



JURADO NACIONAL DE ELECCIONES

Desde 1931 por la Gobernabilidad y la Democracia

Democracia y comunicación

Pistas para construir los
sentidos de la democracia



Dirección Nacional de Educación y Formación Cívica Ciudadana

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia

JURADO NACIONAL DE ELECCIONES
Centro de Documentación e Información Electoral

01 JUN. 2010

RECIBIDO

JURADO NACIONAL DE ELECCIONES
Centro de Documentación e Información Electoral

Procedencia

Compra

Canje

Donación *JNEF*

9501
8332

Jurado Nacional de Elecciones

Dr. Hugo Sivina Hurtado

Presidente

Miembros del Pleno

Dr. José Humberto Pereira Rivarola

Dra. Elva Greta Minaya Calle

Dr. José Ulises Montoya Alberti

Dr. José Luis Velarde Urdanivia

Director Nacional de Educación y Formación Cívica Ciudadana

Gustavo Adolfo Quiroz Arbulú

Elaboración de contenidos

Coordinadora Nacional de Radio - CNR

Consultor: Pepe Arévalo

Diseño gráfico y edición

Lesly Montes Montes

America Penado Arroyo

Daniél Dávila Rivera

Dirección Nacional de Educación y Formación Cívica Ciudadana

Programa de Formación Continua en Ciudadanía

Lima, Perú

Noviembre, 2009

Deposito Legal 2010 - 05148

Jurado Nacional de Elecciones

Avenida Nicolás de Piérola Nº. 1080, Lima 1

Página Web: www.jne.gob.pe

Índice

DEMOCRACIA Y COMUNICACIÓN

1RA PARTE: EL ESTADO DE LA CUESTIÓN

Rasgos y elementos de la cultura cívica y democrática en el Perú: el perfil del ciudadano peruano.

¿Cómo es la cultura política democrática en el Perú?

Democracia participativa y democracia representativa.

Participación ciudadana

2DA PARTE: CONSTRUIR LOS SENTIDOS DE LA DEMOCRACIA

Proceso democrático, proceso comunicativo.

El rol del comunicador y el rol de los medios

El periodista y la democracia

3RA PARTE: CIUDADANOS PRODUCTORES DE SU PROPIA INFORMACIÓN

Construcción y producción de sentidos

¿Quiénes son nuestros interlocutores y nuestras interlocutoras?

Nuevos lenguajes y nuevas formas

Paradigma tecnológico

Cambios en los modos de vincularnos con los medios

La creatividad puesta al servicio de la comunicación: la revolución de los formatos

Periodismo ciudadano

Para seguir pensando más allá de este módulo.

Glosario

Documentos revisados



1RA PARTE: EL ESTADO DE LA CUESTIÓN

Democracia y comunicación
Pistas para construir los sentidos de la democracia

Dirección Nacional de Educación
y Formación Cívica Ciudadana

1ra PARTE: EL ESTADO DE LA CUESTIÓN

En este primer módulo se presenta información sobre la cultura cívica en el Perú y otras posibilidades de participación que tienen los ciudadanos y ciudadanas, con el objeto de abrir el marco de referencia sobre la construcción democrática distinto a los momentos electorales, y la importancia de la cotidianidad en la construcción de la cultura democrática.

- Rasgos y elementos de la cultura cívica y democracia en el Perú
- Participación ciudadana y otras formas de participación cívica

RASGOS Y ELEMENTOS DE LA CULTURA CÍVICA Y DEMOCRÁTICA EN EL PERÚ: EL PERFIL DEL CIUDADANO PERUANO.

No hay una única definición de lo que es la cultura política democrática. Más bien hay una serie de definiciones en la que cada una aporta distintos elementos que podrían ayudarnos a configurar algunas características de ella.

- Para unos, la cultura política tiene que ver con las prácticas de los ciudadanos en los espacios públicos, con miras a la elección de representantes o la toma de decisiones dentro del sistema político democrático.
- Para otros, la cultura política tiene que ver con los valores, las creencias, los sentimientos, sentidos de las personas, en relación con la disputa y el ejercicio del poder.
- También están aquellos que cuando hablan sobre cultura política se están refiriendo a los “imaginarios”, a las “mentalidades” y las “representaciones sociales” que distintos grupos conforman acerca de la realidad, en general, y de la vida política en particular; la forma como cada uno se percibe a sí mismo y a los demás en la sociedad.
- Para otros, se trata de la exploración de las identidades que generan una serie de prácticas sociales y que transitan por el ámbito de las identidades: de género, étnicas, nacionales, sociales, religiosas, etc. Cultura política sería el imaginario colectivo construido en torno a los asuntos del poder desde esas identidades.

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia

Y así podríamos indagar en una serie de definiciones y conceptos, pero todos ellos nos llevan inevitablemente a la centralidad de la persona humana, como constructora de sentidos, personales y colectivos, como sujeto de derechos, como constructora de un modelo de sociedad, en todas las dimensiones que le competen, en su cotidianidad, tanto en los espacios privados como en el ejercicio de su ciudadanía en los espacios públicos.

Para entendernos en este módulo

Podríamos definir la cultura política democrática como el proceso en el que se construyen los sentidos subjetivos, personales y colectivos en torno a las relaciones con el poder, tanto en el espacio privado como en el público, y el relato que se deriva de él, a favor de un modelo de sociedad democrática que se sostiene en la comunicación, a quien debe su reproducción y permanencia.

Cultura política democrática



¿CÓMO ES LA CULTURA POLÍTICA DEMOCRÁTICA EN EL PERÚ?

Para ayudarnos a poner en contexto algunas de nuestras reflexiones sobre cómo es la cultura política en el Perú podemos recurrir a los informes “Cultura política de la democracia en el Perú, el impacto de la gobernabilidad”, años 2006 y 2008¹.

En estos informes se presentan algunas características de lo que piensan y sienten los peruanos en relación con la política y la democracia en el Perú:

APOYO ACTITUDINAL A LA DEMOCRACIA ESTABLE EN EL PERU

El Perú muestra niveles muy bajos en las actitudes tradicionalmente asociadas con una democracia estable.

LA GOBERNABILIDAD: EL DESAFÍO DE LA CORRUPCIÓN

La percepción de que los funcionarios públicos son corruptos está bastante generalizada en el Perú, siendo una de las más altas de la región. También es alto el porcentaje de personas que declara haber sido víctima de corrupción.

GOBERNABILIDAD: EL DESAFÍO DE LA DELINCUENCIA

Perú es el segundo país con mayor victimización por delincuencia de los países de la región.

Perú es el segundo país con mayor percepción de inseguridad personal entre los países estudiados. La delincuencia afecta en particular a los hombres, las personas de mayor edad, mayor educación y a los residentes de Lima Metropolitana.

GOBIERNOS LOCALES Y DEMOCRACIA

La confianza ciudadana en los municipios es bastante baja y es bajo el nivel de satisfacción con los servicios de los gobiernos locales en el Perú. Esto ocurre a pesar de que existe un alto grado de involucramiento ciudadano en estas instituciones. Sin embargo, confían más en el gobierno local que en el gobierno nacional.

¹ Cultura política de la democracia en el Perú, 2008. El impacto de la gobernabilidad. Carrión, Julio F.; Zárate, Patricia; Seligson, Mitchell A.—Lima, Perú: Instituto de Estudios Peruanos, 2009

La cultura política de la democracia en el Perú: 2006. Carrión, Julio F. y Patricia Zárate. Lima, Perú: Instituto de Estudios Peruanos, 2007.

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia

ACTITUDES FRENTE A LOS PARTIDOS

Hay poca simpatía por los partidos políticos y la mayoría cree que hay corrupción en ellos y dudan de su nivel representación.

DESEMPEÑO ECONÓMICO DEL GOBIERNO Y DEMOCRACIA

Existe un alto descontento con la manera cómo el gobierno combate la pobreza y el desempleo (desempeño económico), siendo la economía el tema más importante.

Una mayor satisfacción con el desempeño económico está asociada con un mayor nivel de legitimidad de las instituciones políticas.

LEGITIMIDAD POLÍTICA

Las instituciones políticas presentan un bajo nivel de legitimidad entre los ciudadanos.

La confianza en el Gobierno nacional, el Congreso y la Corte Suprema se encuentra entre las más bajas de la región.

La combinación de alto apoyo al sistema político y alta tolerancia (democracia estable) no es muy generalizada en el Perú.

* Resumen elaborado a partir de los informes "Cultura política de la democracia en el Perú, el impacto de la gobernabilidad", años 2006 y 2008.

Si bien es cierto que en este informe la mayoría de peruanos y peruanas apoya a la democracia, se advierte un gran descontento con el sistema político y una muy baja confianza en sus instituciones, incluyendo los gobiernos locales.

En general, los ciudadanos y ciudadanas peruanas nos hemos acostumbrado a considerar que participar y construir la democracia sólo se refiere a un acto electoral y a asistir a las urnas cumpliendo con el calendario electoral del país, cuando en realidad es una forma de vida que parte por reconocerse como personas y como ciudadanos(as) sujetos de derechos y reconocer a los demás también como personas y sujetos de derechos. Hablamos de prácticas y convicciones políticas que forman parte de una cultura política democrática.

La corrupción y la sensación de inseguridad ayudan también a disminuir el apoyo y confianza a las instituciones. En este informe se registra un gran descontento con el funcionamiento de la justicia y un generalizado escepticismo sobre la capacidad del sistema político para defender los derechos de ciudadanos y ciudadanas.

De otra parte, los informes sobre cultura política en el Perú confirman que peruanas y peruanos sí tienen altos niveles de participación comunal y social bastante significativos. Este punto tiene una importancia enorme porque se considera que los ciudadanos y ciudadanas que participan en la sociedad civil aprenden a trabajar juntos y, en algún momento, a confiar los unos en los otros.

La confianza en los otros es la base fundamental para la construcción de una cultura democrática distinta. Para eso hace falta ampliar el concepto de democracia, sacarlo del marco del hecho electoral y ubicarlo en el contexto de los distintos momentos de la vida y reconocer que se construye desde la cotidianeidad y desde la convivencia diaria. Por eso consideramos que todo proceso democrático es un proceso comunicativo en su esencia y en su desarrollo, y que es el resultado de una interacción en la que se van construyendo los sentidos de la participación.

DEMOCRACIA PARTICIPATIVA Y DEMOCRACIA REPRESENTATIVA.

Antonio Elizalde Hevia ²

“...La continuidad y la profundización democrática requiere de una cultura democrática arraigada en la vida cotidiana.” (en el mundo de la vida, al decir de Habermas).

La democracia se siembra en el comportamiento cotidiano de los ciudadanos. No surge del aire, es algo que se construye, o se destruye, en el día a día. ¿Cómo construir una cultura democrática? ¿Cómo afianzar la democracia a partir de la vida concreta de las personas? ¿Cómo hacer para que cada uno de nosotros se sienta parte y responsable de la democracia a la que aspiramos en nuestra vida cotidiana? ¿Cómo conectar las conductas cotidianas de las personas con los éxitos o fracasos democráticos? Éstas son preguntas que expresan la necesaria reflexión en la búsqueda de una democracia participativa, en la que sea el ciudadano quien ejerza, en el proceso de la cotidianidad, sus funciones de constituyente primario; es la búsqueda de la democracia en cada uno en el proceso de aprender cada día a convivir con otros.

“Entendemos por cultura democrática o democracia de la cotidianidad, formas de conducta que generadas en las dimensiones micromoleculares de la sociedad (microorganizaciones, espacios locales, relaciones a escala humana) estimulan, a la vez que respetan, el surgimiento de los potenciales contenidos en la diversidad, haciendo posible así conciliar participación con heterogeneidad. Afirmándonos en un principio sistémico ecológico, suponemos que el fomento de la diversidad es positivo, por cuanto la vulnerabilidad de un sistema vivo es inversamente proporcional a la diversidad que contiene.” (Max-Neef y Elizalde, 1989: 3-4)

La cultura autoritaria está en la fábrica y en la oficina, en el taller o en la sala de clase, en la familia o en la iglesia, en el partido político, en la relación entre municipios y comunidades, en la forma cómo se distribuye el ingreso, en la administración de la justicia y en las cárceles, en el trato a los ancianos y a los niños, en la discriminación sexual y étnica. Alentadas desde un extremo a otro de la sociedad, y reproducidas en la relación entre Estado y sociedad civil, las costumbres coercitivas tienen su arraigo más básico en lo cotidiano: en la casa y

2. (Fragmento de la Conferencia en la Universidad San Francisco de Asís, La Paz, Bolivia en el seminario taller preparatorio del Diálogo Nacional “Sistema Político y Profundización Democrática” el día 11 de julio de 2000)

en el trabajo, en las relaciones diarias y permanentes. De ahí entonces que si deseamos la consolidación de la democracia política, la base más sólida sobre la cual ésta puede sustentarse es la democracia de la cotidianidad. La relación entre el Estado y la sociedad civil es, simultáneamente, productora y producto de múltiples relaciones que se forjan al interior del tejido social. Revertir el carácter autoritario que ha ido asumiendo el Estado en nuestros países exige fortalecer la vida democrática, pero entendida ésta no solamente como la expresión de las prácticas políticas sino inscrita en el conjunto de nuestra existencia cotidiana.

No hay democracia compatible con la discriminación y con el trato vejatorio hacia otras personas, con la violencia ejercida en cualquier grado o tipo sobre otros seres humanos, con la violación de cualquier derecho humano. No hay democracia posible sin un respeto profundo por toda forma de vida, sin una preocupación y compromiso cotidiano con las necesidades humanas fundamentales, sin el protagonismo permanente de las personas. Es nuestra existencia cotidiana la que va cristalizando en una cultura democrática, en la producción de la democracia como régimen o estrategia de vida. Ella es intrínsecamente antinómica con la existencia de dobles estándares, con la violación de los compromisos adquiridos, con el engaño y la mentira en la relación con otros, con todo tipo de imposición o de coacción física o moral, con aprovecharse de los más débiles, con la competencia desenfrenada, con la ausencia de crítica, con el estímulo de las pasiones e instintos individualistas, con las verdades absolutas, con todo tipo de milenarismo o solución final; es decir, en síntesis: con la ausencia de un profundo amor por la vida y por la diversidad.

“La democracia, así entendida, implica transitar desde las concepciones tradicionales de una democracia gobernada a una democracia gobernante, y avanzar desde la concepción liberal de una democracia que proporciona garantías a los ciudadanos hacia el concepto de democracia social, la cual se orienta hacia la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales de las personas y asegura los derechos económicos y sociales de los integrantes de la sociedad...”

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia

Que la democracia involucre nuestra cotidianidad, como lo plantea Elizalde, no es un dato menor. Más aún, porque sabemos lo importante que resulta llevar al debate público hechos que en los espacios privados vulneran los derechos de las personas. Llevar estos temas al espacio público es tremendamente poderoso.

Quizá el caso más emblemático en este sentido sea la larga lucha que han sostenido las mujeres por sus derechos. En la medida que los episodios de violencia pasaron a tomar parte del debate público, fueron considerados como problemas sociales y la sociedad fue reconociendo que era un tema en el que se debía intervenir, hasta lograr que sea parte de las agendas de los Estados como un tema de derechos humanos, lo que ha permitido que los estados hayan asumido responsabilidades y obligaciones a través de las diferentes convenciones y acuerdos internacionales.



PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Palabra clave Participación:

Participar, en principio, significa “tomar parte”, “convertirse uno mismo en parte de una organización que reúne a más de una sola persona”. Pero también significa “compartir” algo con alguien o, por lo menos, hacer saber a otros algunas noticias. De modo que la participación es siempre un acto social: nadie puede participar de manera exclusiva, privada, para sí mismo.

Según la palabra clave que hemos descrito, podemos concluir:

Sólo se puede participar con alguien más;

Sólo se puede ser parte donde hay una organización que está compuesta por lo menos de dos personas.

Por ello, los sinónimos de la palabra participación son: compartir y acordar.

La participación ciudadana supone la combinación entre un ambiente político democrático y una voluntad individual de participar. De los matices entre esos dos elementos se derivan las múltiples formas y hasta la profundidad que puede adoptar la participación misma.

Idea importante Participación ciudadana

Toda forma de participación ciudadana cumple con el doble requisito: de intentar influir en las decisiones políticas a partir de una decisión personal, pero también de respetar las reglas básicas que supone el Estado de derecho.

¿Cuáles son las formas de participación ciudadana en la democracia?

Nos referimos a las acciones emprendidas por ciudadanos y ciudadanas que están directamente relacionadas con la selección de los gobernantes y con la influencia en las acciones tomadas por éstos.

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia



Otras formas de participación ciudadana que podemos mencionar:

- Experiencias de concertación institucional como las Mesas de concertación.
- Experiencias de participación vecinal como el proyecto "Juventud Sin Fronteras(Cajamarca)
- Experiencias en programas de organizaciones no gubernamentales de desarrollo como el programa de desarrollo frutícola de Omate(Moquegua)

¿Qué mecanismos existen para asegurar la participación ciudadana?

En los gobiernos democráticos no sólo hay caminos que aseguran al menos la opinión de los ciudadanos sobre las decisiones tomadas por el gobierno, sino existen mecanismos institucionales para evitar que los gobernantes caigan en la tentación de obedecer ciegamente los mandatos imperativos de sus partidos.

Son modalidades de participación directa en la toma de decisiones políticas que hacen posible una suerte de consulta constante a la población. Los mecanismos de participación ciudadana que podemos mencionar:



La importancia de la participación ciudadana:

- Sin participación la democracia no existiría.
- Es una forma de perfeccionar nuestra democracia sumando la participación a la representación.
- Es la única manera de configurar un sentido fuerte de ciudadanía y defensa de lo público.
- Participar implica reconocer al otro como diferente pero a la vez como interlocutor válido y sujeto de derechos.
- Permite a los ciudadanos y ciudadanas aprender a trabajar junto con otros ciudadanos y ciudadanas, a desarrollar la confianza entre sí, a ejercitar la tolerancia; promueve la solidaridad y la cooperación, ayuda a construir consensos o a sostener disensos, al diálogo y al debate de ideas, a pasar de una actitud pasiva a una activa y propositiva. Estimula la búsqueda de información de calidad y la generación de opiniones, y genera la identificación de los ciudadanos y ciudadanas con una serie de valores que construyen la democracia.
- Es necesaria una sociedad civil fortalecida para sostener una democracia estable. Precisa del involucramiento con la política y un sentido de obligación para con la comunidad. Permite la convicción de que se puede influir sobre las decisiones gubernamentales y le da sentido al ejercicio de su ciudadanía.

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia

- Es un mecanismo de control y fiscalización del cumplimiento de la soberanía del mandato ciudadano.

El marco normativo peruano ha incorporado la participación de la ciudadanía

Denominación y número de la ley	Fechas clave	Alcance y contenidos principales
Constitución Política del Perú (Artículo 31°)	Ratificada el 31 de octubre de 1993	Reconoce los derechos de los ciudadanos a participar en asuntos públicos
Ley de los Derechos de Participación y Control Ciudadano, No. 26300 (Art. 17° al 19°)	Promulgada el 3 de mayo de 1994	Consagra los derechos a la iniciativa de reforma constitucional, a la iniciativa en la formación de leyes, así como a la iniciativa en la formación de dispositivos municipales y regionales.
Ley Marco de Modernización del Estado, No. 27658	Promulgada el 17 de enero del 2002	Declara al Estado en proceso de modernización para mejorar la gestión pública y construir un Estado democrático, descentralizado y al servicio del ciudadano.
Ley Orgánica de las Municipalidades N° 27927	Promulgada el 27 de mayo de 2003	Reconoce formas de participación no contenidas en otras normas como por ejemplo los Consejos de Coordinación Local (CCL)
Ley Orgánica de Gobiernos Regionales N° 27867	Publicada el 18 de noviembre de 2002	Define a los planes de desarrollo concertado y al presupuesto participativo como instrumentos de gestión del desarrollo. Establece la naturaleza, composición y roles de los Consejos de Coordinación Regional.
Ley de Bases de la Descentralización N° 27783		La presente Ley establece la finalidad, principios, objetivos y criterios generales del proceso de descentralización; regula la conformación de las regiones y municipalidades; fija las competencias de los tres niveles de gobierno y determina los bienes y recursos de los gobiernos regionales y locales; y, regula las relaciones de gobierno en sus distintos niveles.
Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública – Ley N° 27806	Publicada el 3 de agosto del 2002	Esta ley tiene como finalidad promover la transparencia de los actos del Estado y regular el derecho fundamental del acceso a la información consagrado por la Constitución Política del Perú.

Elaboración Jurado Nacional de Elecciones

Al cierre de esta primera parte... Preguntas de reflexión

- ¿Qué relación hay entre cultura, política y comunicación?
- Si es tan importante pasar del espacio privado al espacio público, ¿en qué momento se rompe la barrera de la vida privada para participar en asuntos públicos? ¿cuál es el papel de la comunicación en este proceso?
- ¿Cómo podemos trabajar desde la comunicación aquellas motivaciones externas que empujan o desalientan el deseo de participar en asuntos públicos?
¿Qué tipo de motivación se requiere para que la gente participe en forma sostenida en las decisiones que la afectan y para mantener la atención de los que toman las decisiones y de los que ejercen el poder?
- Si la democracia se construye en el día a día, ¿qué experiencias democráticas experimenté hoy?, ¿y qué actitudes mías no lo fueron?



2DA PARTE: **CONSTRUIR LOS SENTIDOS DE LA DEMOCRACIA**

Democracia y comunicación
Pistas para construir los sentidos de la democracia

Dirección Nacional de Educación
y Formación Cívica Ciudadana

2da PARTE: CONSTRUIR LOS SENTIDOS DE LA DEMOCRACIA

Reflexión sobre el papel de los medios en la construcción simbólica de la democracia, no sólo como un hecho comunicativo, sino también como hecho ético y que involucra la editorialidad de los medios.

Temas

- Comunicación y cultura cívica: Proceso democrático, proceso comunicativo.
- El rol del comunicador y el rol de los medios.
- Ética: el desafío de la coherencia entre el discurso democrático y la práctica democrática.

PROCESO DEMOCRÁTICO, PROCESO COMUNICATIVO.

El significado original de la palabra democracia, que la define como el gobierno del pueblo, trae implícito lo que es su fundamento: una manera de organizarse de las personas en que la soberanía y el poder reside en todos y cada uno de sus miembros. La democracia es una forma de gobierno y de organización en la que las decisiones son tomadas a través de mecanismos de participación directa o indirecta y de mecanismos de representación. No es sólo el ámbito de la libertad individual, sino también el de la participación directa y mediada en las decisiones y acciones que afectan a la colectividad. Es, además, un asunto de tolerancia ante la pluralidad de intereses, opiniones, opciones y acciones sociales.

Dice Sánchez Ruiz: “toda sociedad es múltiple y compleja, plural y diversa, la democracia, entonces significa la búsqueda histórica de la inclusión de lo múltiple, del universalismo de lo plural y no de la imposición universalizante de lo singular.”³

La democracia es cultura política democrática, como veíamos en la primera parte de este módulo, en la que se construyen los sentidos subjetivos, personales y colectivos en torno a las relaciones con el poder. Al centro de la democracia se desarrollan procesos de comunicación, de información y de producción de sentido.

³ Enrique E. Sánchez Ruiz, COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA, Instituto Federal Electoral, México 2004, pág. 21.

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia

Sostiene Sánchez que “la democracia es una forma de vida que tiene implicaciones y manifestaciones en la vida cotidiana. Por lo tanto, tiene que estar profundamente arraigada en los patrones culturales que se producen y reproducen en la vida cotidiana, en la familia, la escuela, el trabajo, los medios de difusión y otros lugares de las esferas públicas y privada.”⁴

En la obra clásica de Robert Dahl sobre la democracia, mencionado por el Estudio Cultura Política de la democracia en el Perú⁵, los valores centrales de la democracia son la creencia en los derechos ciudadanos de 1) Oposición 2) Inclusión. Un extenso análisis de las principales bases de datos que intentan mediar la democracia ha concluido que todas ellas pueden reducirse a esas dos dimensiones.

Modelo de comunicación, modelo de sociedad

El papel de los comunicadores y de los medios no es menor en la construcción de la democracia, pero no es solo un asunto de entender conceptualmente la democracia, la política y la comunicación, hay un hecho más profundo que implica al comunicador en su integralidad como persona.

Hace mucho tiempo que Mario Kaplún se encargó de recordarnos que “definir qué entendemos por comunicación, equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir”, lo que significa que todo modelo de comunicación implica en sí un modelo de sociedad. Si pensamos en un modelo de comunicación vertical, transmisora de contenidos, estamos reproduciendo en nuestros medios un modelo de sociedad igualmente vertical y autoritario.

Decía Kaplún en su pedagogía de la comunicación: “Cuando creamos nuestra obra de teatro o el guión de nuestro vídeo o de nuestro programa de radio, ¿tratamos de ir suscitando en los destinatarios un proceso personal, o le disparamos verticalmente la información que él tiene que «aprender»? En la medida en que sigamos asumiendo el clásico papel de emisores, de poseedores de la verdad que dictamos esa verdad a los que «no saben», en la medida en que sigamos depositando informaciones e ideas ya «digeridas» en la mente de nuestros destinatarios, por liberadores y progresistas que sean los contenidos de nuestros mensajes, continuaremos siendo tributarios de una comunicación autoritaria, vertical, unidireccional.”⁶

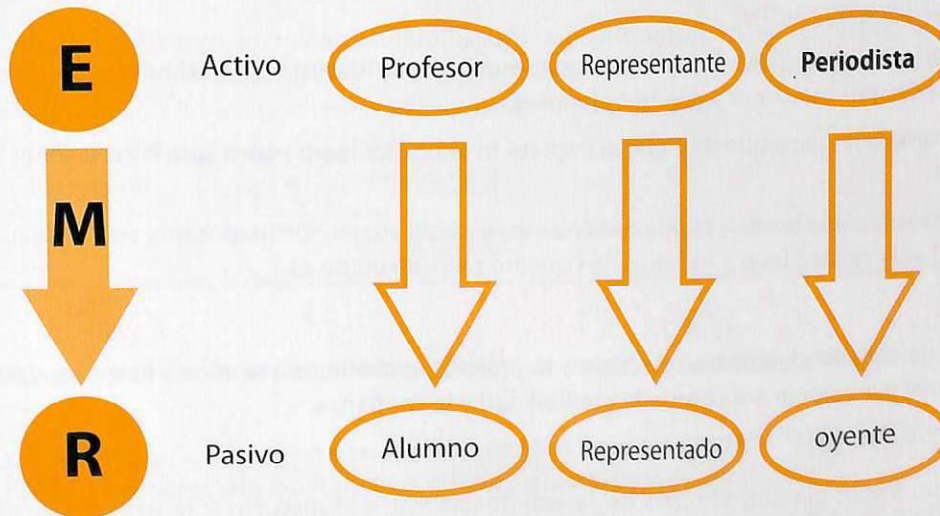
4 Op. Cit. Pág. 25

5 Cultura Política de la democracia en el Perú, 2008. El impacto de la gobernabilidad

6 Mario Kaplún, Pedagogía de la comunicación (1998)

De allí surge la pregunta que puede ser un buen disparador para las reflexiones sobre el papel de los comunicadores en relación con la democracia: ¿Qué modelo de comunicación debemos desarrollar para construir una sociedad democrática, justa y equitativa?

Modelo de comunicación - Modelo de sociedad



EL ROL DEL COMUNICADOR Y EL ROL DE LOS MEDIOS

Pensemos lo siguiente, ¿qué opina de las siguientes situaciones?:

- Un político que en su campaña electoral promete una cosa y cuando ejerce el poder hace otra.
- Un político que dice defender los derechos humanos y ejerce violencia contra un miembro de su familia.
- Una empresa que dice que hay igualdad de oportunidades pero que reserva los mejores puestos para los varones.
- Una empresa que dice valorar el recurso humano por encima de cualquier capital y se caracteriza por maltratar a sus trabajadores.
- Una mamá o un papá que dice que le importa tu educación pero nunca va a las reuniones del colegio.
- Un profesor o una profesora que defiende en el sindicato su opción por una sociedad justa y en el aula califica bajo a los alumnos que no piensan como él.

La falta de coherencia entre el discurso y la práctica, entre lo que se dice y lo que se hace, contribuye a erosionar sobretodo la credibilidad y la confianza.

Pablo Freire plantea el tema de la coherencia entre el discurso y la práctica en relación a los educadores, pero la reflexión vale también para encarar el tema desde la labor del comunicador.

Discurso y práctica.

1. Ser coherente entre lo que se dice y lo que se hace.

La primera virtud o cualidad que me gustaría subrayar es la virtud de la coherencia. La coherencia entre el discurso que se habla y que anuncia la opción, y la práctica que debería estar confirmando el discurso.

Esta virtud enfatiza la necesidad de disminuir la distancia entre el discurso y la práctica. Esto no es fácil de lograr. Cuando me refiero a esta virtud, al nivel más grande de la lucha política, yo digo que hay que disminuir la distancia entre el discurso de candidato y la práctica del que resulta elegido, de tal manera que en algún momento la práctica sea discurso y el discurso sea práctica.

No obstante, es necesario señalar en primer lugar, que no es posible alcanzar la coherencia absoluta y que, en segundo lugar, ello sería un fastidio.

Imagínense ustedes que uno viviera de tal manera la coherencia, que no tuviera la posibilidad de comprender lo que es coherente, porque sólo sé es coherente!. Entonces no se sabe lo que es.

Se necesita ser incoherente para transformarse en coherente.

Hay, sin embargo, un mínimo tolerado para la incoherencia. Yo no puedo proclamar mi opción por una sociedad justa, participativa y, al mismo tiempo, rechazar a un alumno que tienen una visión crítica de mí como profesor.

Reflexión crítica sobre las virtudes de la educadora o el educador, Paulo Freire en Buenos Aires. CEAAL, Buenos Aires, 1986

Conferencia del 21/06/85 en la 1ra Asamblea Mundial de Educación de Adultos.

Ponga este tema en el espacio de los comunicadores y de los medios de difusión.

- ¿Qué sensación le genera cuando los medios de difusión dicen defender la verdad y reciben dinero para ocultar cosas o para callarse cosas?
- ¿Qué sensación le provoca cuando un/a periodista pregona sobre la honestidad y hoy defiende una idea y mañana defiende otra?
- ¿Qué sensación le provoca cuando un medio de comunicación dice ser democrático y no permite expresarse a todos/as?
- ¿Qué sensación le provoca cuando un medio habla sobre la pluralidad, el respeto a las personas y la igualdad entre todos, pero los negros, negras o los cholos, cholas o indígenas son presentados o representados siempre como objetos de burla, en situaciones de carencia o vulnerabilidad social?

EL PERIODISTA Y LA DEMOCRACIA

Consultorio Ético
con Javier Darío Restrepo

Rosa, Nuevo Norte, Perú 3/13/2001

Consulta 72.

Me indigna ver a los medios de comunicación de mi país defender sus intereses económicos. El caso del canal 4 es patético: el dueño vendió la programación y la moral por un millón de dólares mensuales. Los periodistas siguieron trabajando en periódicos y noticieros sabiendo que defendían un régimen dictatorial. La mayoría se escudaron en que en el país no hay trabajo y tenían familia que mantener. Una conductora de un noticiero dijo que era una marioneta y que trató de hacerlo lo mejor que pudo y que lo que decía no era ni lo que ella pensaba, ni su ética, ni nada ¿qué pensar de todo esto?

Respuesta

Las conductas personales sometidas a examen por la colaboradora no pueden ser tema de este consultorio, que no debe convertirse en tribunal. En efecto, el único juez ético válido, es la conciencia de cada persona que, ante cada hecho concreto, valora sus circunstancias propias y percibe, de acuerdo con su sensibilidad, los valores éticos, dos factores que ningún juez o tribunal externo puede llegar a medir.

Casos como los que se plantean en la pregunta permiten recordar valores éticos aplicables en esas situaciones y le sirven a cada uno para juzgar su propia conducta y para reafirmarse en sus principios y normas o para rehusarlos. Teniendo estas necesarias advertencias, estas son las consideraciones éticas aplicables en este caso son los siguientes:

La naturaleza y función de los medios de comunicación en una democracia son similar es la del ágora en la Grecia Antigua. Son los espacios desde donde la población participa en la construcción y fortalecimiento de la democracia, a través de la palabra. Hoy, los medios, como ágoras electrónicas, potencian esa palabra para servicio de la población. Contradice y degrada la naturaleza de los medios, ponerlos al servicio de cualquier poder distinto al de la población. Esta explicación, expuesta aquí en anteriores oportunidades, es aplicable en este caso, y permite volver sobre la función

social que los medios de comunicación están llamados a cumplir. Es explicable la reacción de rechazo, cuando un medio deja de oír a la comunidad y de hablar con su voz, para potenciar la voz de los poderosos. Se protesta por una usurpación. El sentido democrático de los pueblos indica que se les arrebató un derecho cuando los medios se ponen al servicio de los poderosos.

De lo anterior se desprende otra consecuencia: el ejercicio de la profesión periodística no puede desligarse de su función social. Al contrario de otras profesiones, ésta tiene que ver con los intereses, el presente y el futuro de toda la sociedad. Un mal ingeniero afecta al reducido grupo que utiliza sus obras; un mal periodista afecta a toda la sociedad, de modo que cuando un periodista, para resolver el problema del sostenimiento de su familia, opta por ser un mal periodista, con prácticas deshonestas, pone en peligro un bien de la sociedad que es la información libre, por problema personal. Es evidente la asimetría: problema personal vs. interés de toda la sociedad. Como no se puede poner en peligro a toda la sociedad para que alguien sostenga su familia, lo único lógico y justo es que se busque otra profesión en que el daño social no se produzca.

Y en el mismo consultorio, en la consulta 40 Javier Darío Restrepo nos sugiere este texto del colombiano Germán Rey:

Referencia Bibliográfica

“...La democracia además de ser una forma posible de organización social basada en el reconocimiento de la autonomía de los individuos, su capacidad auto legisladora y su participación en la dirección de la vida comunitaria, es estilo de vida, una actitud y una cultura. La democracia tiene que ver con el voto libre e igual, la imparcial distribución de las oportunidades de éxito entre los participantes, el acceso de todos a la competición abierta, la transparencia de los comportamientos para garantizar el control sobre los elegidos, pero sobre todo con la igualdad de derechos y dentro de ellos de uno por excelencia: la posibilidad de comunicar y ser escuchado.

“La libertad de información, el periodismo crítico, la noticia para el ciudadano (y no la manipulación del ciudadano a través de la noticia, en provecho del poder) constituyen hoy”, como dice Paolo Flores D’Arcais, “una excepción a la normalidad... Toda forma de arcanaa imperii, de la más clásica (y casi siempre invocada equivocadamente) razón de Estado, a la opacidad cotidiana que la factura burocrática opone a los derechos del ciudadano, pasando por las infinitas impenetrabilidades de Palacio y sus relaciones con los potentados de la sociedad civil, constituyen un handicap para el ciudadano, Y con ello un handicap para la democracia”

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia

La función social de los medios está íntimamente relacionada con la naturaleza y operación democrática de los medios. Esto tiene que ver con su propiedad, con la labor de fiscalización del poder, así como también con el grado de accesibilidad a los medios de los diversos actores sociales, con el manejo de la información, y con la capacidad de reconocer efectivamente la diversidad social, étnica, política, sexual.

Cuando Bobbio define la democracia como poder en público no está nada lejos de la afirmación de G. Sartori de la democracia como “gobernar fundado en la opinión”. Como lo he planteado en otro trabajo, la construcción de la opinión tiene que ver con sedimentación, accesibilidad, visibilidad, publicidad, control y extrañeza. La función social que se desprende de la relación medios - democracia se refiere también a la generación de condiciones para la elaboración social de consensos en medio del conflicto, la búsqueda de transparencia en las actuaciones de los elegidos, la complejización y no la pérdida de densidad de los problemas sociales y el reconocimiento del otro.”

Germán Rey

Desde las dos Orillas

Estas consultas las encuentran en el consultorio ético con Javier Darío Restrepo en el sitio web de la Fundación de Nuevo Periodismo Iberoamericano, <http://www.fnpi.org/consultorio-etico/>

También se puede consultar sobre estos temas en el libro Javier Darío Restrepo, EL ZUMBIDO Y EL MOSCARDÓN, Taller y consultorio de ética periodística, 2005.

Y entonces ingresamos en el ámbito de la ética.

Ya sabemos que el tema de la objetividad ha perdido su valor como discusión teórica porque es inaplicable en la práctica. Sin embargo, en torno a la ética periodística hay un principio que se va imponiendo y que tiene que ver más con las intencionalidades que guían al periodista en el momento de cubrir y escribir una noticia.

Así que mejor no nos metamos en la discusión de la objetividad periodística y mejor pensemos en el ámbito de la intencionalidad del periodista. El concepto que más ayuda a generar productos de calidad es el concepto de la independencia. Independencia como la facultad que tenemos de elegir la mejor manera de ejecutar nuestro trabajo sin ser determinado interior o exteriormente. Independencia de nuestros apetitos personales, de nuestras necesidades económicas, del deseo de poder, del poder político, de los poderes fácticos, de los discursos hegemónicos, de los discursos únicos, etc. Y solo guiados por el sentido de nuestra profesión que es el derecho a la comunicación que tienen todos nuestros interlocutores y cada uno de los miembros de nuestra sociedad.

El fin no es ser objetivo; más aún ser objetivo podría convertirse en un obstáculo. Kapuscinski reflexionaba sobre el asunto en diálogo con el reportero mexicano Gilberto Meza en 1987: “no creo en el periodismo que se llama a sí mismo imparable, tampoco en la objetividad, en su sentido formal. El periodista no puede ser un testigo imparable, debe tener eso que en psicología se llama empatía. Algunos no se sienten vinculados o comprometidos, o les parece que la del periodismo es una vida muy peligrosa. Por eso el llamado periodismo objetivo, desapasionado, no puede existir en situaciones de conflicto. Lo que quiero decir es que por tratar de ser objetivo, en realidad se desinforma.” Es el momento de revisar, pues, la idea que durante mucho tiempo tuvimos de la objetividad como un ancla, que nos agarraba a la realidad a pesar de las aguas tormentosas de la subjetividad.

A Kapuscinski le preocupa más la desinformación en nombre de la objetividad que la pérdida de objetividad; al fin y al cabo uno es objetivo, no por ser objetivo, sino para informar. “Anterior a cualquier discusión sobre objetividad y subjetividad, está el hecho de la información exacta. El endemoniado ritmo de cadena industrial de producción que se le impone a la redacción, agrega Kapuscinski recordando sus propias experiencias, “deja a los periodistas muy poco tiempo para juntar la información; resolver las cosas en poco tiempo conduce a la superficialidad y la falsedad.”

De un recuerdo de Ruanda extrae otra observación: “durante la matanza de 1994 noté que muchos periodistas de tan conectados con la redacción por teléfono y correo electrónico, no veían lo que pasaba en el lugar.” Y de una conversación con un equipo de televisión de alguna cadena de Estados Unidos, recordó la desconcertante respuesta: “¿Qué pueden exigir de mí, si en una sola semana he filmado en cinco países de tres continentes?”. En efecto, en dos días, el reportero de noticias industrializadas cree tener elementos suficientes para informar sobre un país, o sobre sus más graves problemas. Este es el contexto en que Kapuscinski destaca una forma de aproximación a la verdad en la que se debe dar el equilibrio entre lo subjetivo y lo objetivo y que permite hacer frente a las presiones empresariales que pretenden convertir la noticia en mercancía y al periodista en cómplice activo de esa degradación y engaño.

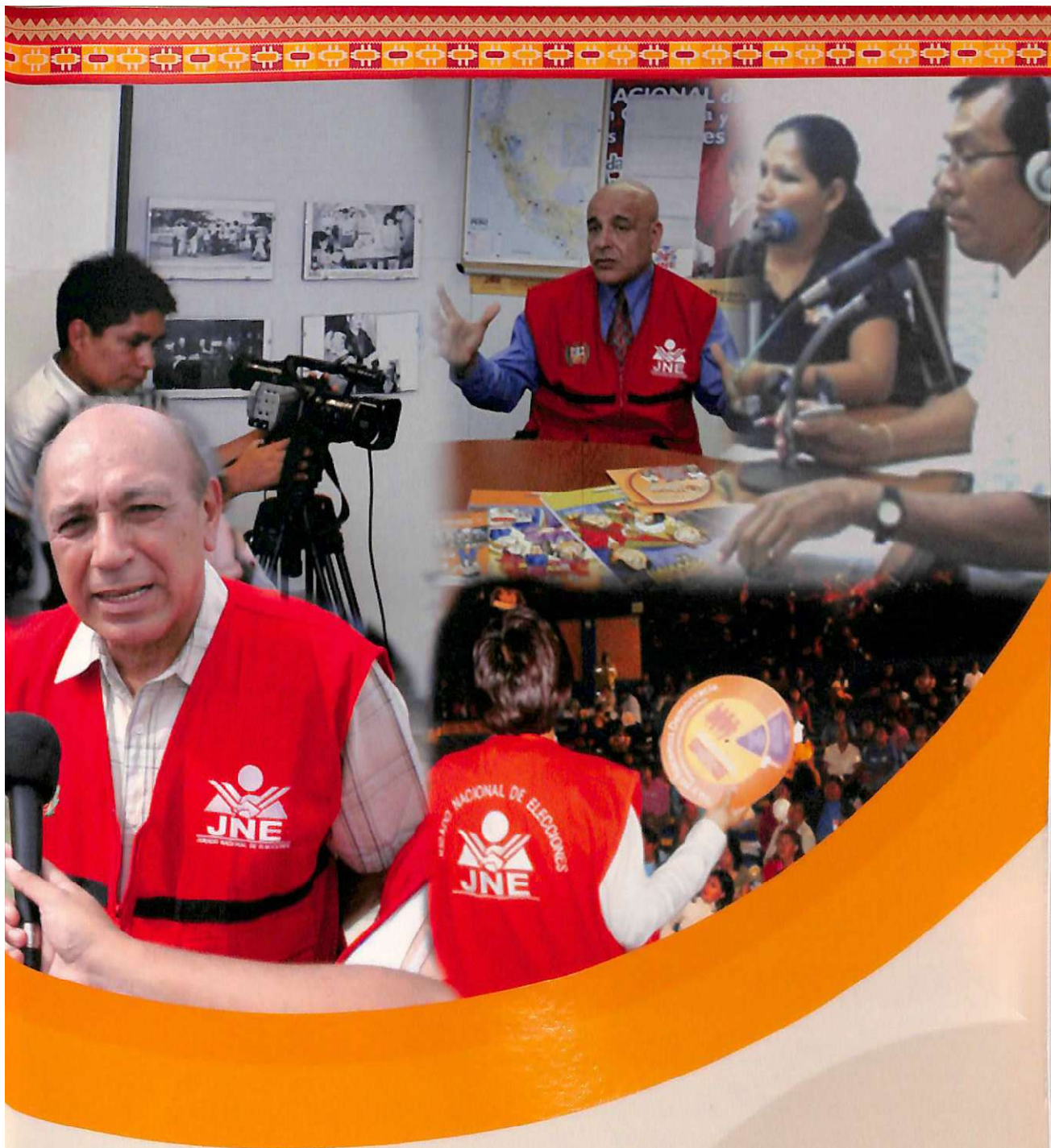
Javier Darío Restrepo: La objetividad según Kapuscinski. La Niebla y la Brújula. Random House, Mondadori, 2008 pp. 102-103.

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia

Alguna preguntas para la reflexión

- ¿Qué modelo de comunicación debemos desarrollar para construir una sociedad democrática, justa y equitativa?
- ¿Cómo mantener la independencia y la coherencia en nuestros medios de comunicación?
- ¿En qué medida el monopolio de los medios de comunicación va en contra de la democracia?



3RA PARTE: CIUDADANOS PRODUCTORES DE SU PROPIA INFORMACIÓN

3ra PARTE: CIUDADANOS PRODUCTORES DE SU PROPIA INFORMACIÓN

Profundiza en las formas en que operan los imaginarios en la construcción de los sentidos de una cultura democrática. Desde la construcción de los sentidos personales hasta la construcción del sentido común, pero ya desde la práctica diaria de un medio de comunicación.

Temas

- Construcción y producción de sentidos
- ¿Quiénes son nuestros interlocutores y nuestras interlocutoras?
- Nuevas y viejas tecnologías: nuevos lenguajes, nuevas formas
- La creatividad puesta al servicio de la comunicación: la revolución de los formatos.
- Estrategias de comunicación: Diseño de campañas de periodismo cívico

CONSTRUCCIÓN Y PRODUCCIÓN DE SENTIDOS

Cuando hablamos de comunicación nos estamos refiriendo a un acto humano, a un proceso de construcción de sentido, a través de las diferentes relaciones humanas. Por esta razón podemos ya descartar que la comunicación es sólo aquello que transmiten o difunden los medios de comunicación. La comunicación es un espacio de relaciones e interacciones en el que se ponen en juego una serie de signos y significados que van siendo construidos y generados en el marco de la convivencia y la experiencia cultural.

Pensemos por un momento. ¿Qué es lo que queremos decir cuando hacemos las siguientes afirmaciones?:

- “¡Lo que me dices no tiene sentido!”
- “Lo entiendo, pero no lo hago porque no tiene sentido.”
- “Sé que debo fortalecer la democracia del país, pero ir a votar no tiene sentido.”

Democracia y comunicación

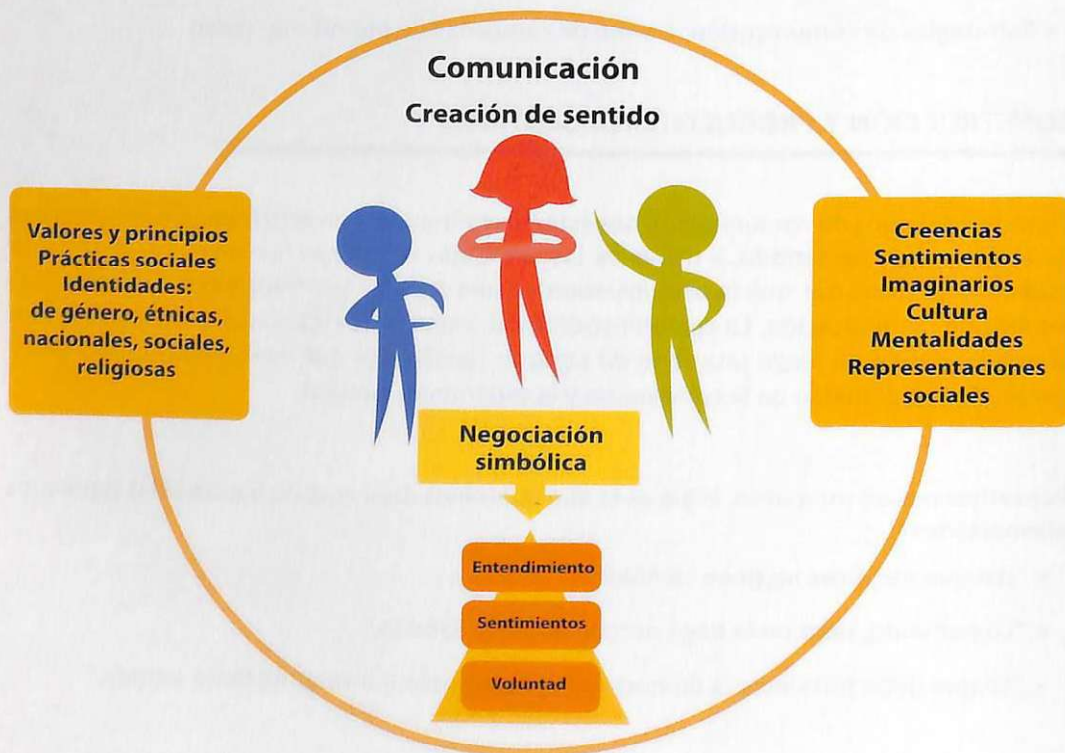
Pistas para construir los sentidos de la democracia

Cuando decimos que algo tiene o no tiene sentido, muchas veces estamos hablando de:

- claridad (está claro, eso tiene sentido),
- comprensión (Se entiende, lo comprendo, tiene sentido),
- orientación o acuerdo (sé cuál es su finalidad, tiene sentido, está en el mismo sentido)

Digamos entonces *que cuando estamos en la búsqueda del sentido* queremos llegar a un rumbo, dirección, orientación, finalidad, justificación, valoración.

El sentido es como una dimensión que se le da al significado, el alcance que tiene la significación, que implica una serie de valoraciones, involucra nuestra razón, sentimientos y actitudes. Por ese motivo para muchos el sentido es algo indefinido. Pero convengamos en que el sentido es esa asignación personal, el valor que se le da a una experiencia. Convengamos también que en todas nuestras prácticas, en lo cotidiano, producimos sentido y que el sentido es social, histórico y geográfico, y, en consecuencia, el ser humano es el único capaz de producir sentido.



De lo que surgen nuevas preguntas:

- ¿Cómo construimos sentidos desde la comunicación y cultura?
- ¿Cómo se manifiesta esta construcción en la elaboración de productos comunicativos?
- ¿Cuáles son los mensajes y los sentidos sobre la democracia que estamos proponiendo desde nuestros medios?
- ¿Quiénes son los interlocutores o interlocutoras con los que queremos construir sentidos?

Comunicadores y comunicadoras somos parte de esta construcción de sentido al elaborar nuestros relatos. Cuando organizamos nuestros audios, nuestros textos, datos, informaciones, imágenes, percepciones, corazonadas y las ordenamos y valoramos en el marco de nuestra propia experiencia cultural.

Bajo ese contexto de nuestras propias construcciones culturales, organizamos todo lo que hemos investigado y percibido, vamos construyendo una historia y estas historias las concretamos en relatos, a la larga en productos simbólicos, para difundirlos en nuestros medios de comunicación.

Nuestros interlocutores que recogen nuestro relato y otros relatos que están en competencia en diferentes medios, realizan su propio proceso de selección de productos simbólicos y construcción de significado y luego a la construcción de sentido.

Hablamos de “interlocutores” o “interlocutoras” porque consideramos que, a diferencia de otras denominaciones como receptor, oyente, lector, público objetivo, este término permite insistir en el papel activo que desempeñan los participantes en el acto de comunicación y en la construcción del sentido.

“El Club de Radioparticipantes”

Un día de abril, desde el Programa de “América Viva” se propone al aire la idea de formar un club de oyentes del programa. Se larga la idea que ya no se quiere seguir con oyentes pasivos, sino con gente activa y crítica que participe en la definición de la programación. Así se podría lograr la ida y vuelta de la comunicación. En vez de ‘oyentes’ serían “radio-participantes”. En poco tiempo la propuesta se

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia

convirtió en realidad. Comenzó a llamar gente y ellos mismos se organizaron. Finalmente, este club no sería de un programa sino de toda la radio. El momento más evidente de su presencia fue el día que quisieron cerrar la radio.”

Tomado de La radio popular y comunitaria frente al nuevo siglo: La práctica inspira. Geerts, Andrés, Víctor Van Oeyen y Claudia Villamayor. ALER AMARC, Quito, 2004.

¿QUIÉNES SON NUESTROS INTERLOCUTORES Y NUESTRAS INTERLOCUTORAS?

¿Sabemos realmente qué es lo que hacen aquellas personas con las que intentamos comunicarnos, sabemos cómo hablan, cómo lo dicen, y cuáles son las cosas que tienen sentido para ellos y para ellas?

Muchas veces escribimos, hacemos nuestros videos, sin preguntarnos sobre aquellas cosas que tienen sentido para nuestros interlocutores e interlocutoras porque pensamos que ya los conocemos o porque nos lo imaginamos de una manera uniforme, o porque dejamos que actúen nuestros prejuicios. Y nos inventamos programas infantiles o programas juveniles en los que los jóvenes solo son el pretexto para el programa y los protagonistas son personas adultas. Ya sabemos lo que les interesa, y por el hecho de ser comunicador o por ser la periodista del medio ya sabemos lo que es bueno o malo para ellos. Menudo error. A veces nos dejamos llevar por el san benito de los adultos que dicen saber lo que quiere la juventud porque uno en su momento también fue un niño o un adolescente. Y nos olvidamos que la cultura no es estática, que las formas y los modos van cambiando y que la lectura de hoy no es la misma lectura de ayer. En definitiva, consumir medios hoy no es igual a la forma en que nosotros consumíamos medios hace unas décadas.

Muchas veces pensamos que los comunicadores y especialmente los periodistas se deben preocupar por tener algo que decir y se olvidan que es importante también estar dispuesto a escuchar a las personas con quienes dialogamos.

Pero además de desarrollar la empatía, o sea la capacidad de ponerse en los zapatos del otro, de tal manera que pueda entender realmente, lo que piensa, lo que siente y lo que desea.

Ahora, hay varias formas de conocer a los ciudadanos y ciudadanas que sólo la experiencia y el acercamiento personal.

En su mayoría de casos se ha abusado de las encuestas de uso, medición de audiencia, etc. Y se encasilla a las personas en sectores por su condición social o económica.

Se han ensayado numerosas metodologías que solamente las de medición de audiencia o de consumo de medios:

- Las entrevistas en profundidad
- Los grupos focales
- Podemos analizar todo tipo de comunicaciones que recibimos, los formularios de contacto que nos envían, o incluso las llamadas de teléfono a nuestras oficinas. Todos estos datos nos darán un perfil de quien entran en comunicación con nosotros.
- Transitar los espacios que transitan nuestros interlocutores: ¿qué nos dicen las calles? ¿Qué nos dicen los mercados o los supermercados? ¿Qué nos dicen las escuelas? ¿El transporte público, los paraderos, las fiestas y festividades, etc.?

Todas estas maneras de acercarnos a nuestros interlocutores y a nuestra interlocutoras nos permiten obtener no sólo datos fríos, sino también datos cualitativos de ellos y ellas, nos entrega datos que nos hablan de ellos y no sólo como consumidores. Y de esa manera también dialogamos con personas y no solo con consumidores. Y si hablamos de democracia imaginamos a nuestros interlocutores como ciudadanos y ciudadanas y no solo como clientes.

¿Con cuanta frecuencia lo hacemos? Es verdad que resulta muchas veces oneroso pero vale la pena si queremos conocer bien con quien queremos entablar un diálogo.

NUEVOS LENGUAJES Y NUEVAS FORMAS

Metámonos en el ejercicio de pensar en cómo se comunica hoy el público, en una sociedad cada vez más globalizada y con profundos cambios tecnológicos; cambios que influyen en la relación de las personas con los medios y su forma de consumo y producción de contenidos.

Alguien podría decir que hablar de los cambios tecnológicos es pertinente cuando nos referimos a las grandes ciudades, o cuando nos referimos a personas jóvenes, que se mueven en el mundo del internet. Pero no es así, sucede que el nivel de penetración y de impacto de las tecnologías escapa a esas consideraciones geográficas y generacionales. Pensemos solo en el uso de la telefonía fija que está presente en todos los rincones, o en la telefonía celular, o en mismo internet. Hay que pensar es como las tecnologías están cambiando nuestra cotidianeidad, porque está sucediendo seamos conscientes o no de ello. Hace unos días tres personas estaban reunidas conversando y uno de ellos preguntó la hora, los otros dos sacaron inmediatamente sus teléfonos celulares. Ninguno tenía un reloj de pulsera. No le ocurre acaso que el teléfono móvil pasó ser el despertador, y en algunos casos hasta la linterna de la casa. ¿Los migrantes latinoamericanos que están en Europa no se disputan los cybercafes para comunicarse con sus familias, muchas de ellas de los sectores más empobrecidos del país?

Se acuerda que antes no hacía falta el cable en la casa y que hoy es indispensable, como si parece indispensable tener una computadora en casa, un DVD o un equipo de sonido con reproductor de mp3. ¿Sabe qué cambio origina el solo hecho de usar un mp3? Provoca que, por ejemplo, podamos almacenar la música que más nos gusta y que podamos armarnos nuestro propio programa musical con la música que querramos y escucharla a la hora que querramos. Sabe que provoca en los diarios, que muchos de los más antiguos hayan cerrado para dedicarse solo a las noticias por internet, y que los medios escritos estén convencidos que no podrán sobrevivir si no tienen una versión online, con contenidos multimedia, con blogs y hasta con titulares que aparecen en los teléfonos móviles. Y no digamos de la televisión, cuando hasta los teléfonos celulares y las cámaras más simples de fotografías digitales pueden guardar videos que ya han sido utilizados en algunos hechos periodísticos importantes. Se ha dado cuenta la facilidad con qué facilidad los niños pueden leer las indicaciones en las computadoras y en los teléfonos celulares, en los que solo se muestran íconos y no palabras. Bueno, hasta hace poco para comunicarnos necesitábamos palabras, hoy la pc y los celulares nos obligan a leer íconos y las nuevas generaciones ya lo tienen incorporado como un hecho natural.

Es decir todo esto significa un cambio en la forma como nos vincularnos con los medios de comunicación y como se generan los procesos comunicativos como lo vemos en el siguiente texto.

PARADIGMA TECNOLÓGICO CAMBIOS EN LOS MODOS DE VINCULARNOS CON LOS MEDIOS

Texto tomado de:

ARTEFACTOS, IMAGINARIOS Y DISPOSITIVOS DE ESTA ÉPOCA TECNOLÓGICA. INTRODUCCIÓN
A LAS NUEVAS TERMINALES DE LA VIDA COTIDIANA

Gastón Montells- Colectivo La Tribu

Abril de 2009

Marcelo Urresti es un Sociólogo Argentino que investigó las ciberculturas juveniles.

En las conclusiones de su relevamiento pudo identificar cinco características paradigmáticas que se dan en condiciones de recepción a partir de las interfaces digitales. Principalmente el soporte Web pero cada vez más el desarrollo de la telefonía celular en la organización de la vida cotidiana.

Esos elementos distintivos de la práctica comunicacional generada a partir de los territorios de la convergencia son las siguientes:

1. El nuevo sistema de objetos.
2. Los géneros “confusos” de la comunicación (síntesis entre comunicación, publicidad y entretenimiento)
3. La noción de “prosumidor”.
4. Las transformaciones de la intimidad.
5. Las nuevas y resignificadas formas de hacer “comunidad”.

Recorrer estas nociones-problema, nos ayudará a enmarcar las ingenierías de estos nuevos mapas de circulación ciudadana. Interpelar las reapropiaciones que las personas hacemos de estos repertorios de técnicas y tecnologías. Los usos, aceptación y rechazo de estas propuestas de actuales identidades mediáticas.

El nuevo sistema de objetos

Es difícil pensar el hábitat actual desmarcado de las arquitecturas de artefactos que conversan y controlan funcionalmente las rutinas de la cotidianidad.

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia

La dimensión espacio-temporal del trabajo actualiza constantemente sus coordenadas ya que los dispositivos de conectividad mediática (no sólo los medios de comunicación sino además las interfaces de operación diaria como emitir un pasaje de transporte, realizar una acción bancaria, un trámite público, votar incluso en algunas naciones, etc.) establecen maniobras y claves de funcionamiento que obligan al cuerpo a alfabetizarse o lo hacen silenciosamente a través de la activación de la curiosidad y de la “segunda naturaleza digital” de la cual estamos compuestos desde que el mundo nos habla con las máquinas.

Más importante incluso que la identificación de los artefactos es la construcción de los imaginarios que esas arquitecturas digitales modelan como principios de comprensión de la vida.

Artefactos e imaginarios acerca del uso del tiempo y de la eficacia de las operaciones diarias.

Los cuerpos son espacios de tránsito de estos imaginarios. En las prácticas corporales aparecen activos los patrones de composición de la realidad según estas normas tecnológicas pero ahí mismo se dan también las reapropiaciones y disputas que hacemos de estos dispositivos.

Los géneros “confusos” de la comunicación

Las estructuras de composición de contenidos aparecen reubicadas en ciclos de flujos combinatorios donde una investigación periodística asume códigos de ficción, guiños y síntomas publicitarios y términos propios del entretenimiento.

Estas “impurezas” se corresponden con los patrones de navegación on-line donde la narración se constituye a partir de viajes irregulares, inestables y poco profundos, atentos a las velocidades y rutinas de la dedicación digital, pero propios de nuevas asociaciones, intrigas y síntesis realizadas a utilidad y gusto de los mismos dialogadores de esos contenidos.

Estar conectado no es necesariamente la principal acción del navegador durante la jornada laboral. Si no cumplir con sus tareas mientras combina esfuerzos de resolución de obligaciones con búsqueda de información, reproducción de archivos sonoros, visualización de material audiovisual, chequeo de correo, etc.

Incluso las generaciones que se conectan intencionalmente a establecer redes, alimentar el posteo, relevar información o conversar con otros navegantes lo hacen desde prácticas “multitasking” (acciones de simultaneidad) que aparecen incorporadas a sus matrices de descubrimiento y alfabetización.

junto con la población para lograr así un acercamiento con las propuestas y planes de gobierno. También podemos hacerlo en otro espacio, fuera de la radio y aquí la radio transmite en vivo y en directo la actividad para su audiencia. Esta opción posibilita además una mayor presencia de ciudadanos y participantes en general.

Festivales Ciudadanos.- La radio toma una plaza pública para acercarse a la ciudadanía y conversar sobre el proceso electoral. En este espacio se brinda información y se hace educación electoral. Se invita a los candidatos y candidatas a compartir para dialogar con la gente, debatir sus propuestas. Es también un espacio de participación y deliberación ciudadana en un clima lúdico donde se recupera las culturas de las personas. Se hacen juegos interactivos, se puede montar también una obra teatral ad hoc sobre el tema electoral. Generalmente se invita a otras instituciones y medios de comunicación que hacen educación electoral o tienen proyectos a compartir el espacio y así se logra mayor impacto.

Pasacalles.- Es una actividad pública, que se caracteriza por su creatividad. El objetivo es llamar la atención de la población para movilizarla. Podemos hacerla con grupos organizados, contar con presentaciones teatrales, música, danza, mimos, etc.

Página web. Podemos crear una sección especial en nuestras páginas web. De esta manera, la página web se convierte en un soporte informativo más que ayuda a posicionar nuestro quehacer y cobertura informativa del proceso electoral.

Podemos subir aquí toda nuestra producción radial como spots, microprogramas. Además de un cronograma de nuestras actividades “fuera de la radio” para convocar a nuestra audiencia.

Tomado de Rol de los medios de comunicación en tiempos electorales y post electorales, Manual para periodistas. Manual editado por la Coordinadora Nacional de Radio (CNR)- Elizabeth Quiroz Barco. Lima - Perú

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia

La dimensión espacio-temporal del trabajo actualiza constantemente sus coordenadas ya que los dispositivos de conectividad mediática (no sólo los medios de comunicación sino además las interfaces de operación diaria como emitir un pasaje de transporte, realizar una acción bancaria, un trámite público, votar incluso en algunas naciones, etc.) establecen maniobras y claves de funcionamiento que obligan al cuerpo a alfabetizarse o lo hacen silenciosamente a través de la activación de la curiosidad y de la “segunda naturaleza digital” de la cual estamos compuestos desde que el mundo nos habla con las máquinas.

Más importante incluso que la identificación de los artefactos es la construcción de los imaginarios que esas arquitecturas digitales modelan como principios de comprensión de la vida.

Artefactos e imaginarios acerca del uso del tiempo y de la eficacia de las operaciones diarias.

Los cuerpos son espacios de tránsito de estos imaginarios. En las prácticas corporales aparecen activos los patrones de composición de la realidad según estas normas tecnológicas pero ahí mismo se dan también las reapropiaciones y disputas que hacemos de estos dispositivos.

Los géneros “confusos” de la comunicación

Las estructuras de composición de contenidos aparecen reubicadas en ciclos de flujos combinatorios donde una investigación periodística asume códigos de ficción, guiños y síntomas publicitarios y términos propios del entretenimiento.

Estas “impurezas” se corresponden con los patrones de navegación on-line donde la narración se constituye a partir de viajes irregulares, inestables y poco profundos, atentos a las velocidades y rutinas de la dedicación digital, pero propios de nuevas asociaciones, intrigas y síntesis realizadas a utilidad y gusto de los mismos dialogadores de esos contenidos.

Estar conectado no es necesariamente la principal acción del navegador durante la jornada laboral. Si no cumplir con sus tareas mientras combina esfuerzos de resolución de obligaciones con búsqueda de información, reproducción de archivos sonoros, visualización de material audiovisual, chequeo de correo, etc.

Incluso las generaciones que se conectan intencionalmente a establecer redes, alimentar el posteo, relevar información o conversar con otros navegantes lo hacen desde prácticas “multitasking” (acciones de simultaneidad) que aparecen incorporadas a sus matrices de descubrimiento y alfabetización.

La noción de prosumidor

“Prosumidores” se ha denominado a aquellas personas que son capaces dar inicio a la generación de productos, experiencias y contenidos que ellos mismos consumirán.

Es un término económico que refiere a la activación de la recepción, a una práctica colaborativa y tercerizada. A la función de operadores que adquieren aquellos usuarios de contenidos que además de activarlos al llegar a ellos, los transforman y regeneran a partir de la liberación de los códigos fuente bajo las indicaciones de la cultura libre y el copyleft.

Las transformaciones de la intimidad

La intimidad aparece aplicada al espacio público. Si en algún momento era la reserva privada, hoy puede pensarse la idea de intimidad como una doble aparición manejada de modo premeditado. Una ausencia real, una figurada.

El MSN o terminales de chateo son expresiones de este doble registro de identidad. Evidencia de doble presentismo que se pone en juego arbitrariamente según la decisión de operación asumida.

La intimidad develada en la red a cambio del reconocimiento simbólico de la participación en comunidad.

La reconfiguración de la noción de comunidad

Hacer comunidad es uno de los principios de estas cartografías digitales. Hacer común la constitución de un espacio contenedor, dinámico e inspirador, que pueda funcionar como autor colectivo capaz de socializar repertorios útiles y disponibles. Construir territorios de afinidades, circuitos de tránsito, intercambio de materiales y socialización.

MAPA DE DESAFÍOS

Esta caracterización inicial acerca de las rutinas de los nuevos modos de conversación y uso de los medios nos exige, al diseñar nuevas propuestas, pensar algunos problemas comunicacionales y políticos iniciales.

¿Cómo caracterizar las nuevas audiencias a través de las combinaciones de lo analógico y lo digital, en el marco del cambio de paradigma tecnológico? ¿Cómo trabajar a partir del

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia

desigual acceso a la conectividad y la alfabetización? ¿De qué modo narrar la vida cotidiana cuando los códigos de navegación nos obligan a ser creativos, sintéticos y específicos? ¿Cómo vincular lo local con lo global acentuando identidad pero universalizando las preocupaciones? ¿Bajo qué mecanismos fortalecer las estrategias de diálogo, intercambio y participación?

El desafío inicial será pensar a partir de qué decisiones actualizamos nuestras prácticas de producción, interpelando a estos nuevos comportamientos de las audiencias, promoviendo descubrimientos, sorpresa, agenda y relevancia y a la vez motivando la creación de redes y espacios de construcción colectiva, capaces de horizontalizar las oportunidades y enriquecer los desarrollos e iniciativas de nuestros proyectos y convicciones.

LA CREATIVIDAD PUESTA AL SERVICIO DE LA COMUNICACIÓN: LA REVOLUCIÓN DE LOS FORMATOS

Sobre géneros y formatos hay mucho que hablar dado que los cambios tecnológicos también están determinando los cambios en las estéticas de los medios.

Hay múltiples formas de definir los géneros informativos y los formatos periodísticos. De los géneros podemos decir que son básicamente tres, el género informativo, el género de interpretación y el género de opinión. En el género informativo se encuentran por ejemplo las notas informativas, el género de interpretación es el ámbito en el que se inscriben los reportajes y los formatos de profundidad, y en el género de opinión están todos los formatos que nos permite dar opinión, entre ellos, el comentario y el editorial.

Sin embargo, no está tan claro en estos momentos cuál es la línea que define cada uno cuando hay que enfrentar el mundo de las formas, o de los formatos periodísticos. Cada vez más, los géneros se mezclan y los formatos se renuevan o recrean de formas distintas. La idea de escribir o relatar bajo la fórmula de la pirámide invertida impuesta como tradición por el imperio de la tipografía, la imprenta y el espacio limitado del papel, va quedando de lado. Hoy muchos periodistas prefieren buscar alternativas que le permitan tener más libertad para relatar historias que permitan dejar de escribir noticias con las preguntas clásicas del periodismo y la fórmula de redacción mayor a menor importancia o interés.

Hace unos días, durante el X Congreso de Periodismo Digital de Huesca, en España, en una mesa redonda con periodistas digitales, David Beriain, ganador del premio “José Manuel Porquet” del Congreso de Periodismo Digital, comentaba que decidió hacerse periodista autónomo “porque los formatos de los periódicos no lograban encajar toda la historia que quería contar” y, además, porque considera que su trabajo “es muy difícil hacerlo en una redacción”.

Afirma que hace un periodismo de viaje, mete al lector en su vida cotidiana y en su roce diario con los conflictos. Así consigue contar todas aquellas historias que la gente quería saber. Detectó, por tanto, que no había sitio en los medios convencionales para los “cazadores de noticias” y que no se sentía a gusto en las redacciones porque no “tenía tiempo suficiente para compartir cada una de esas historias con los lectores”.

No nos vamos a detener a repasar cada uno de los formatos informativos. No es esa nuestra intención. Sin embargo, nos interesa plantear el tema de los géneros y los formatos periodísticos por una sencilla razón: Si decimos que la participación es una forma de fortalecer la democracia, entonces corresponde preguntarnos ¿qué tipo de formatos informativos permiten la participación o ayudan a fomentarla, o en todo caso cuáles debemos inventar?

Conviene hacernos esta pregunta de manera permanente. Siempre hay una posibilidad de abrir espacios a la participación y que esta sea de calidad. Recordemos que no se trata solo de participar por tener más presencia de público en el programa o en el diario, se trata de darle un protagonismo a la diversidad de personas de nuestra sociedad y visibilizar a otros sectores, pero se trata también de que todos tengamos la posibilidad de participar del debate público.

El ejemplo que traemos a continuación viene de la radio y de las radios educativas y comunitarias del Perú, articuladas a la Coordinadora Nacional de Radio. Aunque las propuestas son hechas desde la radio, también se puede pensar desde los diferentes medios de difusión.

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia

Reto 5

La radio en la calle

Las emisoras asociadas a la CNR han demostrado que en tiempo de elecciones es posible trabajar una serie de estrategias y actividades fuera de la radio, con el objetivo de promover educación electoral para una toma de decisión informada.

De esta manera se logra una cobertura de campañas electorales más sustanciosas, relevantes e interesantes para los ciudadanos.

Aquí algunas propuestas:

Trabajar una agenda ciudadana: Ello se hace recogiendo las opiniones y temas considerados prioritarios por la ciudadanía para luego trasladarlos a los candidatos y candidatas. De esta manera hacemos también incidencia política pues buscamos influir en los planes de gobierno de los candidatos y candidatas.

Alianzas con otros: Puede ser con otras Organizaciones No Gubernamentales (ONGS) especializadas en temas específicos y/u otros medios de comunicación o con instituciones del Estado, para organizar actividades públicas conjuntas, como foros, charlas, transmisiones de actividades con candidatos y candidatas, etc. Y colocar los temas de agenda priorizadas por la ciudadanía. En el norte del Perú, las asociadas a la CNR han logrado conformar mesas locales con medios de comunicación con quienes han desarrollado una serie de actividades para las elecciones regionales y municipales de noviembre del 2006.

Consultas radiales: Abrir los micrófonos no solo desde la cabina de radio, sino que la emisora sale a la calle y pregunta a la gente su opinión sobre los candidatos y candidatas, sobre sus propuestas, sus temas de agenda, etc.

Charlas públicas. Son reuniones con la población para capacitarlos, brindarles educación electoral e incrementar sus habilidades comunicativas. Para estas charlas podemos usar recursos como presentaciones, producciones radiales motivadoras relacionadas al proceso electoral, videos motivadores, etc.

Debates públicos o foros con candidatos y candidatas. Los podemos hacer de dos maneras, desde la radio misma invitando a la cabina a los candidatos y candidatas

junto con la población para lograr así un acercamiento con las propuestas y planes de gobierno. También podemos hacerlo en otro espacio, fuera de la radio y aquí la radio transmite en vivo y en directo la actividad para su audiencia. Esta opción posibilita además una mayor presencia de ciudadanos y participantes en general.

Festivales Ciudadanos.- La radio toma una plaza pública para acercarse a la ciudadanía y conversar sobre el proceso electoral. En este espacio se brinda información y se hace educación electoral. Se invita a los candidatos y candidatas a compartir para dialogar con la gente, debatir sus propuestas. Es también un espacio de participación y deliberación ciudadana en un clima lúdico donde se recupera las culturas de las personas. Se hacen juegos interactivos, se puede montar también una obra teatral ad hoc sobre el tema electoral. Generalmente se invita a otras instituciones y medios de comunicación que hacen educación electoral o tienen proyectos a compartir el espacio y así se logra mayor impacto.

Pasacalles.- Es una actividad pública, que se caracteriza por su creatividad. El objetivo es llamar la atención de la población para movilizarla. Podemos hacerla con grupos organizados, contar con presentaciones teatrales, música, danza, mimos, etc.

Página web. Podemos crear una sección especial en nuestras páginas web. De esta manera, la página web se convierte en un soporte informativo más que ayuda a posicionar nuestro quehacer y cobertura informativa del proceso electoral.

Podemos subir aquí toda nuestra producción radial como spots, microprogramas. Además de un cronograma de nuestras actividades “fuera de la radio” para convocar a nuestra audiencia.

Tomado de Rol de los medios de comunicación en tiempos electorales y post electorales, Manual para periodistas. Manual editado por la Coordinadora Nacional de Radio (CNR)- Elizabeth Quiroz Barco. Lima - Perú

PERIODISMO CIUDADANO

La búsqueda de nuevas formas de generar información, comunicación y crear ciudadanía no es reciente. Muchos medios con sentido democrático y cívico, han ensayado distintas maneras de participación de sus interlocutores tratando de cerrar la brecha de entre votantes y representantes políticos, tratando de incentivar la participación en el debate público y el interés en los asuntos de la localidad y la nación, y para involucrar a los ciudadanos y ciudadanas en la generación de mejores leyes. Los múltiples medios comunitarios lo vienen haciendo desde su origen. Experiencias diversas señalan que es posible que los medios experimenten nuevas formas para estimular la relación entre medios, ciudadanos y ciudadanas y autoridades. Aunque muchas veces son las circunstancias adversas las que provocan acciones creativas.

Radio Latacunga, una radio educativa del Ecuador, hace décadas atrás, la creación de cabinas de radio en comunidades indígenas para que ellas mismas hicieran sus programas y definieran colectivamente los temas que les interesaban que la comunidad del Chimborazo discutiera. Hace unos años, implemento una red inalámbrica para comunicar a las audiencias con la radio en directo y para proveer Internet para las comunidades rurales.

Otro ejemplo que podríamos citar es el de Interactive Radio for Justice (Radio Interactiva para la Justicia), un programa radial en Ituri, República Democrática del Congo (RDC) que responde preguntas de los oyentes enviadas por SMS sobre temas relacionados con la justicia. Ethan Zuckerman señala que el envío de preguntas a través de mensajes SMS permite el anonimato, un aspecto muy importante cuando la pregunta es “¿Pueden los soldados alojarse en mi casa y comer mi comida sin tener que pagar por ello?”.⁷

Otras maneras de enfrentar el tema viene por el lado de las campañas informativas, que de manera esporádica se implementan en nuestros medios, y que trata de profundizar un tema específico durante un tiempo determinado, y con múltiples acciones informativas. Nos referimos a las campañas como las de salud, de los derechos de los niños y niñas, etc. Muchos diarios han realizado con bastante éxito la conformación de clubes de periodistas escolares o juveniles, con el fin de incentivar la participación, mientras que en los medios comunicativos, educativos o para el desarrollo, especialmente la radio, las experiencias de corresponsales populares tiene larga data.

⁷ Ejemplos tomados de La radio popular y comunitaria en la era digital. Documento de Trabajo de ALER y AMARC ALC. 2009

En los años 80 surge lo que se llama “periodismo cívico” o “periodismo ciudadano”, especialmente en Estados Unidos, donde la prensa estaba preocupada por la distancia entre ciudadanos y gobernantes, y la poca participación de los ciudadanos en la vida política del país. Se trata de una experiencia en la que ciudadanos y ciudadanas se convierten en productores y productoras de información, vinculándose con los medios de difusión.

En el Perú, en los últimos años hemos tenido algunas experiencias de periodismo ciudadano en que se congregan diversos medios, organizaciones sociales y autoridades. La experiencia que les mostramos viene de Ica. Se trata de una iniciativa en la que las voces ciudadanas son las protagonistas en el debate sobre el proceso de reconstrucción de las zonas afectadas por el terremoto del 15 agosto del 2007. Esta campaña de periodismo cívico ha permitido generar información transparente, diálogo entre las autoridades y la población, recoger sus propuestas y ha provocado la activa participación de la población.

Rosario Huayanca Zapata

Área de Comunicación / Codehica.

La prensa de Ica y su aporte en la reconstrucción*.

Más fuerte que el terremoto, pueden ser las ganas de avanzar

A poco más de un mes de ocurrido el terremoto en el sur del país, y con las huellas del dolor aún presentes, un importante grupo de periodistas iqueños han decidido ser protagonistas de la reconstrucción de su ciudad. Rosario Huayanca, Coordinadora de Comunicaciones de la Comisión de Derechos Humanos de Ica (Codehica), nos cuenta de esta interesante experiencia.

15 de agosto fecha inolvidable para el país. Mientras que para los medios de comunicación el desastre natural alcanzó el grado 7.9, en escala Richter, convirtiéndose en la noticia que desnudó y puso en vitrina el dolor, el sufrimiento y la desgracia de otros y otras, al lado de las valiosas muestras y gestos de solidaridad (...)

Para quienes padecemos el desastre cuenta lo registrado. Decenas de muertos, casas enteras derrumbadas, centenares de postes a punto de caer con los cables colgando y un gran pánico en la población. ¿Qué ocurrió? Hay quienes hoy todavía se lo preguntan. Fue la noche más larga de nuestras vidas, sintiendo réplicas una tras otra. Nunca se había visto tanta gente en la calle, niños, mujeres y ancianos tratando de estar juntos, abrigados con lo poco que llevaban. No importó no tener una cama, una silla o una frazada, lo que primó en ese instante fue la solidaridad, estar en compañía y preservar la vida. Dios estuvo más solicitado que nunca y

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia

a todos pudo escuchar. Unas horas más tarde las calles de Ica se convirtieron en la casa más grande y la familia más unida. Lo vivido en Pisco epicentro del desastre, fue aún mayor. Los detalles a un mes del terremoto, ya son conocidos y lamentados por todos.

Sin embargo, en la esfera pública otro era el partido. En Ica las autoridades carecieron de liderazgo, sin voluntad de articulación y el protagonismo y desconocimiento en la gestión fue lo que prevaleció por esos días.

A pesar de todo, el desastre nos ha dejado gestos inmensos de solidaridad.

Articulando el periodismo

El sismo también logró, aunque en circunstancias terribles, lo que para muchos era algo impensable en Ica; la articulación de los periodistas de radio, tv y prensa escrita. Y es que a tres días de ocurrido el desastre olvidando la competencia, el cargo y el medio al que representan, diversos periodistas se unieron para transmitir desde lo que fue la cadena informativa más amplia, plural y mixta de Ica en tiempo de emergencia (...).

Es así, que estos comunicadores echaron mano de sus mejores recursos para, micrófono en mano, transmitir durante interminables horas lo que sería la jornada informativa más larga de sus vidas. Unos en cabina, otros en la calle y algunos pocos con celulares, cuidando la batería que se convirtió en oro los primeros días.

El terremoto obligó a los periodistas a dejar de ser espectadores para decidirse entrar a la cancha de juego. Así los vemos, desde hace 20 días, dando muestras de un trabajo articulado entre hombres y mujeres, directores y reporteros, no importando el espacio, pero aportando en un mismo sentido. Teniendo como prioridad canalizar las demandas ciudadanas de la población afectada, más no victimizada, buscando propiciar el diálogo y su participación, para que su opinión sea tomada en cuenta en el importante proceso de reconstrucción.

De esta manera, lo que se busca es que la nueva ciudad de Ica sea el resultado del trabajo de sus gobernantes con participación ciudadana, esfuerzo que desde ya es acompañado por las organizaciones de la sociedad civil Casa de la salud, Calandria, CNR, Codehica, que hoy impulsan una propuesta de periodismo cívico para la reconstrucción de la ciudad. Propuesta que busca además fiscalizar los procesos de ayuda y de reconstrucción iniciados por el Forsur y otras organizaciones, así como la recuperación emocional y psicológica de las personas afectadas.

En este trabajo están comprometidos periodistas independientes que integran

el Colectivo de Periodistas y que desde los medios donde laboran -Luren, Continental, Mega, Huacachina, Pacífico, Sistemas, La Achirana, diario La Voz de Ica y Canal 41- informan diariamente a los pobladores sobre las etapas del proceso de reconstrucción. Ellos han decidido integrarse también en el proceso como voluntades individuales con ganas de contribuir y trascender desde la comunicación realizando un mejor ejercicio periodístico con calidad en la información, con el propósito de caminar hacia un proceso constructivo de relaciones sociales y redefinición de la agenda pública.

Si bien la experiencia aún es dolorosa el reto ahora es trabajar la cultura de prevención de desastres exigiendo seriamente a las autoridades dedicación en el plan estratégico por la reconstrucción incorporando el componente del desarrollo y estrategias de disminución de riesgos por desastres naturales, aspectos que ya son parte del proceso iniciado por las Casas de la salud, Codehica con el Gobierno Regional de Ica y la Asociación de Municipalidades de los pueblos afectados por el terremoto (AMUPAT), considerando que el Perú y en particular nuestra ciudad son vulnerables a este tipo de desastres. Que no nos vuelva a tomar desprevenidos.

PARA SEGUIR PENSANDO MÁS ALLÁ DE ESTE MÓDULO.

- La comunicación, entendida como creación de sentido es fundamental para la construcción de la democracia, más aun cuando la participación y el diálogo son constitutivos de la misma. Establecer la comunicación entre actores y la creación de los sentidos democráticos implica pensar y desarrollar un modelo de comunicación acorde con el modelo de sociedad que queremos construir.
- A una sociedad democrática le corresponde un modelo de comunicación democrático, que se sustente en el derecho a la comunicación de los ciudadanos y ciudadanas. Comunicar e informar no son actos de trasmisión de información, unidireccional y verticalmente, sino que son procesos de diálogo y negociación simbólica, nos obligan conocer a nuestros interlocutores e interlocutoras. Conocerlo, significa indagar sobre como construyen sus sentidos y sobre las nuevas formas de relación con los medios, en una época de cambios tecnológicos que tienen implicancias visibles en nuestra cotidianidad.
- Este aspecto define el papel de comunicadores y comunicadoras y de los medios de difusión, y los implica tanto en sus aspectos éticos y editoriales como en sus aspectos profesionales. De su independencia y de su coherencia depende la calidad de la comunicación que establecen con las personas y los sentidos democráticos que se puedan construir. Una forma de construir esos sentidos democráticos es motivando

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia

a la participación de las personas en todos los espacios públicos posibles porque son espacios en los que se permite desarrollar valores inclusivos y de buena convivencia.

- Cambiar la percepción de las personas en relación con la democracia nos enfrenta al desafío de lograr cambios culturales. Los cambios culturales no solo lo realizan los medios de comunicación, ni comunicadores y comunicadoras, aunque tienen una especial participación en ello. Se trata de una tarea en la que participan ciudadanos y ciudadanas, medios, actores políticos, familia, escuela, estado, instituciones políticas y sociales y cada uno de los espacios en donde se construye la cultura política de los ciudadanos.
- ¿Hay mas formas de fomentar la participación y fortalecer una cultura democrática en nuestro país? Seguro que las hay, pero significan un reto a nuestra creatividad e imaginación y significa también tener la voluntad para hacerlo.



GLOSARIO

Imaginario colectivo

El “imaginario colectivo” es el conjunto de representaciones e imágenes que hemos interiorizado y en base a las cuales miramos, clasificamos y ordenamos nuestro entorno y actuamos en él.

Cultura política

Como decimos en este mismo módulo, Cultura Política es el proceso en el que se construyen los sentidos subjetivos, personales y colectivos en torno a las relaciones con el poder, tanto en el espacio privado como en el público y el relato que se deriva de él, a favor de un modelo de sociedad democrático y que se sostiene en la comunicación, a quien debe su reproducción y permanencia.

Cotidianidad

Es la vida diaria, el conjunto de situaciones concretas que vivimos a diario, un conjunto de acciones, hechos y experiencias que acontece a diario en nuestra vida, en los grupos o en la sociedad, determinada por las costumbres, las tradiciones, los valores, las relaciones, los afectos, etc.

Espacio público

Es el lugar al que cualquier persona tiene acceso y tiene el derecho de circular, en oposición a los espacios privados, donde el paso puede ser restringido, generalmente por criterios de propiedad privada, reserva gubernamental u otros. El espacio público supone, pues, dominio público, uso social colectivo y diversidad de actividades. No es necesariamente un espacio físico y geográfico, como ocurre con Internet por ejemplo, o los medios públicos o comunitarios a los que se puede acceder, incluso gestionar. El espacio público tiene además una dimensión social, cultural y política. Es un lugar de relación y de identificación, de manifestaciones políticas, de contacto entre la gente, de vida urbana y de expresión comunitaria. La calidad del espacio público está determinado por la calidad de las relaciones sociales que en él se den.

Gobernabilidad

Es la capacidad de gobernar. Es la cualidad propia de la comunidad política según la cual sus instituciones de gobierno, actores políticos y actores sociales interactúan eficazmente dentro

Democracia y comunicación

Pistas para construir los sentidos de la democracia

de su espacio de un modo considerado legítimo por la ciudadanía, generando coordinación y cooperación para gobernar.

Incidencia política

La incidencia política es la capacidad de la comunidad organizada para influir en la sociedad, generar cambios y lograr mayores derechos a los ciudadanos, a través de la formulación e implementación de las políticas y programas públicos.

Editorialidad

La editorialidad de un medio es más que la línea editorial, gira entorno a las prácticas de los medios a la hora de expresar su línea editorial y su estrategia política en la generación de sus productos comunicativos, en sus públicos, en los procesos de selección de temas, enfoques, fuentes e informaciones.

Negociación simbólica

Es el constante diálogo de los significados, realizado en la vida cotidiana, donde las personas ponen en juego sus significaciones a la forma de hacer, a la forma de ser, a la forma de comprender a los otros. Dialogan con sus deseos, necesidades, identificaciones y discursos y afirman sus propios significados, resignifican o generan nuevos.

Interlocutor

Nos referimos a cada una de las personas que toman parte en un diálogo. Evitamos decir, oyente, lector o televidente porque queremos insistir en el papel activo que desempeñan los participantes en el acto de comunicación y en la construcción del sentido.

DOCUMENTOS REVISADOS

LIBROS, ARTÍCULOS Y FOLLETOS

ALER-AMARC, *La radio popular y comunitaria en la era digital*, Documento de Trabajo, 2009 (versión en línea: <http://www.aler.org/docs/la-radio-en-la-era-digital-03-10.pdf>).

CARRIÓN, Julio F. y **ZÁRATE**, Patricia, *La cultura política de la democracia en el Perú: 2006*, Instituto de Estudios Peruanos, Lima, 2007.

CARRIÓN, Julio F.; **ZÁRATE ARDELA**, Patricia; **SELIGSON**, Mitchell A., *La cultura política de la democracia en el Perú: 2008. El impacto de la gobernabilidad*, Instituto de Estudios Peruanos Vanderbilt University, Lima, 2009.

COORDINADORA NACIONAL DE RADIO, *Rol de los medios de comunicación en tiempos electorales y post electorales: Manual para periodistas*, textos y edición de Elizabeth QUIROZ BARCO, Coordinadora Nacional de Radio, Lima, (versión en línea: http://www.cnr.org.pe/rol_medios_comm.pdf).

ELIZALDE HEVIA, Antonio, Fragmento de la Conferencia en la Universidad San Francisco de Asís, La Paz, Bolivia, en el Seminario taller preparatorio del Diálogo Nacional “Sistema Político y Profundización Democrática” el día 11 de julio de 2000.

FREIRE, Paulo, *Reflexión crítica sobre las virtudes de la educadora o el educador*, en Buenos Aires. CEAAL, Buenos Aires, 1986. Conferencia del 21/06/85 en la P Asamblea Mundial de Educación de Adultos, CEAAL, Buenos Aires, 1986 (versión en línea: <http://mificherodelecturas.blogspot.com/search/label/Paulo%20Freire>).

GARCÍA DE MADARIAGA, José María, “Del periodismo cívico al participativo: nuevos medios viejas inquietudes”, en Zer. *Revista de Estudios Comunicación*, N° 21, Bilbao, 2006.

GEERTS, Andrés, Víctor VAN OEYEN Y Claudia VILLAMAYOR, *La radio popular y comunitaria frente al nuevo siglo: la práctica inspira*, ALER-AMARC, Quito, 2004.

GERBALDO, Judith; Angélica **ROSAS** y Fernando **LÓPEZ**, *El camino y los andares: SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL PROYECTO POLÍTICO COMUNICATIVO ppc. UNA EXPERIENCIA DE FORMACIÓN EN AMÉRICA LATINA*, ELFO ALER. ALER Y AMARC ALC (Serie Transformar), Buenos Aires, 2009.

IDM 9484

3435

392.1/335

KAPLÚN, Mario, *Pedagoga de la comunicación*, Ediciones De la Torre, Madrid, 1998.
MARTÍN-BARBERO, Jesús, "De las políticas de comunicación a la re imaginación de la política", en *Nueva Sociedad*, NO 175, septiembre/octubre, Caracas, 2001.

MERINO, Mauricio, *La participación ciudadana en la democracia*, Instituto Federal Electoral (Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, N° 4), México, 1997.

MONTELLS, Gastón, *Artefactos, imaginarios y dispositivos de esta época tecnológica. Introducción a las nuevas terminales de la vida cotidiana*, Colectivo La Tribu, Abril de 2009 (versión en línea: http://www.vivalaradio.org/nuevas-tecnologias/PDFs/NTICS_reflexiones_11_plataformas-expandidas.pdf).

PESCHARD, Jacqueline, *La cultura política democrática*, Instituto Federal Electoral, México, 2001.

PNUD, *Desarrollo humano en Chile 2002. Nosotros los chilenos: un desafío cultural*, PNUD, Santiago de Chile, 2002.

RESTREPO, Javier Daría, *El zumbido y el moscardón: taller y consultorio de ética periodística*, Fondo de Cultura Económica, Bogotá, 2004.

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E., *Comunicación y democracia*, Instituto Federal Electoral, México 2004.

SIRKER, Karen [ed.], *Manual. Incidencia política/ comunicación y formación de coaliciones ciudadanas*, disponible en línea en: http://www.cebem.org/cmsfiles/publicaciones/Manual_Incidencia_politica.pdf.

ENLACES WEB

<http://www.fnpi.org/noticias/tags/articulo/Consultorio%20C3%8Btico>

(Consultorio ético con Javier Daría Restrepo, en el sitio web de la Fundación de Nuevo Periodismo Internacional).



JURADO NACIONAL DE ELECCIONES

Desde 1931 por la Gobernabilidad y la Democracia

JURADO NACIONAL DE ELECCIONES
Dirección Nacional de Educación y Formación Cívica Ciudadana
Av. Nicolás de Piérola N° 1080 , Lima
Telf: 311 1700 anexo. 2106 - 2053
www.jne.gob.pe