo (Diego Heluani, Tucumán, 2007)
- Hijos, el alma en dos (Carmen Guarini 2002 Buenos Aires)
- Machuca (Andrés Word, Chile, 2005)
- Maestros del Viento, (CTERA, Buenos Aires Agustín Demichelis 2005)
- Nietos, Identidad y Memoria (Benjamín Ávila 2004 Buenos Aires)
- Prohibido dormir (Paula Bassi y Armando Doria, Buenos Aires 2007)
- Un niño de otro mundo (Johnathan Tolins y Seth E Bass, Estados Unidos, 2008)



Busquen en Internet estos sitios

- CORREPI www.correpi.lahaine.org
- SOLAR. Software Libre Argentina www.solar.org.ar
- Fundación Vía Libre www.vialibre.org
- Secretaría de Derechos Humanos de la Nación. www.derhuman.jus.gov.ar
- UNICEF www.unicef.org
- Radialistas Apasionados www.radialistas.net
- Cátedra de Derecho a la Información- Ciencias Sociales -Universidad de Buenos Aires www.catedras.fsoc.uba.ar/duhalde
- Cátedra de Derechos Humanos- Ciencias Sociales - Universidad de Buenos Aires

www.catedras.fsoc.uba.ar/perezesquivel/docentes.htm

- Abuelas de Plaza de Mayo www.abuelas.org.ar
- Asamblea Permanente por los Derechos Humanos www.apdh-argentina.org.ar/
- Asociación Madres de Plaza de Mayo www.madres.org
- Centro de Estudios Legales y Sociales www.cels.org.ar
- Familiares de Detenidos-Desaparecidos por Razones Políticas www.desaparecidos.org/familiares
- H.I.J.O.S. www.hijos-capital.org.ar
- Liga Argentina por los Derechos del Hombre www.liga.org.ar
- Madres de Plaza de Mayo, Línea Fundadora www.madresfundadoras.org.ar/index.shtml
- Memoria Abierta www.memoriaabierta.org.ar
- Servicio Paz y Justicia (SERPAJ) www.derechos.org/serpaj/
- Comité Contra la Tortura www.ohchr.org/spanish/bodies/cat/index.htm
- Corte Interamericana de Derechos Humanos www.corteidh.or.cr/
- Instituto Interamericano de Derechos Humanos www.iidh.ed.cr/
- UNESCO - Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura www.unesco.org/ www.unesco.org.uy
- UNICEF - Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia www.unicef.org/argentina



Textos usados en el capítulo

- CORREPI. Cómo Nació CORREPI, en: www.correpi.lahaine.org
- DI BERNARDI, GUILLERMO, Y OTROS. *Derechos humanos y Ciudadanía*. Santillana Perspectivas, Buenos Aires, 2007
- GALASSO, NORBERTO. Los Malditos, Hombres y Mujeres excluidos de la historia oficial de los argentinos. Volumen I,
- LAGO MARTÍNEZ, SILVIA, Y OTROS. *Internet y lucha política. Capital Intelectual*, Buenos Aires, 2006

CAPÍTULO 3

CONCEPTOS DE COMUNICACIÓN



CONCEPTOS DE COMUNICACIÓN

1. ¿Qué es la comunicación?
2. Los modelos de comunicación
3. Las teorías de la Comunicación
4. ¿Los medios nos llenan la cabeza?
5. Historia de los sistemas de comunicaciones

1. ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?

Ustedes están acostumbrados a hablar y escuchar hablar de la comunicación. Hoy parece que la comunicación, que atraviesa profundamente la vida social, política y económica de las comunidades. Héctor Schmucler, en su libro *"Memoria de la comunicación"* lo denomina la **pancomunicación**. La mayoría de las instituciones estatales, las empresas, las organizaciones sociales intentan tener entre sus integrantes personas especializadas en comunicación. Parece que cada vez con más fuerza la comunicación puede aportar al desarrollo de muchos campos de conocimiento, porque está ligada a la cultura de manera inseparable, como veremos más adelante.

El término "**comunicación**" se usa actualmente con significados diferentes y aun opuestos.

- Por una parte, "**comunicar**" es **poner en contacto o vincular** lugares, polos, individuos no conectados; este significado supone una relación intencional, recíproca, de "**ida y vuelta**" entre dispositivos o personas que cumplirían indistintamente las funciones de emisor y receptor.

- Por otra parte, el término remite a la **transmisión intencional de información** de manera unidireccional, en general mediante dispositivos tecnológicos (medios) cuyos poderosos emisores envían mensajes muchos receptores separados entre sí.

- Finalmente, el alcance de "**comunicación**" se **determina a partir del contexto o situación**; en ciertas circunstancias, el simple contacto basta para hablar de comunicación (por ejemplo dos personas que se encuentran separadas por una gran distancia "**se comunican**" por el simple hecho de presentarse o saludarse telefónicamente); en otras, sólo se considera que hay comunicación cuando se produce una profunda comprensión de los mensajes y un cambio de actitud. Por ejemplo, dos que conviven desde hace años, tienen proyectos en común, crían hijos, etcétera, concluyen en que "**ya no se comunican**", o en que, tienen problemas de "**incomunicación**". Estos sentidos de "**comunicación**" están ligados, como se ve, a pautas de conducta y costumbres.



Practiquemos

actividad 1

OBJETIVOS: Registrar las diferentes nociones de Comunicación

CONSIGNAS:

A) Lean un diario (no importa si es viejo) y busquen la palabra "**comunicación**".

B) Discutan en qué sentido está siendo usada la palabra y si se relaciona con la definición que aquí les proponemos.

En principio, tomaremos, entonces, una definición amplia, propuesta por Carlos Mangone:

La comunicación es una forma de la interacción social intencional que actúa sobre los modos de conocimiento y de valoración de los actores sociales, y ayuda a dar significado a la realidad; se produce en un cierto contexto cultural, a través de información-dificada.

ideas importantes

Formas de analizar la comunicación

Podemos clasificar a la Comunicación según distintos criterios:

MACROCOMUNICACIÓN/ COMUNICACIÓN MASIVA

Televisión, radio, internet, diarios de mucha circulación, revistas



MESOCOMUNICACIÓN/ COMUNIC. INSTITUCIONAL

Un ejemplo es la que se produce en el marco de las instituciones, donde coexisten mensajes formales y diferidos -como las circulares, los informes y los carteles- con mensajes informales "cara a cara" -como los intercambios orales-



MICROCOMUNICACIÓN/ COMUNIC. CARA A CARA

Interacciones interpersonales "cara a cara", desde las más íntimas y familiares hasta las de los ámbitos informales de la vida cotidiana, como los clubes, los bares y los lugares de estudio y trabajo.



COMUNICACIÓN VERBAL: el uso de la lengua, escrita u oral

COMUNICACIÓN NO VERBAL: gestos, miradas, señas, reacciones involuntarias (como ponerse colorado o temblar).

ideas importantes

Comunicación / Cultura

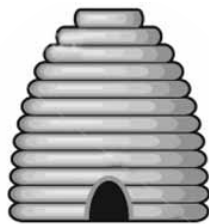
Comunicación y cultura son términos estrechamente vinculados. La historia demuestra que las prácticas culturales de la gente, ya sea sus ceremonias religiosas, sus hábitos cotidianos, sus formas de relacionarse, se estructuran sobre circuitos de comunicación naturales, interpersonales y tecnológicos. Senderos, ríos, personas, cables, frecuencias y ondas transportan individuos, mensajes, palabras e imágenes.

Los hombres se reconocieron en la mirada de los otros, se acercaron, formaron comunidades y, al mismo tiempo, se alejaron para formar otras comunidades en territorios más distantes, para lo cual necesitaban también mecanismos de conexión y comunicación. La aparición de nuevas tecnologías, de las más simples a las más complejas, que permitieron al hombre desplazarse y comunicarse reformularon en la cultura las nociones de espacio y tiempo.

ideas importantes

¿Los animales se comunican?

Hablaremos de comunicación como una habilidad **tipicamente humana**. Con esto estamos dejando de lado las formas en que los animales se relacionan e intercambian información. ¿Por qué? Los animales emiten señales que otros animales reciben y que los hacen actuar de determinada manera (un perro ladra y el otro también ladra, por ejemplo; o retamos al perro y se acurruca en el piso en señal de temor). Sin embargo, los animales no mantienen diálogos como hacemos los humanos. Un típico ejemplo es el de la "**comunicación**" de las abejas. A través de una serie de movimientos, una abeja puede transmitirle a otra información sobre dónde queda una colmena. La "**danza de la abeja**" informa sobre una distancia y una dirección. Sin embargo, esas abejas ante la misma información siempre harán lo mismo, irán al mismo lugar. Eso no sucede con los humanos. Podemos reaccionar tomando decisiones autónomas, independientes del mensaje planteado, podemos crear, inventar. Carlos Marx decía que las abejas pueden ser buenas constructoras, pero nunca serán arquitectas: mientras las abejas, harán todas las colmenas iguales, generación tras generación, como si no tuvieran historia, los arquitectos humanos han ido cambiando estilos, materiales, formas, colores, etc. O sea, han creado y se han transformado.



2. LOS MODELOS DE COMUNICACIÓN

Siempre que estamos en un taller con chicas, chicos, jóvenes o adultos, y preguntamos ¿Qué es la comunicación? aparecen un montón de palabras vinculadas: diálogo, teléfono, volantes, conversación, información, fotografía, relación, mensajes, emisores, receptores, televisión, radio, Internet, cine, gestos, carteles, reunión, música, baile, celular, señales, fiestas, mapas, etc.

Si revisamos nuevamente esa lista, veremos que las palabras que ahí se nombran se refieren a distintas formas de comunicación. Algunas tienen que ver con **medios de comunicación**, como televisión, radio, cine, carteles. Otras, se relacionan con la **comunicación llamada "interpersonal"**, aquella que se da entre las personas, sin necesidad de los medios, como los gestos, las señales, etc.

Pero además de esa primera clasificación, entre medios de comunicación y comunicación cara a cara o "**interpersonal**", también encontramos en aquella lista, conceptos vinculados con una histórica distinción que nos sirve para reflexionar y actuar desde la comunicación: la **diferencia entre información y comunicación**. La información tiene que ver con datos que circulan en distintos sentidos, partiendo desde un emisor y llegando hasta un receptor, a través de algún canal, utilizando un código. ¿Les suena? Seguramente estudiaron alguna vez o escucharon hablar del "**esquema de la comunicación**" de Roman Jakobson. El dibujito es el siguiente:

E

MENSAJE

R

CANAL - CÓDIGO

O sea, el emisor emite un mensaje a través de un canal, que le llega al receptor. Este lo entiende porque ambos comparten un código. Este esquema responde a las ideas de la "**Teoría matemática de la comunicación**". Entiende a la comunicación de forma lineal y en una sola dirección. Después hubo autores que lo reformularon, agregándole un retorno o "**feedback**" del receptor, es decir una reacción de quien recibe un mensaje.

Ambos esquemas dicen algo muy cierto: la comunicación tiene que ver con mensajes, con emisores, receptores, etc. Sin embargo, resultan insuficientes para explicar cómo es que nos comunicamos. Durante los procesos de comunicación siempre aparece la información, pero la comunicación es más que información. Precisamente hablamos de "**procesos de**

comunicación" para dar cuenta de esa complejidad. Se trata de la cultura en la que vivimos, la historia de nuestra comunidad, del país, del mundo, nuestras expectativas y experiencias en el proceso de comunicación. Por eso la misma información adquiere **distintos sentidos según en qué situación se intercambie**, quiénes sean las personas, en qué contexto se relacionen, y con qué expectativas.

Los seres humanos nos comunicamos a través de **códigos que inventamos**. Por ejemplo, sabemos que el rojo del semáforo indica **"detenernos"** y el verde **"avanzar"**. Sabemos que la palabra **"casa"** remite a un lugar donde habitan personas. Sin embargo, entre la palabra **"casa"** y la idea de casa que me imagino cuando escucho la palabra, no hay una relación necesaria, o sea, la elección de la palabra **"casa"** para designar ese lugar es arbitraria. Podría llamarse de otra manera. De hecho en otros idiomas, para decir **"lugar donde habitan personas"** se usan palabras diferentes a **"casa"**, como **"house"** en inglés o **"maison"** en francés.

Por otra parte, los códigos que usamos para comunicarnos cambian según la época, los lugares, los grupos y las culturas. Podemos reconocer códigos juveniles, códigos técnicos específicos dentro de las ciencias y oficios, códigos deportivos o códigos de distintas provincias o países. Por ejemplo, un mecánico de auto y un dentista, ambos argentinos, comparten la lengua española; sin embargo, tienen códigos propios de sus trabajos para nombrar las cosas y acciones de todos los días. Los tucumanos, los cordobeses, los porteños o los misioneros también compartimos la lengua, pero tenemos códigos propios de nuestra cultura que aportan a nuestra identidad. Nos reconocemos por la **"tonada"** y por ciertas expresiones.

Ya hemos dado una definición de Comunicación y descripto algunas cuestiones importantes, como la noción de emisor, receptor, código, etc. Lo que queda claro es que **definir la comunicación requiere ampliar la mirada, no acotarse a los medios de comunicación ni tampoco a lo que vivimos cotidianamente con otras personas**.

En los *Talleres de Comunicación y Periodismo* intentamos combinar el trabajo con medios de comunicación y la Comunicación Comunitaria que, como veremos más adelante, está muy vinculada con las relaciones interpersonales, la cultura del lugar donde vivimos, y con medios de comunicación que no necesariamente se enchufan... como carteles, volantes, revistas, etc.

Desde esta perspectiva, el modelo que nos parece más adecuado es el que contempla que **cada emisor es al mismo**



Las redes

Más allá del vínculo interpersonal, que constituye la red de comunicación más básica y simple, en la sociedad existe una innumerable cantidad de situaciones comunicacionales estructuradas en forma de red, es decir, como sistemas de interconexiones. Así, el concepto de **red** es útil para analizar la comunicación en diferentes dimensiones: interpersonal, grupal, social, masiva. En el capítulo 6 retomamos el concepto.

Practiquemos

actividad 2

OBJETIVOS: Fijar la noción de código

CONSIGNAS:

- Dividirse en grupos de 4 o 5 compañeros. En un afiche hagan una lista de las 10 palabras que ustedes y sus amigos más usan.
- Relean las listas de todos los grupos y fíjense si hay palabras que se repiten. ¿alguna de ellas significa en cada grupo algo distinto?
- Traten de pensar cuáles son los códigos que vienen compartiendo entre ustedes y haciendo memoria registren situaciones en que alguien no los entendió por estar **"fuera de ese código"**.

tiempo receptor y por lo tanto todo receptor es al mismo tiempo emisor. Los mensajes circulan en todas direcciones y se interpretan de acuerdo con la cultura de cada uno y el grupo al que uno pertenece, en cuanto a la clase social, las creencias, las actividades que desarrolla, las expectativas, la raza, el género, en definitiva, la identidad.

Todo el tiempo estamos recibiendo mensajes con ideas, conceptos, creencias, en la calle, en la escuela, en la iglesia, en casa, a través de los medios de comunicación, por todos lados. Y somos emisores y receptores de esas ideas, mensajes y valores. Aunque no estemos pensando todo el tiempo desde qué valores hablamos, siempre estamos haciéndolo desde algunas convicciones. Y esas convicciones se transmiten también en los distintos lugares por los que pasamos. A su vez van modificando nuestra identidad, nos van educando. Como se ve, nos vamos comunicando en múltiples sentidos todo el tiempo. Por eso no compartimos los análisis simplificadores tales como que *"la tele les llena la cabeza a los niños"*. Pero ya hablaremos de eso...

3. LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

A lo largo del Siglo XX y en lo que va del XXI se han ido consolidando los estudios en Comunicación. Si bien existen medios de Comunicación desde hace varios siglos, con la masificación de los diarios, la aparición del cine, luego de la radio y la televisión, se fueron multiplicando las investigaciones que tratan de explicar científicamente cómo es que se comunican los seres humanos, tanto con medios de comunicación como sin ellos. Las teorías de la Comunicación, como sucede en cualquier otro campo científico, interpretan de distintas manera los fenómenos que analizan. Y algo que le dio mucho impulso a las teorías en este campo es entender qué pasaba con los receptores cuando se ponían en contacto con los medios. Para estudiar esto, ayudaron inicialmente otras disciplinas, como la Psicología, específicamente la rama **"conductista"**. Schmucler afirma que la mayor parte de los estudios de comunicación siguen siendo hijos de las teorías conductistas y funcionalistas, que han tratado de indagar sobre todo los **efectos** que producen los medios de comunicación en las personas.

Acá va un resumen de las teorías más importantes. No es que las primeras se hayan abandonado. En cada nueva teoría encontramos elementos de las anteriores. Cada una se caracteriza por explicar la comunicación con mayor énfasis en el emisor, en el mensaje, en el receptor o en el contexto cultural.

FUNCIONALISMO. LA MASS COMMUNICATION RESEARCH. Surge alrededor de 1920 con el proceso de industrialización de Estados Unidos, que hace llegar los medios (diarios y la recientemente

aparecida radio) a los hogares. Estas teorías se llaman "**funcionalistas**" porque analizan a las sociedades como un conjunto de personas donde cada uno cumple una función determinada y fija. Cada individuo debe resguardar valores como el mantenimiento del orden, los fines comunes y el respeto a la autoridad. La sociedad es el organismo mayor del sistema. No se cuestiona la organización de la sociedad capitalista. En ese marco, se proponen estudiar la influencia de los medios de comunicación en la gente, focalizándose en los **efectos**.

- **Teoría de la aguja hipodérmica** Entre 1930 y 1940 Harold Lasswell pretendió describir cómo los medios manipulaban a las personas "inyectándoles" contenidos que los receptores no podían evitar. Esta teoría estaba inspirada en los estudios de la Psicología conductista del norteamericano John Watson, que mediante experimentos estudiaba las conductas humanas, obtenía conclusiones generales que permitían predecir respuestas a determinados estímulos y en la reflexología del ruso Iván Pavlov, que trabajó en el mismo sentido, estudiando los "reflejos condicionados" en animales-. Estos estudios intentaron darle un aspecto de cientificidad a sus indagaciones. Proponían estudiar los medios según la pregunta ¿quién dice qué, a quién, con qué efectos y a través de qué canal? Según esta corriente, los efectos de los medios se pueden ver a corto plazo.

- **Investigación administrada.** También en Estados Unidos, Paul Lazarsfeld estudió las reacciones de la gente frente a los medios de comunicación. Su conclusión fue que la capacidad de influencia de los medios no es total, como decían los teóricos de la aguja hipodérmica, sino que la gente se guía por otros criterios para actuar, por ejemplo, lo que hace la gente de su entorno.

- **Agenda setting.** Lo que afirma esta corriente es que los medios de comunicación no nos dicen qué pensar sino acerca de qué temas pensar. Los efectos se ven a largo plazo.

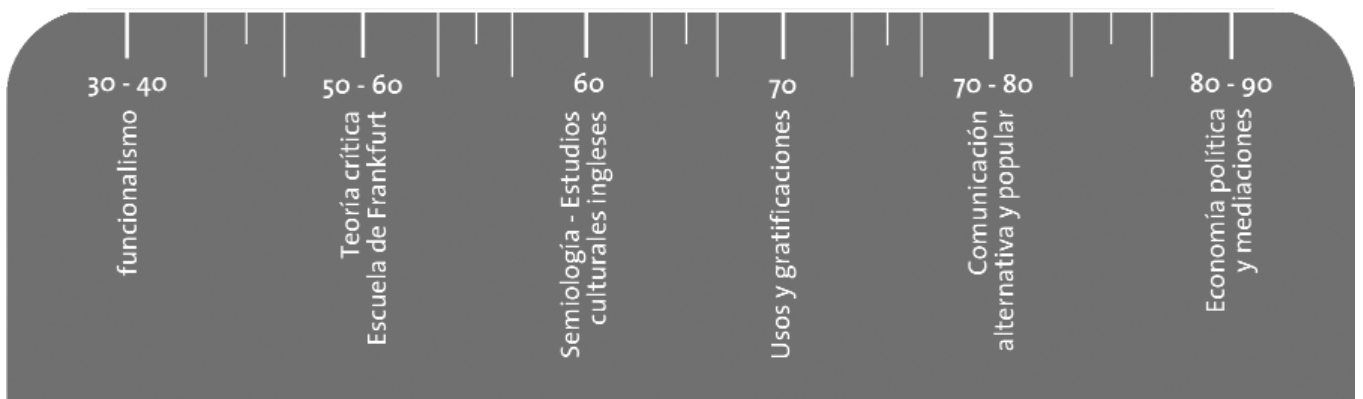
- **Teoría de usos y gratificaciones.** En la década de 1970, sostiene que las personas "**usan**" los medios según sus necesidades y expectativas. Los medios no manipulan a la

gente sino que cada uno recibe lo que le hace bien o necesita. Pone el énfasis en los **receptores**.

TEORÍA CRÍTICA. En las décadas de 1950 y 1960 se desarrolló en Alemania la Teoría Crítica, a cargo de la Escuela de Frankfurt, un grupo de investigadores de la comunicación que se oponían a la **Mass Communication Research**, ya que entendían que la sociedad no era un todo armónico con errores esporádicos. Los referentes más conocidos son **Theodor Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin y Herbert Marcuse**. Esta escuela era de origen marxista, y para sus análisis de la cultura usaban categorías económicas para explicar la desigual distribución de poder entre emisores y receptores. Para estos intelectuales los medios de comunicación se ocupan de justificar la desigualdad. En este contexto, los teóricos de Frankfurt acuñaron la expresión "**industria cultural**", para comparar la producción de bienes de consumo industrial, como autos o alimentos, con los bienes culturales, como la música, pintura, etc. Estos estudios, y sus herederos en América Latina, pusieron sus ojos en el **emisor**, y especialmente en los mecanismos de manipulación de los medios sobre las personas.

ESTUDIOS CULTURALES. La Escuela de Birmingham dio origen a esta corriente, que pasó de Inglaterra a América Latina en la década de 1960. Sus referentes son Raymond Williams, Stuart Hall, y Richard Hoggart, entre otros. Esta corriente se ocupó de relativizar tanto la exaltación funcionalista como la desconfianza frankfurtiana en los medios de comunicación y recuperó una mirada sobre la vida cotidiana de las comunidades y los valores y quitó del centro a los medios de comunicación. Pusieron la mirada en los procesos culturales donde los sujetos "**negocian**" el sentido de los mensajes. Los estudios culturales revalorizaron al **receptor**, pensando en sus propias condiciones de existencia al momento de recibir mensajes.

SEMIOLÓGIA. Heredera de la lingüística, desde 1960, intentó explicar el funcionamiento de la circulación social de senti-



Tomen nota



El NOMIC

La Comunicación alternativa, popular, comunitaria, formó parte en América Latina de las luchas por la creación de Políticas Nacionales de Comunicación. Desde 1970, los países del llamado Tercer Mundo diagnosticaban una fuerte desigualdad entre los países ricos y pobres en cuanto a la comunicación, acceso a fuentes de información, la difusión de sus experiencias, y los intelectuales de la comunicación se pusieron a pensar en una propuesta de un **Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, NOMIC**, que requería de políticas específicas en cada país que diera cuenta de las necesidades locales.

Sin embargo, desde fines de la década de 1970 las políticas de privatización de los servicios públicos y la consolidación de la lógica del mercado congelaron las posibilidades de existencia de más medios públicos de comunicación. Las empresas mediáticas crecieron en cuanto a su poder económico. Las leyes de radiodifusión de los países latinoamericanos le fueron abriendo paso a la concentración de la propiedad (muchos medios para cada dueño) y junto con esta, de los mensajes y de las versiones sobre la realidad.

Parte de los postulados de las Políticas Nacionales de Comunicación que aportarían al NOMIC tenían que ver con ayudar al receptor a desarrollar lecturas críticas de los mensajes mediáticos. En este sentido, la Comunicación Comunitaria y la Educación Popular son corrientes que ponen mucho énfasis al desarrollo de esas capacidades.

dos. Esta mirada ponía énfasis en el **mensaje**, entendido como un sistema de sentidos regidos por reglas. El método semiológico consiste en rastrear huellas de subjetividad y de intenciones ideológicas en los mensajes, en los textos. El énfasis en los mensajes y en una propuesta científicista la distinguió claramente de los estudios culturales, que no obstante resultaron dominantes en las décadas de 1980 y 1990, cuando se jerarquizó el análisis de la vida cotidiana en términos comunicacionales. Para la semiología los discursos son interdependientes entre sí, forman una estructura.

ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN. Estudia la industria cultural, pero no ya como si los bienes culturales fueran cualquier otro producto, sino desde sus características específicas. Proponen analizar el funcionamiento de los medios como empresas, es decir, la estructura de propiedad de las empresas mediáticas. En los últimos años estos investigadores dieron cuenta de dos procesos clave para entender cómo funcionan los medios hoy: la concentración de la propiedad en pocas manos y la convergencia entre distintos tipos de tecnologías, las telecomunicaciones (teléfono, celular e internet) y la radiodifusión (radio y TV). En su análisis ponen énfasis en los **emisores**.

TEORÍA DE LA DEPENDENCIA. Los estudios de comunicación en la década de 1970 fueron influenciados por esta teoría, elaborada por Fernando Henrique Cardoso y Heitor Faletto, dos intelectuales brasileños que analizaron la dependencia económica de los países del Tercer Mundo con respecto a los países centrales. Denunciaban el imperialismo cultural, es decir, que los países pobres recibían cada vez más los productos culturales, y con ellos, ideas, valores, formas de vida (especialmente a través del cine y la TV) de los países ricos que buscaban nuevos mercados para expandir sus productos. Un libro clásico de esta mirada es "**Para leer al pato Donald**", de Armand Mattelart y Ariel Dorfman. Estos investigadores ponen el énfasis en los **emisores**.

TEORÍA DE LAS MEDIACIONES. En 1987 Jesús Martín Barbero, uno de los referentes de la comunicación latinoamericana, propuso pasar de estudiar los medios a estudiar las "**mediaciones culturales**" que existen entre los sujetos y los mensajes. ¿Cómo se apropia una persona de un mensaje? Depende de sus condiciones culturales, sus expectativas, su educación, sus creencias, su pertenencia a grupos, etc. El énfasis de este análisis está en la **cultura**.

COMUNICACIÓN ALTERNATIVA, COMUNITARIA Y POPULAR. Tomó fuerza entre 1970 y 1980 como apoyo a procesos políticos y sociales que se dieron en toda Latinoamérica: las radios mineras en Bolivia, las radios educativas en Ecuador, las emisoras campesinas de Colombia, las

de baja potencia o "**truchas**" en Argentina, propusieron un uso diferente de los medios al que estaba acostumbrada la mayoría de las personas: muchas de esas experiencias se ligaron con organizaciones políticas, sociales, religiosas, otras surgieron de las comunidades y se plantearon dar voz a los que no la podían ejercer: los pobres, campesinos, indígenas, mujeres, etc. La comunicación a través de medios comunitarios permite hablar de temas de los que no se habla en la comunicación masiva y darle enfoques que esta niega. Otros ejemplos de estas experiencias son las radios libres europeas, el movimiento del Cine militante en América Latina, la TV comunitaria, las radios comunitarias y alternativas que proliferaron en Argentina en las últimas décadas, la comunicación alternativa por Internet y la Educación Popular como veremos en los capítulos 4 y 6.

4. ¿LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN NOS LLENAN LA CABEZA?

Como decíamos más arriba, reflexionar sobre la Comunicación, y sobre los medios, no es cosa simple. Comunicación está tan metida en nuestras vidas cotidianas, que intentar simplificar las explicaciones resulta imposible.

Es común escuchar que alguien diga "**los medios te llenan la cabeza**", pero también hay quienes sostienen lo contrario: que los medios existen y que nosotros hacemos lo que queremos con los mensajes, según nuestros intereses.

Nosotros pensamos que **ni una explicación ni la otra dan cuenta del problema**. Es cierto que los medios de comunicación tienen una forma de transmitir mensajes que es muy poderosa, especialmente hoy en día. Pero no se trata de que nos llenen la cabeza. Lo que hacen los medios es proponernos temas, contenidos, géneros, que a lo largo del tiempo van haciendo aparecer como "**naturales**" determinadas formas de pensar que en realidad son arbitrarias. Por ejemplo, los medios colaboran mucho en la construcción de una imagen simplificada (un estereotipo) de la mujer. Si miramos durante un día entero la televisión, veremos que las mujeres que aparecen en las publicidades son amas de casa que quieren comprar productos que la ayuden a mejorar su rendimiento en la limpieza, o en la alimentación de los hijos; o son mujeres que con poca ropa deben seducir a los hombres. En las novelas, publicidades y hasta en los noticieros, las mujeres aparecen casi exclusivamente vinculadas a tareas domésticas o a disposición de estar lindas para los hombres. En pocas ocasiones aparecen como obreras, corredoras de autos, científicas, etc.

Las mujeres de la vida real no se parecen del todo a las de la tele. Sin embargo, esta forma de mostrar a las mujeres va construyendo una idea que al cabo de un tiempo todos vamos compartiendo.



ideas importantes

¿Qué es la industria cultural?

En 1947 Theodor Adorno y Max Horkheimer, dos investigadores de la Escuela de Frankfurt, escribieron "*Dialéctica del Iluminismo*". En ese texto, los autores plantearon que los bienes culturales estaban adoptando cada vez más la forma y las características de los bienes industriales. En ese sentido, denunciaban, se vende con los mismos criterios una lata de tomate que una obra de arte, una película o un programa de radio. El "**producto**" tiene que ser atractivo, "**vendible**" para un público masivo. Y para que las cosas sean masivas tienen que estar simplificadas. Por eso se fomentan los estereotipos, las imágenes simples de un mundo complejo. La industria cultural supone, por ejemplo, que si un tipo de película funciona bien, se vende, la ve mucha gente, hay que hacer muchas películas parecidas, así como si un jabón de la ropa se vende, se sigue fabricando.

Si se dan una vuelta por cualquier librería verán que los libros que han vendido muchos ejemplares llevan un cartel que lo anuncia en la tapa, como para atraer aún más compradores.



AGENDA MEDIÁTICA

Inseguridad	Delincuentes malos/ciudadanos buenos
Mujeres	Honestas y fieles/ indecentes traicioneras
Hombres	Exitosos, fuertes y machos /fracasados, débiles y maricones
Éxito en la vida	Fama y plata/ ser común y no tener mucha plata
Situación económica de los países	Países desarrollados/países atrasados
Conflicto x suba de retenciones	Gobierno/ campo
Cine	Películón, la más taquillera / bodriazo, la vio poca gente

Tomen nota



LA CONCENTRACIÓN DE LA PROPIEDAD DE LOS MEDIOS
Un dato importante para explicar el poder que tienen los medios para instalar temas y enfoques es lo que se llama el proceso de concentración de la propiedad mediática. Este fenómeno, que se da en todo el mundo desde hace unos 30 años, da como resultado que hoy por hoy una misma empresa tenga una canal de televisión abierta, canales de cable, empresas de celulares, productoras de cine, radios, sitios de Internet, editoriales, diarios, revistas, etc. Si una persona o grupo de personas son dueños de muchos medios de comunicación, pueden decir la misma versión de la información durante todo el día por diferentes medios y así crear la convicción de que esa es la realidad. Hace apenas 15 años no estaba permitido tener un diario y una canal de TV, pero en 1994 la Ley de radiodifusión fue parcialmente modificada para permitir que se crearan los llamados holdings o grupos multimediáticos. Uno de los ejemplos es el principal grupo de medios en Argentina: el Grupo Clarín, que es propietario de los diarios Clarín, Olé y La Razón, Canal 13, Todo Noticias, Volver, Multicanal, Arter, Radio Mitre, Cadena 100 y Radio Top, Ciudad Digital, Agencia de Noticias DyN, parte de los celulares de CTI y canales de TV y radios en distintas provincias del país.

Se transmite una idea sobre la gordura, sobre ser rubio, sobre ser musculoso/a, en definitiva, las propuestas de los medios hacen que compartamos esas miradas simplificadas, que no nos ayudan a pensar la diversidad de identidades y de formas de vida, pero que nos dan tema de conversación permanentemente. La mayor parte de la gente se encuentra en el trabajo, en la calle, en la escuela, y habla sobre los medios.

Una de las cuestiones que ya casi nadie que estudie Comunicación duda es que **los medios crean agenda**, es decir, deciden qué temas se tocarán en cada momento. Si hacen memoria se acordarán que hubo épocas en que sólo se hablaba de secuestros, en otros momentos de desnutrición, en otros de piquetes, y así...Esto es porque los medios tienen mucha capacidad para instalar los temas. Sin embargo, no se trata de que nos "**llenen la cabeza**" como si fuéramos envases vacíos. Nosotros escuchamos, vemos, leemos los medios y esos contenidos entran en relación con los contenidos, temas, ideas que encontramos en otros lugares, como la escuela, el trabajo, los boliches, la iglesia, la calle, etc. De ese encuentro se forman nuestras convicciones. Hay personas que ponen más atención a los que dicen los medios que otras. Y cuanto más uno estudie, lea, se forme en otros lugares, menos influencia generarán los medios.

La otra opinión que citamos es la de aquellos/as que dicen que todos tenemos la capacidad de leer críticamente los medios, es decir, distinguir la información interesante de la irrelevante, la verdadera de la falsa, saber qué intereses están en juego en la difusión de cada información, etc. Por todo lo que venimos diciendo, pensamos que en este contexto no es tan fácil para

cualquier espectador distinguir los contenidos, ya que hoy - como nunca antes- estamos las 24 hs. del día en contacto con medios de comunicación, muchos de los cuales se refuerzan entre sí como verán en el recuadro sobre concentración.

5. HISTORIA DE LOS SISTEMAS DE COMUNICACIONES

1448 Imprenta: aumenta la capacidad de archivo de transmisión de documentos.

1690 **Guillaume Amontons**: comunicación por semáforos

1800 **Volta**: invención de la pila

1825 **Primera línea ferroviaria** importante en Gran Bretaña

1826 **Primera fotografía** conservada de Niepce.

1836 **Prensa de masas**: con publicidad y folletines.

1837 **Telégrafo eléctrico**: desarrolla la información financiera y comercial.

1838 **Primer daguerrotipo** (Daguerre)

1840 **Código Morse**: a partir de la secuencia de una señal larga y una señal corta.

Creación de la primera agencia de publicidad en Filadelfia. Estados Unidos (Palmer)

Inventación del sello postal adhesivo (estampilla).

1855 **Exposición Universal de París**. Primera gran demostración de los logros del industrialismo, la técnica y el diseño.

1865 **Rotativa**: aumenta la posibilidad de edición gráfica

1866 **Primera máquina de escribir**.

1869 **Fotografía en colores**

1870 **Aparece el "silencio"** en el teatro y en los bares. Cambia la vida cotidiana y algunos espectáculos.

1877 **Explotación comercial del teléfono** por la Bell Telephone Company.

1878 **Fonógrafo**

1880 **Teatrófono**. Uso del teléfono para escuchar óperas desde la casa. No tuvo éxito ante la aparición del fonógrafo.

1884 **Tarjeta perforada**: prototipo anticipado de la era cibernética.

1888 **Kodak**: máquina personal fotografía y revelado comercial, permite su uso aficionado. Lema de Eastman, su creador: "Apriete el botón, nosotros hacemos el resto"

1888 **Gramófono o aparato de discos**

1890 Se apagan las luces de la sala teatral y solo se ilumina el escenario.

1890 Uso público y comercial de los fonógrafos como medio de ocio. Anticipo del pasadiscos comercial.

1895 **Proyección cinematográfica de Lumière**: "Los objetos vienen".

1896 Marconi desarrolla la adecuación de la frecuencia entre emisor y receptor, es decir la sintonía. Se acerca la radio.

1896 **Impresión en color de los comics**. De allí el rótulo de amarillismo para los periódicos que los incluían.

1896 **Primeras exhibiciones cinematográficas** en Madrid,

Londres Nueva York y en capitales latinoamericanas.

1901 Primera transmisión telegráfica sin hilo por el Atlántico, experimentaciones de la radio de Marconi.

1906 Transmisión de la voz humana por radio.

1907 Uso generalizado del teléfono en la zona rural norteamericana.

1912 **El Titanic se hunde**. Se percibe la necesidad de la radio como socorro. Se impone en la navegación.

1913 Hollywood se convierte en un barrio separado de Los Ángeles y se transforma en la Meca del cine.

1922 **Primeras emisiones regulares de radio**. Comienzo del fordismo.

1925 Primeros estudios de mercado en los Estados Unidos.

1926 **Comienzo del cine sonoro**. Primera radio de noticias en red: Network en Estados Unidos. La radio es servicio (BBC de Londres)

1926 Experimentación con la imagen televisada

1927 **"El actor de jazz"**, primera película sonora. "El público parlante del cine mudo se convirtió en el público mudo del cine sonoro".

1933 **Edwin Armstrong** logra inventar la Frecuencia Modulada (FM)

1935 **Aparición de la televisión** como sistema comercial. Se interrumpe su desarrollo por la Segunda Guerra.

1945 Terminación del último gran calculador ENIAC concebido bajo secreto militar.

1948 Aparición del concepto de Industria Cultural (Escuela de Frankfurt).

1948 Invención del transistor. Permitirá los medios portátiles y miniaturizados.

1954 Primera radio de transistores fabricada en Estados Unidos. La recepción radial móvil e individual.

1959 IBM pone a punto el primer ordenador de transistores.

1959 Magnetoscopio. Grabador de voz

1960-1970 Desarrollo del videotape. Posibilidad de archivar las imágenes en formato televisivo.

1969 Alunizaje: Apolo XI

1970 Difusión del cassette, sustituto del disco de vinilo como archivo musical.

1971 Microprocesador

1979 Se crea el walkman en Japón, la "burbuja comunicacional".

1981 Primer ordenador personal de IBM

1982 Guerra de Malvinas. Armas inteligentes y desinformación periodística.

1985 Aparece la difusión del **teléfono celular**

1990 Guerra del Golfo. La CNN se vuelve la red global de la información.

1995 Explosión del desarrollo de la **Internet**

2001 Mapa del genoma humano. Desarrollo de la información genética.

Para saber



Les sugerimos que vean las películas:

- Cinema paradiso (Italia, Giuseppe Tornatore, 1988)
- Click (Estados Unidos, Frank Coraci, 2006)
- El viento se llevó lo que (Argentina, Alejandro Agresti, 1998),
- Las tortugas también vuelan (Iran- Irak, Bahman Ghobadi, 2004)
- The Truman Show (Estados Unidos, Peter Jackson, 1998)



Les recomendamos los libros:

- 20 años de Comunicación. Viejos problemas, nuevas preguntas. (El MATE, Buenos Aires, 2004)
- Historia de las teorías de la comunicación (Armand y Michelle Mattelart, Paidós, 1997)
- Internet y lucha política (S. Martínez Capital

Intelectual, 2006)

- La golosina visual (Ignacio Ramonet, Temas de Debate, 2000)



Busquen en Internet los siguientes sitios:

- INDYMEDIA Argentina.indymedia.org
- http://comunicacionenconstruccion.wordpress.com
- ANRED www.anred.org
- CARRERA DE COMUNICACION UBA
www.ccom.fsoc.uba.ar
- ESCUELA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN CBA
www.eci.unc.edu.ar
- LA FOGATA www.lafogata.org
- LA VACA www.lavaca.org
- www.licencomunicacion.com.ar



Textos usados en el capítulo

ACUÑA, CLAUDIA Y ROSEMBERG, DIEGO. *El fin del periodismo y otras buenas noticias.* Buenos Aires, La vaca, 2006

FERRARI, GERMÁN. *La comunicación. Principio, fin y dilema de los medios masivos.* Longseller, Buenos Aires, 2001

MANGONE, CARLOS. "La Comunicación". Ficha de trabajo n° 1 Curso de Formación de dirigentes de CTA, Buenos Aires, 2005

MATTELART, ARMAND Y MATTELART, MICHELE. *Historia de las teorías de la comunicación.* Barcelona, Paidós Comunicación, 1995

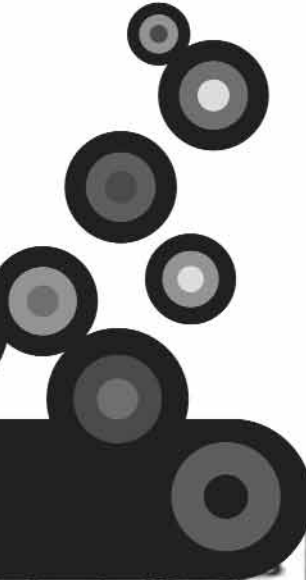
RASNOSKY, JUDITH Y OTROS. *Comunicación. Sociedad y medios.* Buenos Aires, Santillana, 2000

SCHMUCLER, HÉCTOR. *Memoria de la Comunicación.* Buenos Aires, Biblos, 1997

ZAROWSKY MARIANO. *Comunicación para principiantes.* Buenos Aires, Era Naciente, 2005



CAPÍTULO 4



LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y POPULAR



LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y POPULAR

- 1 La Comunicación Comunitaria y popular
- 2 La importancia del destinatario. ¿Con quién me comunico?
- 3 El grupo de trabajo comunitario
- 4 El barrio, el pueblo
- 5 Medios comunitarios, algo más que tecnología
- 6 Biografías. ¿Sabés quién fue Mario Kaplún?

1. LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y POPULAR

Ya trabajamos en el capítulo 3 la definición de comunicación con la que más nos identificamos. También les hemos contado que existen distintas perspectivas que conviven en la interpretación sobre los medios de comunicación, su rol en la vida cultural, sus posibilidades de incidir en nuestro pensamiento y conductas. En este capítulo les proponemos reflexionar junto con otros y otras autoras que ya escribieron al respecto, sobre las potencialidades de la Comunicación Comunitaria como perspectiva y como herramienta de trabajo.

La Comunicación Comunitaria piensa en las relaciones humanas **en función de un contexto**, es decir un momento y un lugar, y **en relación con la necesidades de una comunidad**, un barrio, un pueblo; por eso valora mucho la organización colectiva, o sea el hacer conjunto de sujetos que conviven en un territorio.

La calle es un lugar donde se producen muchos contenidos de comunicación. La gente espera el colectivo, compra carne o verdura, lleva su mascota a la veterinaria, acude al médico, se reúne en organizaciones sociales, va a la iglesia, a reuniones de padres en la escuela, se encuentra con vecinos y familiares...

En primera instancia, para un trabajo desde la comunicación comunitaria, es necesario pensar los espacios donde la gente circula, se reúne, etc. como espacios comunicacionales, es decir, lugares donde se intercambian mensajes y gestos, que tienen sentido para las personas. Mensajes que por alguna razón son importantes para la vida de alguien. Por ejemplo, si un vecino que tiene un hijo al que le gusta pintar está en la parada del ómnibus y escucha que están por instalar un taller de arte en el pueblo, en ese lugar, la parada de ómnibus, está ocurriendo una situación comunicacional; pero también si cuando esta persona llega a la parada los demás están mirando el reloj con cara de desesperación, se dará cuenta que hace mucho que el ómnibus no pasa. En ese caso será una situación de comunicación "**gestual**", o sea el gesto de ver el reloj y la cara de desesperación no necesitan palabras para comunicar...

Cuando nos proponemos desarrollar un trabajo comunitario nos encontramos con gente que vive en determinadas condiciones, en ciertos lugares y conviviendo con personas que comparten algunos de sus problemas. Como ya hemos visto, toda la gente tiene prejuicios, valoraciones, ideas, prioridades, y asigna un sentido a su propia experiencia, a los lugares que habita, a las relaciones que establece.

Lo que se plantea a continuación es un esquema para reflexionar sobre la vida comunitaria y definir una estrategia de comunicación. Lo tomamos del manual de comunicación comunitaria Barrio Galaxia, del Centro Nueva Tierra.



Tomen nota

El desafío de la Comunicación Comunitaria es aprender a escucharnos atentamente para conocer las necesidades del pueblo, valorar las capacidades nuestras y las de los demás, y proponernos soluciones.

2. LA IMPORTANCIA DEL DESTINATARIO. ¿CON QUIÉN ME COMUNICO?

Como ya hemos dicho, la gente circula por la escuela, la calle, el barrio, la ciudad, la provincia, una institución, etc. Y en cada lugar las personas cumplimos distintos roles, hacemos diferentes cosas, nos relacionamos con grupos. Ya veremos la diferencia entre estos lugares desde el punto de vista de la Comunicación.

Para trabajar con gente de nuestra comunidad tenemos que conocerla: saber su nombre, ocupación, edad, cómo es su familia, qué le gusta hacer, cómo experimenta sus propias actividades, su vida familiar, etc. Su forma de pensar también es importante. Un dato de interés es qué ve por la televisión, qué programas de radio le gustan, si visita sitios de Internet, si va al cine, si lee libros, cuáles, etc. Hacernos una idea de todas esas cosas puede ayudar a conocerla y a conectarnos con otras personas de manera más eficiente y completa. Este proceso de conocimiento del otro es lo que Mario Kaplún, comunicador popular, ha denominado la "**Prealimentación**". "**Pre**" porque se realiza antes de definir una estrategia. Y "**alimentación**" porque enriquece el proceso posterior. ¡Ojo! No se trata de averiguar por chusmear, sino de saber para comunicarnos mejor.

3. EL GRUPO DE TRABAJO COMUNITARIO

Una de las características importantes del trabajo comunitario es que se hace en grupos. Como vimos en el capítulo 1, un grupo es más que un conjunto de personas. Para que el grupo tenga sentido sus integrantes tienen que compartir intereses, inquietudes, sueños, objetivos claros y la decisión de emprender una tarea entre todos. Además, hay que construir confianza ...

Pero los grupos no son siempre fáciles de organizar y coordinar. Es un trabajo permanente consolidar el compromiso, la relación afectiva y respetuosa, y sobre todo el horizonte transformador del trabajo que nos proponemos. Cada tanto, es bueno parar un poco con las tareas del grupo y reflexionar entre todos y todas sobre cómo nos estamos llevando, si estamos trabajando de acuerdo con los objetivos que nos propusimos, si las tareas se distribuyen de manera justa y solidaria, si es necesario cambiar los roles, etc.

LA COMUNICACIÓN INTERNA

La Comunicación dentro del grupo es muy importante. Ya vimos en los otros capítulos que comunicamos con palabras pero también con gestos, la postura del cuerpo, las elecciones que hacemos, etc.

Por eso:

- Seamos cuidadosos no sólo con las palabras, también con los gestos y las actitudes.

- No nos mostremos indiferentes frente a la opinión de los demás, escuchemos atentamente.
- Asumamos la responsabilidad de opinar y sostener nuestras ideas
- Intentemos no decir o comprometernos a cosas que no somos capaces de sostener en la práctica.

4. EL BARRIO, EL PUEBLO

En el barrio, pueblo, escuela, donde vamos a trabajar hay:

- Personas e instituciones (Actores)
- Espacios o circuitos de la comunicación

Para trabajar desde la comunicación tenemos que definir:

- Los problemas y contenidos que abordaremos
- Los medios que usaremos

Y tener muy en cuenta:

- La historia y las características culturales de esa comunidad

Los **actores** son los protagonistas del proceso de comunicación: las personas interactúan y, como venimos diciendo, es fundamental saber con quiénes contamos, qué esperan de nosotros, qué experiencias tienen, qué hacen, con quiénes se comunican habitualmente.

Los **espacios "hablan"** de la institución o comunidad. En todo territorio existen:

- **Espacios de circulación**, como la calle, una esquina, un pasillo de un edificio público; la gente se encuentra de casualidad y no permanece
- **Espacios de concentración**, como la sala de espera del hospital, el ascensor, una plaza, la puerta de la escuela, la carnicería - sobre todo si hay cola- un banco; la gente se



Tomen nota

PARA LAS REUNIONES:

- Elijamos días y horarios en los que puedan todos o la mayoría
- Hagamos los encuentros en lugares cómodos, donde no haga mucho frío ni calor, donde no esté pasando gente e interrumpiendo.
- Compartamos mate, café, tortillas, pan o lo que se pueda, para hacer más amena la reunión
- Tomemos notas de las propuestas y los acuerdos, para no olvidarnos.

encuentra de manera azarosa y permanece durante tiempos cortos, ya que acude por objetivos específicos

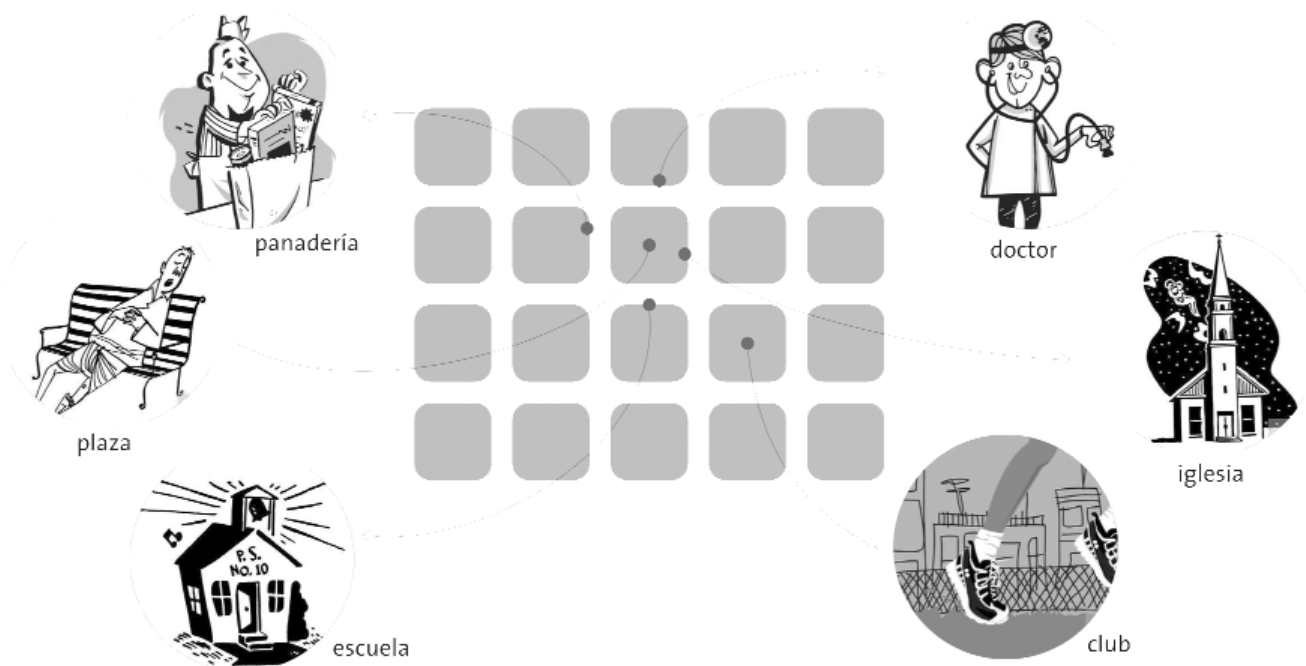
■ **Espacios de reunión**, como una organización social, una escuela, una oficina pública, una iglesia, un sindicato; la gente se encuentra voluntariamente, con objetivos comunes que la reúnen.

Los **medios** que mejor se ajustan a cada necesidad dependen de los actores y de los espacios. Para cada lugar, es posible pensar tipos de estrategias de comunicación. Por las características de cada lugar, la capacidad de la gente de "**enterarse**" de algo, de "**involucrarse**" con ello, y de tomar decisiones al respecto, varía.

Por ejemplo si estamos intentando informar sobre algo, tendremos que saber específicamente por dónde circula la gente, dónde se concentra y dónde se reúne. También incidirán los momentos del día en que ocurre cada cosa. Si pretendemos parar a alguien para mostrarle un panfleto y conversar con él o ella, tendremos que tener cuidado de no hacerlo en un lugar donde circula demasiada gente, de manera que no podamos estar parados, pero tampoco en un lugar que las personas consideren inseguro para detenerse. No lo haremos, seguramente, después del almuerzo, si es habitual en el lugar dormir la siesta.

■ En los **espacios de circulación** podemos usar pasacalles, volantes, carteles y afiches grandes

■ En los **espacios de concentración** puede resultar apropiado utilizar volantes, radio abierta, espectáculo de murga o teatro, folletos, cartillas, materiales con un poco más de texto.



- En los **espacios de reunión**, finalmente, hay mayor libertad para usar textos más largos, volantes, folletos, manuales como este, técnicas de dramatización, afiches, rotafolios, etc.

Los **procesos históricos y culturales** atraviesan la vida de las comunidades e instituciones. Reconstruir, conocer esos procesos puede dar mejores herramientas para la organización comunitaria. Por ejemplo si el pueblo donde trabajamos sufrió recientemente una inundación eso puede haber marcado mucho la vida de las personas, y podemos ayudar desde la Comunicación Comunitaria a construir estrategias para exigir que no vuelva a pasar, para difundir consejos en caso de alerta meteorológico, para construir una defensa, para hacer campañas para mantener limpias las calles y no tapar los desagües, etc.

Finalmente los **contenidos y mensajes** deben ser siempre apropiados al contexto, y los actores con los que trabajamos. El lenguaje, los temas, los ejemplos, deben ser construidos teniendo en cuenta -y si se puede con la participación- de la comunidad involucrada.

5 MEDIOS COMUNITARIOS, ALGO MÁS QUE TECNOLOGÍA

Si decidimos que algún problema de la gente, del barrio, del pueblo requiere una estrategia de comunicación, tendremos que usar, como ya se dijo, algunos medios para difundir lo que queremos trabajar. Aunque no existen recetas cerradas, hay algunos criterios que pueden servir para usar eficazmente los medios.

Por ejemplo en un lugar donde la gente no sabe leer no tiene sentido usar folletos con texto; si trabajamos con ancianos, probablemente tengan problemas de visión y no servirán volantes con letra muy pequeña. Si se trata de niños chicos, no podemos abusar de los textos y en cambio el video, la historietita o los afiches pueden ser muy útiles. Y así...hay que pensar bien con quién nos comunicamos para elegir los medios. Aquí van algunas sugerencias:

Medios gráficos

¿CÓMO HACER BUENOS AFICHES?

Como dijimos antes, es un buen medio para espacios de circulación y de concentración. Según el objetivo que nos proponemos, elegiremos el tamaño más apropiado del afiche. La idea es que los demás **se enteren de algo**. Con un afiche podemos hacer una convocatoria concreta a una reunión, o invitar a una fiesta, a un acto; también plantear un tema a través de una consigna.

Lo más importante de los afiches es que **se vean fácilmente**, tengamos en cuenta que se suelen leer de lejos y al pasar. Los

afiches tienen que ser llamativos, atractivos. El trazo con el que escribimos debe ser prolijo y grueso, ya sea que usemos felpones, témpera o lo que sea, pensemos primero cuántas palabras se incluirán y cómo distribuirlas para no quedarnos sin espacio suficiente y tener que hacer todo de nuevo. Es más: les sugerimos hacerlo en lápiz y después repasar con la tinta.

Hay que pensar bien qué palabras usar según el objetivo, y si decidimos incluir una ilustración o foto debe ser bien clara.

También hay que tener pensado dónde los vamos a pegar y cómo: es mejor ser prolijos. Si les ponemos cinta tengamos cuidado de que no arrugue el papel y si no se la ve, mejor. Si lo clavamos con chinchas definamos el lugar antes de pincharlos, para que no se arruinen. Y si los transportamos, también seamos muy cuidadosos para no arrugarlos.

Una cuestión fundamental para todos los materiales de comunicación es que no falte la información que queremos dar. Si se trata de un evento, deben estar el día, la hora, el lugar, a quién está destinado, quién organiza.



Afiche realizado para la fiesta del teatro



Tomen nota

Entonces, para hacer un buen AFICHE tenemos que lograr:

- Que sea fácil de leer
- Que sea prolijo
- Que esté bien ubicado
- Que no falte información



Tomen nota

A los volantes chiquititos se les suele llamar "mariposa", porque son pequeños y "vuelan". En ellos se pone muy poca información y se imprimen grandes cantidades. Es útil para recordar un evento que se viene difundiendo por otros medios.



Practiquemos

actividad 1

OBJETIVOS: Fijar los criterios de trabajo con algunos medios

CONSIGNAS:

- A) Elijan un evento imaginario. Por ejemplo, una campaña de vacunación. Definan a quiénes quieren llegar con la campaña, y cuál será la idea más importante que quieren transmitir.
- B) Elaboren un afiche, un volante y una cartelera para anunciarlo. Definan dónde se pegarán los afiches, en qué lugares se repartirán los volantes, dónde estará ubicada la cartelera. Fundamenten sus decisiones a partir de la lectura de este capítulo.

EL VOLANTE, UN ALIADO PARA LAS CONVOCATORIAS

La mayoría de los criterios que propusimos para el afiche sirven para el volante. La diferencia es que en el volante suele haber un poquito más de texto, y el espacio es más reducido. Hay que tener claro dónde se va a distribuir y ubicar la información: lo más importante esté al frente y arriba, por si la gente lo mira y lo tira, cosa que suele pasar con frecuencia.

El volante es el típico medio que usamos para convocar, pero en el que también podemos plantear algunas ideas breves. No hay que olvidar fecha, hora, lugar y organizadores del evento, pero podemos **agregar alguna consigna que nos interese comunicar**, o alguna breve descripción de un problema por el que nos reunimos, por ejemplo.

El volante se suele distribuir en espacios de **circulación** y de **concentración**. Es importante saber dónde se va a repartir y analizar a cuánta gente queremos llegar, cuántos circulan por el lugar donde estaremos repartiéndolo, cuántos días y en qué horarios es mejor volantear.

FOLLETOS, NO SE CONSIGUEN EN LA ESQUINA...

Este medio gráfico se usa para dar a conocer una institución u organización, para campañas de concientización sobre una determinada problemática, o para difundir un producto o servicio. El folleto se distribuye más acotadamente, es decir, se entrega en mano en espacios de **concentración** o de **reunión**. No se reparte en la calle porque suele ser más largo, con más texto y por lo tanto es más cara su impresión.

Generalmente los folletos no se hacen para eventos puntuales sino por temas, entonces llevan imágenes que ilustran. Además no tienen fechas ni datos precisos que hagan que el folleto "se venza".

Los folletos pueden usarse para enseñar a usar determinado objeto, por ejemplo, o para enseñar cómo prevenir enfermedades. No olviden los datos institucionales.

LA HISTORIETA

Estamos acostumbrados a leer historietas como entretenimiento. Conocemos personajes que nos vienen haciendo reír desde pequeños recuadros de revistas. La historieta se basa en dibujos, diálogos y "**onomatopeyas**", es decir palabras que tratan de reproducir el sonido de un golpe, un portazo, un soplo, etc. No todas las historietas son graciosas, algunas son dramáticas, tristes, o aventuras de superhéroes.

La historieta, precisamente por basarse en los dibujos, nos puede servir para difundir algún tema o consigna, para convo-

car a algún evento, incluso entre personas que no saben leer. Lo que no puede faltar en una historieta es un personaje principal, y otros que forman parte de la historia que se cuenta. Podemos inventar un personaje para nuestra escuela, barrio, pueblo, etc. Le podemos poner un nombre, y alguien que sepa dibujar debería hacerlo siempre lo más parecido posible.



LA CARTELERA, FIRME JUNTO AL PUEBLO

Para los espacios de **concentración** o de **reunión** podemos crear un medio de comunicación estático que no depende de que estemos ahí. La cartelera sirve para informar, dejar mensajes, avisos, convocatorias. Sobre la cartelera podemos pegar nuestros afiches.

Podemos preparar la cartelera con madera, telgopor, vidrio, plástico, etc. Lo importante es que la mantengamos actualizada y prolija. La gente tiene que encontrar fácilmente la información. Y hay que cambiar los mensajes cuando los eventos, colectas, etc. hayan pasado, para no confundir a los vecinos y vecinas.

GACETILLA DE PRENSA, GRACIAS POR DAR DIFUSIÓN

Cuando queremos difundir una actividad, un evento, una investigación que hemos realizado, un taller que estamos organizando, etc. hacemos gacetillas de prensa. Se trata de una nota que enviamos a los medios de comunicación con toda la información que queremos que los periodistas difundan.

Mandamos gacetillas a las radios, canales de televisión, periódicos, revistas, etc. Como los periodistas reciben gacetillas de distintos temas, tenemos que incluir arriba la información fundamental, y después más abajo podemos ampliar con otros datos.

NO PODEMOS OLVIDAR:

- Nombre del evento
- Fecha
- Lugar
- Precio de la entrada
- Motivo o fin del evento
- Dirección, correo electrónico y/o teléfono de contacto
- Quién organiza o invita

Puede ser que después de enviada la gacetilla el periodista nos llame por más información para escribir una noticia, si le parece interesante el tema que planteamos o el evento que organizamos.

Si decidimos enviar gacetillas de prensa, antes de hacerlo tenemos que tener claro a qué medios conviene enviarlas, y más específicamente a qué periodista, dentro de lo posible. Por ejemplo, si estamos organizando un ciclo de cine, y sabemos



Tomen nota

Podemos incluir a nuestro personaje también en los afiches, volantes o folletos para que identifiquen que los hicimos nosotros.





el nombre de alguien que escribe en la sección "Espectáculos" de un diario, o conocemos al conductor de un programa radial sobre películas, tal vez nos convenga enviar la información directamente a esas personas. Y lo ideal es **reforzar esa gacetilla con un llamado telefónico.**

También podemos enviar las gacetillas a organizaciones o instituciones que nos puedan ayudar con la difusión. Usando el correo electrónico podemos distribuir la información entre nuestros contactos y pedirles que la reenvíen.

AHÍ VIENE LA PROPALADORA

Seguramente vieron alguna vez cerca de su casa un auto con un parlante en el techo. Se trata de una forma bastante económica de difundir mensajes masivamente. Es la propaladora y se usa en publicidad, campañas políticas, para mensajes de difusión de campañas de bien público y, en muchos lugares, la usa el verdulero.

Lo interesante de este medio es que sirve para los espacios de **circulación** pero no es estático. Con un auto podemos recorrer el pueblo o la ciudad varias veces en el día difundiendo un evento o una consigna. Hay que preparar lo que se va a decir y practicarlo un poco, después grabarlo **y listo!**

RADIO COMUNITARIA: COMUNICACIÓN CON SENTIDO

En muchos pueblos existen emisoras comunitarias de radio. Generalmente transmiten en Frecuencia Modulada (FM) y funcionan gracias al esfuerzo de un grupo de gente que sintió la necesidad de expresarse, ayudar a comunicarse a sus vecinos y vecinas. O porque creyó que los temas sociales no están siendo trabajados por los medios de la manera más interesante y compleja.

Las FM comunitarias se caracterizan por estar del lado de las necesidades de la comunidad. Aunque pasen publicidad para poder pagar los gastos de funcionamiento, su objetivo principal no es ganar dinero, o sea, no se proponen acumular plata como sí lo hacen los medios comerciales, que tienen por dueño a empresarios que lo ven como un negocio.

Estas FM se proponen contar noticias que sean importantes para la comunidad donde están; pasar música que les interese a los vecinos, organizar campañas para trabajar las problemáticas del pueblo, convocar a peñas, festivales, ferias, fiestas. Muchas veces las radios se convierten en un actor importante porque a la gente le gusta escucharlas, participa de los eventos a los que convoca la radio y de a poco van creciendo.

En algunos lugares las FM comunitarias sirven para que la gente se envíe mensajes que de otra manera no llegarían, porque no hay teléfonos fijos o falta señal de celular.

Las radios comunitarias pueden ser grandes o pequeñas. Pueden tener poco o mucho alcance (llegar más cerca o más lejos) según la tecnología que logran adquirir y sostener. Pero **lo más importante no es el tamaño sino el objetivo y la forma de trabajar.** En una radio comunitaria, por lo general, no hay un "dueño" que toma todas las decisiones. Se trabaja, dentro de lo posible, compartiendo la toma de decisiones, las tareas y responsabilidades entre varias personas. En algunos casos hay un director o directora que organiza y representa a la radio, y están quienes administran, los operadores técnicos, los conductores de programas, los productores, etc. Ya veremos en otro capítulo todo esto en detalle. Lo que acá queremos dejar planteado es que la definición de "comunitaria" de una radio tiene que ver con sus fines, sus objetivos: ayudar a transformar las condiciones de vida de la gente que no puede ejercer sus derechos plenamente, tanto en lo económico, como en lo político, social y cultural.

En el capítulo 7 veremos algunos formatos y géneros que nos pueden ayudar mucho a difundir nuestros mensajes y a comunicarnos con nuestra comunidad usando el riquísimo lenguaje de la radio.

INTERNET

EL CORREO ELECTRÓNICO

Cada vez más se está generalizando el uso del correo electrónico (e-mail). Es una manera rápida y relativamente barata de difundir mensajes a través de Internet desde una cuenta personal. Una ventaja que tiene con respecto a otros medios es que en pocos instantes quien recibe un mensaje puede **"reenviarlo"** a otra gente, y así multiplicar el alcance.

Cuando alguien quiere usar el correo electrónico tiene que obtener una **"cuenta"** o **"nombre de usuario"** que una empresa **"proveedora"** le brinda. Para que exista este tipo de correo, que es casi instantáneo, debemos tener conexión a Internet. Internet es una enorme red que conecta computadoras de todo el mundo. Está organizada en **"páginas web"** de muy diverso tipo: diarios, archivos históricos, páginas de instituciones, buscadores de información, radios, páginas con videos, etc. Internet es un multimedia, ya que usa imagen, texto y sonido.

Hay varios tipos de conexión a Internet. La conexión puede hacerse a través de la línea telefónica (o sea que mientras usamos Internet el teléfono no se puede utilizar); o ser a través de lo que se conoce como **"banda ancha"**. La información se transporta de una manera que no hace falta ocupar nuestra línea de teléfono. Este sistema es más caro pero más rápido. Es el que usan los **"ciber"**.

En nuestra casa podemos tener cualquiera de estos tipos de conexión. El servicio de correo electrónico puede ser pago o gratuito. Generalmente la empresa que nos provee de servicio de Internet nos facilita, además, una dirección de correo electrónico desde la cual podemos enviar y recibir cartas virtuales. Cada dirección es única, así que nadie escribe con nuestro nombre. La otra alternativa es usar páginas de Internet que nos dan servicio de e-mail gratuito, como **"Hotmail"**, **"Yahoo"** o **"Gmail"**. Para tener una cuenta de estos proveedores, tenemos que ingresar a sus páginas y configurar una dirección personal nuestra. Es imprescindible elegir una contraseña alfabética o alfanumérica para acceder solamente nosotros.

Cuando ya tenemos nuestra cuenta, ahí sí, cargamos las direcciones de otras personas y ya nos podemos comunicar con ellas. Cuando queremos difundir un evento, campaña, etc. el **e-mail** suele ser muy útil. El problema es que en muchos lugares de nuestra provincia no se provee Internet de banda ancha y por lo tanto no hay cibernets. En ese caso, nos podemos conectar a través del teléfono desde la casa, pero para ello es necesaria una computadora.

Practiquemos

actividad 2

OBJETIVOS: Contactarse con una producción radiofónica y afianzar una definición de comunicación comunitaria en el caso de la radio.

CONSIGNAS:

- Escuchen el documental titulado *"Una onda libre entre los valles"*, del CD 6o Las radios en América Latina.
- Escriban un texto en el que ustedes defiendan la siguiente afirmación: "FM Libertad es una radio comunitaria". Antes de ponerse a escribir discutan entre ustedes cuáles serían los argumentos para sostener esa idea.





BLOG

Después de unos cuantos años de existencia de páginas web surgieron los "weblogs". Se trata de páginas muy simples en las cuales se pueden cargar textos breves y fotos.

En los "blogs", una persona, organización o institución publica información y quienes lo visitan pueden hacer comentarios sobre los textos publicados.

Los comentarios aparecen en orden: al comienzo el último que se incorpora.

Es común que alguna gente tenga su propio "fotolog" donde coloca fotos y leyendas personales que quieren compartir

CHAT

A diferencia de los blogs o las páginas Web, en el chat se desarrolla una conversación; es decir que simultáneamente dos o más personas "hablan" usando el teclado de sus computadoras, a través de un programa simple como el "Messenger". Hay que tener una lista de mail, cargarla en el programa e "invitar" a otras personas, que también tienen dirección de mail a conversar por esa vía.

¿LAS REUNIONES TAMBIÉN SON ESPACIOS DE COMUNICACIÓN?

No estamos acostumbrados a pensar las reuniones en términos comunicacionales. Sin embargo, cuando nos juntamos con otras personas, vecinos, padres, madres, amigos, autoridades, compañeros, etc. estamos desarrollando muchas actividades de comunicación: pasamos información, escuchamos propuestas, comentamos nuestras ideas, organizamos eventos, diseñamos estrategias de difusión, etc. Entonces, algunos consejos nos pueden ayudar para que las reuniones que organizamos se acerquen lo más posible a los objetivos que nos planteamos.

Objetivos: tener claro para qué hacemos la reunión es fundamental. ¿Es para compartir información? ¿Para organizar un evento? ¿Para tomar una decisión? ¿Para preparar una entrevista? Si sabemos para qué nos reunimos, no perdemos tiempo. Saber para qué nos juntamos significa tener en claro qué resultados esperamos obtener luego del encuentro.

Participantes: ¿quiénes deberían estar? Tratemos de convocar a la gente que es importante que esté según los objetivos. Que no falte ni sobre nadie. También tiene que ser claro quién convoca y para qué. Esto ayudará para que la gente se sienta convocada; si no sabe para qué es, no irá. Más de una vez se convoca a los padres de los alumnos de la escuela y no se les dice para qué: el resultado es que muchos no participan.

Clarín



Citrusvil sa



CENTRO DE MEDIACIÓN

Temas: tenemos que definir sobre qué se hablará concretamente. Que no sean muchos temas para que se pueda trabajar sobre todos. Al comienzo de la reunión es importante refrescar el temario, que todos y todas sepamos de qué se va a hablar. Un buen consejo es anotar los objetivos y temas en un afiche para que todos lo vean y se acuerden (algunas personas recuerdan mejor si ven o leen, es la "**memoria visual**"). También es bueno definir el orden de los temas y respetarlo para ir registrando los acuerdos que se alcancen.

Tiempo: es importantísimo ser cuidadosos con el tiempo de la gente. Todos tenemos cosas que hacer y no disponemos de todo el día para la reunión. Por eso es bueno empezar puntuales y prever una hora de finalización para el encuentro. Durante ese tiempo, hay que manejar las partes de la reunión. Por ejemplo, si queremos discutir una propuesta y también decidir el sumario de una revista, dividamos la reunión en dos partes con una duración razonable para alcanzar los dos objetivos. Para elegir el horario, pensemos en quiénes son los participantes y cuál es el momento del día que más les conviene según sus actividades. Por ejemplo, para que vengan las madres de los chicos del barrio, no podemos invitarlas justo el día y a la hora en que se desarrolla una campaña de vacunación, porque seguramente ellas estarán en el Centro de Salud.

Lugar: Tratemos de hacer la reunión en un espacio de fácil acceso para todos, que no sea ni muy frío ni muy caluroso, que sea cómodo, que haya sillas para cada uno y cada una, que no haya gente que nos pueda interrumpir. Si queremos pegar afiches, el lugar debe tener alguna pared donde todos puedan verlos.

Convocatoria: hay que invitar con tiempo para que ninguna persona se quede afuera. A veces la convocatoria se hace usando algún medio de comunicación, una nota, o casa por casa. Hay que elegir cuál es la mejor manera de avisar a cada uno. Por ejemplo, podemos salir por la radio con un mensaje sobre una reunión de padres, pero si algunos no tienen radio, no se enterarán. Siempre es mejor combinar varias formas de aviso.

Coordinación: es bueno que alguien ordene, proponga los temas y registre los acuerdos: El coordinador puede cambiar de una reunión a otra, pero lo importante es que durante cada encuentro se preocupe de que hablen todos, de que se anoten las conclusiones y acuerdos, de que se respeten los tiempos, y de resumir las definiciones al final.

7. EXPERIENCIAS: CULEBRÓN TIMBAL

El Culebrón Timbal es una banda de música. Y un grupo de teatro callejero. Y un colectivo de educadores y comunicadores populares. Y un grupo de amigos. Y una organización social, artística y política... El Culebrón Timbal es una experiencia muy rica de trabajo comunitario que, junto a otras organizaciones, promueve actividades político-culturales en el conurbano bonaerense. Aquí les presentamos una síntesis de una entrevista que le hizo Washington Uranga en el diario Página/12 a Eduardo Balán, uno de los creadores de la propuesta, el 09/04/2007.

LA CULTURA DE LOS BARRIOS

A los 42 años, Eduardo Balán (artista, músico, cantor, dibujante y maestro) sigue poniendo en todo casi la misma energía de los primeros 20 cuando decidió, "*junto a un par de amigos*", irse a vivir a la Villa de Malaver donde, admite, "*me pasaron una cantidad de cosas que me cambiaron la cabeza y ya no pude volver atrás*".

Mientras aprendía de sus vecinos de la villa, Balán cursó magisterio y se interesó por los procesos de comunicación y educación popular, "*y ahí entendí que lo que nos estaba pasando a nosotros era parte de un proceso mucho más amplio que venía ocurriendo en América latina desde hacía quince años*". Hoy comparte su tarea y su pasión con Marisa, su compañera, y Carmela, su hija de cuatro años. "*Un dato de que estamos en el camino correcto es que ella se divierte mucho con las cosas que hacemos. Si estamos haciendo algo político que hace que una nena de cuatro años no se aburra sino que se divierta, es porque estamos bien*", dice esbozando una sonrisa de oreja a oreja.

-¿Qué es una productora-escuela cultural y comunitaria?

Originalmente El Culebrón Timbal fue un grupo de artistas, educadores y comunicadores que teníamos la idea de hacer una obra artística alternativa.

-¿Qué significa alternativa?

Enseguida empezamos a ver que no sólo se trataba de tener un contenido distinto, sino que en la relación de esa obra con la gente tenía que ponerse en escena una relación social diferente. Las estructuras que permiten producir bienes culturales como los musicales, de cine, el teatro, la gráfica, la editorial, son profundamente antidemocráticas. Empezamos a sentir en carne propia y en el laburo comunitario que hay un profundo autoritarismo en el modo como se toman las decisiones políticas que afectan a los barrios. Con el paso de los años dijimos: hay que construir una industria cultural democrática.

¿sabés quién fue?



**Mario
Kaplún**

Mario Kaplún nació en Argentina en 1923. De antepasados judíos rusos, pasó su niñez y juventud en Buenos Aires, y su vida adulta, con algunos intervalos, en Uruguay. Ha sido uno de los "práctico-teóricos" más importantes que haya dado Latinoamérica. Su obra es la de un verdadero Maestro (el único título oficial que lo acreditó fue el de maestro), más preocupado de transmitir su testimonio oral que de dejar una amplísima obra bibliográfica. No obstante, su acción ha inspirado la acción de miles de comunicadores populares y ha guiado los procesos de trabajo de muchos profesores.

Entre sus textos, "El Comunicador Popular" es un título clave, editado en Ecuador por CIESPAL en 1985. Además de conocer desde dentro la radio, la televisión y la publicidad. Mario Kaplún fue conocido en América Latina gracias a su programa educativo "Jurado 13", que se emitió

desde comienzos de los '70 en más de 600 emisoras de radio de toda la región, programándose también en algunas emisiones para hispanos en Estados Unidos.

Mario Kaplún ha sido pionero de muchas cosas: entre otras, del diseño de una radio educativa inteligente, interesante, creativa y participativa y de la creación de metodologías didácticas de lectura crítica de los medios; además fue el primero en incorporar en el curriculum de una universidad latinoamericana la asignatura de Educación para los Medios, que busca la formación de ciudadanos libres, solidarios y tolerantes y persigue la utopía de construir nuevas vías de acceso a la comunicación. La figura de Mario Kaplún ha resultado tan imprescindible en la Educación para los Medios como lo han sido, en otros campos, las figuras de Paulo Freire o Celestine Freinet.

Kaplún descubrió hace ya muchos años que los medios podían ponerse al servicio de la educación, podían ser aprovechados para compensar las desigualdades sociales y promover una comunicación participativa, activa y crítica.

Para saber



Les sugerimos que vean las películas:

- La dignidad de los nadies (Argentina, Pino Solanas, 2005)



Busquen en Internet los siguientes sitios:

- CULEBRÓN TIMBAL www.culebrontimbal.com.ar

- AGENCIA PELOTA DE TRAPO www.pelotadetrapo.org.ar

- NODO TAU www.tau.org.ar

- CANAL ENCUESTRO www.encuentro.gov.ar

- BANCO DE EXPERIENCIAS EN COMUNICACIÓN COMUNITARIA www.bancodeexperiencias.blogspot.com



Textos usados en el capítulo

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SOCIAL POPULAR - MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL DE LA NACIÓN. "Herramientas para la incidencia. Un aporte a los Consejos Consultivos de Políticas Sociales", 2006

JAIMES, DIEGO Y BALÁN EDUARDO. BARRIO GALAXIA. *Manual de Comunicación Comunitaria*. Centro Nueva Tierra. Buenos Aires, 2000

KAPLÚN, GABRIEL. *Comunicación Popular, ¿es o se hace?* Centro Nueva Tierra. Buenos Aires, 2002

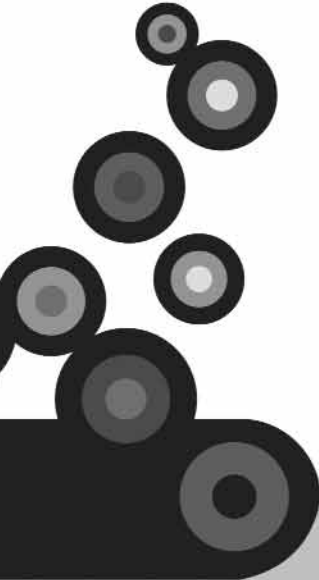
MINZI, VIVIANA. *Vamos que venimos*. La Crujía, Buenos Aires, 2004

RICHARDS, CECILIA. *Baúl de los recursos para la comunicación local*. Santiago de Chile, ECO, 1995

VILLAMAYOR, CLAUDIA. "Comunicación: democratización, ciudadanía y medios comunitarios", revista de ALAI América Latina en Movimiento N° 421.



CAPÍTULO 5



EL PERIODISMO COMUNITARIO



EL PERIODISMO COMUNITARIO

- 1 El periodismo como una motivación ciudadana
- 2 El periodista, igual a todos pero con un oficio diferente
- 3 La estructura de la noticia: una pirámide y seis preguntas
- 4 La ética hace al buen periodismo
- 5 Complejizar la comprensión de la realidad.
- 6 Derecho a la información. La historia y los avatares
- 7 Fuentes de información. Saber a quién preguntar para saber qué decir.
- 8 Los géneros periodísticos.
- 9 Veedurías y observatorios. ¿Cómo nos ayudan a mejorar el periodismo?
- 10 ¿Sabes quién fue Rodolfo Walsh?

1. EL PERIODISMO COMO UNA MOTIVACIÓN CIUDADANA

Lo que vamos a presentarles es un conjunto, nada definitivo y siempre subjetivo, de ideas que a nuestro entender debemos tener en cuenta a la hora de pensar un material periodístico que podamos realizar con compañeros y amigos en nuestra comunidad. Si bien estas ideas son propias del periodismo "comercial" o "**profesional**", nosotros podemos agregarles los condimentos de un periodismo comunitario, que en parte asume las reglas del comercial y en parte crea las suyas propias.

Comencemos diciendo que lo que entendemos por **noticia** tiene algunas particularidades. No es noticia un rumor, un chisme, cuando esto no afecta en nada la vida pública de una comunidad, y cuando la información se refiere a algo que sólo atiene a la vida privada de una persona. Los inventos y las creaciones de la imaginación, por más fantásticas que sean, no son noticias; las cosas que nunca ocurrieron y todo aquello que no pueda constatarse buscando información genuina en la realidad, tampoco.

Las noticias portan siempre una información que es **interesante**, por algún motivo, para mucha gente de la comunidad donde vivimos. ¿En qué sentido? Interesante es todo aquello que afecta de manera explícita y palpable la vida de un pueblo o comunidad, por ejemplo una catástrofe natural, una medida económica, una nueva obra infraestructural, o el anuncio de una fiesta próxima. Las noticias tienen un aspecto **novedoso**, siempre aportan información sobre un hecho que para el común de la gente no es conocido todavía, algo que pasó recién ayer o en los últimos tiempos, o algo que por información precisa que tenemos, pensamos que va a ocurrir en breve. Aunque **¡ojo!** no siempre se informa sobre algo que nunca antes había ocurrido, también puede ser noticia algo conocido, pero por la forma en cómo presentamos esa información representa en sí misma un **nuevo punto de vista**. En este caso su valor reside en que nos permite aproximarnos a un tema con nuevos datos. Por ejemplo cuando se desarrolla un nuevo método científico o tecnológico que nos permite desarrollar una actividad cotidiana de una manera diferente, o cuando la policía reúne nuevos datos que cambian las versiones creíbles sobre un caso del que se viene hablando de hace mucho tiempo: conocíamos el caso policial, pero con estos datos novedosos se introdujo un punto de vista que era ajeno a nuestro entendimiento. A partir de ahora ese caso y nosotros nos vamos a relacionar de otro modo.

2. EL PERIODISTA, IGUAL A TODOS PERO CON UN OFICIO DIFERENTE

Tal vez este punto sea el más apasionante en esta rica tarea que desarrolla a diario el periodista, sobre todo el comunitario. Sabemos que el periodista tiene un rol clave en la comunidad que es el de informar a su gente, pero no sólo eso es lo que hace, sino que construye explicaciones que ayudan a comprender mejor la realidad que nos toca vivir. Nos ayuda a entenderla en toda su complejidad relacionando datos, uniendo sucesos del pasado y del presente, hurgando en el material de archivo similitudes y diferencias entre las cosas que pasan y las que alguna vez ocurrieron, asociando hechos de un escenario con otros acontecimientos que, a primera vista nada tendrían que ver con ellos.

Imaginemos la vida de una persona cuyo oficio consiste en construir casas, un trabajo sumamente difícil, cansador, exigente. De esos que cuando finaliza la jornada de trabajo no dan espacio y no dejan resto físico que permitan otra cosa que charlar de la vida con amigos o con familiares, pero sin ánimo de estar hurgando más allá de los dichos y los escritos de otros. O de un agricultor o agricultora que comienza su jornada a las cinco de la mañana, a veces antes. Su trabajo es fundamental para que una comunidad entera se alimente (sin agricultores casi no habría posibilidad de subsistencia para muchos seres humanos de este planeta). Pero la vida se le presenta muy dura para que esa persona por sí sola quiera además asumir la responsabilidad de constatar o chequear informaciones, leer un diario, revista o periódico y ante el menor atisbo de dudas o de desconfianza diga, *"no, yo no me voy a quedar con esta versión, ya mismo me compro otro diario"*. O *"no, ya sé, me voy a buscar una fuente de primera mano que me diga la verdad respecto de lo que está sucediendo"*. O en verdad a cualquiera de nosotros sea empresario, arquitecto o estudiante. La mayoría de las personas tienden a quedarse con pocas versiones sobre los hechos de la realidad, con la voz del vecino, de la persona a la que más se respeta, del profesor/a que se admira, o del único medio que se consume a diario por elección propia o desconocimiento de mejores alternativas. Pero en general la gente común, nuestros vecinos y vecinas no se andan por la vida constatando fuentes como práctica predilecta, salvo en ocasiones especiales.

Es cierto que todos tenemos un tío o una tía que lo haría. Es más, muchos conocemos al personaje del barrio que ya es famoso en la radio porque siempre llama para opinar y muchas veces hemos tenido en nuestras manos la nota que mamá o papá mandaron indignados a **"Cartas de lectores"** del diario que leemos a menudo en casa. Pero convengamos que la mayor parte de la población no tiene tiempo para usar en

esos menesteres. Eso lo hacen los periodistas, las periodistas, los buenos y las buenas profesionales que se toman este apasionante trabajo en serio. Ese es su trabajo.

3. LA ESTRUCTURA DE LA NOTICIA: UNA PIRÁMIDE Y SEIS PREGUNTAS

Todo lo que dijimos hasta ahora son las premisas sin las cuales este oficio carece de sentido, al menos así lo entendemos los que hicimos este manual. Pero hay ciertas formalidades, aspectos consensuados que hacen de esta profesión una tarea previsible, conocida por el resto de nuestros vecinos y valorada como tal. En última instancia son elementos que van a hacer que mucha gente tenga ganas de leer nuestro periódico, diario o revista, dado que cumple de manera satisfactoria con las expectativas que ellos depositan en un producto llamado así, periódico, diario o revista. La noticia **tiene que ser interesante, novedosa y aportar nuevos puntos de vista, pero además tiene que presentarse de una manera adecuada y contar con una estructura previsible.**

Siempre que leemos una noticia, nos encontramos con la respuesta a seis preguntas básicas sobre un acontecimiento o fenómeno:

- ¿Qué pasó?
- ¿Quién lo hizo?
- ¿Dónde pasó?
- ¿Cuándo pasó?
- ¿Cómo pasó?
- ¿Por qué pasó?

Hubo una época en que el periodismo se confundía con la literatura y el aspecto informativo estaba subordinado al estilo literario y al buen uso del idioma. El periodismo todavía no estaba profesionalizado y las noticias se leían como si se tratara de un buen cuento o un ensayo. Muchas veces la verdadera noticia aparecía en la última línea del texto. Esta organización se llamaba **pirámide normal**.



Tomen nota

El periodista es parte de la comunidad, pero tiene un trabajo especial, difícil y apasionante que le permite reunir información que no toda la gente tiene y por eso está en sus manos ofrecer la posibilidad de construir explicaciones más elaboradas sobre noticias cotidianas.



Desde que el periodismo se profesionalizó y comenzó a primar la prensa comercial, esto a es a fines del Siglo XIX y principios del XX la estructura básica de la noticia adquirió la forma de lo que se conoce como **pirámide invertida**. Se llama así porque **empieza por lo más importante y termina por lo secundario**. Hay una **cabeza informativa** que cuenta lo más reciente y más importante. También se lo conoce como **entrada**. Luego el **cuerpo principal de la noticia** con los datos que completan la información, el material secundario con los detalles de menor interés, y un **cierre o remate al final** que tiene un valor estilístico más que informativo. Al lector no le deben quedar dudas de que ahí finaliza la nota.

Se suele decir que es mejor usar **frases cortas y entendibles** por todos, en cada frase una nueva información o más de una. De esta manera se ofrece un texto ágil, tal vez no tan rico desde lo literario, pero sí más preciso en cuanto a lo que quiere comunicar. Un principio que se suele declarar como infalible sostiene que con que alguien lea el primer párrafo debe enterarse de lo esencial del suceso. Asimismo esta estructura facilita el trabajo de edición porque si la nota queda larga se puede cortar un párrafo secundario sin riesgo de grandes pérdidas informativas. Este modelo de estructura es criticado porque propone una información "**masticada**" y ya resuelta, sin necesidad de lectores muy inquietos.

En las notas del periodismo gráfico o digital (diarios, revistas, páginas de Internet), los componentes que nunca pueden faltar son:

- **El título**, una frase sola en una línea o más que recoge lo más impactante de la noticia y lo presenta en una tipografía mayor y en negritas
- **La volanta** que complementa alguna información a lo que ya trae el título en una sola línea. Aparece siempre en una tipografía menor al título y va ubicada arriba del mismo
- **La bajada o copete** que funciona como un subtítulo de una frase o unas cuantas frases que sirven para complementar el título. Luego vienen la cabeza informativa, el cuerpo principal y el remate.

Además de esos tres elementos informativos esenciales, en toda nota gráfica se visualizan otros elementos:

- **El nombre de la sección**. Es una manera de agrupar distintas notas que tienen que ver con un mismo campo de la vida social: *Economía, Deportes, Internacionales, Cultura, Espectáculos, Política*, etc. En general cada diario respeta la estructura de secciones para facilitar al lector la tarea de encontrar los temas de su interés.
- **El cintillo** se usa cuando durante varios días se trata un mismo tema. Por ejemplo, "*El crimen de Paulina Lebbos*" o "*El paro de las entidades del campo*". A lo largo de varias páginas, durante unas cuantas ediciones se usa ese rótulo para agru-

par notas sobre las variadas cuestiones ligadas a esa noticia.

■ **El destacado** es un fragmento de la nota que se repite en algún lugar, con letra más grande, para resaltarlo. Lo elige el periodista o el editor, y luego el diagramador lo diseña gráficamente.

■ **La foto** ayuda a comprender la noticia, o agrega datos. A veces es simplemente ilustrativa.

■ **El pie de foto** es una frase corta que se ubica debajo de las fotos para aclarar de qué se trata, o para hacer un comentario sobre lo que aparece en la imagen.

Ya veremos en el capítulo 7 cómo se redactan noticias para la radio.

4. LA ÉTICA HACE AL BUEN PERIODISMO

Debemos reconocer que la gente que trabaja de periodista tiene un oficio privilegiado que le permite un acceso a la información que otros trabajadores no tienen. Eso los pone frente a derechos y obligaciones particulares que en conjunto constituyen un **mandato ético**.

Las periodistas o los periodistas deben ser **rigurosos**, deben ser **buscadores incansables de la verdad**, de la justeza, de los datos que nos acerquen a las versiones más racionales de lo que ha pasado o podrá pasar. Son las personas a las que nuestra sociedad les otorga el duro mandato de ayudarnos a entender lo que nos pasa en las cuestiones que tienen que ver con nuestra vida pública.

Además, un rasgo saludable de un periodista (más aún si se llama a sí mismo periodista comunitario) es la **sensibilidad** para conmovirse con esa realidad que se registra y se intenta describir, o explicar al lector. Esto que parece obvio, no lo es tanto. Alcanza con ver el accionar cotidiano de muchos periodistas profesionales de diarios comerciales que, acuciados por la necesidad de producir materiales "**vendibles**" para el diario, radio o canal para el que trabajan, descuidan el hecho de que atrás de sus relatos, de sus historias y sus pareceres hay personas que encarnan esos hechos, seres humanos con sentimientos, historias, sueños, y deseos que muchas veces terminan traicionados o maltratados en coberturas impiadosas. Cuando se apaga la cámara o el grabador, esas personas siguen viviendo sus historias en su lugar, con sus vecinos, etc. La sensibilidad es, acaso, una de las cualidades más bellas y valorables de un periodista porque representa la disposición del mismo a colocarse en el lugar del otro, a no medir la importancia de los hechos sólo con sus propios ojos y sus propias varas (o con los de la empresa periodística para la que trabaja).

Por otro lado, el periodista respetable es un ser **solidario**, el que es capaz, incluso a sabiendas de que se trata de un ejercicio de la razón y la imaginación, de **colocarse del lado de las víctimas y de los que sufren**. Nunca de los victimarios, los opresores, los explota-





Tomen nota

Los y las periodistas no son ni genios ni seres extraordinarios. Para ser un buen periodista basta con formarse, ser inquieto, no quedarse con versiones cómodas sobre la realidad que se alejen de la búsqueda del bien común, ser sensible, solidario, riguroso y honesto.

No hay periodismo comunitario sin personas sensibles que se sientan afectadas con los sufrimientos y las alegrías que hablan de la comunidad que él o ella relata.

dores, ni de las personas que producen sufrimiento a los demás. Sabemos, porque leemos los diarios, vemos la tele, escuchamos la radio, entramos a Internet, etc. que esto no sucede exactamente así en la realidad. No es cierto que todos los periodistas dejen bien parada a la profesión. Lamentablemente en el sistema en que vivimos todo se tiñe con intereses que no son compatibles con la tarea de informar seriamente, con compromiso social, con vocación de justicia, con solidaridad con los que más sufren y con sensibilidad para discriminar profesionalmente entre noticias de valor comunitario y puro chisme sin valor, más que para el escándalo o para alimentar nuestras ansias de charlatanería.

Muchas veces priman los intereses económicos (los chismes, las calumnias y los relatos fáciles, simplistas y prejuiciosos venden más porque son más digeribles, más conformistas, no requieren esfuerzos por parte de los lectores o televidentes, no comprometen ni buscan la participación de la comunidad) o personales de cualquier tipo, y no los intereses profesionales ligados a la búsqueda del bien común con la información como arma. Porque de eso se trata, justamente, de que la información es un arma con la que el periodista le va abriendo pasos a la verdad, a las verdades que la gente no tendría garantizadas si no fuera porque hay vecinos que se dedican a este "violento oficio", como alguna vez lo dijo tan lúcidamente Rodolfo Walsh, un legendario periodista argentino.

5. COMPLEJIZAR LA COMPRENSIÓN DE LA REALIDAD

Los trascendidos son píldoras venenosas para el buen periodista. Él sabe que eso puede ser insumo para personas que sólo deseen tener de qué hablar, pero no para alguien que trabaja de buscador de verdad. Él **no se alimenta de rumores, o palabrerías, intenta evitar la lógica socarrona y facilista** que sigue la premisa de que como "la gente dice que es un chorro, entonces el político ese es un chorro", "hoy hay mucho menos agua que el año pasado, esto es un desastre", "los comerciantes suben los precios cuando les da la gana", "a mí me parece que tal jugador es un patadura. ¿Por qué? Porque sí, porque a mí no me gusta". Esas no son explicaciones propias de este oficio, ni forman parte de una argumentación válida.

Todas las profesiones y todos los oficios tienen sus operaciones prohibidas. Pasos, formas, mecanismos que con sólo ser manifestados expresan ignorancia o poca práctica en el campo. A ningún jugador de fútbol se le ocurriría salir a jugar sin haber hecho un precalentamiento y sin haber elongado sus músculos, a ningún abogado se le ocurriría defender a un acusado en juicio sin reunir pruebas que lo ayuden a demostrar la inocencia del mismo, ningún plomero se pone a fumar delante de un tubo de gas que pierde, ningún jardinero deja de usar sus botas de goma cuando usa una cortadora

eléctrica. Son saberes elementales que hacen al oficio, nadie los ignora porque forman parte de ese quehacer.

El periodismo también los tiene y por eso es que los mejores periodistas no quedan atrapados en los rumores. Para que esta actividad sea interesante tenemos que exigirnos un poco más, tenemos que **buscar información y relacionarla con otra que ya teníamos** o que alguien nos trajo para que el acontecimiento, fenómeno o problema social que expliquemos sea racional, coherente y comprensible para nuestros lectores, que no son otros que nuestros vecinos, si lo que hacemos es una publicación comunitaria. Entonces, la tarea del periodista y en consecuencia de sus producciones noticiosas es hacer un **aporte complejizador** sobre un aspecto de la realidad.

Aquí va un ejemplo. Hagamos de cuenta que desde hace mucho sabemos que en el pueblo donde vivimos no hay agua, que por momentos escasea, que hay que cuidarla porque en un abrir y cerrar de ojos se nos acaba y no nos podemos bañar ni nosotros ni nuestra familia, pero nuestra explicación llega hasta ahí. Nuestra comprensión del problema nos permite sólo tomar algunos recaudos, no ensuciarnos mucho cuando sabemos que van a cortar el agua, o bañarnos en la casa de algún amigo o familiar que no tenga ese problema o lo haya resuelto con alguna alternativa. El periodista podría publicar en la revista los horarios en los que el pueblo va a contar con agua y los horarios en los que se va a cortar, por ejemplo. Pero también, y eso es un **"plus"** que este trabajo permite, puede hacer más por nosotros; avanzar en las explicaciones, las causas por las cuales es necesario racionalizar el agua. Tal vez su investigación exhaustiva llega a determinar que los responsables políticos de la Comuna, o la Provincia, las autoridades pertinentes, o las empresas que gestionan el recurso, no hicieron las obras necesarias para que todo este pueblo cuente con agua de una manera adecuada, y esa es la razón por la que se necesitan cortes permanentes. O tal vez consigue relacionar información de distintos ámbitos para explicarnos en su revista o diario que el problema no es el agua, que la falta de agua es una consecuencia de un problema mayor: la población aumentó mucho en los últimos años con el perfil turístico que adoptó la comuna. La explosión de la construcción de casas suntuosas en el pueblo por parte de personas que no viven durante todo el año aquí, pero que vienen a veranear y a disfrutar de piletas de natación que consumen mucha agua derivó en este acuciante problema. A ver, ¿qué está pasando aquí? ¿Es una noticia novedosa que siempre a esta altura del año falte el agua en el pueblo? Tal vez no lo sea, para nada. Pero sí el punto de vista, porque lo que el periodista está haciendo es ayudarnos a complejizar la forma de comprender un viejo problema, de entenderlo de una man-



ideas importantes

El marco ético y los códigos deontológicos de los y las periodistas (Lo que está bien y deber ser, lo que está mal y no se hace). Tomado del manual de TEA "Periodismo x Periodistas").

Lo que se debe hacer

El o la Periodista:

- Respetar siempre la verdad;
- Defender la libertad de información;
- Publicar informaciones con fuentes confiables y conocidas, o de lo contrario puntualizar la omisión o la reserva eventual. Las fuentes son las personas, instituciones o documentos que le facilitan información al periodista.
- Respetar la vida privada de las personas;
- Rectificar públicamente sus escritos, relatos y apreciaciones erróneas si se equivoca;
- Ser pudoroso y tener afinado el sentido común
- Ser sensible con lo que lo rodea, y solidario con los que más sufren;
- Siempre que toma y publica una idea que no es suya cita la fuente, cita a su autor;

Lo que NO se debe hacer

El o la Periodista:

- No se considera a sí mismo empresario mediático, jefe de prensa, asesor publicitario, o especialista marketinero antes que periodista. Estos son oficios que se relacionan con periodistas en el trabajo cotidiano pero que no le deben fidelidad a la búsqueda de la verdad como el periodista
- No confunde sus intereses de trabajador con los intereses empresariales del medio donde cumple sus funciones
- No presenta rasgos morbosos, ni perversos
- No basa sus producciones periodísticas en estereotipos y prejuicios
- No plagia (copia), ni roba producciones de colegas o de publicaciones de otros (sean estos periodistas, científicos, escritores, etc.)
- No roba material de archivo y siempre cuida libros, fotos, videos, revistas y todo aquello que usa para su trabajo.

Practiquemos

actividad 1

OBJETIVOS: Reflexionar sobre el uso de estereotipos en el periodismo

CONSIGNAS:

- A) Lean la siguiente placa tomada del canal Crónica TV (archivo noticia boliviano)
- B) ¿Cuál es el prejuicio y el estereotipo presente en este mensaje? ¿Por qué podríamos afirmar que este tipo de titulares es poco ético por parte del periodista?
- C) Divididos en grupos de 4 o 5 compañeros, redacten un título alternativo para la noticia
- D) Comparen los títulos producidos por los diferentes grupos y decidan con cuál se quedarían.

era mucho más reflexiva. Al relacionarnos con algo viejo de una manera nueva, al encararlo de una manera que no nos era familiar hasta ahora, tal vez como vecinos de una comunidad comencemos a buscar soluciones a viejos problemas de maneras también nuevas, inéditas.

6. DERECHO A LA INFORMACIÓN. LA HISTORIA Y LOS AVATARES

La necesidad humana de expresar ideas libremente, publicarlas y al mismo tiempo de recibir información veraz derivó, a lo largo de la historia, en las conquistas (como resultado de muchas luchas) de un derecho humano fundamental para la convivencia democrática: el Derecho a la Información. Aunque para entenderlo, tal como lo conocemos hoy, tuvieron que pasar muchos años.

Ya en la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano, luego de la Revolución Francesa de 1789, se incluían artículos relacionados con la libertad de expresión. Frases como "*ningún hombre debe ser molestado por sus opiniones (...)*", o "*La libre comunicación de los pensamientos y de las opiniones es uno de los derechos más preciosos del hombre; todo ciudadano puede, pues, escribir e imprimir libremente,*

salvo la responsabilidad por el abuso de esta libertad, según dicta la ley (...)" aparecieron en esa época. Todo esto hacía alusión, allá en los Siglos XVIII y XIX, a la libertad de imprimir las propias ideas, en un contexto histórico donde la invención de la imprenta había facilitado el acceso a las publicaciones a sectores sociales más amplios en las recientes sociedades modernas de entonces. Era la época donde se multiplicaban las **publicaciones facciosas y doctrinarias** de carácter político y donde comenzaron a surgir los primeros periódicos obreros que difundían denuncias y reivindicaciones.

A mediados del Siglo XIX apareció en Estados Unidos la **prensa comercial**. Esto es, publicaciones que en vez de estar asociadas directamente a un sector político determinado (prensa facciosa, de un partido o gremio) son iniciativas privadas de algún empresario con fines comerciales, mercantiles. En ese marco la "**libertad de prensa**" se comienza a referir a la libertad de constituir empresas informativas. De ese proceso surge también la figura del **trabajador de prensa**, del periodista que se nuclea entre iguales para defender sus derechos y sus condiciones de empleo. Entrado el Siglo XX, con el desarrollo extendido de la radio y la TV se comenzó a utilizar una expresión, "**libertad de información**", que poco a poco fue ganándole terreno a la libertad de prensa.

La Organización de Naciones Unidas (ONU) aprueba en 1948 la "**Declaración Universal de los Derechos Humanos**", que consagra el derecho de todo ser humano a investigar, recibir y difundir informaciones y opiniones. Se deja claro, en su artículo 19, que ninguna persona puede ser impedida de ejercer el derecho a la libertad de opinión y expresión de manera íntegra. O sea, se garantiza la **no persecución estatal a ninguna persona a causa de sus opiniones, investigaciones, ni por su condición de receptor o emisor de informaciones** a través de cualquier medio de expresión.

Con el **derecho a la información** se salta cualitativamente de las consideraciones de épocas anteriores respecto al tema, porque ahora se considera sujeto de ese derecho a la sociedad toda, no sólo a los dueños de los medios de comunicación. Cualquier persona en su carácter de ciudadano es titular de ese derecho y puede exigir que se lo informe con veracidad y responsabilidad sobre cualquier cuestión pública. Y al mismo tiempo **cualquier persona puede exigir que se respete su vida privada**.

Como ya vimos en el capítulo 3 el Siglo XX con sus avances tecnológicos y sobre todo con la consolidación del sistema capitalista facilitó las condiciones para que se conformaran grandes empresas, emporios comunicacionales que con el tiempo aumentaron los peligros de que el Derecho a la Información pueda seguir siendo ejercido por los pueblos del mundo.

Intentemos imaginar la diferencia entre un país con muchos (o al menos algunos) diarios con opiniones diferentes, revistas que también garantizan cierta pluralidad y alguna que otra radio en su etapa experimental, y ese mismo país, unas décadas más tarde con muchos menos diarios, ahora concentrados en pocas manos, en manos de empresarios que además poseen radios, canales de televisión y muchas revistas. Usemos un minuto para imaginarnos en qué consiste esa diferencia y relacionémosla con nuestro derecho a estar informados. Un panorama se presenta más plural, con opiniones desjerarquizadas y con una necesidad más imperiosa de que sus medios de comunicación utilicen recursos más cercanos a la argumentación racional para tratar de cuestiones públicas. Ese es el primer escenario, cuando todavía no contamos con medios de comunicación ganados por la lógica mercantil y las imposiciones empresariales. El segundo panorama, con empresarios mediáticos más poderosos, presenta una escena informativa menos plural: las mismas voces y miradas sobre las cosas circulan en varios medios de comunicación al mismo tiempo.

Algo muy común y que a la mayoría de la gente le parece normal tiene que ver con esto. Un mismo periodista trabaja en varios medios de un mismo grupo empresario. El mismo periodista publica por la mañana sus crónicas sobre la realidad nacional para el diario que compran en casa, se confunde entre invitados, chistes y pasaje de revistas en el programa de radio que conduce por la tarde y que escuchamos cuando no dormimos la siesta y ese mismo periodista cena con nuestra familia desde su estudio de televisión por la noche cuando le toca conducir ese programa de debates sobre cuestiones políticas que tanto les gusta a mamá y papá. Fijense el panorama que describimos, se parece bastante a la realidad y da por resultado un periodismo empobrecido, lleno de vaguedades y tendencias a priorizar el espectáculo, gente con poco tiempo para investigar en serio, chequear fuentes, leer libros especializados, salir a las calles a buscar diferentes versiones, y sobre todo periodistas empujados por una lógica que se acerca más a la necesidad de vender productos que de respetar el derecho a la información que tenemos como ciudadanos. ¿Recuerdan el concepto de Industria Cultural que explicamos en el capítulo 3? ¿Y el escenario de concentración de la propiedad de los medios?

Una emergencia de este tipo, pero para un escenario internacional, divisaron Sean Mcbride y sus compañeros de la Comisión Internacional sobre los Problemas de Comunicación de la UNESCO (CIC) cuando a fines de los años 70 elaboraron un informe sobre la situación de desequilibrio entre los países en relación con la comunicación y las informaciones. Ellos habían centrado su análisis en el hecho de que cuatro agencias



Tomen nota

La "Libertad de prensa" favorece a los dueños de los medios de comunicación.

El "Derecho a la información" protege a toda la sociedad.

de noticias AP, UPI, REUTERS, y AFP difundían casi el 75% de la información internacional que circulaba por entonces. ¿Cuál era el problema según sus interpretaciones? Que esas agencias de noticias, empresas ubicadas en los países centrales (Estados Unidos, Francia, Alemania e Italia) eran las encargadas de informarnos a todos sobre cualquier acontecimiento que estuviera ocurriendo en el mundo. Una crisis política ocurrida en un país africano (Kenia, por ejemplo) era comunicada a cualquier ciudadano venezolano por periodistas norteamericanos que escribían desde Estados Unidos a partir de cables de prensa que sus colegas estadounidenses les mandaban por telégrafo. ¿No sería mejor que de esos sucesos nos enteremos por los propios kenianos, dado que conocen más su realidad y nos la pueden transmitir con más elementos y menos prejuicios? ¿Y qué pasa si a la agencia de noticias norteamericana no le interesa, o no le parece periódicamente interesante lo que sucede en Kenia? ¿Cómo hacemos nosotros, ciudadanos latinoamericanos para enterarnos de esas cuestiones? Deberíamos tener agencias de noticias propias, pero para eso nuestros países necesitan inversiones y acceso a recursos. Eso es lo que denunciaron Sean McBride y sus colegas, allá en 1980 en el marco de la UNESCO, la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en un conocido informe que derivó en un libro llamado "**Un solo mundo, muchas voces**", donde se pedía:

- Suprimir los efectos negativos de los monopolios públicos o privados, y de las concentraciones excesivas,
- Eliminar las barreras a la libre circulación de la información y
- Que los países desarrollados ayudaran a mejorar la capacidad comunicativa de los países en desarrollo.

Todo esto en pos de defender el derecho de los pueblos a la Comunicación (ya no solamente a la información) entendida como:

- El derecho de reunión, de discusión, de participación y otros **derechos de asociación**.
- El derecho a hacer preguntas, a ser informado, a informar y otros **derechos de información**.
- El derecho a la cultura, a escoger, a la protección de la vida privada, y otros **derechos relativos al desarrollo del individuo**,
- El derecho a que los recursos tecnológicos de comunicación atiendan las necesidades humanas al respecto.

Todas estas propuestas conformarían un NOMIC, un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación que fracasó rotundamente, no porque fuera malo el diagnóstico, no por falta de rigurosidad sino porque atacaba los intereses empresarios de las grandes corporaciones comunicativas. Gran Bretaña y Estados Unidos se retiraron de la UNESCO y dejaron de aportar el dinero correspondiente a su cuota como parte del organismo. El tema quedó paralizado, y la UNESCO

también. Para fines de los años 80 estos países volvieron a ser parte de esta organización pero nunca más se trató un tema tan determinante y radical como ese.

LA CENSURA

Decíamos entonces que el marco jurídico internacional desde 1948 reconoce tanto el derecho a producir información como a recibirla. Pero ni la emisión ni la recepción están garantizadas en nuestros países. De muchas maneras se las ataca y se intenta controlarlas. Una es la **censura directa**, o sea la prohibición lisa y llana de decir o de expresar. Otra es **indirecta o encubierta**, o sea no se declara públicamente que se prohíbe a alguien decir algo sino que se hace todo lo posible para que no lo diga.

Censuras directas a la libertad de producir información:

- Prohibición de manifestaciones artísticas
- Suspensión de emisión de programas televisivos o armados de "listas negras", de profesionales de la comunicación
- Amenaza directa a periodistas por informar cosas inconvenientes para algunos sectores o personas

Censuras indirectas o encubiertas:

- Quita repentina de publicidades oficiales a algún medio
- Distribución inequitativa de pautas oficiales
- Desaliento de la empresa mediática a las investigaciones de sus periodistas relacionadas con temas que involucran a empresas que tienen compromisos económicos con el medio.
- Autocensura del periodista por miedo al castigo o por propios prejuicios
- Dificultad económica y legal que encuentran los ciudadanos comunes para producir medios comunitarios.

Además debemos recordar que para ejercer plenamente el derecho a difundir información, en sociedades modernas se necesitan medios e instrumentos técnicos adecuados que puedan proponerse un alcance masivo, o al menos comunitario en territorios de menor escala. Y se necesita que las personas tengan acceso a los medios, que haya lugar en los mismos para que los vecinos expresen sus voces, sus miradas, sus críticas hacia aspectos de la vida pública, etc. Como vimos en el capítulo 4, no es fácil lograrlo en un contexto donde casi todos los medios se rigen con una lógica comercial y sólo se priorizan los "productos vendibles".

Las cartas de lectores, las solicitadas y los llamados radiofónicos, si bien no garantizan la plenitud, ayudan a ejercer este derecho a la participación. También cuando algunas organizaciones comunitarias consiguen instalar una FM para que un pueblo se la apropie y cree nuevas palabras.

Practiquemos

actividad 2

OBJETIVOS: Reflexionar sobre la censura

En 2005, en Buenos Aires, grupos católicos enfurecidos con la obra del pintor León Ferrari pretendían frustrar su exhibición mediante notas y opiniones en diarios, realizando escraches en la sala de exhibición y promoviendo que la gente se expresara en contra de esta puesta artística.

En 2007 Tucumán y San Luis fueron escenarios de ataques y agresiones físicas a los integrantes de la publicación "Barcelona" cuando intentaban realizar una muestra de tapas en la vía pública.

CONSIGNAS:

- A) Lean el texto periodístico de Clarín sobre la muestra (del final del capítulo)
- B) Respondan: ¿Hay censura acá? ¿De qué tipo?
- C) Debatan entre ustedes y propongan dos ejemplos de casos donde ustedes consideran que hay censura.

ideas importantes



Hay dos mecanismos de defensa del derecho a la información que si bien no la garantizan plenamente ayudan mucho a que no se la avasalle: el secreto profesional y la reserva de fuentes informativas. En el artículo 45 de la Constitución Nacional se establece que los periodistas no están obligados a revelar la identidad de aquellos que les brindan información. Esto protege tanto a periodistas como a informantes.

¿Y qué pasa respecto a nuestro derecho a estar informados, o sea nuestro derecho como receptores, audiencias o televidentes? Son fundamentales porque se basan en otros dos derechos humanos básicos que hemos conquistado con duras luchas: el derecho a **la participación y el derecho al conocimiento**. Este último es el que permite que sepamos y estemos al tanto de todo lo importante que sucede en nuestra comunidad, para poder participar como ciudadanos de una manera más efectiva. **El derecho a estar informados** pone el acento en un factor determinante, **el pluralismo**. Esto es que podamos elegir concretamente los medios y los canales que queremos que nos informen. Deseamos recibir una información veraz, creíble, rigurosa, seria, sensible y solidaria y por eso queremos disponer de una pluralidad de fuentes que nos abran ese juego. Si vivimos en lugares donde muy pocos producen información, donde el manejo de las noticias está concentrado en pocas manos, el pluralismo corre peligro, y nosotros como pueblo nos empobrecemos porque escuchamos, vemos y leemos versiones muy recortadas de la realidad. Cuando esto no se cumple se generan las condiciones para situaciones autoritarias y poco tolerantes con las disidencias, con las opiniones contrarias a sus puntos de vista, con la riqueza artística y cultural, con la recuperación de la memoria histórica de los pueblos, etc. Nuestros países están en deuda con el cumplimiento de estos derechos, por lo mismo que hablábamos más arriba. No hace falta más que prender la tele o la radio, o abrir un diario para comprobar que vemos, escuchamos y leemos a los mismos emisores por distintos canales.

Una de las compensaciones que se piensan desde el derecho para resguardar **el pluralismo** es el **derecho a rectificación o respuesta, también conocido como derecho a réplica**. Está contemplado en el Pacto de San José de Costa Rica (Convención Americana de Derechos Humanos de 1969), suscripta por nuestro país en 1984 y elevada a rango constitucional a partir de 1994, en su artículo 75 inciso 22. Desde entonces este pacto internacional tiene un rango superior a las leyes. Esto se aplica toda vez que desde los medios se difunden informaciones inexactas respecto un individuo o grupo. De este modo la persona o un representante puede utilizar el mismo medio para responder a esa información en las condiciones que establezca la ley.

La legislación argentina se ocupa de varias maneras del derecho a la información. Por un lado, por lo que sostenemos más arriba acerca del rango constitucional de los pactos internacionales, y además porque algunos artículos de la Constitución promulgada en 1994 lo explicitan. Por ejemplo, el artículo 41 que obliga al Estado nacional a proveer informa-

ción sobre temas ambientales para colaborar, así en la preservación del medio ambiente y los recursos naturales. Y el artículo 42 protege el derecho de los consumidores de bienes y servicios a recibir una información responsable y veraz.

La Ley 22.285 de radiodifusión que regula el funcionamiento del sistema de medios fue sancionada en 1980 en plena dictadura militar. Todavía hoy, después de 28 años, no podemos contar con una nueva Ley que garantice la vigencia de los valores y principios de la vida democrática. Muchas organizaciones y sectores políticos vienen accionando desde hace varios años para conseguir la sanción de una nueva ley, hay muchos proyectos **“en carpeta”** que todavía esperan que el Congreso Nacional, es decir los representantes del pueblo y de las provincias (Diputados y Senadores) traten este tema y que llegue el día que en Argentina los medios acompañen la vida en democracia y colaboren en fortalecer el pluralismo y la información de calidad. De todos modos en esa vieja Ley 22.285 se contempla la existencia de un organismo público, el COMFER (Comité Federal de Radiodifusión) que tiene por función (y obligación) sancionar a los medios cuando no cumplen con la ley. Podemos hacer denuncias ante este organismo cuando los medios avasallan nuestro derecho a la comunicación. El sitio del COMFER es www.comfer.gov.ar

7. FUENTES DE INFORMACIÓN. SABER A QUIÉN PREGUNTAR PARA SABER QUÉ DECIR.

Antes hablábamos de que el periodista es esa persona que trabaja con las noticias, informaciones que, ordenadas y sistematizadas, puedan servir para que la comunidad comprenda la realidad en la que vive. Ahora bien, ¿cómo es que el periodista consigue información útil? Mediante las fuentes de información.

Entendemos por fuente todo aquello que proporciona material para la reconstrucción informativa. Es la materia prima con la que se **“cocinan”** las noticias. En este sentido, se puede tratar de personas, testigos, documentos, libros, archivos, otros medios, etc. Nos sirven para tomar conocimiento de la existencia de un hecho, comparar informaciones ya conocidas, ampliar la información sobre el hecho, para obtener diferentes versiones del suceso, para dar con gente preparada y capaz de hacer un análisis científico o desde alguna disciplina sobre el hecho, y fundamentalmente para comprender mejor lo que pasa.

Una regla de oro es que **todo periodista debe manejarse con más de una fuente antes de publicar algo**, si es posible dos o más y cotejarlas. Cuando el comunicador se propone escribir o relatar algún acontecimiento o fenómeno tiene que contemplar todas las posibles fuentes a las que debiera consul-

tar. Pero la fuente no es un rumor, eso tiene que quedar claramente diferenciado. Y un comentario que no puede ser probado no sirve como fuente.

Existen muchas formas de clasificar las fuentes. Aquí proponemos y explicamos la siguiente:

A- LAS FUENTES OFICIALES son aquellas a las que se puede citar y chequear. Incluyen a las documentales, las directas y las aportadas por otros.

1. Fuentes Documentales: archivos de diarios, hemerotecas, Internet, bibliotecas, libros, audiovisuales, etc.

2. Fuentes Directas: personas, testigos, funcionarios, etc. En el libro de Jorge Halperín, “**Noticias del Poder**”. Buenas y malas artes del periodismo político” se realiza una división dentro de las que llamamos directas entre fuentes espontáneas y fuentes buscadas. Y dentro de las buscadas, entre ocasionales y regulares.

2.1 Las fuentes espontáneas son aquellas que buscan al periodista, lo llaman, lo persiguen. En general se trata de personas desconocidas para él, aunque no siempre. Muchas veces actúan como fuentes espontáneas personajes públicos reconocidos. Esto exige que el periodista la chequee de inmediato, porque muy rara vez alguien se acerca a un periodista para informarlo de algo, si no es porque existe un interés personal en que esa información se conozca tal cual se la está presentando. En muchos casos las fuentes espontáneas (conocidas o desconocidas) no garantizan informaciones relevantes, periodísticamente hablando, y en otros casos carecen de consistencia y posibilidad de constatación. También hay fuentes que siendo espontáneas presentan elementos para ser tomadas en serio, pero igual el periodista tiene que verificarlas y no publicar de entrada una versión escuchada al azar.

2.2 Las fuentes buscadas son aquellas a las que el periodista acude porque tiene la certeza de que pueden aportar información útil para la investigación que está llevando a cabo. No siempre es así. Y volvemos a lo anterior: muchas veces son más confiables las espontáneas que las buscadas.

Esto lo podemos entender cuando pensamos que hay gente que ocupa lugares de privilegio en diferentes instituciones que les permite hacer un uso arbitrario de las informaciones. Por ejemplo, los voceros de organismos públicos, los encargados de prensa o de relaciones institucionales de empresas importantes, o la médica principal de un CAPS son personas que tienen la capacidad de cen-

Practiquemos

actividad 3

OBJETIVOS: Visibilizar la existencia de enfoques en distintos medios y relacionarlo con el derecho a la información

CONSIGNAS:

- A) Lean las dos noticias que les presentamos.
- B) Hagan una lista de diferencias entre los modos como se trata la información en cada una.
- C) Respondan: ¿El tratamiento de esas noticias respeta el derecho a la información que tenemos como lectores? ¿Por qué sí o no en cada caso? ¿Qué podemos hacer frente a eso?

FUENTES	A OFICIALES	1 DOCUMENTALES	PRIMARIAS		
			SECUNDARIAS		
		2 DIRECTAS	2.1 ESPONTÁNEAS		
			2.2 BUSCADAS	2.2.1 OCASIONALES	
				2.2.2 REGULARES	
		3 APORTADAS POR OTROS	3.1 AGENCIAS		
			3.2 CORRESPONSALES		
			3.3 ENVIADOS ESPECIALES		
		B EXTRAOFICIALES			

tralizar la información y usarla según sus preferencias. Si nosotros trabajamos en una revista, o hacemos un periódico comunitario y tenemos que buscar fuentes para desarrollar una nota sobre cualquier tema de interés para el lugar donde vivimos, nos podemos percatar de que para cada tema vamos encontrar personas o instituciones que naturalmente cuentan con más información útil para nuestro trabajo. Eso presenta una ventaja y un riesgo al mismo tiempo. La ventaja es que esa persona, como fuente, hace nuestro trabajo más fácil y rápido; el riesgo es que nos deja a nosotros, como periodistas, a merced de su buena voluntad, de su ánimo por brindarnos información sin pretender tergiversar los datos. Por eso **no podemos confiar ciegamente en ninguna fuente aunque sea buscada por nosotros**.

2.2.1 A su vez las **fuentes buscadas** se pueden dividir en ocasionales o regulares. Aquí se presenta el mismo problema que con las espontáneas. Si son **ocasionales** muchas veces pueden presentar la ventaja de que no tengan un interés personal en mantener una versión u otra respecto a esa información. Por ejemplo, si en la parada de un colectivo que viene con demoras o funciona mal, le preguntamos a la gente "*¿cuánto hace que espera el colectivo y qué opina de esta empresa?*", podemos encontrarnos con respuestas que nos hablen de la experiencia personal y de una opinión no muy calificada respecto a cómo funciona la empresa. Imaginemos lo mismo si le preguntamos a la gente acerca de cómo es el servicio de un hospital público. Muchas veces sus respuestas van a ser precisas respecto a algún dato relevante de la información que yo debo recon-

struir como periodista. "*Hoy vine a las 6 de la mañana e hice una cola de cinco horas*", "*llegué a las 8.00 de la mañana y el médico que ya tenía que estar, no había llegado todavía*". Hasta ahí, esas fuentes ocasionales son válidas y útiles, pero si yo necesito analizar el estado de situación del hospital o de la empresa de transporte que maneja los colectivos, la opinión del público puede pecar de desinformada.

Hay una sospecha periodística que es buena a la hora de pensar sobre la validez o no de las fuentes (sobre todo las ocasionales), la gente, en general no sabe sobre todo, pero en general la gente opina sobre todo, aunque no sepa. Ese es el riesgo que queríamos explicitar. Las fuentes ocasionales no siempre son las que disponen de la mejor información.

Sin embargo, volvemos a poner las comillas del caso, ya que hay fuentes ocasionales que por su calidad informativa pueden transformarse en fuentes buscadas para informaciones futuras. Si como periodistas detectamos que esa fuente ocasional fue seria y veraz, podemos volver a contactarla tantas veces como sea necesario. Eso pasa cuando damos accidentalmente con personas que por su actividad cotidiana cuentan con datos de primera mano sobre algún tema de interés para nuestra tarea. Esto ya pasó en otras épocas de nuestra historia, cuando periodistas que trabajaban a la vera de la clandestinidad, como el caso de Rodolfo Walsh y de otros muchos como él que para conocer datos de la realidad económica y política argentina recurrían a los delegados de fábrica, los trabajadores que conocían el proceso productivo de la com-

pañía en la que cumplían funciones y como tenían un compromiso con sus compañeros y con el periodismo que se proponía difundir sus puntos de vista, informaban a esos periodistas. Esto antes era muy común porque los trabajadores estaban organizados y muchos de ellos producían sus propios medios o informaban a periodistas. En esa época, las empresas no difundían la cantidad de bienes producidos, las ventas mensuales, los niveles de ganancia, las compañías con las que se estaba tratando desde las cúpulas, los contactos gubernamentales de los patrones. Hoy algunas cosas han cambiado: las empresas se ocupan ellas mismas de contratar agentes de prensa que difunden su información institucional. Se trata de información de primera mano que los periodistas reciben en sus propias casillas de correo electrónico, ya "**masticada**" y lista para salir. El profesional de la comunicación debe evaluar su importancia y chequearla.

2.2.2 Las fuentes buscadas regulares a diferencia de las ocasionales son las que el periodista consulta con frecuencia para tratar determinados temas. Por ejemplo, los que escriben en la sección Economía de un diario, generalmente consultan a una fuente regular, un funcionario con llegada al ministro que cuenta con información de primera mano para que el periodista se luzca con sus primicias. O sea, con la noticia a la que él llegó antes que los demás. Estas fuentes suelen presentar inconvenientes de un orden muy distinto a los de las espontáneas. Generalmente se trata de personas muy bien informadas y formadas sobre el tema del que nos hablan, a diferencia de las ocasionales que pueden presentar el riesgo de la desinformación; pero al revés de las ocasionales, las regulares sí tienen intereses en juego a la hora de facilitarnos información. Nunca nos hablan despojados de posturas o de mandatos, siempre intentan que el periodista escriba las notas tal cómo ellos se lo están diciendo o por lo menos sin muchas diferencias. De tan regulares que son (hay periodistas que se encuentran con sus fuentes una vez por semana en un bar a charlar) se llega a construir una relación que excede el vínculo profesional, que a veces se confunde con "**amistad**", pero cuando hablamos de noticia e información la amistad no es un valor que debería primar.

2. Fuentes aportadas por otros: se trata de una fuente oficial, porque se la puede citar y chequear.

3.1 Las agencias de noticias son organizaciones que suministran información nacional o internacional de manera rápida a radios, diarios, revistas y canales de televisión. Las



Tomen nota

La Hemeroteca:

Es un archivo de diarios y revistas. Generalmente en las bibliotecas públicas y en algunas instituciones estatales importantes hay hemerotecas donde periodistas, investigadores, estudiantes y cualquier otra persona puede ir a consultar materiales viejos o actuales.

Conservar los materiales antiguos es costoso, ya que la tierra, la humedad, el calor y la simple manipulación dañan el papel con facilidad. Cuando hay recursos, se procede a "microfilmear" los diarios y revistas, es decir se toman fotos página por página para que los lectores usen esos rollos de imágenes y no dañen el original. En algunos casos está permitido fotocopiar las hojas, aunque actualmente muchos de los que van a consultar llevan sus máquinas de fotos digitales y capturan tomas que luego leen en sus computadoras.

Conservar diarios y revistas es cuidar una parte importante del patrimonio cultural, ya que estos medios dan cuenta de parte de la vida cotidiana de una sociedad. Cuando queremos saber qué se ha publicado sobre un tema, la hemeroteca es el lugar ideal.

En Tucumán hay una hemeroteca abierta al público. En la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Tucumán -Avda. Benjamín Aráoz 800.

agencias están dotadas de periodistas en todo el país que cubren noticias de todas las secciones con una gran velocidad. Generalmente envían anticipos noticiosos y flashes informativos. Hay agencias de noticias nacionales (TELAM, DYN y NA) y extranjeras (EFE, ANSA, DPA).

3.2 El corresponsal es un periodista acreditado en un lugar determinado (país, organismo o institución) desde donde envía información a un medio. Escribe noticias para un medio local (argentino, por ejemplo) pero está instalado todo el tiempo en Estado Unidos. Todas sus notas tienen "un toque" argentino aunque se vaya especializando en la realidad de aquel país.

3.2 El enviado especial, por su parte, es el periodista que se traslada a un lugar a cubrir un hecho en particular. Las elecciones en Brasil, La fiesta del caballo en Raco, el mundial de fútbol, o una guerra. Una vez que termina su cobertura vuelve al medio donde trabaja diariamente.

B- LAS FUENTES EXTRAOFICIALES son aquellas que no se pueden citar y por lo tanto son incontrastables. También se llaman fuentes con reserva total (off the record): personas buscadas o espontáneas que nos facilitan una información que sirve para que el periodista siga indagando, pero manteniendo en secreto a la fuente que le dio el dato.

Un periodista con muchísima trayectoria, Oscar Raúl Cardoso, dice que siempre que uno se acerque a una fuente debe hacerlo con una "**sospecha informada**". O sea con un trabajo de investigación previo sobre el tema a tratar que haga que el periodista no sea fácilmente manipulado por la fuente. Esto se puede hacer recurriendo a archivos de diarios para ver lo que ya fue publicado sobre ese tema, yendo a una hemeroteca pública, viendo documentales audiovisuales, buscando libros, entrando a Internet y rastreando por el título o por el nombre de algún involucrado. Siempre tenemos que saber algo antes de ir a preguntar, porque eso nos permite "**filtrar**" la información que recibimos y aumentamos (al menos un poco) las chances de separar "**información genuina**" de "**carne podrida**" (como se conoce a la información falaz, sin consistencia o directamente mentirosa).

Por eso hay algo que el periodista, sea comunitario o de un medio comercial, debe tener siempre presente. No se hace periodismo con una sola fuente, siempre es conveniente la pluralidad, la mayor cantidad de versiones sobre un tema, la aparición de voces encontradas, a veces circunstancialmente enfrentadas y otras veces estructuralmente antagónicas (esos enemigos por naturaleza).

8. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS.

Además de la correcta utilización de las fuentes y de respetar la estructura básica de la noticia debemos organizarla según formas de presentación ya reconocidas por los lectores de productos periodísticos. Las noticias adoptan diversas presentaciones y funciones que se conocen como géneros periodísticos. Estos se diferencian por la utilización de los tiempos verbales, los adjetivos que contempla, y la aparición o no de algunas figuras retóricas. Veamos algunos géneros conocidos:

■ **Crónica:** Es un relato de acontecimientos que privilegia el respeto por el **orden cronológico**. Es el género más realista porque produce en el lector ese efecto de realidad que se da cuando se recupera el pasado inmediato con hechos concretos. Utiliza muchos adverbios de tiempo como ("*ayer*", "*mañana*", "*hace tres días*"). Es más extensa que la simple noticia (que responde a las seis preguntas fundamentales enumeradas más arriba) porque su función es ampliar el hecho noticioso o desmenuzarlo. Presupone un lector interesado en el tema del que se habla y por eso su escritura suele darse mayores licencias literarias que las notas comunes. Hay crónicas de ceremonias, asambleas, actos públicos, competencias deportivas, etc.

■ **Nota de Color:** Es un artículo que sirve para **ilustrar** algún tema presente en la noticia aunque no sea el tema central. Recoge testimonios de testigos de los hechos, presenta cronologías, historias complementarias y material de archivo (textos e imágenes). También puede ser una nota de color que no esté relacionada con la noticia, sino con un tema que en sí mismo se desea difundir.

■ **Perfil:** Sirve para presentar a un personaje o un lugar. Por ejemplo tenemos una nota sobre la entrega de los premios Oscar, esa es la principal con cabeza informativa, cuerpo y remate. Como nota auxiliar en un recuadro podemos hacer un perfil del director de la película que ganó ese mentado premio. Nos parece importante porque el director es desconocido para el gran público. No se trata de una biografía sino de una semblanza que destaca los rasgos más sobresalientes del personaje. No pretende exhaustividad respecto a él, sólo los datos básicos y luego una pincelada que lo humaniza y lo pone al alcance de cualquier lector. El perfil: insinúa un carácter, presenta una persona de carne y hueso con victorias y miserias, destaca características físicas, describe facciones, tics, hábitos, cuenta cómo es la voz y la personalidad.

■ **Nota de opinión:** Está estructurada como un discurso argumentativo, presenta opiniones y razonamientos. Tiene un **orden lógico**, no cronológico. Ofrece un análisis

más o menos reflexivo sobre un acontecimiento de importancia para una comunidad. Son esos espacios periodísticos que se aprovechan para relacionar acontecimientos, realizar comparaciones, presentar pruebas y ofrecer un punto de vista sobre el tema que se trata. No se intenta ocultar el posicionamiento -limitando la escritura a la presentación de datos-, sino que se toma postura por una interpretación de lo acontecido. Generalmente se trata de notas firmadas por periodistas conocidos o por figuras públicas. Los lectores creen en esa opinión, en parte, porque conocen al/la autor/a y confían en él/ella. Pueden tratarse de críticas literarias, deportivas, artísticas o simplemente de un acontecimiento coyuntural.

■ **Editorial:** Presenta una estructura similar a la nota de opinión, pero sus enunciados se presentan como "**máximas**" con definiciones atemporales. Frases como "*No hay país que crezca sin industria*" puede pertenecer a este género. Forma parte de ese "**pacto de lectura**" entre el medio y sus lectores porque representa la línea oficial, la mirada de mundo, la forma de interpretar la realidad que tienen las autoridades del medio. No enfatiza los acontecimientos coyunturales sino la valoración (positiva o negativa) que se hace de ellos en el marco de interpretaciones más generales. Es el género que plantea de modo más explícito la opción ideológica de su autor. No lleva firma, porque es la voz de la empresa de comunicación.

■ **Informes e investigaciones:** Son un mix de informaciones organizadas en forma de crónicas y cronologías, datos estadísticos y comparativos, opiniones de personas calificadas en un tema y explicitaciones de opciones ideológicas en pugna. Se intenta dar un panorama denso y en profundidad sobre un problema o un fenómeno importante para la comunidad. Por ejemplo un informe sobre el "lock out" agropecuario en Argentina durante el año 2008 no quedaría en una crónica y un editorial, sino en un mix de textos que den cuenta de todas las aristas del problema y lo analice desde sus implicancias culturales, económicas, políticas, sociales, internacionales, etc.

■ **Entrevista:** Es un género en sí mismo porque a veces se presentan entrevistas enteras que ocupan toda la noticia, pero también es un género "**comodín**" que puede estar incorporado dentro de una nota que se presenta en forma de nota de color, historia de vida, etc. Es un diálogo con una persona que por alguna razón se considera válida para aportar datos interesantes para la investigación que hacemos. O también para la nota si la entrevista es sólo eso. Esas razones pueden ser, que sea un especialista en el tema, que

LA INVESTIGACIÓN EN PERIODISMO

Los informes son resultados de investigaciones periodísticas, o sea de una búsqueda sistemática de información sobre un tema particular. Si bien no son científicas, estas investigaciones intentan acercar a la gente no especializada a un conocimiento más riguroso sobre la cuestión tratada. Para ser buena tiene que ser veraz y denotar mucho trabajo de búsqueda por parte de sus autores. Hay algunos pasos a tener en cuenta para realizar una investigación periodística:

Primero tenemos que **circunscribir claramente el tema**, acotarlo y plantear concretamente aquello que se quiere investigar. Por ejemplo no se investiga "El mundo de las drogas en Latinoamérica" a no ser que seamos especialistas en el tema y tengamos recursos para hacer viajes y acceso a muchas fuentes. Tal vez podamos investigar "**El problema de las adicciones juveniles en la comuna donde vivo**". Cuando definimos el tema arranca la investigación.

Inmediatamente después vamos a **buscar fuentes**. Para eso vamos a hacer una lista de todas las instituciones, producciones conocidas (libros, películas documentales, audios, artículos periodísticos anteriores, revistas y sitios de Internet), y personas públicas o no conocidas que puedan saber del tema de nuestra investigación por su profesión, actividad o por haber sido testigo o protagonista de un hecho relacionado con el tema. Todas esas van a ser nuestras fuentes buscadas. Y nuestro punto de partida va a ser "**meternos**" bien en tema. Para eso vamos a comenzar por las fuentes secundarias, por todo lo que ya esté documentado. Vamos a acercarnos al archivo del diario más cercano para ver qué hay sobre el tema, ir a una biblioteca y consultar la hemeroteca, también podemos ir a los medios de comunicación (radios y TV) y procurar material de archivo de sus programaciones, busquemos en Internet, podemos consultar en la Comuna qué es lo que tienen sobre eso, y en el resto de las instituciones del lugar, recordar cuáles son las organizaciones no gubernamentales (ONG) que tenemos cerca y ver si ellos mismos pueden facilitarnos algún material o contactarnos con otras organizaciones que trabajan sobre el tema que nos ocupa. Para

algunas investigaciones nos pueden servir los boletines oficiales, los expedientes de los juzgados, las solicitadas, los avisos fúnebres y las publicaciones especializadas.

Una vez que estamos informados sobre el tema, que tenemos material de referencia como punto de partida, hacemos un **listado de posibles entrevistados**. Hagamos una lista grande aunque después no entrevistemos a todos, porque siempre puede acontecer que no consigamos dar con todos los que queremos hablar. Miremos a nuestro alrededor, qué personajes de los que conocemos pueden saber sobre ese tema, el Delegado, la doctora del CAPS, algún trabajador de la Comuna, un vecino que tienen un oficio o una profesión relacionada. Pensemos también que, llegado el caso, podemos entrevistar especialistas, médicos, abogados, psicoanalistas, economistas, historiadores, arquitectos, etc.

Esos son los datos más ricos que vamos a tener en nuestra investigación, los que conseguimos a partir de entrevistas hechas por nosotros mismos. Una vez terminadas las entrevistas tenemos que **ordenar todo el material reunido**, los datos que teníamos de nuestras fuentes secundarias (documentos) y primarias (datos surgidos de las entrevistas), es como armar un rompecabezas. Para esto debemos estudiar bien, repasar los datos que tenemos, ver que coincidan y si en algún lugar vemos contradicciones volver a las fuentes para que nos saquen de dudas, o parar y buscar en otra fuente si surge alguna duda.

También tenemos que tener buen olfato para descartar lo que nos viene entorpeciendo el avance de la investigación y aprender a parar cuando ya agotamos el tema que nos propusimos.

El último paso es **armar el informe final**, para esto podemos hacer cuadros sinópticos y esquemas para ordenar los datos obtenidos. Hay que escribirlo con claridad y sencillez en la exposición de ideas y dejar planteadas las posiciones contrapuestas que aparecieron en la investigación. Hay que cerrarlo con un dato fuerte, una opinión sobre un aspecto del problema con un fundamento sólido.

tenga una profesión afín al tema, que haya sido protagonista del tema, que haya sido testigo del tema, que sea parte de una institución relacionada, o que ese tema conviva con él de alguna manera.

Para que la entrevista salga buena es importante que consideremos algunas cuestiones antes, durante y después de la misma.



SOCIEDAD

Imprimir Enviar Tamaño de texto

ENTREVISTA JORGE EDWARDS ESCRITOR CHILENO

"La poesía sobrevivirá como en la dictadura, con minorías secretas"

Un poeta es el personaje de la novela con la que Edwards ganó el Premio Planeta-Casamérica.

Por: Gisela Antonuccio ESPECIAL PARA CLARIN.

Como el creyente, quien no necesita de más virtud que la de la fe para asentir la Revelación, también él confió alguna vez -y todavía busca hacerlo- en la promesa que esconde la poesía, aun cuando ésta se le haya resistido.

Eso deja entrever el escritor chileno Jorge Edwards, quien presentó ayer en Buenos Aires su última novela, *La casa de Dostoievsky*, ganadora del premio Planeta-Casamérica 2008, en la que el protagonista es un poeta.

El galardón, dotado con 200.000 dólares, incluye una tirada de 100.000 ejemplares en todo el mercado hispanohablante.

"No soy un buen poeta, en realidad soy el reflejo de otros poetas. Con la poesía no logré un lenguaje personal, que sí logré con la prosa", afirma. Y es ese reflejo, cuenta, el reflejo de otros poetas, lo que le permitió componer al personaje del Poeta de su novela, que se mueve entre el Chile de la posguerra y la revolución en Cuba hasta la dictadura de Augusto Pinochet.

Pero aunque dice estar convencido de su "carencia", ello no le ha impedido entrever algo que ocurre con la poesía. Dice: "El poeta cree en ella y es la única real pasión de su vida".

De ahí que el universo de los poetas, con sus aspiraciones y delirios, sea la

Antes de la entrevista

- Conozcamos los **antecedentes del entrevistado**, actividades e ideas a las que adhiere. Anotar datos relevantes buscados en documentos a través de diarios, archivos e Internet.
- Hacer un punteo de **posibles preguntas o temas a tratar**. Sólo para ayudarnos, no para atarnos a él. Las mejores son las preguntas que no buscan como respuesta el "sí o no" cerrado del entrevistado. Las preguntas tienen que ser concisas y concretas y ser interesantes para el lector, no para nosotros. Las buenas preguntas ayudan a cambiar el punto de vista y nunca pretenden pasar por arriba al entrevistado.

- Es importante no hacer preguntas "**para zafar**" y salir del paso. No hacer preguntas para que nos digan lo que ya sabemos. No plantear preguntas sin interés para el lector y menos para herir y molestar al entrevistado, ni preguntas retóricas o que no permitan la repregunta.

Durante la entrevista

- Llevar siempre cámara, grabador o un cuaderno para tomar notas. Pero siempre registrar las palabras del entrevistado.
- Estar atentos y escuchar bien lo que nos dice el entrevistado. Esa es la información que va a nuestra nota.
- Repreguntar cuando sea necesario: si pensamos que el entrevistado se puede seguir explayando o quedan huecos en su relato, contradicciones o cosas sin explicar.
- Dejar abierta la posibilidad de volver a consultarlo en un futuro si es que nos quedan "**cabos sueltos**" o dudas.

Después de la entrevista

- Seleccionar las preguntas y respuestas que tengan verdadero interés para nuestra publicación.
 - Reordenarlas. Muchas veces el orden del diálogo no es el mejor para un texto escrito.
 - Redactar la entrevista. No hace falta que sea textual. Tomar la esencia del comentario y hacerla "**digerible**" a la lectura.
- Debate:** Si bien es un género propio de la radio y la televisión, también se lo utiliza en la prensa gráfica. Se trata de una confrontación entre dos o más personas respecto a un tema de interés público donde claramente hay posturas encontradas. Si es en un diario se publican tantas notas como debatidores haya, si es en radio o TV debe haber un moderador que encauza el tema, otorga el "**turno**" para usar la palabra y marca los tiempos de intervenciones, además de resumir las posturas de los invitados.

9. VEEDURÍAS Y OBSERVATORIOS. ¿CÓMO NOS AYUDAN A MEJORAR EL PERIODISMO?

Desde hace algunos años en América Latina han comenzado a crearse espacios formados por periodistas, investigadores y organizaciones de la sociedad civil para discutir y actuar sobre los modos en que los medios de comunicación están construyendo sentidos y poniéndolos en circulación.

Estos espacios, definidos por el investigador colombiano Germán Rey como "**metáforas de procesos sociales y comunicativos relacionados con la democratización de la sociedad**", toman diferentes formas según los países. Algunos se llaman Observatorios de medios, otros Veedurías ciudadanas. Lo común, dice Rey, es que estas experiencias se desarrollan a partir de importantes crisis sociales, políticas, económicas. En general se presentan como espacios de construcción de ciudadanía y pretenden insertarse en proyectos sociales más amplios que su propio alcance.

Se proponen vincular a los ciudadanos con los medios de manera de repensarlos en función de sociedades más democráticas, en las que se respete el derecho a la información.

¿Qué se critica desde las veedurías?

- La distancia entre la información ofrecida y la expectativa de la sociedad,
- La forma en que los medios representan la realidad, muchas veces está más atravesada por su lógica empresarial que en relación con las necesidades sociales
- La invisibilidad de algunos temas y actores (lo que no dicen los medios).

Estas nuevas instituciones crecen dado que los medios, en muchos casos, son parte de las instituciones en crisis de representación. O sea instituciones que no cumplen con el rol y el mandato que históricamente la sociedad les ha dado. Incluso el modo de hacer periodismo, dice Rey, ha entrado en una grave crisis de legitimidad que estos nuevos modos de participación (veedurías y observatorios) plantean. En el mismo contexto, muchas organizaciones utilizan como circuitos de información otros medios menos consolidados en la industria cultural, medios alternativos, canales informales, etc.

De este modo los observatorios están poniendo en discusión asuntos diversos como:

- Las leyes de radiodifusión
- El acceso a la información pública
- El sistema de propiedad de los medios cada vez más concentrado y convergente
- La formación de agendas informativas poco plurales: homogeneización informativa y censura de temas y actores
- El rol social de los periodistas que trabajan en grandes empresas



Tomen nota

En 2006 el INADI (Instituto Nacional contra la discriminación, el racismo y la xenofobia), el COMFER y el CNM (Consejo Nacional de la Mujer) crearon un observatorio de medios para analizar contenidos difundidos por los canales de televisión y radio en nuestro país. El objetivo es señalarles a los comunicadores las situaciones en las que cometen actos de discriminación consciente o inconsciente. No busca sancionarlos sino desarrollar una acción educativa y proponer un cambio de actitud. Y ya hay algunos avances: varios periodistas muy reconocidos se han sentado a oír recomendaciones del Observatorio y algunos incluso se han disculpado públicamente.

- Las modalidades informativas
- La situación laboral de los trabajadores de prensa
- El sobredimensionamiento del rol de los medios, que muchas veces cumplen roles que no les corresponden (de jueces, por ejemplo)
- La falta de conocimiento sobre las necesidades de los públicos (prima la lógica del rating)

¿Dónde hay y cuáles son sus orígenes?

Los observatorios y veedurías surgen de distintas maneras

- Dentro de los medios (Colombia) www.diarioeltiempo.com.ve/secciones
- En el marco de universidades (Ecuador) <http://www.victimasdelprensa.com/>
- Desde organizaciones de la sociedad civil (Perú) www.veeduria.org.pe
- A partir de organizaciones de periodistas (Argentina) www.fopea.org.ar

¿Cómo trabajan?

Las veedurías realizan monitoreo de temas, agendas y géneros (rastreo cuantitativo), estudian las demandas de las audiencias (estudios cualitativos y encuestas), y llevan a cabo campañas de difusión y de recolección de firmas. Además se plantean estrategias de incidencia en medios de comunicación y en ámbitos políticos o judiciales.

Todos hacen de alguna manera devolución a la ciudadanía y algunos tienen focalizaciones temáticas como derechos de la infancia, de las mujeres, etc.

Aspectos en común de las veedurías

Germán Rey señala un trabajo común respecto a algunos problemas fundamentales. Los observatorios y veedurías asumen que ven la realidad desde un determinado lugar, no tienen pretensiones de objetividad ni de exhaustividad. Reconocen su visión parcial.

Observar significa, señala el autor, reconocer que se necesitan diferentes miradas para comprender los problemas de manera plural.

Los observatorios no se proponen representar a la sociedad como hacen los medios tradicionales que se erigen en "*la voz de la ciudadanía*", sino constituirse en espacios de participación. Trabajan para articular con proyectos sociales y políticos más amplios porque lo que constituye a la realidad es más rico y complejo que lo que muestran los medios.

Desde estos espacios se considera que la comunicación debe necesariamente articularse con la acción. De ahí el énfasis puesto en la producción de campañas de incidencia o de difusión, proyectos de ley, defensorías, capacitación.

¿sabés quién fue?



Rodolfo Walsh

Nació en 1927 y murió en 1977. Periodista y escritor argentino, Walsh era hijo de padre irlandés. Trabajó como corrector en una editorial importante y también como traductor. Jugaba al ajedrez, leía mucha literatura y escribía cuentos policiales que publicaba en revistas. Fue heredero de Edgar Allan Poe y Jorge Luis Borges. La obra de Walsh rescata los modos del habla popular y géneros poco valorados por la cultura dominante, como el drama policial. En este sentido es heredero del folletín. Aunque el norteamericano Truman Capote es conocido como el inventor del Nuevo Periodismo, Rodolfo Walsh, casi una década antes, fundaba en Argentina ese campo que representa el encuentro entre la literatura y el periodismo de investigación, el relato "no-ficción".

Escribió tres piezas maestras del periodismo político contadas como si fueran casos policiales: "Caso Satanowsky", "Operación Masacre" y "¿Quién mató a Rosendo?". Se trata de obras de investigación sobre asesinatos vinculados con la política argentina. **Operación Masacre** es la investigación sobre el fusilamiento, en 1956, de varios hombres en el marco de la dictadura que derrocó a Juan Domingo Perón en 1955. El hecho tuvo lugar en un basural en José León Suárez donde el Ejército fusiló a varios hombres que supuestamente habían participado de un alzamiento militar contra la dictadura. **El caso Satanowsky** es el asesinato de un abogado que defendía los intereses de la familia Peralta Ramos, dueña del diario La Razón, que Perón les había expropiado y que ellos querían recuperar. Y **¿Quién mató a Rosendo?** es la historia del asesinato, en 1966, de Rosendo García, un delegado sindical opositor a Timoteo Vandor que le disputaba el liderazgo de la Confederación General del Trabajo (CGT)

Walsh llegó a la investigación sobre los fusilamientos de J. L. Suárez casi de casualidad. Un amigo le comentó "*Hay un fusilado que vive*". Walsh se conmovió. Inició el proceso de investigación, lo entrevistó, busco fuentes, las contrastó. Se hizo pasar por familiar de uno de los fusilados en el juicio. Estuvo en el lugar de los hechos. Se involucró cada vez más. Descubrió que los sobrevivientes eran siete. Al principio nadie quería publicar sus artículos. Finalmente el periódico Propósitos publicó la primera entrega, pero después por amenazas de clausura no siguió. En Mayoría aparecieron nueve entregas, hasta que en 1957 lo editó como libro. Después tuvo varias reescrituras. Walsh se fue consolidando como un periodista comprometido con la realidad política y social del país y de Latinoamérica. Viajó a Cuba y fundó al Agencia Prensa Latina junto con Jorge Masetti, también argentino. Cuando volvió al país, terminó integrando las filas de la organización Montoneros y trabajando en el área de difusión. Fundó el periódico Noticias.

Durante la última dictadura militar, Walsh creó dos medios de comunicación clandestinos: la Agencia de Noticias Clandestina, ANCLA, y Cadena Informativa. Desde ambos medios, con una infraestructura mínima y nómada para no ser descubiertos, los integrantes enviaban a los periodistas mensajes que denunciaban tanto en nuestro país como en el exterior las atrocidades del gobierno militar.

En 1977 decidió enviar una carta abierta a la Junta Militar donde explicitaba, con su propia firma, lo que entendía era la verdadera atrocidad del régimen: el pan económico que llevaba adelante. Apenas pudo despachar las cartas en un buzón callejero cuando lo interceptó un grupo de tareas de la ESMA (Escuela Superior de Mecánica de la Armada), él se defendió a tiros, pero lo mataron. **Walsh integra la lista de los 100 periodistas asesinados y desaparecidos durante el terrorismo de Estado.**





Para saber



Les sugerimos que vean las películas:

- La Crisis causó dos nuevas muertes (Argentina, Patricio Escobar, 2006)
- La increíble pero cierta historia de Caperucita Roja" (Estados Unidos, Tony Leech, 2005) y
- La revolución no será transmitida (Venezuela, 2003)

- Un mundo sin periodistas (Horacio Verbitsky, Planeta, Buenos Aires, 2006)
- El violento oficio de escribir (Rodolfo Walsh, Buenos Aires, Planeta, 1995)
- Decíamos ayer (Eduardo Blaustein y Martín Zubieta, Coligue, Buenos Aires, 1998)



Les recomendamos los libros:

- Cuando me muera quiero que me toquen cumbia (Cristian Alarcón, Ed. Norma, Buenos Aires, 2004)



Les recomendamos los libros:

- REBELION www.rebellion.org
- CALANDRIA www.calandria.org.pe



Textos usados en el capítulo

AA. VV. . *Periodismo x Periodistas. Manual de Tea y Deportea*. Buenos Aires. Tea y Deportea, 2006

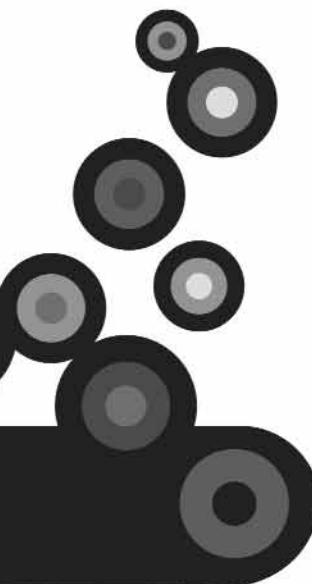
RASNOSKY, JUDITH, Y OTROS. *Comunicación. Sociedad y Medios*. Buenos Aires. Ediciones Santillana, 2007.

HALPERÍN, JORGE. *Noticias del poder. Buenas y malas artes del periodismo político*. 1era ed. Buenos Aires, Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, 2007.

FLACSHLAND, CECILIA Y SCENNA, *Miguel Ángel. Rodolfo Walsh para principiantes*. Buenos Aires, Era Naciente, 2004



CAPÍTULO 6



LA EDUCACIÓN POPULAR



LA EDUCACIÓN POPULAR

1. ¿Qué es la educación popular?
2. Para ir acercándonos a la idea de Educación Popular
3. Breve paréntesis sobre lo que llamamos educación tradicional
4. Educación bancaria y educación liberadora
5. ¿Qué es lo educativo? Conocimientos, actitudes y valores
6. ¿Dónde se enseña, dónde se aprende?
7. ¿Qué tiene que ver la comunicación en la educación?
8. El universo vocabular y el universo temático.
9. El diálogo, la horizontalidad y las redes
10. Biografías. ¿Sabés quién fue Paulo Freire?
11. Experiencias: Culebrón Timbal

1. ¿QUÉ ES LA EDUCACIÓN POPULAR?

Antes que nada, diremos que la **Educación Popular es una manera particular de entender algo tan cotidiano para todos como es la educación**. Como veremos más adelante, en América Latina la educación popular quedó definida como una corriente de pensamiento sobre la educación que tiene como principales referentes a Paulo Freire, un educador brasileño del que ya hablaremos con más detalle, a Mario Kaplún, a quien ya citamos en otro capítulo, a Rosa María Torres, educadora ecuatoriana, y a Carlos Núñez, un investigador mexicano, entre otros.

Como ya venimos diciendo en los otros capítulos, la forma en que entendemos la comunicación, la cultura, el periodismo y ahora agregamos la educación, tiene que ver con **posicionamientos, ideas que tenemos y que no siempre coinciden con las que tienen otros**. Aunque la educación forma parte de nuestra vida desde que nacimos, no toda la gente entiende a la educación de la misma manera, ni espera lo mismo de ella.

Estamos acostumbrados a leer y escuchar discursos de maestros, directores, políticos, periodistas, científicos, deportistas y artistas acerca de la importancia de la educación. Parece que nadie duda de que la educación es fundamental para todas las personas. A todos nos parece lógico que desde muy chiquitos nos manden a instituciones educativas: el jardín maternal, el jardín de infantes, la escuela primaria, la secundaria, la universidad, el posgrado. Y no sólo eso; muchos chicos y chicas además de ir a la escuela forman parte de talleres de arte, escuelas deportivas, institutos de computación o de inglés. O sea, nos parece lógico, normal, interesante, deseable, **estar siempre educándonos**. La mayoría de los papás y las mamás se preocupan por que sus hijos tengan una "**buena educación**" y confían en la "**educación permanente**".

Desde que se constituyó nuestro país, hace casi 200 años, la educación ha sido una preocupación del Estado, responsable por ley de garantizar la educación pública y gratuita.

Cualquier chico o chica de la Argentina ha escuchado hablar de **Domingo Faustino Sarmiento** e incluso ha cantado un famoso himno en su nombre. Seguramente ustedes han transitado por calles, han ido a plazas, edificios públicos, bibliotecas con el nombre de Sarmiento. Se lo conoce como el padre de la educación, porque fue quien desde la presidencia de la Nación impulsó con fuerza la masificación de la educación básica: la idea era que toda la población se educara de la misma manera en una escuela laica (o sea, no religiosa) y gratuita. Era una época en que a estas tierras llegaban enormes grupos de inmigrantes de Europa, que como es lógico tenían

experiencias de vida muy diferentes a la de la gente con la que se encontraban aquí. Además, nuestro propio territorio estaba integrado por aborígenes y criollos mestizos, y el proyecto de Sarmiento era generar una cultura unificada, es decir que todos cantaran el mismo himno, honraran la misma bandera, hablaran la misma lengua, aprendieran los mismos contenidos. Por eso, a lo largo y ancho de esa naciente Argentina se impuso el proyecto de "civilización" de Sarmiento, a través de la educación primaria, laica y gratuita. Las maestras se formaban en la Escuela normal.

Esa forma de entender la educación, que tiene como principal referente a Sarmiento fue clave en nuestra historia, marcó el sistema educativo en el que todavía nos formamos. Todos debemos ser iguales. No importan las tradiciones particulares de las familias, de los pueblos, de las regiones del país. La educación popular, como vamos a ver en el apartado siguiente, piensa muy diferente sobre cómo y para qué educar.

2. PARA IR ACERCÁNDONOS A LA IDEA DE EDUCACIÓN POPULAR

La Educación Popular surgió como corriente en la década de 1960, cuando los métodos, los contenidos y las ideas que guiaban a la educación pública en América Latina estaban demostrando que eran insuficientes para garantizar los derechos a todas las personas. En un mundo cada vez más poblado, con diferencias culturales muy marcadas entre países, provincias, localidades, se hacía evidente que la educación masiva, inspirada en el modelo de Sarmiento, no contemplaba estas diferencias, y no valoraba lo que las personas aprendían por fuera de la escuela.

El mundo era (y es cada vez más) desigual. Como dijimos en el primer capítulo, mientras algunos concentran la riqueza, otros (muchos más) son pobres, tienen dificultades para acceder a los servicios de salud, educación, entretenimiento y hasta la más elemental alimentación.

La Educación Popular parte de varias convicciones. Una, la principal, es que **la realidad se puede transformar**. O sea, esas condiciones de pobreza, de exclusión, de opresión que vive la mayoría de la gente, es modificable. La segunda certeza es que **ese cambio requiere de organización comunitaria**, o sea, crear entre todos el camino de esa transformación. En tercer lugar, podríamos decir, se trabaja desde la convicción de que para que la realidad cambie deben cambiar dos cosas, por un lado lo material, es decir el acceso a una realidad económica que les permita a los oprimidos acceder a sus derechos básicos, y por otro lado deben cambiar subjetivamente las personas. ¿Qué quiere decir subjetivamente? Subjetivo viene de

sujeito, esto implica cambios internos en las personas, por un lado que las personas deben creer que pueden modificar la realidad, por otro deben querer, desear una realidad diferente. Esto parece obvio, pero no lo es tanto. El verdadero deseo de transformación es el que guía los cambios. Cuando alguien, un grupo de personas, una comunidad, un pueblo, asume que quiere cambiar su realidad, se organiza para ello y lucha, se habla de un proceso de cambio subjetivo que puede permitir un cambio material. En definitiva, como ya lo habrán notado, se trata de quién tiene el poder y qué hace con él. La Educación Popular postula, en definitiva, que **el poder debe ser del pueblo, y que el pueblo debe luchar por mejores condiciones de vida**.

La Educación Popular como corriente de pensamiento sostiene que **la educación es fundamental para que las personas puedan vivir ese cambio subjetivo** del que hablábamos. Aunque debemos cargar a las instituciones educativas toda la responsabilidad en el cambio de condiciones de vida, desde la educación se puede trabajar con los vecinos y las vecinas para cambiar la realidad. Por un lado, a través de evidenciar, visibilizar cuáles son los problemas; en segundo lugar, apoyando esa convicción, ese deseo de cambio, en tercero, construyendo herramientas de comunicación, de educación, de lucha y en cuarto ayudando a sostener una "memoria colectiva" de las conquistas que se logran.

3. BREVE PARÉNTESIS SOBRE LO QUE LLAMAMOS EDUCACIÓN TRADICIONAL

La educación Popular nació como corriente de pensamiento a partir de una fuerte crítica a la educación tradicional, representada por la escuela. La principal crítica era que la escuela pretendía imponer una supuesta verdad: que en la educación hay alguien -el maestro- que sabe y alguien -el alumno- que no sabe. Otra crítica es que la educación tradicional considera algunos conocimientos como válidos y otros como no válidos. También se puede expresar así: conocimientos legítimos y conocimientos no legítimos.

Lo educativo, según la concepción tradicional, estaría en "**depositar**" en la cabeza de los alumnos conocimientos necesarios para su vida. O bien en "transmitir" conocimientos que, según algunas miradas se consideran legítimos, a personas que no los tienen, o que se manejan con conocimientos "**equivocados**" o ilegítimos.

¿Y eso por qué es así? Bueno, un poco, como lo anticipábamos, la construcción del sistema público de educación coincidió (en el tiempo, cronológicamente hablando) con la construcción de la Argentina como Estado - Nación, como país. O sea, con el momento en el que se estaban

tomando decisiones políticas muy importantes, como por ejemplo definir las fronteras de nuestro territorio, formar un solo ejército que lo defienda, establecer grandes ciudades, definir la economía del país y consolidar reglas de juego económicas iguales (y conocidas) para todos sus habitantes, extender la ley a todos los ciudadanos para determinar los buenos y los malos comportamientos y sus sanciones, etc.

La educación (que hoy llamamos tradicional pero que en aquel momento era simplemente educación) también participaba de ese escenario de discusiones. Había que decidir sobre qué educar, cómo educar, a quien educar y con qué métodos hacerlo. Y esto había que decidirlo desde las necesidades de ese Estado - Nación incipiente, recién nacido.

Podemos contestar una por una esas preguntas que listamos, había que educar todo lo necesario para que el país se consolidase, se desarrollase y participe de la economía capitalista que comenzaba a dominar el mundo. O sea, educar en un sentido muy definido, sin ambigüedades. Había que educar desde la idea de verdades preconcebidas, sin lugar para las dudas acerca de lo bueno para el país y para nosotros y había que extender esa educación a todos los ciudadanos para que todos aprendan y deseen vivir de una determinada manera. La educación, pensada desde los Estados, siempre está atada a las necesidades del país. A las necesidades que eligen los que gobiernan el país, o los que deciden sus destinos.

Si vivimos en sociedades democráticas y con mucha participación esas decisiones las tomamos entre todos, pero por aquellos años ni siquiera existía la democracia como la conocemos hoy, entonces las grandes decisiones, como por ejemplo la que define "**cuáles deben ser las funciones de la educación y qué educación debemos tener**", se tomaban entre muy pocas personas, muy pocos sectores sociales o grupos. Por eso también se dice, hoy, que la educación tradicional es sinónimo de educación de "**élite**" (de pequeños grupos).

Hoy resulta fácil hacer esta lectura crítica, dado que ha pasado bastante más de un siglo del surgimiento de la educación pública. Cuando surgieron los primeros educadores populares no era tan fácil, y cuando surgió la educación tradicional era casi imposible. Esta educación, concebida así era casi natural, la única posible. Tuvieron que pasar muchos años, muchas crisis políticas, sociales, culturales, económicas y de otros tipos para que nuevas camadas de educadores comenzaran a pensar que tenía sentido reinventar la educación, llenarla de nuevas motivaciones, deseos y sobre todo de nuevas concepciones.

4. EDUCACIÓN BANCARIA Y EDUCACIÓN LIBERADORA

Paulo Freire, uno de los más famosos educadores populares decía que la educación tradicional es una educación de "**élite**" y "**bancaria**", una educación adaptativa que sirve para que los alumnos aprendan conocimientos de manera no cuestionadora y pasiva. Un modelo donde los alumnos no construyen el conocimiento sino que asimilan conocimientos ya hechos por otros.

La Educación Popular, contrariamente, opina que **la educación es un proceso que ocurre entre dos o más personas que saben**. O sea, los maestros y los estudiantes aprenden y enseñan al mismo tiempo.

Esto no implica que se borre el rol del docente. Pero ahora ya no va a ser el de domesticar, o disciplinar a los niños (educación bancaria), sino que su rol se transforma en ayudar a que el educando aprenda a partir de lo que él ya sabe. ¿Cómo es eso? **Cuando ustedes llegaron a la escuela por primera vez ya sabían muchas cosas**: caminar, comer, hablar, dibujar, conversar, relatar historias, pedir permiso, prender el televisor, servirse la leche, hacer pozos en la tierra, identificar plantas, árboles, entre muchos otros saberes. Y es más, muchos de ustedes, ya sabían manejar computadoras, celulares, y conocían Internet. Tal vez no todos, pero sí algunos.

Y esos saberes dependen en cada caso de dónde vivimos, dónde nacimos, cómo es nuestra familia, a qué se dedican nuestros padres, qué animales tenemos en casa, con qué nos alimentamos, con quiénes nos reunimos durante la infancia, a qué jugamos, qué oportunidades tuvimos para conocer otros lugares, otra gente, y una cantidad enorme de otros factores que influyen en todo lo que aprendimos y sabemos.

Entonces, decía Paulo Freire, aquel que se propone trabajar desde la educación -los educadores- deben **enseñar a partir de lo que los educandos ya saben previamente**, y no deben enseñar para que el otro se adapte, imponiendo valores, criterios y conocimientos preestablecidos. Deben enseñar **en diálogo con los educandos** (antes llamados alumnos) para fortalecerlos a ellos a partir de sus mejores potencialidades y fortalecernos nosotros (educadores, maestros, profesores, facilitadores) enriqueciendo nuestras miradas con los conocimientos de los demás. En ese encuentro fluido a lo largo de los años se produce un gran proceso educativo.

A esto lo llamó **educación liberadora, por oposición a la educación bancaria tradicional**. O sea, no le vamos a explicar lo que es una vaca a alguien que vive en un pueblo donde las vacas caminan por la ruta todos los días, ni lo que es un subterráneo a un chico que vive en Buenos Aires. Pero tampoco

les vamos a enseñar a los niños a mirar la vida, el mundo, sus relaciones cotidianas, sus consumos cotidianos, desde la mirada de algunos adultos. Les vamos a enseñar, por el contrario, a que ellos elijan opiniones propias, aprendan a defenderlas y a justificarlas de manera racional y apropiada. La educación liberadora no niega al otro, no lo subestima, ni lo trata como una persona sin saberes ni capacidades, sino que ayuda a que las personas se exijan más a ellas mismas.

Como decíamos antes, todo esto no se cambia de un día para el otro, como se suele decir **"corrió mucho agua bajo el puente"** hasta llegar a que haya muchos maestros que piensen la educación así. Maestros que comenzaron a trabajar desde sus escuelas, centros comunitarios, sociedades de fomento, bibliotecas populares, organismos públicos e incluso empresas con estas nuevas concepciones e ideas. Fue necesario que maestros y maestras estén muy atentos, conozcan a los chicos y chicas con los que trabajan, se interesen por sus vidas más allá de las paredes de la escuela.

Hay muchos más elementos que apoyan esta definición de la educación liberadora, ya los iremos viendo en los siguientes apartados.

5. ¿QUÉ ES LO EDUCATIVO? CONOCIMIENTOS, ACTITUDES Y VALORES

Como ya dijimos, los educandos no tienen la cabeza vacía, a la que hay que llenar. Los educandos tienen muchos conocimientos. Lo que hacemos los educadores es establecer diálogos entre los saberes nuestros y los de los educandos. Los educadores que nos reconocemos en la tradición de la Educación Popular pensamos que lo **"educativo"** no se reduce a la educación concebida como la trabaja la escuela o las instituciones llamadas "formales" de educación (universidad, institutos, etc.). Nos educamos de múltiples formas y en múltiples espacios.

Desde este punto de vista, lo educativo es un proceso de transformación subjetiva. ¿Qué? Un proceso de transformación subjetiva. Educarse implica sí o sí que nos transformemos como personas. ¿Cómo?

Vamos por partes.

Para que haya un proceso educativo tiene que haber personas que se reconozcan entre ellas de ese modo. Se da cuando hay voluntad de establecer diálogos entre iguales donde todos los que participan tienen voz propia, opiniones propias, ideas propias, inteligencia, saberes, ganas de aprender y mucho respeto por los demás. Ese es el punto de partida de la Educación Popular, todos somos seres humanos, todos nos equivocamos y todos aprendemos con nuestros errores.

No hablaremos de educación, como no lo hacemos de comu-



Practiquemos

actividad 1

OBJETIVOS: Fijar conceptos de educación bancaria y popular

CONSIGNAS:

- A) A partir de las imágenes propuestas, discutan cuáles responderían a un modelo de educación "bancaria" y cuáles a la educación popular. Fundamenten sus respuestas.

actividad 2

OBJETIVOS: Fijar conceptos de educación bancaria y popular desde la propia experiencia

CONSIGNAS:

- A) Individualmente traten de recordar cómo fue que ustedes tuvieron sus primeros aprendizajes. Anoten algunos recuerdos y compartan con los demás.
- B) Discutan entre todos a qué modelo de educación corresponden esas situaciones ¿Por qué?

nicación, en el caso de los animales. Los animales repiten conductas pero no pueden transmitir de generación en generación sus saberes, aprender de los errores, etc. Los humanos, entonces, somos los que desarrollamos procesos de enseñanza y aprendizaje.

6. ¿DÓNDE SE ENSEÑA, DÓNDE SE APRENDE?

Lo que sostenemos aquí es que cuando nos encontramos con otras personas, nos vamos modificando mutuamente porque incorporamos, aunque a veces no nos demos cuenta, **conocimientos, actitudes y valores.**

Todas las personas que participan de un proceso educativo cambian, a lo largo del tiempo, en alguno de esos tres elementos o en dos de ellos o en los tres. Sólo así hay educación. Siempre aprendemos **conocimientos nuevos** (sean estos una nueva receta de cocina, un nuevo idioma, el francés, o un programa de computación para editar fotos digitales), pero también siempre **aprehendemos o construimos valores** (nos volvemos más solidarios, más comprensivos, o también más egoístas e intolerantes), y por último se **modifican nuestras actitudes** (pasamos a ser más activos y encaradores, más participativos y confiados, propositivos o al revés nos terminamos recluyendo en nosotros mismos, nos volvemos pasivos, ermitaños e insociables, desconfiados o apáticos). Miren cuántas cosas se cambian cuando uno se educa con otros. No solo se aprenden conocimientos para poder decir "**ahora yo sé más**", también podemos aprender para poder decir "**ahora eso me interesa**", o también "**ahora yo sí puedo**".

Esto sucede en distintos lugares: la casa, la escuela, la calle, los medios de comunicación. Sí, los medios de comunicación, hoy en día, ocupan un lugar muy importante en nuestra vida, y nos brindan propuestas educativas, que en muchos casos por el tipo de herramienta de la que se trata, no hacemos concientes. Pero cada uno educa a su manera.

Las **escuelas, universidades, institutos, talleres** son espacios abierta y explícitamente educativos. Están pensados para educar, se proponen objetivos educativos concretos, planifican y luego evalúan sus resultados. Todo el mundo sabe, en una escuela, quién educa, quién aprende. Hay contenidos establecidos por ley, que figuran en libros clasificados por materias; los chicos y chicas avanzan en sus saberes "**pasando de grado o año**" y son "**evaluados**" cada cierto tiempo para ver si saben o no.

Los **medios de comunicación**, por su parte, no siempre lo dicen, pero también tienen fines educativos concretos. Lo que pasa es que se proponen de una manera diferente a la escuela. Se supone que los medios están para entretener, para informar.

Eso dicen ellos, eso cree mucha gente. Pero **al tiempo que nos entretienen, también nos están educando**: nos hacen tomar partido en distintas situaciones, nos sugieren en qué pensar, cómo pensar, y por supuesto nos brindan muchos conocimientos concretos, como por ejemplo, en un noticiero, podemos aprender que la capital de Irak se llama Bagdad; pero también podemos adquirir una forma de referirnos a la gente, como cuando los periodistas llaman "**delincuente**" a una persona que presuntamente habría cometido algún delito. Lo llaman "**delincuente**" antes de que se pruebe su culpabilidad. Y eso va contra la propia ley, que dice que todo el mundo es inocente hasta que se demuestre lo contrario. El problema en este caso es que de tanto ver noticieros donde hablan así, nos acostumbramos a que es normal llamar "**delincuente**" a esa persona y al cabo de un tiempo nosotros mismos les llamamos así. La publicidad, que cada vez ocupa más lugar en los medios es hoy otra fuerte herramienta educativa: nos dice qué desear, cómo ser, con quiénes relacionarnos, y hasta cómo se deben dividir las tareas de la casa. Se basan en muchos casos en los estereotipos, como vimos en el capítulo 1.

Finalmente la **calle**, también es educativa. La diferencia es que es más desorganizada. No hay un director, como en la escuela, ni un dueño como en un medio de comunicación. **Lo que vivimos cotidianamente en la calle va formando nuestras actitudes y valores**. Piensen en lo que pasa cuando vamos por la calle y vemos un accidente. Algunos se detienen a mirar, otros a ayudar, otros pasan de largo, otros se hacen los distraídos. Por alguna razón nos sentimos atraídos por la actitud de unos o de otros, la imitamos, o la criticamos.

Lo más complejo de esto es que ninguno de estos espacios - escuela, medios, calle- nos educa totalmente. Nos educamos por la acción conjunta de ellos. Cuando vamos por la calle si está oscuro y alguien pide ayuda es posible que sintamos miedo y tomemos la actitud de hacernos los distraídos, porque en la televisión dicen que el barrio es inseguro. Y si ya hemos sufrido un robo anteriormente, mucho menos nos detendremos. Si se fijan, en esa pequeña reacción -hacernos los distraídos- se pone en juego el papel educativo de la televisión y de la calle. Eso pasa todo el tiempo. ¿Habían pensado en eso antes?

Otro ejemplo: vamos en un ómnibus y sube una persona de unos 40 años. Tiene un delantal blanco. Un adolescente está con su mochila pesada, después de un largo día de escuela. Otra persona le dice, de mala manera, que le ceda el asiento a la "**señorita**". El adolescente se para, con cara de resignado, y un poco fastidiado, y le deja el asiento. La persona que le pidió el lugar hace un comentario contra los jóvenes. ¿Qué pasa en esta situación? Se ponen en juego varios valores y actitudes

Practiquemos

actividad 3

OBJETIVOS: reflexionar sobre el proceso educativo en la publicidad

CONSIGNAS:

- A) Vean dos avisos publicitarios: uno de jabón en polvo y otro de autos.
- B) Analicen y comparen haciendo un afiche con dos columnas, una por cada publicidad:
 - ¿Quién es el/la protagonista de la publicidad?
 - ¿Qué tareas desarrolla?
 - ¿A quién está dirigida cada una?
 - ¿Qué espera esa publicidad de nosotros como destinatarios?
- C) En otro afiche enumeren qué conocimientos nos brinda, qué valores nos inculca y qué actitudes nos propone que tomemos cada publicidad.

➡ **¡Ojo!** No nos quedemos solamente con el objetivo obvio, que es vendernos el producto...



Practiquemos

actividad 4

OBJETIVOS: Desnaturalizar estereotipos

CONSIGNAS:

- A) Lean el siguiente diálogo:
 "Ahora no es como antes, antes los jóvenes respetaban a los ancianos".
 "Sí, ya no hay valores"
- B) Respondan: Entre quiénes creen ustedes que podría darse esta conversación? ¿De dónde vienen esas ideas? ¿Dónde aprenden esos conceptos las personas? ¿Cómo se sienten ustedes cuando escuchan decir este tipo de cosas?
- C) Elaboren una propuesta para modificar ese prejuicio acerca de los jóvenes de hoy.

que los adultos vienen imponiendo a los jóvenes: por todos lados, y especialmente en la escuela y los medios de comunicación, los jóvenes son señalados como desatentos, violentos, irrespetuosos. Al mismo tiempo, la escuela logra convencernos de que las maestras y profesores merecen un trato de mayor respeto que los jóvenes, por el simple hecho de ser adultos, pero más por ser **"maestros"**.

Uno más: hace apenas 15 años jugar a la pelota en la calle era algo muy común entre los chicos, incluso en ciudades más o menos grandes. O andar en bicicleta, o tomar mate con vecinos y familiares. Pero con el tiempo, y ¡oh casualidad! Mientras los noticieros comenzaron a transmitir las 24 horas del día, la calle se volvió un lugar inseguro, asociado a la compra y venta de productos y servicios: bares, ciber, drugstores, shopping centers, copan el espacio público. Cientos de chicos y chicas pagan por hora para usar canchas de fútbol 5. Si juegan en la calle, sus padres están intranquilos, y encima sus vecinos comentan que **"sus padres no los cuidan"**. Llegar a esta situación requirió muchos procesos educativos: la tele, la radio, la escuela y los adultos en general fueron creando un clima en el cual resulta **"lógico y normal"** pagar para pasar un buen rato con amigos o amigas. Llenaron de rejas las casas y las plazas; las ciudades se hicieron más chicas para los que no tienen plata: los que sí la tienen crearon **"countries"** para vivir **"más seguros"** y rodeados de servicios. Todo eso ocurrió mientras en nuestro país las principales empresas del Estado que brindaban servicios fueron vendidas a empresarios privados: la luz, el gas, el teléfono, la línea aérea... ¡y hasta el agua!

7. ¿QUÉ TIENE QUE VER LA COMUNICACIÓN CON LA EDUCACIÓN?

Mario Kaplún, en su libro *"El comunicador popular"*, retoma las ideas educativas de Paulo Freire, y propone pensar la relación entre los modelos de comunicación y los de educación. Así como hay una educación **"bancaria"** y una educación **"liberadora"**, también entendemos a la comunicación como **"dominadora"** o **"democrática"**.

En la **comunicación dominadora**, alguien que tiene más poder le da una información, a alguien que tiene menos poder, por lo tanto se parece más a un **monólogo** que a un diálogo, propio de una comunicación democrática. La comunicación dominadora es típica de los grandes medios de comunicación: un emisor que tiene la capacidad de mandarle un mensaje a muchísimos oyentes. Ese emisor decide qué, cómo y cuándo dar el mensaje. Y los receptores no tienen oportunidades de responder, intervenir, pensar, participar. En la **comunicación democrática**, más parecida a lo que definimos en otros capítulos como comunicación comunitaria, la gente tiene la posibilidad de decidir los contenidos y formas de la comunicación.

Participa y por lo tanto dialoga. Cada uno y cada una es emisor y receptor a la vez.

Antes dijimos que los medios educan. O sea que ahí ya tenemos una relación entre comunicación y educación. ¿Y la escuela? ¿Comunica? Los maestros, las profesoras, los directivos, las conserjes, los compañeros y compañeras, intercambian opiniones, conversaciones, órdenes, sugerencias, informaciones, consejos, todo el tiempo. Y el sentido de esa comunicación depende de lo que sus integrantes decidan: puede ser liberadora o puede ser bancaria, dominadora.

Como se ve, **en todo proceso educativo hay comunicación, y en todo proceso comunicativo hay educación.** Tanto la educación como la comunicación dominadoras, bancarias, suponen que alguien sabe y alguien no sabe, que alguien tiene una verdad y el otro/a debe escuchar. La comunicación y la educación democráticas, liberadoras, sostienen que todos y todas tenemos algo para decir, que las opiniones son válidas y que cada uno sabe algo y puede enseñarle al otro o la otra.

8. EL UNIVERSO VOCABULAR Y EL UNIVERSO TEMÁTICO.

Antes decíamos que la Educación Popular plantea que **el educador debe tener en cuenta los saberes previos del educando.** Paulo Freire llamaba a esto el universo vocabular: o sea, las palabras y expresiones que cada uno y cada una de nosotros usa habitualmente para referirse al mundo que nos rodea. No se trata sólo de distinguir si al rojo le llamo "rojo" o "colorado", sino de relacionar cada palabra con el contexto, con lo que esas palabras significan para mí. Por ejemplo, si alguien es religioso, seguramente para él o ella usar la expresión "Dios te bendiga" es muy importante. Y para alguien que no tiene esa fe, la frase no significará mucho, no le asignará un valor positivo. Las personas experimentan su vida, van incorporando palabras, expresiones, a las que les asignan valores positivos y negativos, según sus creencias, ideas, según lo que le enseñaron en la casa, la escuela, etc. **El universo vocabular puede ir cambiando.** Lo importante es que cuando pretendemos enseñar algo tengamos en cuenta que esas personas -los educandos- tienen su propio universo vocabular y que le asignan un valor a cada idea, que tal vez sea diferente al nuestro.

El universo vocabular se relaciona, según Paulo Freire, con el universo temático: **los temas y problemas que la gente considera importantes, significativos.**

Por ejemplo en Gualeguaychú, la gente espera con mucha ansiedad la llegada del carnaval. Se preparan carrozas durante el año y las comparsas ensayan para mostrarle al país y al mundo



Lo educativo, entonces, tiene que ver con **conocimientos** concretos, por ejemplo aprender las operaciones matemáticas, el comportamiento del sistema solar, las leyes de la Física, las capitales de los países de Latinoamérica, cómo se arregla un motor de auto, cómo imprimir un texto desde una computadora, etc.

Pero al mismo tiempo la educación tiene que ver con **actitudes**, como por ejemplo, qué debemos hacer frente a una protesta de trabajadores, o cómo actuar si vemos un accidente, o una escena de violencia familiar en lo de un vecino, etc.

Finalmente, educarse es transformarse en el plano de los **valores**: aprendemos a ser solidarios, inquietos, conformistas, sumisos, egoístas, obedientes, críticos, respetuosos, etc. Nadie nace con sus valores incorporados, los vamos asumiendo en toda la vida a través de procesos educativos en **la calle, los medios de comunicación, la casa o la escuela.**



Tomen nota

La palabra "error" no significa lo mismo para todo el mundo. Para un docente tradicional, el error es algo que está mal, y demuestra que el otro no aprendió correctamente algo. El error mostraría el fracaso del aprendizaje, o sea, si hay error, no hay aprendizaje. Para los educadores populares, el error es parte del aprendizaje, porque se entiende al aprendizaje como un proceso. No es tan importante el resultado sino cómo transitó el proceso la persona. Por ejemplo, si alguien mejoró en matemática durante el año, se considera que hizo un proceso exitoso, aunque no haya aprendido exactamente todo lo que decía la planificación de la maestra.

un espectáculo que los entrerrianos valoran mucho. Para un simoqueño, en cambio, el carnaval no será tan importante como la Fiesta de la Empanada, que caracteriza al lugar.

Un ejemplo diferente, que no tiene que ver con una tradición pero que sí hace a nuestra identidad como argentinos/as es la forma en que se llegó a considerar feriado el 24 de marzo, Día de la Memoria. ¿Ustedes saben cómo fue? Hubo que pelear casi 30 años para que el Estado Nacional reconociera la necesidad de tomar postura como país frente a la herida que significa la última Dictadura Militar, que asesinó a miles de personas, e instaló un modelo económico de privatización y crecimiento de la pobreza. Desde el mismo momento en que empezaron a desaparecer personas, secuestradas por el Ejército y organizaciones paramilitares, un montón de grupos de militantes políticos, sindicales, madres, abuelas, se organizaron para exigir la verdad, la justicia con respecto a las aberraciones del Proceso de Reorganización Nacional. Todas esas luchas fueron conduciendo, con muchas dificultades, a que hoy haya muchos militares y cómplices transitando juicios por secuestro de bebés y de militantes políticos. La memoria sobre lo que significó el Proceso forma parte del universo temático de los argentinos y argentinas, pero no de forma "**natural**" sino a través de las múltiples tareas pedagógicas -miles de charlas, programas, marchas, etc. que encarnaron esos grupos de los que hablábamos.

9. EL DIÁLOGO, LA HORIZONTALIDAD Y LAS REDES

Tanto la Educación Popular como su correspondiente modelo de comunicación democrática, proponen que **el intercambio pedagógico y la verdadera comunicación se basan en el diálogo**. O sea, no hay una persona que sepa todo, ni una persona que tenga la verdad. Todos y todas participamos de nuestros procesos de aprendizaje, como **sujetos activos**.

En relación con esto, y con muchas de las cosas que vimos en capítulos anteriores, la educación y la comunicación popular trabajan sobre una idea, una forma de relación que es **la horizontalidad**.

Estamos acostumbrados a participar en espacios e instituciones "**verticales**", es decir, donde alguien tiene el poder, el

mando, y dicta cómo se deben comportar los demás: el que está en la cima de la pirámide manda a los que están en la base. Eso sucede en el sistema educativo formal -escuelas, universidades, en la policía, en la iglesia, en el gobierno...-

Lo que plantea la Educación Popular es la necesidad de **construir relaciones horizontales**, es decir, donde no hay uno que manda y otros que obedecen sino donde todos participamos tratando de construir protagonismo, compartiendo tareas, responsabilidades, poniendo ideas y haciéndonos cargo. ¿Les suena? Todo esto tiene que ver con lo que dijimos en los capítulos sobre trabajo comunitario, comunicación comunitaria, la dimensión ética del trabajo periodístico.

La idea de construir vínculos horizontales no significa perder de vista otra de las cosas que vimos, que es que en todo grupo hay líderes. Son personas que por momentos conducen, sintetizan, expresan los acuerdos del grupo y ayudan a organizar y empujar las acciones colectivas. Pero **una cosa es liderar un proceso colectivo y otra conducir de manera autoritaria, imponiendo decisiones y deseos propios del líder**.

Las organizaciones o instituciones verticales tienen una ventaja y es que muchas veces son más "**operativas**" y rápidas, porque las decisiones no se consultan con todos. Se toman y listo. Pero las horizontales son mucho mejores a largo plazo, porque **es más interesante, reconfortante y placentero hacerse cargo de una tarea cuando uno/a participó en la toma de decisiones**.

En los últimos años se ha puesto muy de moda una palabra: red. Está muy ligada a un concepto del campo de la informática, y específicamente relacionada con Internet. De alguna manera la "**red**" es la metáfora de un mundo totalmente comunicado, donde la información fluye de un lado al otro a velocidades antes impensadas. Parece que la red garantiza que estemos todos y todas comunicados, y por ello es un concepto muy asociado a la globalización, ese proceso que vive el mundo en el cual el transporte de personas, información, mercaderías y dinero es rápido y fluido. A partir de la aparición de Internet, se ha hecho mucha publicidad a esta supuesta integración de todo el mundo donde se borrarían las diferencias entre culturas: un jujeño podría hablar con un japonés a través de Internet y conocerse. Pero esto es solo aparente. Las diferencias culturales siguen estando presentes.

También podemos entender las redes como un grupo de personas y organizaciones que tienen fines en común y por un lado desarrollan actividades por separado pero también juntas. Cada una es un "**nodo**" de la red. Por ejemplo, una red de radios, una red de comedores, una red de estudiantes de comunicación de distintas universidades, una red de adolescentes que hacen revistas.

EXPERIENCIA

Yo sí puedo

El "Yo, sí puedo" es un método educacional cubano para la alfabetización de adultos desarrollado por Leonela Relys. Este método se viene utilizando en varios países del mundo con éxito. Entre el 2002 y el 2005 se alfabetizaron cerca de dos millones de personas.

El método parte de lo conocido, (los números), hacia lo desconocido, (las letras) y se basa en la experiencia que se va adquiriendo. En él se utilizan los medios audiovisuales y un facilitador para trabajar los conocimientos. El facilitador es el vínculo entre la clase audiovisual y el participante, desempeña una función importante en lo referente al trabajo con la parte afectiva del iletrado, además de controlar el proceso de aprendizaje. Consta de tres etapas: adiestramiento, enseñanza de lecto-escritura y consolidación siguiendo tres hitos, escuchar y ver, oído y ojo; escuchar y leer, oído y libro y escuchar y escribir, oído y lápiz.

El material que usa el docente incluye una cartilla, un manual y 17 vídeos donde están las 65 clases. El tiempo que dura la acción educativa es variable ya que el método es muy flexible. Desde un máximo de tres meses hasta siete semanas, en forma intensiva.

El programa existe también en sistema Braille, para sordos y personas con problemas intelectuales leves. Se busca el desarrollo de la persona hasta donde se pueda y el sentimiento de que alguien se preocupó de enseñarles.

El proyecto surgió por la necesidad de luchar contra ese flagelo que afecta a unos 870 millones de iletrados, la mitad de ellos mujeres, a lo que se suma la presencia de 113 millones de niños que no asisten a la escuela.

Con el reconocimiento de la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Yo, sí puedo cuenta con 12 versiones idiomáticas.

El proyecto tiene múltiples variantes que se adaptan a las condiciones donde se aplica, pues puede utilizar la televisión y el video, o la radio en aquellos lugares donde no hay servicio eléctrico. Cuba ha donado varias decenas de paneles solares para contar, con la energía suficiente en aquellas zonas rurales donde se ha aplicado el método, como en Bolivia.

Practiquemos

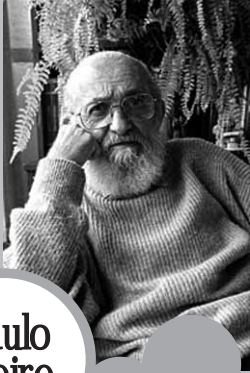
actividad 5

OBJETIVOS: Reflexionar sobre el concepto de red

CONSIGNAS:

- A) Los desafiamos a encontrar una red de personas u organizaciones en el lugar donde ustedes viven. Presten atención a las instituciones y organizaciones existentes y acérquense. Una vez identificada la red, averigüen cuáles son sus objetivos, desde cuándo funcionan como red, quiénes la integran y cómo se toman las decisiones.
- B) Haga un texto breve donde respondan a la siguiente pregunta: ¿Para qué creen que les sirve a ellos pertenecer a una red?

¿sabés quién fue?



Paulo Freire

Paulo Freire nació en la ciudad de Recife, en el Estado de Pernambuco, al nordeste de Brasil, el 19 de septiembre de 1921. En su infancia experimentó el hambre y el sufrimiento que, lejos de sumergirlo en la desesperación, lo animaron en la esperanza y en la lucha. Graduado en Derecho, había estudiado también Filosofía, Gramática y Psicología del Lenguaje. Católico como su madre, en sus primeros pensamientos influyeron los personalistas cristianos: Maritain, Bernanos, Mounier, Marcel y Tristán de Atayde, y también el jesuita hegeliano Henrique Vaz.

En 1944 se casó con Elza, que era maestra, y comenzó a interesarse con fervor por la problemática educativa. Tuvieron cinco hijos; y cuando de ella enviudó se casó con Nita, Ana María Araujo.

En los '60 se consagró el "método Freire" que logró (como experiencia) alfabetizar 300 trabajadores en sólo 45 días; el método se extendió rápidamente. En esa época, Freire era un práctico, no un teórico de la educación, y participaba en la gestión de João Goulart dirigiendo el Programa Nacional de Alfabetización de Adultos. Poco tiempo después, en 1964, fue derrocado el gobierno y Freire tomado preso y luego se exilió en Bolivia, Chile y Suiza. El exilio y su práctica como educador popular (vinculado sobre todo a experiencias revolucionarias) lo llevó a ir construyendo una teoría de la

educación en permanente dinamismo, conocida en general como educación liberadora, en la que el educando se hace sujeto de su propio destino, y en la que la alfabetización tiene como propósito la concientización y la participación política (para que el pueblo salga de la condición de dominado y explotado para transformar el mundo).

En 1967 publicó *La educación como práctica de la libertad*, uno de cuyos temas centrales es la "concientización". En 1969, *Pedagogía del oprimido* su obra cumbre donde presenta sus ideas acerca del "diálogo" y el rol de la educación para la liberación de los oprimidos. Sus pensamientos adquieren relevancia mundial, valiéndole el reconocimiento de universidades europeas y americanas y el Premio de Educación de la UNESCO. Su práctica como pedagogo y pensador lo lleva a recorrer el mundo y a participar activamente en proyectos culturales y educativos.

Sus libros: *Educación y actualidad brasileña* (1959); *A propósito de una administración* (1961); *La educación como práctica de la libertad* (1967); *Educación y concientización* (1968); *Pedagogía del Oprimido* (1969); *Acción cultural para la libertad* (1970); *¿Extensión o comunicación?* (1973); *Cartas a Guinea-Bissau* (1977); *Concientización: teoría y práctica de una educación liberadora* (1980); *La importancia de leer y el proceso de liberación* (1984); *Hacia una pedagogía de la pregunta* (1986); *La educación en la ciudad* (1991); *Pedagogía de la esperanza* (1993), *Política y educación* (1993); *Cartas a Cristina* (1994); *Cartas a quien pretende enseñar* (1995); *A la sombra de este árbol* (1995) y *Pedagogía de la autonomía* (1997).

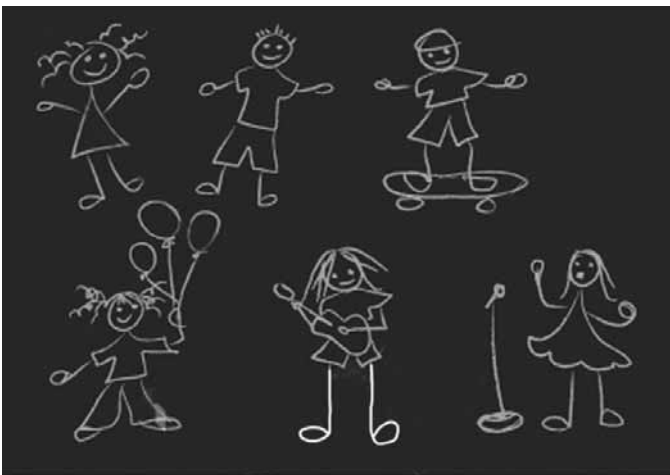
Este texto es un resumen de otro, escrito en el año 1997, poco tiempo después de la muerte de Paulo Freire. Jorge Huergo, su autor, es Director del Centro de Comunicación/ educación de la Facultad de periodismo de la Universidad Nacional de La Plata.



ALGUNAS IDEAS PEDAGÓGICAS QUE LE DAN SUSTENTO A LA EDUCACIÓN POPULAR

- 1- El punto de partida de todo proceso educativo es lo concreto, el mundo real de los sujetos participantes. Sus relaciones cotidianas, sus costumbres, sus condiciones de vida, su identidad. Todo lo que constituyen sus saberes previos.
- 2- El énfasis se pone en el proceso, no en el resultado. Propone que las personas desarrollen sus propias capacidades y sus propios juicios, promoviendo la participación en un contexto de diálogo democrático.
- 3- Separa la autoridad del criterio de verdad. Incentiva que los educandos opinen de los temas que se tratan, sin miedo a sanciones ni reprimendas. Al educador se lo respeta pero no se asigna un lugar de autoridad solo por ocupar ese lugar.
- 4- Promueve la capacidad crítica y valora "la duda", "las inquietudes", "la multiplicación de las preguntas", y "los finales abiertos".
- 5- La EP es enemiga de las verdades cerradas, acabadas y de los dogmas.
- 6- Desarrolla el núcleo del buen sentido. Les propone a las personas que confronten los discursos dominantes con su realidad cotidiana para así evaluar por ellas mismas si son o no verdaderos. Ayuda a desnaturalizar conceptos.
- 7- Alimenta una convivencia basada en el respeto y el sentido de la igualdad.

- 8- Ayuda a concientizar sobre la importancia de respetar el tiempo y el espacio. Separa los tiempos de trabajo de los tiempos de ocio. Los dos son importantes y necesarios, por eso se los respeta por igual. El espacio de los encuentros educativos también involucra a todos los participantes.
- 9- Alienta la explicitación del conflicto social, y repudia el elogio vacío de la "armonía".
- 10- El error es fundamental, no es enemigo de la educación sino un aliado del proceso. Todos los seres humanos que se equivocan lo hacen porque están aprendiendo.
- 11- Siempre alude al sentido de las actividades que se desarrollan. Todo lo que se hace tiene un fundamento, una razón de ser que merece ser conocida, aceptada o criticada.
- 12- Valora la memoria de los pueblos, sus luchas, su historia. Rescata las voces de los que siempre resistieron el avasallamiento de los poderosos.
- 13- Colabora en la construcción de un pensamiento solidario entre las personas. Ayuda a que los sujetos no se piensen solo como individuos, sino como parte de colectivos.
- 14- Promueve la auto-evaluación permanente.
- 15- Su máxima educativa: La educación debe servir para la transformación, no para la adaptación.



Para saber 

Les sugerimos que vean las películas:

- Shunko (Argentina, Lautaro Murúa, 1960),
- La lengua de las mariposas (España, Manuel Rivas, 1999),
- Los Educadores (Alemania, Hans Weingartner, 2005), y
- Machuca (Chile, Andrés Word, 2005)



Les recomendamos los libros:

- Al maestro con cariño. Paulo Freire, a diez años de su muerte (Tucumán, 2007)

- El cofre de los sueños (Simoca, 2007)

- Educación Popular hoy (Juan Carlos Tedesco, Capital Intelectual, 2005)



Busquen en Internet los siguientes sitios:

- CEAAL www.ceaal.org
- CEDEPO www.cedepo.org.ar
- CEDHNOA www.cedhnoa.org.ar
- BACHILLERATO POPULAR ARBOLITO
www.bachilleratopopulararbolito.wordpress.com



Textos usados en el capítulo

FREIRE, PAULO. *De las virtudes del educador*. 1985

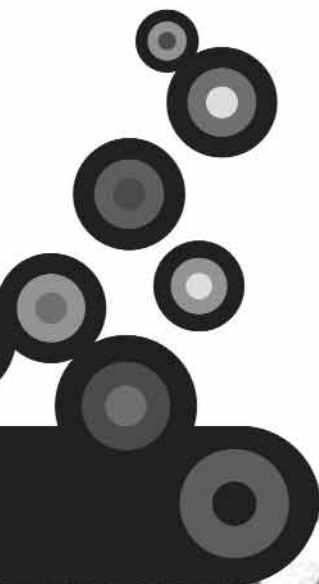
HUERGO, JORGE. *Lo que articula lo educativo en las prácticas sociocomunitarias*. INCUPO, 2003

KAPLÚN, MARIO. *El comunicador popular*. Lumen, Buenos Aires, 1996

MORO, WENCESLAO. *Paulo Freire: Un educador popular que abraza la libertad*, 2002.



CAPÍTULO 7



EL LENGUAJE DE LA RADIO



EL LENGUAJE DE LA RADIO

1. Introducción
2. ¿Qué es una radio AM? ¿Y una FM?
3. Las FM comunitarias
4. El lenguaje radiofónico
5. Acerca de los géneros radiofónicos
6. Géneros radiofónicos periodísticos
7. Géneros radiofónicos de ficción
8. ¿Sabés quién fue Orson Welles?
9. Haciendo nuestro propio programa
10. Las radios comunitarias de Tucumán. Experiencias.
11. Textos para discutir



ideas importantes

"La radio sería el más fabuloso aparato de comunicación imaginable de la vida pública, un sistema de canalización fantástico, es decir, lo sería si supiera no solamente transmitir, sino también recibir, por tanto, no solamente oír al radioescucha, sino también hacerle hablar, y no aislarle, sino ponerse en comunicación con él. La radiodifusión debería en consecuencia apartarse de quienes la abastecen y constituir a los oyentes en abastecedores".

Bertolt Brecht

1. INTRODUCCIÓN

La radio es parte de nuestra vida cotidiana. Hay quienes se despiertan y corren a encender el receptor. Otros se informan escuchándola mientras van en el auto o el colectivo. También hay quienes cocinan o limpian la casa mientras ella les hace compañía. Nos alegra con su música y a veces nos entristece con sus noticias, pero siempre está a nuestro lado.

Hablar de la radio no es sólo mencionar ese aparato que capta las ondas electromagnéticas que se convertirán en música, voces y sonidos. La radio es una tecnología, un instrumento de comunicación, y un hecho cultural, espacio de producción que representa una sociedad, o al menos parte de ella.

¿Hay una brecha entre quien **"hace"** la radio y quienes la escuchan? Quizás, y el objetivo de este capítulo es achicar esa brecha y hacer que quienes hoy solo tienen **"antenas"** de receptores, se coloquen en el lugar de **"emisores"** y tomen el micrófono, es decir, la palabra.

2. ¿QUÉ ES UNA RADIO AM? ¿Y UNA FM?

La primera aplicación de la radio como instrumento de comunicación fue en el área de la navegación marítima. Se usó para hacer más efectivos los anuncios climáticos de manera de evitar desastres. Hacia 1900 Guillermo Marconi dirigía con éxito las primeras pruebas transatlánticas de esta nueva tecnología.

En nuestro país la historia de la radio comienza un 27 de agosto del año 1920, cuando un grupo de aficionados emite la ópera **"Parsifal"** de Wagner, desde una terraza cercana al teatro Coliseo en Buenos Aires. Pero el ordenamiento oficial del espectro radioeléctrico, es decir las decisiones sobre en qué frecuencia transmite cada radio, llegaría recién en 1928. Ya iremos aclarando todos estos términos a lo largo del capítulo.

Pero volvamos a la pregunta que motiva este apartado: ¿qué son las radios AM y FM? Toda emisión radiofónica se propaga por ondas electromagnéticas; según su longitud medida en Hertz, pueden ser ondas cortas, medias o largas. La emisora pone al aire estas ondas, que chocan contra la esfera de gases que envuelve la tierra (se llama ionosfera), y el aparato receptor las recoge cuando vuelven a la Tierra. Por ejemplo, las transmisiones de alcance nacional son hechas en ondas medias pues cubren fácilmente grandes extensiones con aceptable calidad. Las radios AM (o de Amplitud Modulada) tienen un alcance territorial mucho mayor que las FM (o de Frecuencia Modulada), ya que estas últimas transmiten ondas lineales, paralelas a la superficie de la tierra, y no aprovechan la curvatura terrestre y la reflexión en la atmósfera que caracterizan las emisiones de AM.

Pero también hay otras diferencias interesantes: a pesar de su menor cobertura territorial, las radios FM tienen a su favor que la señal es pareja y de mejor calidad sonora durante todo el día, mientras que las AM se reciben mejor de noche, pues hay menos interferencias eléctricas. Las FM también requieren de una menor inversión en equipos, espacio y mantenimiento. Además al ser su campo de acción menor, se puede conocer con mayor facilidad las características de la audiencia y facilitar la retroalimentación necesaria con ella.

Según estudios de audiencia en nuestro país, las emisoras de AM se dedican fundamentalmente a la información y al comentario político, y son las más escuchadas en el segmento de 6 a 9 de la mañana, cuando la gente parece querer estar informada. Las transmisoras en FM, en cambio, podrían ser definidas como "**radios de compañía**", ya que ponen al aire básicamente música. Por eso durante el transcurso del día la audiencia pasa de las AM a las FM, en busca de propuestas musicales, o con tono más liviano y divertido.

Sin embargo, las decisiones sobre qué contenidos transmitir en AM o FM, o a qué hora dar noticias y a qué hora música no tienen que ver con limitaciones técnicas. Ambos tipos de propuestas podrían convivir en una misma radio.

3. LAS FM COMUNITARIAS

En Argentina las radios comunitarias empezaron a funcionar en los años '80. Como en la mayoría de los países latinoamericanos, surgieron porque mucha gente sentía que los grandes medios mentían, ocultaban información, consultaban siempre a las mismas fuentes, y tenían a la comunicación como un negocio. Por eso, grupos de jóvenes se reunieron en distintos lugares y fueron creando estas emisoras, que al principio funcionaban de manera totalmente clandestina, ya que la ley de radiodifusión no las habilitaba para emitir legalmente. **¿Por qué?** Porque esta ley, la n° 22.285, sancionada en 1980 por el gobierno de la Dictadura Militar, decía que solamente podían ser dueños de emisoras de radio aquellos que tuvieran fines de lucro.

O sea que las radios "**alternativas**", "**comunitarias**", "**populares**" que surgían eran "**truchas**", "**ilegales**", "**clandestinas**". Y cuando las descubría la policía les decomisaba (secuestraba) los equipos de transmisión y detenía a sus responsables. También hubo casos en que para asustar a sus creadores y censurarlas les pusieron bombas y les hicieron amenazas de todo tipo. Sin embargo, eso no impidió su rápido desarrollo.

En el año 1990 se constituye FARCO, Foro Argentino de Radios Comunitarias, que nucleaba las entonces 2300 emisoras locales de baja potencia, es decir, radios comunitarias. Pero no

Practiquemos

actividad 1

OBJETIVOS: Registrar el nivel de presencia de la radio en nuestra vida cotidiana.

CONSIGNAS: Vamos a hacer una mini encuesta individual para analizar nuestra familiaridad con la radio. Tenemos que responder con el mayor nivel de detalle posible. Luego haremos un cuadro con las respuestas para ver la diversidad de experiencias que aparecen.

- A) ¿Cuántos aparatos de radio hay en tu casa? Recuerden que también hay radio en el celular, la computadora, el mp3, etc.
- B) ¿A qué hora del día escuchas algún programa? Ejemplo: de 10 a 12hs y de 20 a 22hs.
- C) ¿Qué te encontrás haciendo mientras escuchas radio? Ejemplo: Estudiando, desayunando, etc.
- D) ¿En qué lugares en general escuchas radio? Ejemplo: Casa, calle, medio de transporte, trabajo, club, biblioteca, etc.
- E) Cuando escuchás en casa ¿en qué espacios lo haces? Ejemplo: En el baño, en mi habitación.
- F) ¿Escuchas radio solo o en compañía? ¿Con quién?
- G) ¿Hablas de las cosas que escuchas en la radio con los demás? Ejemplo: Sí, mucho, a veces, muy poco, nunca.
- H) ¿Qué es lo que más te queda de lo que escuchás? Ejemplo: La música, las noticias de deportes, los ruidos, los chismes, las noticias en general. Detallar.

será solo la potencia la que defina una FM comunitaria, sino los principios que sustenta para sus prácticas comunicacionales. Observen la siguiente propuesta extraída de sus estatutos:

"La radio debe ser el reflejo de la comunidad a la que pertenece, estar a su servicio; en consecuencia debe apuntar a elevar la calidad de vida de la gente, ser lugar de encuentro e integración popular y promover el protagonismo [...] En tanto y en cuanto la comunidad participe en la toma de decisiones y en el control de la emisora, se estará hablando precisamente de una radio comunitaria [...] La participación de la comunidad condiciona a todas las otras variables, marcando en cada caso la intensidad del carácter comunitario de la emisora".

Aún hoy FARCO y sus emisoras miembro luchan por la democratización de las comunicaciones, es decir la conquista de garantías legales, justas y democráticas que aseguren la igualdad de oportunidades para que todos y todas podamos ejercer efectivamente el derecho a la comunicación. Lo que ocurre es que hay intereses (sobre todo de los empresarios de los grandes medios) en que estas radios no crezcan para que no les resten audiencia. Por eso es tan difícil modificar la Ley de Radiodifusión.

En 2003 se formó la Coalición Ciudadana por una Nueva Ley de Radiodifusión, que elaboró una lista de 21 puntos fundamentales que deberían ser contemplados por la legislación. Pueden encontrarlos en www.cedhnoa.org.ar.

De todos modos, recientemente el Gobierno Nacional ha manifestado su voluntad de trabajar por una nueva ley que contemple los derechos de las organizaciones sociales a tener sus propios medios.

4. EL LENGUAJE RADIOFÓNICO

Si encendemos la radio en cualquier momento del día es casi seguro que escucharemos alguna melodía y quizás un presentador, o una conversación animada entre el locutor y un o una oyente. Pero... ¿esos son los dos únicos sonidos que pueden encontrarse en el medio radial? La respuesta es un contundente no, ya que el discurso radiofónico se integra con cuatro elementos (o recursos): palabras, música, sonidos y silencios, que exploraremos a continuación.

- Palabras

Las palabras simbolizan al mundo, lo ordenan, lo significan. A falta de imágenes, la descripción oral es fundamental en la comunicación radiofónica, y para ello la palabra se sitúa en un lugar privilegiado. Así, un movilero intentará relatar y transmitir el "sentir" popular presente en una marcha, o el latir de la pasión futbolera en esa final para el infarto de nuestro equipo



Tomen nota

Muchas FM comunitarias a lo largo y a lo ancho del país ceden gratuitamente espacios a grupos de estudiantes primarios y secundarios, interesados en hacer sus primeras prácticas en el ejercicio de ese derecho universal, además de apoyar iniciativas de organizaciones sociales.

favorito. Pero claro, los sonidos, pueden complementarse con las palabras y la música, lo cual nos lleva al siguiente elemento.

- Sonidos

El investigador argentino José Luis Fernández advierte que en cierto momento de las teorías de la comunicación, el ruido fue expulsado del mensaje, considerado como interferencia entre emisor y receptor, y por consiguiente, reducido a mero problema técnico. La radio, en cambio, le reserva un lugar relevante ya que sugiere dos dimensiones: tiempo y espacio.

La descripción de la marcha del movilero del ejemplo anterior tiene otra fuerza según vaya acompañada o no de ruidos de la calle, redoblantes o bombas de estruendo que señalen la presencia de los manifestantes. O los cánticos de la tribuna que nos transportan mágicamente a la "popular" o a la cancha, junto con nuestros jugadores preferidos.

Sólo agregaremos que a esos sonidos "del ambiente", pueden sumarse los efectos especiales: un *tic-tac* marcando el tiempo que resta para responder una pregunta en un concurso, un conocido "chan" subrayando irónicamente alguna contribución. Ya que estamos acostumbrados a hablar y que nos hablen, sería interesante intentar hacer una historia solamente usando sonidos. ¿Se animan?

- Música

Este elemento puede llegar a cumplir funciones de diferente grado de complejidad: intervenir como ráfaga marcando los bloques de un programa, puede describir un ambiente o paisaje, contribuir a suscitar un clima emocional o subrayar el carácter de un personaje.

Claro está que también cumple una función eminentemente recreativa, de goce estético. Podemos escucharla y disfrutarla.

- Silencios

En la radio el silencio tiene un valor semejante al que se le da en una partitura musical. Así será pausa, contrapunto, contraste, subrayado. Si algo más hace falta para ponerlo de relieve pensemos en la tensión expectante generada por una pregunta crucial, o el elocuente silencio luego de una revelación inesperada. O recordemos aquella chacarera, que dice: *"Cantor para cantar/si nada dicen tus versos,/ay! ¿para qué/vas a callar al silencio?/Si es el silencio un cantor/lleno de duendes en la voz."*

Antes de terminar este apartado, subrayemos que nuestra aspiración será la de equilibrar de manera armónica estos cuatro elementos, evitando la presencia desmesurada de alguno de ellos.

5. ACERCA DE LOS GÉNEROS RADIOFÓNICOS

Cuando ustedes escuchan radio, seguramente pueden distinguir una noticia de una publicidad, un monólogo humorístico o una transmisión de fútbol. ¿Por qué? Porque cada una de esas piezas de comunicación tiene sus propias características, reglas, formas, y modo de combinar los elementos del lenguaje de la radio. En la televisión pasa lo mismo: una telenovela, un noticiero, un talk show son claramente diferentes en nuestra cultura: nos acostumbramos a su estética y temas. Según la semiología, disciplina dentro de las ciencias de la comunicación, como vimos en el capítulo 3, estos "moldes" que tienen ciertas características fáciles de reconocer se llaman "géneros".

Ricardo Hays entiende por género radiofónico *"cada uno de los modos de organizar los distintos elementos del mensaje radiofónico -especialmente la palabra- de manera que la estructura resultante pueda ser reconocida como perteneciente a una modalidad característica de la creación y difusión radiofónica"*.

Según este autor mendocino podemos establecer tres géneros: 1. Informativo; 2. Interpretativo o de opinión; 3. Recreativo. Además, dentro de cada género podemos distinguir diversos formatos. Por ejemplo, en el género informativo se engloban el flash informativo -pocas noticias cortas leídas una detrás de otra- pero también la entrevista. En el género de opinión podemos incluir los editoriales, como vimos en el capítulo 5, y en el género recreativo reconocemos, entre otros, las trivias o los ping pong de preguntas y respuestas.

En la tarea del periodista radial la noción de género resulta imprescindible, ya que en su práctica constantemente lee, escribe y reescribe textos en los que se vuelca información de diversas fuentes: entrevistas, observación directa, encuestas, archivo, agencias, etc. Pensar en función de géneros facilita la organización del trabajo de quien hace radio en la construcción de la noticia. Pero también facilita la escucha, la que responde a un acuerdo implícito entre el periodista, el medio y el oyente.

En resumen, los géneros encausan y facilitan la tarea del comunicador, cumplen una función social de reconocimiento, y funcionan también como horizonte de expectativas para los oyentes.

6. GÉNEROS RADIOFÓNICOS PERIODÍSTICOS

¿Les ha sucedido alguna vez que interrumpieran su programa favorito para pasar alguna noticia de último momento? Es que la radio trabaja con la urgencia de la instantaneidad, por

Practiquemos

actividad 2

OBJETIVOS: : Conocer aspectos fundamentales del lenguaje radiofónico y sus elementos constitutivos. Ejercer la combinación de elementos para construir un mensaje en distintos formatos.

CONSIGNAS:

1- Escuchemos un fragmento de algún programa radiofónico y hagamos un listado de los elementos que lo componen. Música que pasan, los diálogos entre los locutores, los efectos de sonido, los chistes y chimentos, los silencios o todo eso junto.

En una tabla consignemos

A)- ¿Para qué se usa cada uno de ellos?

B)- Ordenen esos elementos del más al menos usado.

2-Tomen un fragmento musical, algunos efectos de sonido, naturales o grabados, juntense con un amigo y hagan un pequeño programa temático de no más de dos minutos. Cuenten una pequeña historia que se pueda tomar para reflexionar sobre los derechos. Puede ser una anécdota, algo vivido por uno mismo, o una gran tragedia de la que estemos informados. Puede empezar así por ejemplo:

El otro día fui a tomar el colectivo, estaba atrasado porque llegaba tarde a una prueba que tenía. Esperé 45 minutos, y cuando el bondi pasó estaba abarrotado de gente, no paró. Encima vinieron tres juntos, ninguno paró. Ya no podía esperar, me tuve que ir en taxi, llegué tarde y me pusieron un UNO. Y la profesora de Literatura no me creyó lo que le conté. Yo pienso, y ¿acaso no tengo derecho a viajar dignamente y a un precio accesible?, ¿Y no tengo dere-

cho a que me crean lo que me pasa?. Eso es solo un ejemplo. Pero esa historia tiene que combinarse con algún otro elemento, o más de un elemento, una música de fondo, un efecto de sonido, silencios llenos de significados, etc. Recordemos que en la radio el relato se enriquece cuando a las palabras las acompañamos con otros sonidos que ilustren.

Para esto es necesario:

I- Elegir un tema que les gustaría tratar. Puede ser cualquiera, pero nos tiene que servir como base para reflexionar sobre algún derecho.

II- Hacer un breve guión escrito con las partes que va a tener el programa. Por ejemplo, Inicio con relato oral "texto x", termina "texto x", efecto de sonido 1, sigue texto h, a la mitad de texto h va efecto de sonido 2, sigue texto j, final con fragmento musical canción pepita. Eso nos va a servir para tener en nuestra mente la estructura del programa, cómo empieza, cómo sigue, cómo lo remato.

III- Hacer un listado de elementos necesarios. Una, dos voces, o más, efecto de sonido, tema musical, etc

IV- Ordenarlos según el guión. Ensayarlo.

V- Grabarlo

3- Si tuvieran su propio programa de radio, ¿Qué título le pondrían?

Hagan una ficha explicando Tema, Destinatario, Duración, AM o FM.

deportes, los ruidos, los chismes, las noticias en general. Detallar.

lo cual cualquier programa es interrumpible en función de la información. Pero además hay encuentros periódicos con las noticias. Veamos a continuación alguna de estas prácticas radiofónicas.

-El flash informativo

Es la noticia "**desnuda**" lanzada al aire tan pronto como es conocida. Suele llevar una música especial, así como en televisión el Canal Crónica TV coloca una placa roja y su música distintiva. Es la forma más simple dentro de los géneros informativos radiales.

-El boletín

El boletín horario o panorama informativo es la cita permanente con la actualidad. Cada media hora, o una hora, con absoluta puntualidad y en un tiempo de dos a cinco minutos, la emisora da a conocer a sus oyentes las últimas informaciones llegadas a la redacción.

-El diario hablado

Este es el servicio informativo más destacado; se programa en horas de audiencia alta y se inspira en las secciones de la prensa escrita: política nacional, internacional, deportes, espectáculos, etc. La necesidad de estar informado ha hecho crecer la audiencia de este tipo de programas de manera espectacular.

-La crónica

Es un relato realizado en el momento y desde el lugar en que los hechos ocurren, con los sonidos originales y la voz en directo de los protagonistas y testigos. Genera un fuerte efecto de objetividad y verdad. Es habitual que presente comentarios del reportero que enriquecen y dan color a la noticia. De esto se suelen ocupar los movileros.

-La entrevista

Es uno de los géneros más utilizados en radio, al punto que constituye frecuentemente el único contenido de un programa especialmente pensado en función suya. Hay diferentes tipos de entrevistas:

- A) de declaraciones (gira alrededor de la temática que maneja el entrevistado);
- B) de semblanza (se interesa por el personaje en sus costumbres y hábitos);
- C) de actualidad (en función de un tema que esté siendo noticia);
- D) de divulgación (hechas a especialistas sobre temas de su incumbencia);
- E) testimoniales (vivencias del entrevistado con gran carga de emotividad).

Como vimos en el capítulo 5, preparar, realizar y editar una



Tomen nota

Sutatenza, la primera

"El uso de la radio para la educación tiene medio siglo de experiencia en Latinoamérica, ya que comenzó prácticamente al mismo tiempo en 1947 en Colombia y Bolivia. El sacerdote Joaquín Salcedo instaló en aquel año, allá en Colombia, una elemental estación radiodifusora de corto alcance para llegar a los campesinos que vivían alejados de su circunscripción, con mensajes religiosos.

Al poco tiempo empezó a usar la radio también como medio para la alfabetización. Se llamó radio Sutatenza. La estrategia comunicativa de la que se valió el joven cura fue la escuela radiofónica. Consistía en programas producidos por los campesinos, a los que se organizaba en pequeños grupos y se orientaba por medio de un auxiliar local capacitado para ello y provisto de materiales complementarios.

El otro experimento fue el de Bolivia. A fines de los años '40 el país vivía de la producción de estaño y los trabajadores de esta industria estaban organizados en sindicatos. En uno de ellos nació la primera emisora obrera, que tuvo una corta existencia. Pero en 1952 se nacionalizaron las tres grandes empresas mineras productoras de estaño y surgieron algunas emisoras sindicales mineras. Diez años más tarde llegarían a ser algo más de 20 y todavía aumentarían después a 30. Las radios mineras eran sostenidas con cuotas voluntarias de los trabajadores del subsuelo que ganaban salarios muy bajos.

La característica fundamental de esas radios fue su naturaleza participativa. Los improvisados productores radiofónicos consultaban a los oyentes para ajustar su programación a los requerimientos de ellos. Con su estrategia de "micrófono abierto", ponían a los trabajadores y a sus familias a hablar libremente de todos los temas de su interés, a hacer reclamos a las autoridades e inclusive a criticar a la conducción sindical. Visitaban escuelas, iglesias, mercados, pulperías y campos deportivos y hasta entraban a los socavones mineros para dar a la gente la oportunidad de decir su palabra."

Claudia Villamayor y Ernesto Lamas: Manual de gestión de la radio comunitaria y ciudadana



Tomen nota

Opinión

Los géneros olvidados

"En la actualidad, la radio se encuentra en un proceso de estancamiento que se manifiesta especialmente en los contenidos y en la pobreza expresiva. Prácticamente, la programación radiofónica no ha cambiado en veinte años: se mantienen los mismos formatos, contenidos e incluso los mismos presentadores. Se trata entonces de una radio anclada en el pasado que no logra conectar con la audiencia más joven. Y así comprobamos día a día cómo los alumnos manifiestan esa apatía por un medio radiofónico. Sólo cuando se les atrae hacia la radio pudiendo realizar productos más creativos es cuando descubren sus posibilidades y se vuelven unos entusiastas. Buena parte de esos contenidos más creativos se manifiestan en los géneros de ficción, géneros olvidados por la radio convencional, pero quizás más adecuados para la radio en Internet o la radio digital."

Emma Rodero Antón: Clasificación y caracterización de los géneros radiofónicos de ficción: los contenidos olvidados (Universidad de Salamanca, España).

entrevista implica primero elegir un personaje o tema, investigar a su alrededor, tomar contacto con el entrevistado, grabar la conversación, editar los pasajes que carezcan de interés, y llevar al aire el resultado final. Más adelante les daremos algunos consejos para su realización.

-El documental

Es un tipo de programa que tiene como objetivo formar además de informar, ya que tiende a abordar temas con mayor profundidad, sin las urgencias habituales del medio. Se organiza en torno de un eje temático: una polémica social, un personaje, una costumbre. Se recopilan datos y opiniones y se añaden los recursos expresivos del lenguaje radiofónico que ya hemos aprendido: música, sonidos, palabras y silencios. El documental unitario es un género de gran interés didáctico. Pueden escuchar el documental "**Una onda libre ente los valles**", sobre la historia de FM Libertad, de Amaicha del Valle, en el CD del Concurso 6o de la Asociación Mundial de Radio Comunitarias.

7. GÉNEROS RADIOFÓNICOS DE FICCIÓN

Si alguno de Uds. pudiera preguntarles a sus padres o abuelos qué escuchaban en la radio durante su niñez o juventud, seguramente les responderían: "**radioteatro**". Este género radiofónico de ficción tuvo su auge entre 1930 y 1960, declinando luego con el advenimiento de la TV en el ambiente hogareño. Familias enteras, amigos y hasta vecinos vibraban al compás de las aventuras de Tarzán o riéndose de las creaciones humorísticas de Niní Marshall, Fidel Pintos o Juan Carlos Mesa.

Los diálogos, la acción y sobre todo las voces y sonidos generaban un estado de ánimo particular según qué emisión se tratara. Para los oyentes el radioteatro era una maravilla singular. Tenían que imaginar los rostros o siluetas de los personajes a partir de las voces. Ninguna telenovela actual ha provocado un efecto tan conmovedor como aquellas audiciones. El tiempo del radioteatro ha pasado. Hoy no tiene vigencia, aunque afortunadamente no se perdió, está ahí, latente. Nadie se atreve a negar que, con las antenas propicias, pueda renacer.

Pero si de géneros de ficción hablamos, estos no comprenden tan sólo el radioteatro. Están los programas cómicos, y allí los sketches, la creación de personajes, etc. Tanta fue la adhesión del público hacia estas audiciones que aún hoy subsisten en el habla coloquial, frases originadas allí, al estilo del "ooso" de Marcelo Tinelli o "**Estoy crazy, Macaya**", del comentarista deportivo Marcelo Araujo.

El principal recurso estilístico de los programas cómicos proviene de las murgas uruguayas y consiste en la parodia de canciones de moda, cambiando la letra por otra humorística.

Hoy en día, hay una continuidad estilística de este recurso en ciertos programas televisivos.

Resumamos, entonces, algunos formatos de programas cómicos:

- A) de sketches, o situaciones cómicas, donde el enlace entre uno y otro corre por cuenta de un cómico que entabla un diálogo humorístico con el animador del ciclo;
- B) de personajes, donde un personaje imaginario va desgranando junto a sus allegados, chistes, anécdotas y aventuras;
- C) personales, basados en la capacidad de un actor protagonista que anudaba toda la trama;
- D) comentarios acerca de la realidad, cruce entre humor e ironía a través de un monólogo que aborda temas de actualidad nacional.

9. HACIENDO NUESTRO PROPIO PROGRAMA

Supongamos que hemos leído hasta acá el manual, y nos dieron ganas de producir nuestro propio programa radiofónico. Entonces... ¿por dónde empezamos? Van aquí algunos consejitos y pasos a seguir. El resto queda en manos de la imaginación y de la creatividad.

- A). **Lo primero:** el objetivo. Un programa se justifica al llenar una necesidad expresiva. ¿Cuál será la nuestra? Responder esta pregunta será el primer paso.
- B). **Caracterización de la audiencia.** ¿A quién va dirigido nuestro programa? ¿Lo escucharán nuestros padres, nuestros compañeros? Ello determinará también los contenidos y el lenguaje que emplearemos.

C). **La estructura formal.** Ya sabemos para qué hacemos nuestro programa (objetivo), de qué nos proponemos hablar (contenido) y a quién queremos dirigirnos (destinatarios). Ahora es necesario saber qué bloques temáticos contendrá, bajo qué géneros y formatos. Ah, y vamos pensando un título o nombre que nos represente, ¿sí?

D). **El primer guión.** Si bien no todos los programas requieren de un guión escrito, es bueno contar con un modelo o esquema que guíe nuestros pasos (por eso se llama "guión"), que nos recuerde qué música poner y cuándo, o qué entrevista emitir, etc. Es bueno reunir y seleccionar material para la emisión, discutirlo entre todos y recién sentarse a escribir algo. ¿Se animan? Es importante respetar los tiempos en radio, para que todo salga como esperamos.

E). **Conociendo el estudio.** Ya está escrito el guión, ahora hay que ponerlo al aire. Pero antes visitemos el estudio de radio. Este se compone de dos compartimentos: la sala de grabación y la cabina de control. En el estudio están los micrófonos y en la cabina los equipos de sonido. Para comunicarse visualmente hay una gran ventana vidriada entre ambos, aislada acústicamente, con goma espuma o cajitas de huevos, que son de cartón. En el medio de la sala suele estar la mesa redonda donde se colocan los micrófonos. En la cabina el operador nos da instrucciones: cuándo hablamos, cuándo entra la música, etc. Una luz roja marca el momento en que el audio sale al aire, y por lo tanto nuestra voz toma vuelo...

¿sabés quién fue?



Orson Welles

Para hablar de este artista multifacético que fue Orson Welles, vamos a hacer una visita imaginaria al Siglo XX, más precisamente al anochecer del 30 de octubre de 1938. Esa noche la compañía teatral Mercury Theatre emitía una audición por la cadena radial CBS de

Estados Unidos, basada en un libreto de la "Guerra de los mundos", de H. G. Wells, en homenaje a la noche de Brujas (o Halloween, en inglés). Allí Orson Welles y su elenco tornaron verosímil una fábula fantástica: la conquista y destrucción de la tierra a manos de marcianos. Su habilidad fue manifiesta

al mezclar un radioteatro con el estilo de un noticiero radiofónico.

La audiencia de esa noche que sintonizó el programa luego de su inicio, perdió las coordenadas de ficción que relativizaban su verosímil contenido. Si a eso le agregamos un miedo difundido en la sociedad norteamericana en torno a las invasiones alemanas lideradas por Adolf Hitler en Europa, podemos entender cómo miles de ciudadanos a lo largo y a lo ancho de EE. UU. quedaron aterrorizados con la emisión, poblando las calles en actitudes de histeria colectiva.

Son muchos los estudios realizados sobre este particular fenómeno de masas, donde a partir de la inteligente puesta al aire de "La Guerra de los Mundos", Orson Welles logró que la ficción superara a la realidad.

f). Frente al micrófono. Su uso profesional lleva años de preparación, así que nos inspiraremos en los locutores, pero lo haremos tan bien como podamos. Una buena respiración es esencial, pues de ella depende en gran medida la emisión de la voz. Aunque el micrófono los asuste y los ponga nerviosos, confíen en ustedes. Nos colocaremos frente a él y hablaremos naturalmente, con nuestra mejor pronunciación, lenguaje y claridad que podamos. Un buen radiofonista es el que logra ser expresivo dentro de la sencillez y la naturalidad. Háblenle al micrófono, sin mover la cabeza de un lado a otro. ¡Atención! No se olviden que todos los ruidos salen al aire, hasta un estornudo o el ruido al pasar las hojas. Si se alejan del micrófono, los oyentes percibirán esa distancia, y lo mismo si se acercan demasiado. Podemos usar estas distancias para generar efectos.

g). La selección musical. ¿De dónde tomar la música para nuestros programas? Quizás alguna película que nos haya gustado, o música popular, o folklore. Lo importante es que "pegue" con la propuesta del programa. La música también habla del carácter de nuestro programa, como vimos al analizar el lenguaje radiofónico.

h). El ensayo y la emisión. Antes de la emisión definitiva ensayaremos varias veces. Cada integrante del grupo conoce su parte e interviene con diálogos, información, lectura de la hora y temperatura ambiente, yendo a la música, volviendo al programa, etc. El director o encargado es quien va puliendo las lecturas, dando énfasis a algunos parlamentos, disminuyendo la voz de otros, como si fuéramos instrumentos de una orquesta. Así se sincronizan entradas, salidas y hasta la música. ¿Y si nos equivocamos al aire? Pues seguimos adelante, de la manera más natural posible. Y no se olviden: concentración, motivación y estimulación son las claves para estar siempre alerta y abiertos a las mejoras.

i). Después de la emisión. La grabación o emisión ha finalizado. Es el momento de disfrutar el resultado de días y días de esfuerzo y trabajo, analizar qué salió bien y qué no, qué fue lo que más nos gustó, y compartir - por supuesto - con otros nuestra experiencia y aprendizajes.

10. LAS RADIOS COMUNITARIAS DE TUCUMÁN. EXPERIENCIAS.

Como sucede en todo el país, en nuestra provincia también hay emisoras comunitarias que vienen transmitiendo desde hace algunos años. Seguramente en su ciudad o pueblo hay alguna.

Algunas de las radios están nucleadas en la red Frecuencia Solidaria del PUEDES, el Proyecto Universitario de Extensión y Desarrollo Social de la Universidad Nacional de Tucumán. Compartimos con ustedes una lista de radios comunitarias de

Practiquemos

actividad 3

OBJETIVOS: Producir un programa completo, no un pequeño comentario o relato, sino una estructura que combiné diferentes elementos en distintos géneros. Son programas más complejos con más participantes. Se necesita más de una voz y con roles más claros.

La primer consigna sirve para conectar contenidos del manual ligados a los derechos con la utilización en profundidad de los elementos que conforman el lenguaje radiofónico, los distintos formatos y géneros.

El segundo grupo de consignas tiene por finalidad ejercitar más rigurosamente algunos aspectos formales de la programación radiofónica que siempre son de utilidad cuando se decide hacer radio con frecuencia y regularidad.

CONSIGNA A):

Elegir algún capítulo del manual y tomarlo todo o alguna de sus partes para hacer un informe radiofónico (o documental radiofónico). Debe durar entre 5 y 7 minutos. Recordemos la definición: "el documental se organiza en torno a un eje temático: una polémica social, un personaje, una costumbre. Se recopilan datos y opiniones y se añaden los recursos expresivos del lenguaje radiofónico que ya hemos aprendido: música, sonidos, palabras y silencios. El documental unitario es un género de gran interés didáctico". Tenemos que investigar algún tema relacionado con Comunicación comunitaria, educación popular, periodismo, derechos, grupos, comunicación, etc. Uno de esos a nuestra elección. Tomemos el manual como base y si podemos agreguemos más información de otras fuentes. La idea es que abordemos alguno de estos temas desde la óptica de los derechos. Por ejemplo ¿con qué derechos podemos relacionar el capítulo de Educación Popular? Bueno, podemos decir que con muchos, pero principalmente con la educación y la comunicación. Desde esa premisa tomemos un problema que se plantea en ese capítulo y desarrollemoslo. Por ejemplo en el manual se plantea que muchas veces la escuela no recupera los conocimientos que ya tienen los chicos, que

no los valora. ¿Será así? Podemos tomar algunos argumentos del manual y complementarlo con entrevistas hechas a docentes, o a nuestros padres o madres, comparar lo que aprendemos nosotros ahora en la escuela con lo que aprendían ellos en su tiempo. Hablar con algún especialista a ver qué nos dice. Y juntar elementos que nos permita presentar un programita completo con un tema desarrollado. Cinco minutos, siete a lo máximo.

CONSIGNA B):

1. En una producción de cinco minutos, elaborar una muestra en la que se cuente la historia de la radio. Aquí vale pensar en una dramatización, un noticiero, radio-periódico, musical, o aquel formato con todas las posibilidades creativas que tengan a su alcance.

2. Recuerden los elementos del lenguaje radiofónico, y luego cada uno piense cuatro o cinco temas musicales con los cuales contaría la historia de su vida. ¿Se animan a grabar algún ejemplo?

3. ¿Qué suelen decir los locutores al presentar su programa? ¿Es igual la entrada en uno musical que en un noticiero? ¿Y en AM y FM? Redacten cómo sería la entrada del programa que les gustaría hacer. Para eso escuchen antes varios ejemplos en la radio. Finalmente, ¿cómo se despedirían hasta la próxima?

4. ¿Cuales serían algunos mecanismos para participación en una emisión radial? Como oyente, como productor, como promotor, como locutor, como guionista, como musicalizador. Conversen grupalmente qué habilidades y conocimientos implica cada uno de estos lugares. ¿Con cual te sentirías más cómodo?

5. Ejercicios de vocalización: toma una poesía e interprétala con distintas inflexiones de voz (enojado, enamorado, serio, etc.). Luego con distinto volumen (fuerte, medio, bajo). Controla en todo momento que estés respirando bien y no te agites. Usa la nariz para inspirar profundamente y el abdomen para reservar el flujo de aire. Ten paciencia ¡es cuestión de práctica!

FM Amistad Los Zazos	Ramón Ayala	104.1	Los Zazos - Amaicha del Valle	(03892) 421158	
FM Cooperativa	Ángel José Gutierrez	101.7	San Pedro de Colalao	(03862) 481089 / (0381) 155016977	angeljose@arnet.com.ar
FM La Florida	Marcelo Carlosiano	89,9	La Florida	(0381) 4922009 / (0381) 154 660839	marcelocarlosiano@hotmail.com
FM Libertad	Angelo Valderrama	102.5	Amaicha del Valle	(03892) 421253	
FM Masiva Retro Classic	Ariel Jiménez		Ranchillos	(03869) 154188053	
FM Municipal	Ángel González		Trancas	0381 154743426 03862 421294	
FM Raices	Fernando Medina	96.3	La Higuera		fermed13@yahoo.com
FM Región	Miguel Ángel Pérez	102,9	Ranchillos	(03869) 421283 / (0381) 156418149	fmregionranchillos@yahoo.com.ar
FM S. Pedro Cooperativa	Javier Quintero		San Pedro Colalao	(0381) 154496823	issabelxavier@yahoo.com.ar
FM San Alfonso	María Klarmann	103,9	Yerba Buena	(0381) 4251160	sanalfonsofm@hotmail.com
FM Sudamericana	Reiden Carim Hasan		Río Seco	(03863) 471537	radiosudamericana@hotmail.com
La Voz de Leales	Nelson Acosta	107.5	El Cortaderal	(0381) 154779707	
LU 12	M Ángeles Pierrestegui	LU 12	San Miguel de Tucumán	(0381) 4523180	mpierrestegui@hotmail.com
Radio Universidad	Viviana Fernández	94,9	San Miguel de	(0381) 4351606 /	vinculosmar@hotmail.com

EXPERIENCIA

FM San Alfonso: "Mirar la realidad que pasa nuestro pueblo"

La FM San Alfonso funciona en los predios de la Comunidad de San Alfonso, en la provincia de Tucumán. Fue fundada el 1º de agosto de 2001 con aportes del Programa de Atención a Grupos Vulnerables (PAGV) del Ministerio de Desarrollo Social y Medio Ambiente de la Nación.

La radio está integrada a distintos proyectos sociales que el PAGV ejecutó en el plan barrial de Yerba Buena, como el Centro de Actividades Múltiples, el Centro de Cuidados Infantiles, el Lugar de Encuentro de la Tercera Edad, el Centro de Estimulación Temprana y Capacitación a Personas con Discapacidad y Jóvenes hoy. También se ofrece apoyo escolar, capacitación en oficios, hay una huerta granja comunitaria, entre otras iniciativas que llevan adelante.

Los objetivos que se persiguen a través de estas actividades tienen que ver con **"mejorar la calidad de vida de la zona de influencia de la radio, formar, informar y entretener, sirviendo como herramienta de integración y vinculación entre las distintas organizaciones y estamentos de la zona"**, afirma el director de la radio, Luis Bazán.

El proyecto nació como respuesta a la necesidad de contención de los jóvenes de la zona, brindándoles capacitación y motivación para ser comunicadores sociales y líderes de su propia circunstancia, buscando su crecimiento y desarrollo. Y para lograrlo **"todos trabajamos en forma solidaria y ejerciendo el voluntariado como pilar de transformación de la sociedad y la incorruptibilidad ideológica como base de nuestro compromiso con la comunidad"**, destaca Bazán.

Las actividades que han desarrollado desde su fundación son muy diversas. En el año 2001 llevaron adelante la difusión de las actividades propuestas por **"El Conin"**, apoyando al doctor Abel Albino en la prevención de la desnutrición a través de charlas de sensibilización.

En el año 2002 participaron de **"La Barriada"**, un encuentro de las manifestaciones culturales de la zona con la participación de las distintas academias de danzas (árabes, españolas, folklóricas) y la actuación de artistas locales, contando además con la participación de representantes de organizaciones sociales de San José y alrededores.

Articulando con la Cátedra de Enfermería Médica de la UNT, el Servicio de Endocrinología Sala II y el Departamento Clínico del Centro de Salud Zenón Santillán, realizaron **"Expo Salud 2004"**, donde se llevaron a cabo las VIII Jornadas de

Sensibilización de Diabéticos y Personas con Factores de Riesgo. Las III Jornadas de Sensibilización con Sobrepeso y Obesidad y la I Jornada de Sensibilización con Hipertensión Arterial, todas actividades realizadas en la Escuela Justiniano Frías con la participación de la comunidad. A través de la articulación con el Programa de Extensión y Desarrollo Social de la UNT (Puedes), el Centro de Estudios de Salud Materno infantil (Cesmit), la Sociedad de Pediatría y otras instituciones, llevaron adelante la **"Campaña por la Buena Leche"**.

FM San Alfonso se autosustenta con el aporte económico de programas producidos por terceros y auspiciantes que apoyan el emprendimiento y que, según su director, **"son conscientes de la importancia de la existencia de medios de comunicación alternativos y comunitarios, contribuyendo con la defensa de la libertad y pluralidad de expresión"**.

Con respecto a los desafíos que se presentan en el camino para el fortalecimiento de FARCO como red, Bazán manifiesta que una práctica muy frecuente es la de *"mirarnos mucho el ombligo desde las internas y no mirar la realidad que pasa nuestro pueblo y la gente común"*. En este sentido el director de FM San Alfonso sostiene que *"tenemos que seguir fortaleciendo a las radios con las que se está trabajando y consolidar los espacios de construcción que se vienen fortaleciendo hace tiempo"*.

Datos técnicos

- **Denominación:** FM San Alfonso
- **Radio asociada a FARCO**
- **Ciudad:** Yerba Buena-Tucumán
- **Frecuencia:** 103,9 MHz
- **Dirección:** La Paz 1260
- **Tel/Fax:** (0381) 4252604
- **Email:** sanalfonsofm@hotmail.com
- **Web:** <http://www.yerbabuenavirtual.com.ar>

FM Libertad

FM Libertad es una radio integrante de la Red de Radioemisoras **"Frecuencia Solidaria"**. En la actualidad interactúa con radios comunitarias de Yerba Buena, Cruz Alta, Trancas, Amaicha del Valle, Monteros, Ranchillos, Simoca, Santa Ana, San Andrés, Colalao del Valle y Acherá. La Red de Radioemisoras Solidarias tiene por objetivos promover el fortalecimiento y consolidación de sus miembros, aumentando su capital social y técnico mediante la generación de espacios de trabajo participativo.

Amaicha del Valle es un asentamiento humano que se remonta al tiempo precolombino. Allí habitan los descendientes de uno de los grupos más representativos de la cultura diaguita. También tiene el privilegio de poseer uno de los mejores microclimas del país.



Tomen nota

Las redes de radios

Con el tiempo, por el peso del trabajo y su inserción entre la gente, las radios comunitarias fueron creciendo mucho, en cantidad y en calidad. Por eso comenzaron a constituir articulaciones entre sí. FARCO, el Foro Argentino de Radios Comunitarias, se creó, por un lado para que las emisoras intercambien contenidos producidos por ellas o información en general, y por otro para sumar fuerza y pelear entre todas por una Ley de radiodifusión nueva que las contemple. www.farco.org.ar

En la actualidad Frecuencia Solidaria tiene por objetivos: Promover el fortalecimiento y consolidación Red de Radioemisoras Solidarias, aumentando el capital social y técnico de sus integrantes mediante generación de espacios de trabajo participativo. <http://frecuenciasolidaria.wordpress.com/>

La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, es una Asociación Civil, constituida por instituciones de América Latina y El Caribe que hace comunicación radiofónica educativa. Según su propia definición, trabaja junto a otros actores sociales por la democratización de las comunicaciones, el desarrollo humano sostenible y la construcción de sociedades con mayor justicia, mayor equidad y mayor democracia. ALER cuenta con cerca de 100 afiliadas distribuidas en el continente y tiene una historia de treinta años de trabajo. www.aler.org

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias y Ciudadanas AMARC, se define como movimiento ciudadano, político y comunicacional que trabaja en red en los cinco continentes. Está conformada por experiencias de comunicación radiofónica independientes, creadas para democratizar la palabra y en consecuencia la sociedad. Contribuye al protagonismo de actores y actrices de la sociedad civil en torno de una sociedad más justa. AMARC cuenta en todo el mundo con más 3.000 asociados(as), entre ellos periodistas, comunicadores(as), radios comunitarias y ciudadanas y centros de comunicación (formación, producción e investigación). En América Latina y Caribe son más de 400 asociadas activas. www.amarc.org

Hoy, su población está formada por artesanos, tejedores, pequeños productores de vinos pateros, aguardiente y mistela, alfajores, turroneos y quesillos. Pero también es un reservorio de expresiones culturales que se ponen de manifiesto en sus cantos, música, y sobre todo en la tradicional Fiesta de la Pachamama, agradecimiento a la Madre Tierra y pedido de fertilidad para cultivos y ganados. Se celebra dos veces al año: en Febrero, coincidiendo con el carnaval, tiempo de cosecha y el 1 de Agosto, tiempo de siembra.

Con la intención de preservar el patrimonio cultural, la Secretaría de Extensión de la UNT, mediante el PUEDES, y el Ente Tucumán Turismo registraron el CD Amaicha canta al Mundo, un disco que pretende revalorizar frente al mundo todo el canto de copleras y copleras amaicheñas, con todo el sentimiento del pueblo vallisto. Este CD se grabó en los estudios de FM Libertad, de Amaicha del Valle, con producción general del PUEDES de Extensión Universitaria de la UNT.

Datos técnicos

- Denominación: FM Libertad
- Radio asociada a Red Frecuencias Solidarias
- Ciudad: Amaicha del Valle-Tucumán
- Frecuencia: 102.5 MHz

11. TEXTOS PARA DISCUTIR

Les proponemos leer y discutir algunos fragmentos de textos con sus compañeros y coordinadores, con el objetivo de problematizar la comunicación radiofónica.

¿EL HUEVO O LA GALLINA?

por Ana Atorresi

Todo parece sencillo: la creciente tecnologización de los medios masivos de comunicación responde a una demanda relacionada con el actual desarrollo de nuestras sociedades. Simplificando: los medios crecen, avanzan y le dan a la gente lo que la gente necesita.

Sin embargo con un mínimo de rigor en el análisis, podemos llegar a cuestionar este confortable esquema. ¿No ocurre, quizás, a la inversa, que la gente llega a querer lo que los medios le ofrecen? ¿No ocurre, quizás, al menos, que los diferentes usos que la gente hace con lo que ofrecen se traducen en intereses ampliamente divergentes? Es decir: ¿no será que cada grupo social, cada individuo dentro de ese grupo, tiene sus necesidades particulares y trata de satisfacerlas a su manera? Porque es imposible afirmar que quien llama a Luisa Delfino, mejor dicho, al contestador automático de Luisa Delfino, para monologar 10 minutos (1) acerca de la depresión que le causa estar pasado de peso, no manifiesta los mismos intereses que quien denuncia un caso de corrupción sucedido en su comunidad... (2)

En realidad, deberíamos admitir la existencia de varias demandas de naturaleza muy heterogénea:

A). Las demandas específicas y concretas, como las que atienden los radios alternativos que, precisamente, no son portadores de intentos tecnológicos y comerciales considerables. Por ejemplo, la necesidad de un barrio determinado de canalizar a través de la radio la lucha para conseguir agua corriente o luz eléctrica.

B). Las demandas promovidas por los medios pero injertadas en unas prácticas de consumo ya antiguas, prácticas a las que la gente ya está en parte acostumbrada. Por ejemplo, usar el contestador automático cuando ya existe hace tiempo el hábito de dejar un mensaje o enviar una carta para que sean leídos por el conductor. En este caso, la oferta de algo nuevo, lanzada para incrementar las ganancias, no es en realidad tan "novedosa": se apoya en algo ya conocido y aceptado.

C). Finalmente, aquellas demandas de "progreso técnico" relacionadas con la innegable fascinación que ejercen sobre algunos grupos ciertas innovaciones en materia de "máquinas" o "aparatos". Por ejemplo, el hecho de "necesitar" tener un fax con el solo fin de enviar mensajes a las radios... Sin duda, en este último caso, nos vendieron técnica y nos inventaron una necesidad. Y sin duda también, nos inventaron una manera de distinguirnos, de mostrar que no todos somos iguales, porque no todos tenemos las mismas posibilidades de acceder a las "últimas innovaciones". Este tipo de consumo, en síntesis, sirve para acentuar las diferencias entre las distintas clases sociales.

Más que un sector social diferenciado por intereses específicos, los jóvenes, para la mayoría de los programas radiales supuestamente especializados, parecen ser potenciales compradores y consumidores. El condicionamiento comercial, la omnipresente potencia de las multinacionales del disco capitaliza el contenido de los programas juveniles convirtiéndolos, prácticamente, en un reparto de "hits", "tops" y "números uno americanos". Sin dejar de lado, por supuesto, "el" pantalón, "los" cigarrillos, "la" gaseosa... y la ideología.

Los jóvenes, uno de los porcentajes más altos de audiencia, no encuentran nada o casi nada acerca de problemas y orientación laboral, fracaso escolar, promoción y divulgación cultural, educación sexual, desencanto político o expectativas de cambiar el mundo. Nada o casi nada de su realidad y de sus intereses. La disyuntiva parece clara: o los programas "para jóvenes" machacan la canción de moda o no existen. ¿Qué propondrán los jóvenes al respecto?

Notas

(1) El programa "Te escucho", conducido por Luisa Delfino propone, a pesar de

lo proclamado desde el nombre, que los oyentes que así lo deseen monologuen con el contestador según la consigna "el monólogo de los 10 minutos".

(2) En el caso de las protestas o denuncias es notorio que los oyentes se identifiquen como Fulano, de tal barrio; el que llama se instituye como portavoz de los intereses de la comunidad a la que pertenece.

LOS DERECHOS HUMANOS EN LA ESCUELA

por Rosa Klainer, Daniel López y Virginia Piera

La comunidad educa para satisfacer sus necesidades. ¿Cuáles son las necesidades hoy en nuestro país? La escuela, como una de las instituciones donde la comunidad ha delegado tareas específicas, ¿apunta a la satisfacción de esas necesidades? La deserción, el fracaso escolar, el magro presupuesto, las condiciones edilicias, los bajos sueldos de los agentes educativos son indicadores negativos. Estos y otros aspectos hacen a la problemática de los derechos humanos en la escuela. Muchos docentes, padres y chicos quieren que esta temática cobre especial significación dentro del quehacer cotidiano escolar. Pero, ¿cuál es el espacio que las instituciones educativas reservan para el tratamiento de estos derechos? ¿Cuál es el que le asigna cada docente?

Fundar el trabajo docente en los derechos humanos significa, para nosotros, disponerse a atender y aprender a vincularse con las necesidades propias y de los otros, de chicos y grandes, de individuos y grupos. No consideramos al derecho sólo como un producto (conjunto de normas jurídicas logradas por una o distintas sociedades) sino también como un proceso que en sí mismo tiene valor y que condiciona la calidad del producto.

¿Cuánta energía ponemos chicos, padres y maestros en adaptarnos a la vida escolar? Julia, siete años, se prepara para asistir a su primer día de segundo grado, turno tarde. Mientras come va recordando en voz alta: "No debo pararme. Debo ir al baño en el recreo. No hablar en la formación..." Si el esfuerzo está puesto en adaptarse pasivamente a la institución, podría operar como un obstáculo para que los niños aprendan a partir de sus necesidades, intereses, deseos. Si esto no es respetado, ¿podrán considerar útil la tarea escolar? ¿No terminaremos "escolarizando" a los chicos, proponiéndoles un modelo escolar para la vida, en lugar de educarlos, favoreciendo sujetos creadores, activos, transformadores?

Si el grupo produjera sus propias normas según sus necesidades y posibilidades, si el mismo grupo decidiera estudiar cómo actuar la justicia "de los adultos" y tomar los elementos que puedan comprender según sus edades, ¿no promoveríamos acaso de mejor manera un sujeto activo frente a la justicia, comprometido con la vigencia de los derechos humanos?

Practiquemos

actividad 4

OBJETIVOS:

CONSIGNAS:

- A) Escuchar atentamente la radio durante un minuto y determinar si se trata de una emisora de AM o de FM tomando en cuenta los parámetros dados en este capítulo para tal distinción.
- B) Escuchar la radio durante 15 minutos en distintos bloques horarios (mañana, tarde, noche) sintonizando emisoras importantes de AM y FM e indicar cuáles son los canales que han utilizado los oyentes para participar, y los temas más frecuentes de esos mensajes. Debatir acerca de si existe o no una participación real de la audiencia, de cuales son los canales más participativos y de qué temas necesita abordar la sociedad. Pueden usar el

material de discusión que precede a estos ejercicios.

- C) Ubicar emisoras que estén destinadas a un público juvenil, anotar las temáticas abordadas, los temas musicales presentados, el lenguaje empleado por los y las locutoras y las publicidades emitidas. Analizar este material teniendo en cuenta las siguientes preguntas:
- ¿La radio responde a las expectativas mayoritarias del grupo?
 - ¿Qué problemáticas afectan a los jóvenes?
 - ¿Qué sueñan los jóvenes para el mundo y para sí mismos?
 - ¿Qué necesita consumir la juventud?
 - ¿Todos los jóvenes son iguales?

Para saber



Les sugerimos que vean las películas:

- "Radio favela" (Uma onda no ar, Brasil, 2002) El film está basado en la historia real de Radio Favela, una radio comunitaria creada en los 80, en Belo Horizonte, Brasil. La radio obtuvo gran éxito en virtud de una programación valiente y un lenguaje espontáneo, y su alcance trascendió las ondas.
- "Días de radio" (Radio days, EE.UU., 1987) El director Woody Allen filmó esta película dedicada a la radio, a los sueños que ella permite, a quienes la escuchan y a

quienes la hacen. Contada desde la perspectiva de un niño judío, que vive con su peculiar familia en un barrio de clase media, muestra cómo se construye la realidad a través de las emisiones radiales.



Busquen en Internet los siguientes sitios:

- RADIALISTAS APASIONADAS Y APASIONADOS www.radialistas.net
- FM LA TRIBU www.fmlatribu.com
- RADIO LA COLIFATA www.lacolifata.org



Textos usados en el capítulo

- ATORRESI, ANA (COMP) *Los géneros radiofónicos*. Antología. Buenos Aires, Ediciones Colihue, 1995.
- BOSSETI, OSCAR E. *Radiofonías. Palabras y sonidos de largo alcance*. Buenos Aires, Ediciones Colihue, 2003.
- DIDO, JUAN CARLOS Y BARBERIS, SERGIO. *Radios universitarias. Principios, funciones, objetivos*. Buenos Aires, Universidad Nacional de la Matanza, 2006
- FERNÁNDEZ, JOSÉ LUIS. *Los lenguajes de la radio*. Buenos Aires, Editorial Atuel, 2004.
- HAYE, RICARDO. *Hacia una nueva radio*. Buenos Aires, Paidós, 2001.
- SANGUINETTI, SUSANA Y OTROS. *Vocación de radio. Antes de salir al aire*. Córdoba, BR Copias, 2006.

A MODO DE CIERRE...POR AHORA

En cierto sentido, esta es la última página del manual. Pero desde otro punto de vista, es el verdadero comienzo: cuando terminamos de leer lo que otro escribió y nos ponemos a escribir nuestra propia práctica.

Como decía Paulo Freire en una de sus maravillosas obras, aprender tiene que ver con una manera de leer y de escribir el mundo. Y aquí, en estas páginas, nos hemos esforzado por mostrarles cuáles son nuestras lecturas y escrituras preferidas, pero solo algunas y provisionarias, porque creemos que las estamos recreando, volviendo a inventar en cada nuevo taller, en cada nueva mateada con compañeros, en cada charla, seminario, proyección de cine, encuentro de debate...

Lo que les proponemos es que releen todas las veces que sea necesario cada una de las cosas que les hemos planteado en los capítulos del manual, que las releen con ojo crítico, y como dijimos en la presentación, que las analicen, se peleen con ellas, se amiguen otra vez, las discutan con otros y otras, y que usen las que les gusten, les sirvan y los hagan sentir felices.

Ha sido un placer escribir estas páginas tratando de imaginarnos las caras, los sueños, los pueblos, las escuelas de cada uno y cada una de ustedes. Ha sido un arduo trabajo, y seguramente hay muchas cosas para mejorar. Así que esto recién empieza. ¡Esperamos sus comentarios!

abrojos@hotmail.com





abrojos

“El mundo no es, el mundo está siendo”

PAULO FREIRE



Proyecto La escuela en la radio

