

COLECCION PROPUESTAS N° 7

# DIALOGO Y JUVENTUD

Instrumento para una cultura  
de derechos humanos

Corporación Nacional de Reparación y Reconciliación

HRE/ED/cS/23

**DIALOGO Y JUVENTUD**  
**Instrumento para una**  
**Cultura de Derechos Humanos**

Corporación  
Nacional de  
Reparación  
y Reconciliación

Nº de Inscripción: 91.923

Nº I.S.B.N.: 956.7419-06-X

1ª Edición diciembre 1994

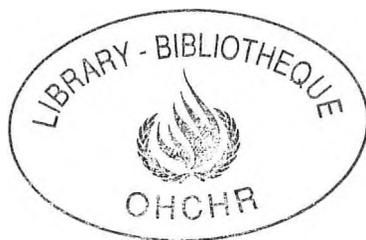
Vicuña Mackenna 31  
Fono: 6354848  
Santiago - Chile

Diseño:  
Gonzalo Torres A.  
Producción Gráfica:  
Arquetipo Ltda. (222 29 04)

Impresión: Trama Color S. A.

# DIALOGO Y JUVENTUD

Instrumento para una  
Cultura de Derechos Humanos



Corporación  
Nacional de  
Reparación y  
Reconciliación

Instituto Nacional  
de la Juventud

## INDICE

INTRODUCCION: Un diálogo con la vida para crear la vida .....	7
CAPITULO I: NUESTROS DERECHOS .....	15
CAPITULO II: ANTES DE COMUNICAR .....	27
- A conocer se ha dicho: EL AUTODIAGNOSTICO EN COMUNICACION .....	30
Los actores de la comunicación. Los espacios de la comunicación. La calidad de la comunicación. Las preguntas del autodiagnóstico	
- A comunicarse se ha dicho: LA ESTRATEGIA DE COMUNICACION .....	35
La planificación: Poniendo fechas y responsables. Cuadro N° 1 : Planificación	
CAPITULO III: INSTRUMENTOS DE COMUNICACION .....	39
- Manos a la obra: LOS RECURSOS PERIODISTICOS .....	42
¿Para qué sirve la noticia? Cuestión de género. Pongámosle técnica al asunto. A cada tema, su medio.	
- TODO SOBRE EL BOLETIN .....	52
Definiciones iniciales. Realizar un Plan de Trabajo. Tomar decisiones concretas y puntuales. Tareas.	
Cuadro N° 2: Planificación del trabajo de boletín. - TODO SOBRE LA HOJA INFORMATIVA. ....	59
Tarea de redacción. Tarea de diagramación. Tareas de distribución.	

- TODO SOBRE EL VOLANTE .....	61
Tarea de redacción.	
Tarea de diagramación.	
Tareas de distribución.	
- TODO SOBRE LA HISTORIETA .....	63
Etapas de trabajo.	
CAPITULO IV: PARA SEGUIR COMUNICANDO .....	67
- LA DISTRIBUCION.....	69
- LA EVALUACION .....	70
CAPITULO V: SUGERENCIAS PARA LA DIFUSION DE LOS DERECHOS JUVENILES .....	71

# Introducción

## Un diálogo con la vida para crear la vida

Andrés Domínguez Vial

Todo proceso de crecimiento humano implica dialogar con la vida del entorno, creando con el sello original de cada uno, esa página inédita de la vida común que proyecta la original e intransferible inserción en la existencia social, que elabora cada joven.

¿Si tú no te la crees, piensas que alguien te va a creer?

En esto reside el desafío de ser joven hoy.

Por mucho tiempo la juventud fue vista como un «rito de pasaje» desde la infancia a la vida adulta.

Formar, adecuar, moldear, acostumbrar, socializar, capacitar y tantos otros nombres que implicaban este rito, con ceremonias, premios y sanciones, evaluaciones y reconocimientos, se sumaban en la vana aspiración del mundo adulto para garantizar un resultado, neutralizando a tiempo los impulsos que «la normalidad» considera desviantes o negativos.

Tiempo de espera y preparación, porque hay que llegar a «ser alguien», aprender a ganarse la vida, alcanzar una integración que represente un papel entre los esperados y un estatus entre los apreciados, con prestigio.

¿Puede alguien, desde la perspectiva de los Derechos Humanos, justificar

esa inercia de nuestra cultura, que mezcla un autoritarismo de señales e imposiciones públicas, con una permisividad privada y «para callado»?

No parece ello posible. Pues se es persona siempre y nunca será propio a la calidad de tal, recibir el trato de una materia prima para producir un adulto.

Por otra parte, ¿qué es eso de ser un adulto? Parece difícil responder a esta pregunta hoy, pues los mayores cambian tanto...

Pensar lo que sucede entre nosotros tiene dos grandes fuentes de inspiración: el cambio en la existencia humana, acelerado en las últimas décadas y el cambio en la forma de pensar esas nuevas y rápidas experiencias.

Hace cuarenta años, cuando un nuevo ser humano emergía de su madre, la esperanza de vida al nacer apenas superaba los 50 años, y el 60 % de esos recién nacidos pertenecía a un mundo rural tradicional, de baja densidad demográfica y vinculado a formas productivas primarias.

Hoy en día esa experiencia es muy distinta. Se nace con una esperanza de vida que supera los 70, en un 80 % en ciudades, vinculadas a un mundo en que el entorno de artefactos, las formas de organización, los sistemas de comunicación se han apartado de las tradiciones, inventándose todos los días, creando y recreando los vínculos sociales, de modo que la vida crece en cantidad, se amplía en calidades para ofrecer, exige capacidades cada vez más autónomas para realizarse de un modo personalizador.

De la inercia de antaño no queda nada.

Si de niño se pasaba a joven y de éste a adulto y finalmente se llegaba a anciano, hoy el ciclo de vida se ha expandido, y del pre-párvulo se pasa a párvulo y de éste a niño, de allí a pre-púber y a púber, para llegar a la adolescencia y seguir hacia el joven y luego el joven adulto, el adulto joven, el hombre maduro, el mayor, el adulto mayor y, finalmente, el anciano. ¡Son tantas las etapas de la vida y también tantos los desafíos!

Las exigencias para ser persona en cada fase son muchas. Derechos del niño, derechos de las minorías, derechos de la mujer, derechos del trabajador, etc. Es decir, cada fase del desarrollo humano tiene derechos inherentes a la dignidad que allí se vive y se es persona siempre y nunca se debe gastar un tiempo para llegar a ser en otro tiempo.

Ser joven hoy y no ser un joven que espera para ser un adulto mañana.

La autorrealización es vida y no puede usarse, sino vivirse como persona.

Por ello, «todo lo que hagas en la vida, hazlo con toda el alma», pues lo que uno no ha vivido, lo pierde; pero entonces, hay que saber vivir.

Surge de allí la libertad como un don de responsabilidad sobre nuestra

vida para vivirla personalmente y no para ser engullido, deglutido y digestivamente consumido por ella.

En este proceso de vivir, crecer y realizar la dignidad, el joven encuentra una enorme posibilidad de creación de sí mismo, si sabe vincular esta afirmación de su originalidad intransferible, con la necesidad de los otros que le reflejan y le aportan a su desarrollo, es decir, con la identidad de pertenencia a la sociedad de la cual es parte.

Esta experiencia del joven se llama capacidad de diálogo, es decir, la posibilidad de reconocer a los otros y a sí mismo a través de ellos.

Re-conocer, conocer una y otra vez, porque la apertura al prójimo es parte de una forma de construcción de pensamiento, de sentimiento, de afecto y, en definitiva, de solidaridad y amor; construcción de sociedad, que se realiza en todos los momentos del ciclo de vida, con nuevos requerimientos y más aportes.

Entonces, comunicarse no sólo implica la expresión del aporte personal, sino mucho más allá, saber recibir de los demás y reconocer que se tiene mucho que esperar de la comunidad a que pertenecemos, si se está dispuesto a ello.

Comunicarse es hacer comunicación, ser comunidad, formar parte de un vínculo de vida que comprende la vida propia y la de los otros.

Vivir la experiencia común que nos hace iguales en dignidad y derechos resulta, entonces, un proyecto de desarrollo de las originalidades individuales y colectivas.

Los jóvenes son personas, entre personas, viviendo la maravillosa experiencia de descubrir la sociedad en que han nacido, con sus alegrías y sus dolores, para aprender la sabiduría que le ofrecen sus mayores, desde los sentidos nuevos de sus percepciones, pasiones y búsquedas.

Los jóvenes necesitan de la comunicación, pues sólo de ella alcanzarán la riqueza de esa inserción siempre nueva, que podrá sorprenderse de verdades que ya estaban, pero no habían sido aún puestas al descubierto.

La autenticidad del joven se juega, entonces, en esa verdad del descubrimiento de aquellas realidades latentes, presentes ya en su entorno, pero aún no construidas como afirmación de un lenguaje.

Pero esa verdad no es sólo una novedad. Más allá de ello, surge el espíritu de conquista de un saber a qué atenerse, que exige exactitud, rigor, es decir, posibilidad de hacerla suya, dominarla, dirigirla por una libertad que es creación y desarrollo aplicando sus propias medidas a la vida.

Esa verdad que nos sorprendió, pero que luego dominamos en el saber,

nos conduce a un encuentro con los otros, en la confianza que ella inspira, en el espíritu de comunidad que nos habilita a poner en acción.

El joven irrumpe así pleno de esperanza de un mundo que se humaniza y de sociedades que se hacen más capaces de hacer crecer las dimensiones propias a la dignidad humana. La verdad inspira entonces, la auténtica libertad, que se realiza en el cumplimiento de su mandamiento original, ser responsables. Responder a los desafíos de su tiempo, los propios y los comunes.

Pero ya se dijo, esta alternativa nace de la comunicación y ella exige medios para ordenarse.

La prensa juvenil es un medio para esas finalidades. Saber comunicarse es saber vivir y esto es necesario para aprender a ser persona, ser sujeto de su propia dignidad y, en definitiva, saber por qué y para qué se es titular de los Derechos Humanos.

Para ello se ha elaborado este Manual.

Para ser joven hoy, ser ahora una persona como tal, ser creador de la cultura de los Derechos Humanos, la única que da a la libertad la trascendencia del misterio que ella encierra.

La comunicación debe estar plena de respeto. Lo que no se reconoce y acepta, termina por privarse de la riqueza de la verdad que encierra y hace imposible que, al hacerla propia, se recibe de ella aquel don que sólo la originalidad de cada uno puede aportar.

Crear un mundo mejor comienza por saber sobre las riquezas y los límites del que nos ha recibido.

Los jóvenes, con su mirada nueva, pueden decir a los mayores todo aquello que, para bien o para mal, está ahí, presente, frente a sus ojos.

Su aporte vuelve a todos a sus orígenes y los renueva, para reconciliarnos con la dignidad que debería habernos conducido a no establecer un orden tan limitado en posibilidades de vida, amor, felicidad.

Abrir tantos diálogos nuevos es, entonces, imperioso.

Nuestra sociedad encierra mil mundos distintos, que muchos desconocen y los jóvenes pueden descubrirlos ahora. Esos mundos están entre nosotros y muchas veces nos separan e incluso generan los conflictos propios de su ignorancia, siendo los gérmenes de la contradicción y la violencia.

Vincular esos mundos a través de los jóvenes, posee la riqueza que brota de una mirada plena de esperanzas y futuro.

Si ello se realiza en el lenguaje de los Derechos Humanos, las potencialida-

des de sus contenidos de dignidad y solidaridad contribuirán a generar los vínculos necesarios, a superar las distancias y promover esa justicia y fraternidad que pueden, en un tiempo no remoto, construir la sociedad con que todos soñamos.

Por ello, los instrumentos que aquí se proponen son medios para impulsar ese diálogo con la vida para crear la vida, puestos al alcance de nuestros jóvenes, en el momento en que elaboran sus proyectos y se realizan como tales.

El texto que sigue, «Diálogo y juventud. Instrumento para una cultura de Derechos Humanos», es, por supuesto, el fruto de un diálogo entre la Corporación Nacional de Reparación y Reconciliación y la institución Educación y Comunicaciones (ECO), vinculados al Instituto Nacional de la Juventud.

El propósito más profundo de este encuentro de elaboración consiste, para la Corporación, en la promoción de la reconciliación como valor cultural, que permita a los jóvenes entregar su aporte al reencuentro de los mayores, cuyas disputas tanto dolor y distancia dejaron entre ellos.

A ellos, los jóvenes, les llegan las señas de múltiples conflictos surgidos de ese tiempo tan difícil, sintiendo que, de algún modo, tienen que recibirlo, pero también no permitir que se prolongue en ellos como un espejismo que deberían tratar como presente.

Existe un modo de asumir el pasado, reconocerlo, para no repetirlo y ese es el lenguaje universal de los temas, los valores, los principios y las normas de los Derechos Humanos, para que, desde esa nueva visión de la dignidad de cada ser humano, nos reconciliemos con lo mejor de cada hombre y mujer de esta tierra, aprendiendo a vivir desde ello, la solidaridad que hace posible la justicia, la paz y el desarrollo humano.

Capítulo I:

# NUESTROS DERECHOS

Los jóvenes tenemos derechos, qué duda cabe.

Pero, ¿se sabe cuáles son esos derechos?, ¿los conocemos?, ¿se respetan?, ¿cómo podemos difundirlos? Son algunas preguntas que surgen de inmediato.

Partamos por el principio: **¿QUE SON LOS DERECHOS HUMANOS?**

Son un conjunto de derechos inherentes a todo ser humano, que emanan de su dignidad y que el Estado debe respetar, garantizar y satisfacer.

Los derechos humanos buscan regular las relaciones sociales para que ellas se construyan sobre un orden basado en la libertad, la igualdad, la justicia y la paz.

Estos derechos son universales, en cuanto corresponden a **toda persona**, por el solo hecho de ser tal y sin ninguna otra consideración restrictiva. Asimismo, ellos implican obligaciones para el Estado, el que puede aplicar su poder sólo si lo hace respetando tales derechos y adoptando medidas que los hagan realmente efectivos.

Estos derechos han ido evolucionando a lo largo de la historia de la humanidad, hasta llegar a transformarse en normas del derecho internacional y del derecho interno de cada país.

- Oye, Claudio, no es que yo sea catete, pero, ¿cuáles son esos derechos?

- Qué impaciente, ¿no?

Existen diversos documentos internacionales que establecen cuáles son estos derechos. Entre ellos, se encuentran, por ejemplo:

- \* La Declaración Universal de Derechos Humanos, de 1948
- \* El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, de 1966
- \* El Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, de 1966
- \* La Convención Americana sobre Derechos Humanos, llamada también Pacto de San José de Costa Rica, de 1969.
- \* La Convención sobre Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer, de 1979
- \* La Convención sobre los Derechos del Niño, de 1989.

La mayor parte de los derechos humanos reconocidos por esos documentos se encuentra también garantizada por la Constitución Política de nuestro país en su Capítulo III, que se refiere a los derechos y deberes constitucionales.

- *Oye, Claudio, ¿y cuáles son los derechos de los jóvenes?*

- *En realidad, eres bien catete, ah.*

Los jóvenes gozan de los mismos derechos reconocidos en los instrumentos internacionales para todas las personas, puesto que ellos son inherentes a la calidad de ser humano, independientemente de toda otra consideración.

SIN EMBARGO, NO EXISTE UN INSTRUMENTO  
INTERNACIONAL QUE HABLE DE  
«DERECHOS DE LOS JOVENES»

Lo que sí es posible es seleccionar de todos los derechos que están en aquellos documentos, los que tienen más importancia y aplicación para los jóvenes, de acuerdo con sus inquietudes y necesidades.

### ¿Cuáles son los derechos de los jóvenes?

Tomando en cuenta lo anterior, vamos a revisar brevemente algunos derechos en relación con los jóvenes, señalando primero en qué consisten y luego el artículo de nuestra Constitución en que están consagrados.

#### **Derecho a la vida**

Este es el derecho humano básico y fundamental, porque sin su reconocimiento, todos los demás carecen de sentido.

Consiste en que toda persona tiene derecho a que se respete y asegure su vida y que el Estado debe tomar medidas para que nadie sea privado de ella arbitrariamente.

Se relaciona con diversos temas, entre los cuales podemos mencionar: la pena de muerte; el aborto; las muertes ocasionadas por agentes del Estado en actos de represión política o delictiva; etcétera.

(Constitución: Artículo 19, N° 1)

### **Derecho a la integridad física y psíquica**

Está en íntima relación con el derecho a la vida. Se refiere a que toda persona tiene derecho a que su integridad corporal y psíquica sea respetada, quedando prohibidos la tortura y las penas o tratos crueles, inhumanos o degradantes.

Hay un instrumento internacional de importancia en este tema que se llama «Convención contra la tortura y otros tratos o penas crueles, inhumanas o degradantes», acordado por la Asamblea General de la ONU en 1984. Allí se expresa en qué consiste la tortura y las medidas que deben tomar los Estados para prevenirla y sancionarla.

(Constitución, Artículo 19, N° 1)

### **Igualdad ante la ley y no discriminación**

Todas las personas son iguales ante la ley y tienen derecho a igual protección por parte de ésta, prohibiéndose cualquier tipo de distinción entre ellas que esté dirigida a anular o menoscabar sus derechos.

Los documentos internacionales prohíben expresamente la discriminación por razones de raza, sexo, idioma, religión, opinión política u otra, origen nacional, origen social, posición económica y nacimiento.

(Constitución, Artículo 19, N° 2)

En los documentos internacionales se prohíbe además la discriminación por «cualquier otra condición». Esta frase es importante porque permite incluir la discriminación negativa por edad.

## **Derecho a la salud**

Se reconoce que toda persona tiene derecho a obtener el nivel más alto posible de salud física y mental y que los Estados deben tomar medidas para reducir los casos de enfermedad y otorgar la asistencia médica necesaria.

Se relaciona con el derecho de **vivir en un medio ambiente sano**, que impone a los Estados la obligación de cuidar que las personas vivan en un ambiente sin contaminación, realizando las acciones que sean necesarias en ese sentido.

(Constitución, Artículo 19, N° 8 y N° 9)

## **Derecho a la educación**

Toda persona tiene derecho a la educación, con el fin de lograr el pleno desarrollo de su personalidad.

Con el objeto de asegurar este derecho, los instrumentos internacionales han dispuesto que la enseñanza primaria debe ser obligatoria y gratuita para todos.

También se señala en ellos que los Estados deben tomar medidas para que la enseñanza secundaria, sea técnica o profesional, y la enseñanza superior, sean accesibles a todos.

(Constitución, Artículo 19, N° 10)

## **Derecho al trabajo**

Se reconoce que toda persona tiene derecho a trabajar y a escoger libremente su trabajo.

Entre los fundamentos que se señalan para reivindicar este derecho, figuran la orientación y formación técnico-profesional y la adopción de medidas para conseguir un desarrollo económico y social que garantice una ocupación para todos.

El derecho al trabajo comprende también el de disfrutar de condiciones equitativas y satisfactorias en el trabajo, entre ellas:

- a) una remuneración que asegure condiciones de existencia dignas para la persona y su familia;
- b) una remuneración igual por trabajo de igual valor y sin distinciones de ninguna especie;

- c) seguridad e higiene en el trabajo;
- d) derecho a descanso y tiempo libre.

(Constitución, Artículo 10, N° 16)

### **Derecho a la participación política**

Se reconoce el derecho de todas las personas a participar en los asuntos públicos, directamente o por medio de representantes libremente elegidos.

En relación con este tema, se reconoce también el derecho a sufragio como manifestación de la voluntad popular para la generación de las autoridades públicas.

En el caso de nuestro país, la ley dispone que los chilenos que hayan cumplido 18 años de edad son ciudadanos, lo que les otorga los derechos de sufragio y de optar a cargos de elección popular.

(Constitución, Artículo, N° 13)

### **Derecho a la libertad de expresión e información**

Garantiza que todas las personas pueden manifestar su pensamiento y opiniones por cualquier medio, como, asimismo, acceder a las distintas fuentes de información y opinión, ya sea para comunicar o recibir informaciones.

El punto central de este derecho es la prohibición de censura previa, es decir, la autoridad no puede decidir en forma anticipada sobre lo que puede o no opinarse y expresarse a través de un medio de comunicación.

En todo caso, esta libertad debe ejercerse con responsabilidad, de modo que si se cometen abusos o delitos, debe responderse por ellos.

(Constitución, Artículo 19, N° 12)

### **Derecho de reunión y asociación**

Toda persona tiene el derecho de reunirse en forma pacífica y sin fines violentos y de asociarse con otras, para el cumplimiento de los más variados fines, ya sean políticos, religiosos, laborales, sociales, culturales, deportivos, etcétera.

En particular, se reconoce el derecho a constituir sindicatos, que es la organización propia de los trabajadores para la defensa de sus intereses.

(Constitución, Artículo 19 N° 5, 13 y 19)

## Derecho a la cultura

Se reconoce el derecho de toda persona a tomar parte en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en los beneficios del progreso científico.

En virtud de este derecho, los responsables de la comunidad nacional deben crear las condiciones para que sus integrantes dispongan de los medios para poder participar, efectivamente, en las distintas manifestaciones de la vida cultural y otorgar una especial protección a los artistas y científicos.

(Constitución, Artículo 19, N° 10)

## Prohibición de detención o prisión arbitraria

Este derecho garantiza que ninguna persona puede ser detenida o presa arbitrariamente, entendiéndose que la detención o prisión es arbitraria cuando:

- se efectúa por motivos o de acuerdo a procedimientos distintos a los establecidos por la ley, o
- se efectúa de acuerdo a una ley que sea incompatible con el respeto del derecho de la persona a su libertad y seguridad.

(Constitución, Artículo 19, N° 7 en su letra c)

## Derecho a un proceso penal justo

Los instrumentos de derechos humanos reconocen un conjunto de derechos a las personas que son sometidas a proceso, acusadas de haber cometido algún delito, con el fin de garantizar el respeto de su dignidad durante su juzgamiento; entre ellos se encuentran los siguientes:

- El derecho a un procedimiento racional y justo
- El derecho a defensa
- El derecho a la presunción de inocencia
- El derecho a la libertad provisional

(Constitución, Artículo 19, N° 3 y N° 7)

- *Habría que ver si todos estos derechos se respetan en Chile; a mí me tincan que no mucho.*
- *Además de catete, puntuda...*

Es cierto, hay que reconocer la distancia que existe entre los derechos

reconocidos por los documentos, la Constitución y su aplicación en la realidad concreta del país.

A modo de ejemplo, vamos a resaltar ciertos temas que plantean contradicciones entre algunos de estos derechos y la situación real de la vida de los jóvenes.

### **Derecho a la vida**

Situación del aborto:

En Chile se practican anualmente cerca de ciento cuarenta mil (140.000) abortos, teniendo mayor incidencia entre mujeres jóvenes de entre 15 a 29 años.

### **Derecho a la integridad física y psíquica**

Situación de los jóvenes reclusos, considerando las condiciones de las cárceles y lugares de reclusión de nuestro país.

### **Igualdad ante la ley y no discriminación**

Situación de pobreza o de indigencia que afecta a casi el 32% de los jóvenes de nuestro país.

### **Derecho a la salud**

- Insuficiencias del sistema de salud. El sistema privado no está disponible para la mayoría de los jóvenes, y el sistema público presenta serias carencias y limitaciones en las prestaciones que otorga y en su calidad.
- Situación de embarazo de adolescentes.
- Situaciones de consumo de alcohol y de drogas.

### **Derecho a la educación**

- Enseñanza secundaria de insuficiente calidad.
- La capacitación técnico profesional no es accesible a todos.

### **Derecho al trabajo**

- Dificultad de encontrar trabajo por primera vez, en razón de la falta de capacitación.

- Mayores niveles de desempleo entre los jóvenes que en el resto de la población.

### **Derecho a la participación política y ciudadana**

- Escasa participación en partidos políticos y organizaciones sociales.
- Abstención en votaciones.

### **Prohibición de detención o prisión arbitrarias**

- Situación de las detenciones por sospecha realizadas en contra de jóvenes, particularmente de los residentes en sectores populares, que vulnera el derecho humano a la presunción de inocencia.

### **Derecho a un proceso penal justo**

- Falta de orientación y asistencia legal real para los jóvenes de sectores medios y pobres.

## **COMO DAR A CONOCER Y DIFUNDIR NUESTROS DERECHOS**

El Informe de la Comisión Nacional de Verdad y Reconciliación (Informe Rettig) atribuye un importante rol a los medios de comunicación en la consolidación de una cultura de respeto a los derechos humanos, resaltando la influencia que ellos tienen en la difusión y la educación en Derechos Humanos.

Se proponen dos caminos para ayudar en esta tarea:

- 1º Incorporar al lenguaje de los medios de comunicación la difusión del contenido de los documentos internacionales y nacionales que proclaman los Derechos Humanos, promoviendo los valores, actitudes y conductas que conducen a un respeto efectivo de esos derechos.
- 2º Aprender a descubrir críticamente los valores negativos que los medios de comunicación difunden.

Al mismo tiempo, el Informe de la Comisión Nacional de Verdad y Reconciliación entrega una serie de sugerencias sobre el contenido que debe tener la

enseñanza de los Derechos Humanos. Esto nos puede ser útil como marco de referencia para una posible acción de algún medio de comunicación. El informe propone:

- a) Conocimiento de qué y cuáles son los Derechos Humanos.
- b) Desarrollo de una actitud crítica frente a la realidad, planteándose las contradicciones que existen entre el contexto social y político y la vigencia de los Derechos Humanos.
- c) Fomento de un papel activo en la denuncia y defensa de esos derechos, aun cuando quien lo haga no esté directamente afectado por una determinada violación.
- d) Vinculación de esos derechos con la vida cotidiana y las necesidades diarias de las personas.
- e) Promoción de un **manejo adecuado del idioma**, evitando la virulencia verbal que contribuye a generar climas propicios a la violación de dichos derechos.

Por todo lo anterior, las organizaciones juveniles, y, en particular, los grupos que tienen a su cargo los medios de comunicación entre los jóvenes, deben considerar estas indicaciones para dar a conocer y difundir adecuadamente sus derechos.

- *Jeanette, ¿te parece interesante o le encuentras algún problema a todo esto?*
- *No, para nada. Encuentro que es muy importante pensar **cómo incorporamos nuestros derechos a nuestro quehacer cotidiano, en la vida diaria y en la organización. Como parte de esto debemos saber comunicar nuestras ideas.***
- *Qué bueno que estás de acuerdo. Lo que sí me quedó claro es que tú haces pleno ejercicio de tu libertad de expresión.*

Capítulo II:

ANTES DE COMUNICAR

- *Oye, Jeanette.*
- *Mmm.*
- *Estoy preocupado.*
- *¿Por qué?*
- *Es que estoy cachando que en el grupo tenemos hartos problemas de comunicación y ni nos damos cuenta.*
- *Na' que ver. Le estás poniendo un poquito, encuentro yo.*
- *No, si son pequeñas cosas que yo encuentro que podríamos mejorar. No sé, no lo tengo bien claro, es como una sensación.*
- *A ver, conversémoslo.*

Toda tarea humana, y, por supuesto, la que realizamos en nuestra organización juvenil, implica el acto de COMUNICAR.

Una de las funciones primordiales que cumple cualquier organización social es la de comunicar. Al dirigir una reunión, al participar en ella, al relacionarnos con los integrantes de otras organizaciones, al conversar, siempre nos estamos comunicando.

Por ello, saber hacerlo y aprender ciertas técnicas para ser más eficientes en la comunicación no es sólo un desafío para los dirigentes, sino para todos los miembros de la organización. Por supuesto, es misión de los dirigentes y parte de su gestión preocuparse y velar porque haya una comunicación fluida.

## ¿Cómo nos comunicamos?

Si bien es cierto que «todo comunica», también lo es que a veces lo hacemos bien y otras veces mal. Esto sucede en todos los lugares donde nos movemos y con toda la gente con la que nos relacionamos, en la casa con la familia, en el liceo con los compañeros y los profes, con el pololo y en nuestros grupos de jóvenes.

No conseguimos comunicarnos cuando nuestros mensajes no son recibidos por el otro (el receptor) o cuando son interpretados con un significado totalmente distinto al que esperábamos.

*El otro día yo le dije al Rony que me cargaba cuando en las fiestas él se ponía a bailar solo y me dejaba sentada en una silla. Se lo tomó tan mal que no me dijo nada, cerró la puerta de un portazo. Me dejó con las onces servidas y yo le había hecho un queque súper rico.*

Logramos comunicarnos cuando conseguimos que haya diálogo, o sea, cuando se comparte la información. Esa es la comunicación más efectiva. Si no hay diálogo, sólo se llega a entregar información sin recibir respuesta.

*Hacía dos meses que el Andrés, el presidente del Centro de Alumnos, estaba faltando a las reuniones. Entonces con los demás de la directiva decidimos que había que hablar con él. Se lo encargamos a la Paty, la vice. Ella es súper dulce y bien acogedora, así que fue y le dijo. Conversaron largamente; el Andrés le contó que tenía un tremendo rollo con el papá y que andaba cruzado por eso. Pidió que lo esperáramos un par de semanas y así fue. El martes ya se integró a las reuniones.*

Para poder establecer una buena comunicación, es importante CONOCER en profundidad la realidad y la situación en la que estamos, y según eso, utilizar los recursos que tenemos para comunicarnos. Por eso se dice que «conocer el problema y definirlo bien» es la mitad de la solución.

## **A CONOCER SE HA DICHO: HAGAMOS NOSOTROS MISMOS EL DIAGNOSTICO DE NUESTRA PROPIA COMUNICACION**

A ese CONOCER en profundidad se le llama DIAGNOSTICAR o HACER

UN DIAGNOSTICO. Si lo que pretendemos es conocer cómo es nuestra propia comunicación, estaremos haciendo el AUTODIAGNOSTICO DE NUESTRA COMUNICACION.

El AUTODIAGNOSTICO que vamos a hacer será una evaluación que nos permitirá conocer más acerca de la realidad de las comunicaciones, cómo las vivimos en nuestro espacio de jóvenes y qué podemos hacer para mejorarlas.

Para poder averiguar ¿COMO NOS ESTAMOS COMUNICANDO?,  
hay que saber:  
QUIENES SON LOS QUE COMUNICAN  
EN QUE ESPACIOS LO HACEN  
COMO LO HACEN  
También es necesario saber:  
cuáles SON LOS RESULTADOS DE ESA COMUNICACION

Es importante tener en cuenta que el autodiagnóstico es válido sólo cuando quienes lo realizan son capaces de diseñar un sistema de consulta que recoja el sentir y la opinión de la gente involucrada.

El autodiagnóstico no es válido si solamente se hace buscando confirmar «qué bien lo estamos haciendo». Hay que dar cabida a una reflexión crítica, un conocimiento nuevo que nos permita resolver los problemas y los desafíos que nos planteamos.

El autodiagnóstico es muy útil para conocer cómo anda la comunicación en nuestro grupo juvenil, cuáles son los temas que más preocupan, cómo se los plantean los demás, quiénes son los compadres a los que queremos llegar, cómo hablan, piensan, sienten. También nos sirve para analizar lo que pasa entre los dirigentes y la base, en la comunidad que nos movemos, en las relaciones entre los adultos y los jóvenes, etcétera.

## LOS ACTORES DE LA COMUNICACION

Hay que saber quiénes son los que participan en el proceso de comunicación. Hay que distinguir los ACTORES INDIVIDUALES Y LOS COLECTIVOS. Los actores pueden ser: el dirigente, la señora del quiosco, el párroco, la municipalidad, el liceo, etcétera.

Debemos trabajar para que la comunicación sea eficaz entre todos los actores con los que nos relacionamos y en todos los espacios.

*En el grupo de teatro estamos preocupados porque tenemos una actividad interna muy rica. Pero el otro día nos dimos cuenta de que no nos metíamos con nadie de la población. Nadie sabe quiénes somos de «La Brújula». Hay algunos de nosotros que se relacionan con otras organizaciones juveniles, pero individualmente, no como grupo. Eso no sirve porque hay que pensar que más adelante tendremos que presentarnos en funciones al público y deben conocernos.*

## LOS ESPACIOS DONDE SE DA LA COMUNICACION

El diagnóstico debe reflejar cómo se da la comunicación en los distintos espacios donde se mueve la organización:

- a) **A nivel interno:** entre los integrantes de la organización, entre los dirigentes y las bases, entre los miembros de la directiva.
- b) **Hacia afuera:** con la población, con el director del liceo, con otras organizaciones juveniles, con la federación de estudiantes, etcétera.
- c) **A nivel amplio:** con otras organizaciones sociales no juveniles, con los medios de comunicación, autoridades educacionales, etcétera.

En toda organización juvenil existen diferentes ESPACIOS de comunicación:

- a) **Informales:** los chismes, las conversaciones, los secretos, las fiestas. Son muy eficaces para crear lazos afectivos, emotivos, pero son «menos confiables».
- b) **Formales:** las reuniones, asambleas, seminarios, encuentros que son más serios, gozan de más credibilidad y prestigio.

Hay casos donde se requiere mayor formalidad para que la acción tenga mejores resultados.

*En el Centro Cultural «Buena Onda», donde participo desde el año pasado, preparamos un proyecto de capacitación laboral para jóvenes bien entretenido. Lo vamos a realizar en conjunto con la Junta de Vecinos. Ya lo hablamos el otro día con el presidente de la Junta, en la fiesta de los Gutiérrez, pero yo creo que no es suficiente. Hay que pedir una reunión con ellos y vamos varios para que la cosa sea de verdad.*

## LA CALIDAD DE LA COMUNICACION

Una vez que sabemos cuáles son los espacios de comunicación que frecuentemente utilizamos, es necesario preguntarse cómo es la calidad de esa comunicación, cómo nos estamos comunicando.

Como parte del proceso de diagnóstico debemos preguntarnos: ¿COMO SE ESTA DANDO LA COMUNICACION?, ¿ES FLUIDA, DEMOCRATICA, AUTORITARIA?

Para hacer el diagnóstico de nuestras comunicaciones tenemos que saber cómo se está dando entre nosotros la comunicación, el diálogo, de acuerdo a ciertos criterios. Entre los criterios más importantes están:

**Credibilidad:** Creer o no creer, esa es la cuestión. No es fácil llegar a creer de verdad y si se pierde la credibilidad es difícil recuperarla. ¿Por qué sucede que no creemos?

**Transparencia:** ¿Informamos de todo lo que pasa o nos guardamos parte de la información? ¿Sentimos que nos dicen todo o hay gato encerrado?

**Eficacia:** ¿Hasta qué punto los mensajes y acciones comunicativas permiten alcanzar los objetivos deseados?

**Utilidad:** ¿Para qué le sirven a la gente nuestros mensajes? ¿Qué necesidades concretas de la comunidad estamos satisfaciendo con lo que le estamos comunicando?

**Horizontalidad:** ¿Tratamos de igual a igual al «otro»? ¿Lo reconocemos? ¿Queremos y lo dejamos que participe?

**Identidad y reconocimiento social:** ¿La comunidad nos reconoce? ¿Qué imagen proyectamos hacia afuera? ¿Qué es lo que nos distingue de otros grupos de la sociedad?

**Canales de comunicación:** ¿Tenemos canales o medios de comunicación expeditos con las autoridades y otros actores de la sociedad?

**Lenguaje:** ¿Usamos un lenguaje adecuado para llegar «al otro»? ¿Somos muy chacoteros y poco serios? ¿Muy graves e intelectuales?

**Articulación:** Nuestra comunicación ¿es eficaz para sumar esfuerzos con otros actores? ¿Existen «puentes» que nos permitan comunicarnos con ellos?

Para hacer un buen diagnóstico se pueden utilizar distintos sistemas de consultas: conversaciones con registro (una persona pregunta y otra toma apuntes), una encuesta, entrevistas individuales, etcétera.

Hay que tener claro A QUIEN se va a consultar. Podemos interesarnos en las personas más informadas o en las que no saben tanto, depende.

#### **PARA HACER UN DIAGNOSTICO ES UTIL HACERSE LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:**

- \* ¿QUIEN ES ESTE GRUPO?
- \* ¿QUE HACE EL GRUPO PARA RELACIONARSE CON LOS DEMAS?
- \* ¿QUE MEDIOS Y FORMAS DE COMUNICACION USA PARA RELACIONARSE ENTRE SI?
- \* ¿EN QUE ESPACIOS SE COMUNICA MEJOR?
- \* ¿CON QUE LENGUAJES Y ESTILOS?
- \* ¿QUE OBSTACULOS A LA COMUNICACION EXISTEN?
- \* ¿QUE FACILITADORES A LA COMUNICACION EXISTEN?

...Y ahora, ¿qué más?

- *Oye, Claudio.*
- *¿Qué?*
- *Bueno, ya tenemos claro lo que nos está pasando, por qué nunca hemos podido convocar a los cabros de la esquina a nuestro trabajo, y ahora, ¿qué?*
- *No sé, en todo caso esto me sirvió porque ahora se me ocurre más por dónde tendría que ir la cosa. Mira...*

Una vez que nos queda claro el diagnóstico, hay que identificar y precisar cuál es el problema que se quiere abordar.

Por ejemplo: la falta de participación de un sector de los jóvenes de la población, en las actividades de nuestro Centro Cultural «Luz en el Cemento».

Tenemos que definir cuáles son nuestros objetivos frente a ese problema.

Por ejemplo: en un primer momento el objetivo no será que esos jóvenes participen de inmediato en nuestras actividades. El objetivo será que nos conozcan y sepan lo que hacemos.

Una vez que tenemos definido el objetivo, tenemos que DISEÑAR UNA ESTRATEGIA para conseguirlo. Eso quiere decir, planificar uno o varios

caminos que hagan posible llegar a la meta en el tiempo estimado y con los recursos disponibles (en plata, gente, locales, etcétera).

## **A COMUNICARSE SE HA DICHO: LA ESTRATEGIA DE COMUNICACION**

El éxito o fracaso de una estrategia se mide por la EFICACIA de sus resultados, es decir, si se cumplieron o no los objetivos, y por la EFICIENCIA del proceso, o sea, si el cumplimiento de objetivos se hizo en el tiempo estimado y con los recursos disponibles.

PARA DEFINIR LA ESTRATEGIA, LAS  
SIGUIENTES PREGUNTAS SON CLAVES:

- \* PARA QUE QUEREMOS COMUNICARNOS (objetivos)
- \* A QUIENES SE ESPERA LLEGAR (destinatarios)
- \* QUIEN LO COMUNICARA (vocero)
- \* QUE SE QUIERE COMUNICAR (el mensaje)
- \* CON QUE LENGUAJE
- \* CON QUE RECURSOS
- \* A TRAVES DE QUE MEDIOS (publicaciones, videos, grabaciones, etcétera.)
- \* EN QUE PLAZOS

Tomando de nuevo como ejemplo el Centro Cultural «Luz en el Cemento», ellos deberían dar respuesta a todas estas preguntas:

**Objetivos:** «Con esto nos proponemos dos objetivos: primero que el grupo, que hemos definido como público, conozca al Centro Cultural, y en segundo lugar que participen progresivamente en nuestras actividades».

**Destinatarios:** «Los cabros que se juntan masivamente en la plaza todos los sábados y que no pescan a nadie».

**Vocero:** «Los dirigentes del Centro Cultural».

**Mensaje:** «Somos un grupo cultural que quiere trabajar con el máximo número de jóvenes de esta población. Queremos que ustedes nos conozcan a nosotros como jóvenes y lo que hacemos. También queremos conocerlos a ustedes y, a partir de sus inquietudes, hacer cosas nuevas».

**Lenguaje:** «Utilizaremos un lenguaje no politizado y lo más suelto que podamos, o sea hablaremos como todos lo hacemos».

**Recursos:** «Tenemos fondos para el primer número del boletín, nos conseguiremos la imprenta del papá del Sebastián. Las fotos las sacaremos nosotros mismos en el laboratorio de la Cristi».

**Medios:** «De acuerdo a nuestros recursos, a la gente que tenemos y a los objetivos que nos hemos planteado, trabajaremos con un boletín que llevará una historieta al medio y volantes para informar de actividades».

Esto nos permitirá elaborar una ESTRATEGIA de comunicación.

Tan importante como los objetivos es la PLANIFICACION. Ella permite ordenar las tareas, los medios y los recursos que harán posible cumplir con los objetivos.

## LA PLANIFICACION: PONIENDO FECHAS Y RESPONSABLES

La planificación consiste en determinar en qué momento y con qué plazos se ejecutarán todas las actividades necesarias para lograr nuestros objetivos. También significa definir quién o quiénes serán los responsables en cada caso.

Es indispensable preocuparse del EQUIPO DE TRABAJO que tenemos para realizar las tareas y con qué RECURSOS se cuenta.

Como cualquier grupo humano, el equipo de trabajo está compuesto por personas distintas, cada una con su carácter, inquietudes y limitaciones, pero tienen un objetivo común: **COMBINAR la diversidad de las personas es una clave para trabajar bien.**

- *Oye, Claudio, y cómo podríamos tener un equipo que funcione con eficacia y eficiencia.*

Hay algunas actitudes de las personas que componen el equipo que ayudan a:

- \* Saber escuchar («no te empecines sin razón en una idea»).
- \* Esperar tu turno para hablar («recuerda que todos tienen algo importante que decir»).
- \* Confiar y valorar a los demás («no creas que te las sabes todas»).
- \* Ser democrático («aunque tengas un cargo, no te las des de jefecito»).
- \* Criticar con fundamento y en el momento adecuado («ubicatex»).
- \* Comprometerse en horarios, pegos y plazos («y cumplirlos, por supuesto»).

Hay algunas acciones que también sirven:

- \* Definir bien los objetivos («antes de trabajar tienen que estar claros para que todos se comprometan y se sientan partícipes de la tarea»).
- \* Planificar el trabajo («tienes que saber cuándo nos estamos atrasando para remediar la situación a tiempo»).
- \* Preparar las reuniones («lo peor es que llegues a la reunión y ni tú ni nadie sepa qué van a discutir o realizar»).
- \* Evaluar los avances del trabajo («una vez cumplida una o varias etapas del trabajo tienes que saber cómo se hizo, cuáles fueron los aciertos y las debilidades, de acuerdo a los objetivos que se habían propuesto»).

### Un último consejo

Para hacer una buena planificación, es necesario realizar un cuadro que resuma las etapas de trabajo, las actividades, los responsables en cada caso y los plazos. Sigamos con el mismo ejemplo:

El Centro Cultural «Luz en el Cemento» decidió publicar un boletín. Para ello, se armó la siguiente planificación de trabajo:

**Cuadro N° 1  
PLANIFICACION**

Etapa de Trabajo	Quienes Participan	Cada cuanto Tiempo	Responsable	Fecha

**Nota:** el mismo cuadro puede servir para realizar cualquier actividad de nuestra organización juvenil.

## Capítulo III:

# INSTRUMENTOS DE COMUNICACION

Las personas, los grupos, las organizaciones, en sus relaciones diarias, se comunican y para eso hacen uso de diversos LENGUAJES y ESTILOS de comunicación.

*Cuando el Rony se enoja no tiene para qué decírmelo, yo me doy cuenta al tiro. Se le agachan las cejas, se pone a mirar para abajo y cruza los brazos. Entonces yo le digo: ¡ey, qué te pasa! Y me dice: no, nada. ¿Cómo le voy a creer?*

Las personas para comunicarnos usamos distintos lenguajes, muchos de ellos sin palabras, son gestos, miradas, etcétera. «Hay ojos que hablan por sí solos», «hay miradas que matan», decimos a veces. Claro, porque junto con el lenguaje oral (la palabra) utilizamos el lenguaje corporal, que tiene mucha fuerza.

Los jóvenes entre sí y en sus organizaciones utilizan, además del lenguaje oral y corporal, otros lenguajes. Algunos, con un estilo que les es propio y no siempre comprensible para otros grupos. Otros, que les permiten llegar a destinatarios en forma masiva, para lo que se suele recurrir al lenguaje escrito o gráfico. Las organizaciones usan con frecuencia el lenguaje escrito (boletines, diarios, revistas) y el audiovisual (videos, diaporamas).

El ESTILO es otra cosa. Es la manera particular con que cada persona, grupo u organización usa un lenguaje.

*Ricardo fue el primero que habló en la asamblea. Nadie lo pescó, incluso hubo gente que tiró a silbarlo. Después intervino el Claudio y todos lo escucharon*

*atentamente. Fue increíble porque utilizó las mismas palabras, pero a su manera. Todos empezaron a decir que sí con la cabeza y terminaron aplaudiéndolo. Fue bien loco lo que pasó.*

Generalmente, las organizaciones se distinguen por un estilo que es común a todos sus integrantes. El buen estilo debe estar presente en todo lo que haga, diga, escriba y muestre una organización.

LENGUAJE y ESTILO están directamente relacionados con la IDENTIDAD de los grupos y las organizaciones en su relación diaria con la comunidad.

«Lo característico» de una organización es lo que le da identidad propia, es lo que hace que las personas se sientan pertenecientes a un grupo y diferentes a otros grupos. «Los deportistas», «los charango-lila», «las feministas», «los volados» son algunas características que identifican a algunos grupos de jóvenes y que se distinguen por su lenguaje y estilo.

Para comunicarnos es indispensable que determinemos qué lenguaje y estilo utilizaremos. Para eso, hay que reconocer la identidad propia de la organización y la de los destinatarios.

Volvamos al ejemplo del Centro Cultural «Luz en el Cemento»:

Si los destinatarios (o público) son «los cabros que se juntan masivamente en la plaza todos los sábados y que no pescan a nadie», entonces habrá que utilizar un lenguaje muy cercano a ellos. El boletín que se diseñará tendrá que ser muy informal y poco doctoral. Poca letra y mucha gráfica juvenil que les resulte atractiva. Por eso, la idea de usar «el lenguaje de la historieta» es muy buena.

## **MANOS A LA OBRA: LOS RECURSOS PERIODISTICOS**

Al poner en práctica una estrategia de comunicación gráfica, es necesario conocer algunos RECURSOS PERIODISTICOS que permitirán que nuestros mensajes sean más eficaces en el logro de los objetivos planteados.

La NOTICIA es un elemento que se utiliza mucho en el periodismo y todo el mundo habla de «las noticias». Comentamos, leemos y criticamos las noticias. También a veces hacemos noticia.

## ¿Para qué sirve la noticia?

Noticia es todo hecho destacado, desconocido o novedoso, que pueda interesar a la comunidad. Puede ser un suceso pasajero, pero también una situación que existe desde hace tiempo o que la gente desconoce. Puede no ser algo tan espectacular, pero, como afecta a la mayoría, es importante.

Las noticias juveniles son aquellas que interesan a ese sector de la población ya sea porque son protagonizadas por jóvenes, porque repercuten en ellos o porque aluden a los derechos juveniles y a la realidad que les rodea.

*En el boletín «Na' de charcha» que estamos publicando incluimos una noticia sobre la polémica que hay en torno al divorcio. Claro, no tiene que ver directamente con nuestra problemática juvenil, pero es increíble lo bien que fue recibido el artículo. Al final estos temas también interesan porque tienen que ver con lo que los jóvenes viven en sus casas y con sus padres.*

Para construir una noticia (escribirla, leerla por la radio o mostrarla en un video) hay que responder 5 preguntas básicas:

¿QUE ocurrió?, ¿DONDE?, ¿A QUIENES afectó?, ¿COMO los afectó? y ¿POR QUE sucedió?

Si respondemos a todas estas preguntas, estaremos dando una noticia completa: es la información básica.

*Para el próximo número del boletín «Na' de charcha» ya tengo como tres noticias y todas ocurrieron acá en la comuna. La primera es la de ese cabro que expulsaron del liceo porque no se cortó el pelo. La otra es el caso del grupo de chiquillos que tomaron detenidos el sábado en la plaza, y la tercera, que es la positiva, es que en un mes más se inaugura la nueva cancha de fútbol. Y todo esto ocurrió al lado nuestro.*

## Cuestión de género

Para elaborar bien el lenguaje y estilo en que queremos entregar nuestros mensajes, es necesario definir cuál es el GENERO PERIODISTICO.

- Oye, Claudio.
- ¿Qué?

- *Como que me anduve enredando. ¿Qué tienen que ver los géneros en todo esto? ¿Están hablando del lino, la gamuza, la franela y esas cosas?*
- *Na' que ver, no seas huasa. Lo que nos están hablando es que una misma noticia se puede presentar de distintas formas, según lo que uno pretenda con esa noticia. Escucha será mejor.*

Los GENEROS PERIODISTICOS se refieren a la «intención» que hay detrás del tratamiento noticioso o la forma de «enfocar» un hecho.

Existen 3 grandes géneros:

Informativo: busca «**dar a conocer**» los hechos, tal cual ocurrieron.

Interpretativo: «**explica**» esos hechos, busca sus causas y consecuencias futuras.

Opinión: «**comenta**» los alcances éticos de esos hechos.

Si tomamos la noticia del estudiante expulsado que aparecerá en el boletín «Na' de charcha», podríamos presentarla de 3 formas:

- En forma de un artículo que dijera QUE y DONDE pasó, QUIEN lo hizo, a QUIEN afectó, COMO y POR QUE sucedió.
- Escribiendo un artículo interpretativo que analizara la situación, señalara otros casos similares ocurridos anteriormente en el liceo, explicando las razones que tuvo el director del establecimiento y contrastándolas con el reclamo del centro de alumnos.
- Entregando un artículo de opinión en el que se criticara la acción del establecimiento escolar desde el punto de vista de los derechos juveniles.

### **Pongámosle técnica al asunto**

Entre los recursos periodísticos también tenemos lo que llamamos TECNICAS PERIODISTICAS.

Las TECNICAS nos permiten comunicar la noticia de diversas maneras, de acuerdo al grado de profundidad que uno quiera darle:

**La nota breve:** relata escuetamente la noticia, se limita simplemente a informar un hecho.

**El artículo:** relata el acontecimiento y le da sentido.

**La entrevista:** permite el diálogo directo con los protagonistas (o fuentes del suceso).

**El reportaje:** profundiza en los hechos, entrega más antecedentes y sitúa la noticia en su contexto. Trata de presentar los distintos puntos de vista que están en juego.

Los GENEROS y las TECNICAS periodísticas se pueden combinar. Cada género puede usar diversas técnicas, así existen, por ejemplo, reportajes interpretativos, entrevistas de opinión, artículos informativos, etcétera.

NOTICIA, GENEROS Y TECNICAS  
SON «RECURSOS» PERIODISTICOS  
QUE CONVIENE CONOCER Y  
SABER UTILIZAR  
AL MOMENTO DE CREAR  
UN INSTRUMENTO DE COMUNICACION

- Oye, Jeanette.
- ¿Qué?
- ¿Entendiste ahora?
- *Si, Claudio. Lo que pasa es que me enredé un poco al principio con «tanto recurso». Ahora lo tengo más claro. Ahora me está faltando saber más sobre los medios de comunicación. Cuáles conviene usar y en qué casos.*

### **A cada tema, su medio**

Los medios de comunicación son instrumentos muy útiles para la organización juvenil porque a través de ellos pueden expresar su sentir, su identidad.

Con la ayuda de los medios se puede:

- \* difundir actividades concretas
- \* informar
- \* educar
- \* entretener
- \* movilizar
- \* apoyar la organización
- \* motivar la participación de los jóvenes

Hay que elegir el medio más adecuado para transmitir lo que pretendemos, según los objetivos y recursos disponibles.

**HAY QUE ELEGIR LOS MEDIOS  
DE ACUERDO A LA ESTRATEGIA  
QUE SE HAYA DISEÑADO**

¿Cómo puedo saber cuál es el medio que más nos conviene utilizar?

Cada medio de comunicación tiene ciertas características que lo hacen más útil para algunas funciones.

El siguiente listado es de gran utilidad:

Medios	¿Qué son?	¿Para qué nos sirven?
<p><b>Orales</b></p> <p>– La asamblea la reunión, las comisiones de trabajo y las conversaciones</p>	<p>No son medios de comunicación propiamente tales, pero son espacios de intercambio, importantes dentro de la comunicación de las organizaciones.</p> <p>Son encuentros de personas con distintos objetivos.</p>	<p>Permiten conocernos, intercambiar información y experiencias, tomar acuerdos, planificar el trabajo y llevarlo a la práctica.</p>

Medios	¿Qué son?	¿Para qué nos sirven?
<p><b>Auditivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="161 403 373 439">– Radioparlantes</li> <li data-bbox="161 528 302 564">– Perifoneo</li> <li data-bbox="161 725 367 761">– Avisos radiales</li> <li data-bbox="161 887 425 922">– Programas radiales</li> <li data-bbox="161 1084 418 1120">– Radio comunitaria</li> </ul>	<p data-bbox="534 403 695 474">Con grandes parlantes.</p> <p data-bbox="534 528 753 672">Se reconoce el lugar hablando a través de un megáfono.</p> <p data-bbox="534 725 734 833">Mensajes cortos intercalados en los programas.</p> <p data-bbox="534 887 772 1030">Espacios con secciones. Tratamiento radial en profundidad.</p> <p data-bbox="534 1084 779 1191">Radio de cobertura local, a cargo de equipos locales.</p>	<p data-bbox="805 403 998 439">Crea ambiente.</p> <p data-bbox="805 528 1011 672">Llama la atención del vecindario. Informa, convoca.</p> <p data-bbox="805 725 1011 797">Informa e invita a los oyentes.</p> <p data-bbox="805 887 1023 1030">Desarrolla temas e inquietudes de la comunidad. Crea identidad.</p> <p data-bbox="805 1084 1049 1227">Apoya la participación y la identidad de la comunidad.</p>
<p><b>Escritos y Gráficos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="161 1451 412 1559">– Circulares, cartas, invitaciones, trípticos.</li> </ul>	<p data-bbox="534 1451 740 1594">Medios de comunicación formal. Rápido, ágil y sencillo.</p>	<p data-bbox="805 1451 1036 1630">Sirve para invitaciones, denuncias, convocatorias, actividades.</p>

Medios	¿Qué son?	¿Para qué nos sirven?
- Comunicado de prensa	Una o dos hojas en las que se informa a los medios de comunicación sobre una noticia para que éstos a su vez la informen.	Informar a la opinión pública.
- Hoja informativa	Es una hoja que incluye noticias ilustradas, breves, por ambos lados.	Rápida y barata, capaz de "salirle al paso" a la coyuntura.
- Boletín	Es un medio de mediana extensión que presenta distintos temas, con diverso tratamiento. Es propio de las organizaciones sociales o instituciones.	Ayuda a legitimar la organización y a trabajar temas permanentes en el tiempo.
- Diario mural	Medio de lectura colectiva. Trae varias noticias o expresiones gráficas. Se coloca en lugares visibles a la distancia.	Informa, motiva, entretiene.

Medios	¿Qué son?	¿Para qué nos sirven?
– Cartilla	Cuadernillo sobre un tema.	Educa y es fácil de comprender.
– Afiche	Medio gráfico, altamente visual. Atrae y deja claro un mensaje.	Convoca, invita a participar en un evento o de una idea.
– Volante	Conocido como panfleto, es un medio rápido, muy útil para la denuncia y la convocatoria.	Convoca motiva y difunde rápidamente.
– Historieta	Se la conoce como comics. Son historias relatadas a través de ilustraciones y textos.	Sirve para plantear y reflexionar sobre temas.
<b>Audiovisuales</b>		
– Diaporamas	Diapositivas y grabación de casete que se exhiben coordinadamente.	Motiva y cautiva con bellas imágenes que se pueden proyectar muy grandes.
– Video (videograma)	Realización de un video a partir de un tema-motivo.	Recoge bien el testimonio.

Medios	¿Qué son?	¿Para qué nos sirven?
– Videoforo	Exhibición de un video en público y posterior debate sobre el tema.	Sirve para sensibilizar sobre un tema y amarrar reunión.
– Video-registro	Grabación en video de una actividad, sin guión previo.	Facilita la recopilación de experiencias. Sirve de Archivo.
– Exposición de video y cine ("pantallazo")	Evento masivo, con pantalla gigante en lugar amplio y una programación prevista.	Permite llegar a públicos amplios.
<b>Callejeros</b>		
– Panel	Espacio vertical, con más imagen que texto. Presenta pocas ideas.	Llama la atención e informa sobre un tema.
– Lienzo	Medio gráfico de grandes proporciones para que destaque en calles. Especial para campañas.	Sorprende el caminar cotidiano de los transeúntes. Convoca e invita.

Medios	¿Qué son?	¿Para qué nos sirven?
– Stand	Espacio dentro de uno mayor (feria, muestra). Representa a una institución o tema en particular.	Informa y explica sobre un tema u organización.
– Feria	Exhibición en torno a un gran tema. Se divide en varias secciones (puestos, stands).	Irrumpe el espacio callejero. Permite informar y motivar sobre un tema, desde varios aspectos.
– Tendido de ropa	Original exposición callejera. En lugar de ropa, se cuelgan fotos, carteles, dibujos.	Sirve especialmente para hacer denuncias y llamar fuertemente la atención.
<b>Campaña de comunicación</b>	Consiste en la utilización de varios medios de comunicación, que tengan fines complementarios para un mismo objetivo.	Permite una acción a mayor escala, entre varios actores, por un tiempo determinado.

- Y, qué te parece, Jeanette...
- Están bien interesantes los cuadritos. Lo clave es saber primero qué es lo que se pretende, el objetivo, y desde allí escoger el medio de comunicación que más nos sirva.
- Después de eso no queda más que irse a trabajar.
- Vamos no más.

## TODO SOBRE EL BOLETIN

El boletín es una publicación periódica y uno de los medios más utilizados por las organizaciones, tanto juveniles como de otros sectores realizado por una organización interesada en difundir sus actividades.

¿Por qué es tan utilizado? En realidad porque tiene varias características que lo hacen muy útil para la organización.

El boletín permite informar y profundizar en determinados temas, desde diferentes enfoques. A la vez, consigue movilizar, organizar y cohesionar a la organización en torno a hechos importantes.

*En nuestro Centro Cultural «Luz en el Cemento» optamos por el boletín porque necesitamos un medio que nos permita darnos a conocer en profundidad. Queremos ahondar en ciertos temas y dar algunas orientaciones. Por ejemplo, queremos tratar el tema de la ecología, una cuestión que a todos nos interesa, ya sea que estemos o no en la organización.*

El boletín es como una carta de presentación de un grupo de personas, de una organización o de una institución. Por su intermedio, se conoce que existen y la manera en que actúan y piensan. A su vez, es un medio que facilita la participación de quienes desean colaborar.

### ¿Cómo hacerlo?

La elaboración de un boletín supone una planificación de las tareas que ello implica, a fin de que exista una adecuada coordinación al interior del equipo de trabajo responsable.

## ¿Cuáles son esas tareas?

### TAREA UNO:

#### Definiciones iniciales

El equipo de trabajo debe reflexionar acerca de qué objetivos tendrá el boletín y a quiénes quiere llegar con su información.

Una vez decidido esto, es necesario «determinar las secciones» del boletín así como sus respectivas «formas periódicas».

Según las secciones que se haya determinado elaborar, será necesario que se cumplan diferentes «funciones» dentro del equipo:

- \* Función de reportero: de algún hecho de interés del grupo
- \* Función de corresponsal: si se ha decidido incluir información ocurrida en otros lugares
- \* Función de dibujante y fotógrafo: dependiendo de la disposición de cada cual
- \* Función de correctores de la redacción final
- \* Función de diagramadores
- \* Función de secretario: que tenga la responsabilidad de recibir los trabajos, entregarlos a quien corresponda, recordar los plazos y comunicarse con otros grupos o instituciones.
- \* Función de distribución: tarea que debe ser asumida por el equipo responsable y/o sus colaboradores. La distribución puede hacerse por venta directa, por suscripciones o a través de colaboraciones.

Generalmente, los miembros del equipo responsable de la publicación del boletín trabajan sin remuneración y son, aproximadamente, entre 3 y 5 personas.

También suele haber «colaboradores», que pueden ser entre 10 y 15 personas.

*Como siempre en estas cosas, al final en el boletín del Centro Cultural trabajamos bien pocos. Somos cinco en total, pero en realidad tres los que tenemos más tiempo. Por eso es que hacemos de todo, pero cada uno es responsable de cosas distintas.*

La elaboración y publicación de un boletín tiene un costo importante, por lo tanto antes de iniciar las tareas de su edición, hay que tener claridad respecto de los recursos disponibles.

#### TAREA DOS:

#### Tomar decisiones concretas y puntuales

Al iniciar concretamente el trabajo del boletín hay que tomar en conjunto una serie de DECISIONES, que son fundamentales para la elaboración del periódico.

- 1.- Poner un **nombre** al boletín. Esta puede ser una oportunidad para la participación de quienes serán sus lectores, cuidando que el nombre tenga relación con los objetivos que persigue este medio de comunicación.  
*Para ponerle un nombre al boletín hicimos un concurso en la población. Participó medio mundo y llegaron los nombres más curiosos. Al final tuvimos que seleccionar al ganador, combinando muchos criterios: originalidad, congruencia con los objetivos, identidad de los jóvenes de la población. El proceso fue bien largo. El boletín se llama «Adoquines de esperanza». ¿Les gusta? o ¿no?*
- 2.- Ponerse de acuerdo respecto del **tamaño** del boletín, para poder tener dimensionada cada una de sus secciones.
- 3.- Distribuir la **responsabilidad** de cada sección entre los miembros del equipo responsable y según los aportes que pueda hacer cada cual.
- 4.- Determinar la **frecuencia de aparición** del boletín: MENSUAL, BIMENSUAL, TRIMESTRAL, etcétera. Esto permitirá tener claridad acerca de la intensidad del trabajo del equipo responsable. La frecuencia, además, dependerá de los recursos disponibles de quien publica y de los medios técnicos para la impresión de que se disponga.
- 5.- Decidir sobre el **tiraje** del boletín, cuántos ejemplares de cada número se imprimirán. Ello depende, en primer lugar, de los destinatarios y de los recursos disponibles. Entre los destinatarios hay que considerar: suscriptores y lectores que compran la publicación, ejemplares para bibliotecas, organizaciones o instituciones amigas y archivo.
- 6.- Determinar el **tipo de impresión** del boletín. El sistema que se utilice dependerá de los recursos económicos con que se cuente. El mimeógrafo

y la multicopia son más baratos que la impresión offset. Esta última puede ser conveniente sólo a partir de los 2.000 ejemplares.

- 7.- Determinar el **precio** si es que se ha decidido cobrar. Hay que calcularlo de acuerdo a las posibilidades financieras de los lectores. Debemos recordar que también se puede financiar con acciones de apoyo, tales como fiestas, insertando avisos publicitarios o eventuales apoyos externos.

### TAREA TRES:

#### **Realizar un Plan de Trabajo**

Una vez decidido el carácter del boletín, es necesario planificar el trabajo. El siguiente cuadro resume lo que debes planificar.

NOTA: El cuadro supone una periodicidad TRIMESTRAL. Si el boletín de tu organización es MENSUAL o tiene otra frecuencia de aparición, debes adecuar la columna de «fechas». El resto de las etapas continúa la misma secuencia.

Cuadro N° 2:

PLANIFICACION DEL TRABAJO DE BOLETIN

Etapa de	Quienes participan	Periodicidad	Tipo de actividad	Objetivos	No olvidar
1 Reunión de Pauta	Todos los integrantes del equipo. Pueden participar otros invitados.	1 vez por cada edición.	Reunión en oficina.	Definir los temas del Boletín y la forma en que se tratarán (Reportaje, entrevista, Editorial).	Hay que considerar las cosas que están pasando en la organización (problemas, desafíos).
2 Reporteo	Todos los integrantes deben asumir al menos un tema.	Varios reporteos por cada edición.	Visita a los lugares, observación y entrevista.	Obtener la información y las opiniones que luego se redactarán.	Hay que ser curioso y creativo para encontrar "buenas noticias".
3 Redacción	Todos. Cada uno debe redactar lo que reportó y en lo posible ayudar a los otros.	Al menos 3 reuniones por cada edición.	Reuniones en las que el equipo escribe y comenta.	Escribir la información recogida.	Debe escribirse corto y sencillo. Todos los lectores deben leerlo.
4 Recolección de los artículos escritos	El (o la) Redactor (a) General reúne lo que se ha escrito.	1 vez por edición.	En una reunión el Redactor General recoge lo escrito. Si falta material, debe insistir, también debe corregir	Ordenar lo que se ha escrito.	El Redactor General debe ser " <b>persistente</b> " y no cansarse hasta tener todo el material.
5 Corrección de textos	El redactor general junto a otro colaborador que le ayude.	1 vez por edición.	- Lectura y revisión. - Llevar a escribir a máquina. - Segunda corrección.	Que no haya errores en los textos que se publicarán.	Para que nos lean debemos escribir un Boletín impecable.
6 Diseño	Todos los integrantes del Equipo bajo la supervisión del (la) Diseñador (a).	Al menos 2 reuniones por cada edición.	- Se hace una maqueta de cómo será el Boletín (N° páginas y lugar de artículo) - Diagramación por pág. - Se arma el Boletín.	Diseñar: ordenar textos y fotos o dibujos en una página para que la lectura sea fácil y entretenida.	Una buena foto o un lindo dibujo puede decir más que una palabra.
7 Impresión	El productor y la imprenta.	1 vez por edición.	- Llevar el original del Boletín a la imprenta.	Mandar a imprimir el Boletín.	De nosotros depende que la Imprenta haga un buen trabajo.
8 Distribución	El Equipo, la Organización Juvenil y los Corresponsales.	1 vez por edición.	- En una reunión se arman los paquetes para llevar a cada grupo o sector. - Se entregan a dirigentes.	- Distribuir el Boletín.	La distribución debe garantizar que todos reciban su Boletín.
9 Evaluación	El Equipo y miembros de la directiva de la Organización Juvenil y Corresponsales.	1 vez por edición.	- Reunión de análisis.	- Revisar lo bueno, lo malo y lo que hay que mejorar.	Cada evaluación nos permite mejorar el próximo N°.

Al hacer la planificación hay que considerar para cada número del boletín:

- \* Reuniones de pauta, en las que se adoptan decisiones sobre los temas a ser tratados. En esas reuniones es importante elaborar un «calendario o cronograma» de trabajo, que considere la fecha de cierre del boletín y el volumen de las tareas a cumplir.
- \* Distribución de tareas.
- \* Plazos de cierre.
- \* Fecha de edición.
- \* Impresión.
- \* Distribución.
- \* Evaluación: este tipo de reuniones del equipo editor, da la flexibilidad necesaria para incluir temas de actualidad, así como evaluar el trabajo realizado. En ocasiones, se puede invitar a algunos lectores a discutir problemas comunes.

#### TAREA DE TODOS: Reportear y escribir

La tarea de redacción es bastante pesada, por lo que generalmente se reparte entre los integrantes del equipo. Todos aportan lo suyo. Claro, nunca faltan quienes le hacen a la pluma espontáneamente; ellos se quedan con la pega de hacer el editorial y casi siempre la de revisar los borradores de los demás artículos.

En todo caso, quienes no son buenos para escribir, aprenden. Para eso, conocer la realidad sobre la que se va a escribir, o sea, reportear, ayuda mucho.

Una vez que se ha reportado, hay que empezar a redactar. Se supone que de antemano, en la reunión de pauta, el equipo ha decidido cuál será el género periodístico que se utilizará.

Ya redactados, los artículos tienen que ser EDITADOS. Es decir, todos los artículos deben ser revisados por una misma persona que hace el tratamiento de texto o «empareja el estilo» para que aparezcan como parte de un todo: el boletín. Editar también es recortar, porque a menudo hay poco espacio para dar cabida a todo el material elaborado.

Luego de la edición, se pasa a la corrección de pruebas, que es la corrección final.

## UNA GRAN TAREA: La diagramación

Es importante tener en cuenta algunos criterios para realizar la diagramación, sugerimos lo siguiente:

- \* que sirva para facilitar la lectura
- \* que tenga una secuencia práctica y atractiva para el lector
- \* que permita reconocer el boletín, dándole identidad y armonía gráfica

La diagramación del boletín considera las siguientes partes:

- La portada: que debe atraer al lector y entregar mensajes importantes.
- Las secciones: cuya permanencia en el boletín ayudan a identificarlo y facilitan su lectura.
- Los espacios en blanco: que sirven para destacar algunos textos.
- Las ilustraciones: tales como fotografías, fotocopias y dibujos, cuya función es la de complementar el contenido y añadir contenidos visuales.
- La tipografía: es decir, el uso de letras de distintos tipos, según familia, tamaño y composición (la letra set es una buena ayuda).
- Los titulares: utilizando diferentes tipos de letras.
- Los colores: que tienen un costo, pero atraen al lector. Por ejemplo, se podría imprimir el boletín en tinta de color o sobre papel de color.
- El uso de la imagen, como la fotografía que tiene valor documental, da calidad gráfica al boletín y agrega un mensaje visual a los textos. Con la fotocopidora, la reproducción no es tan cara. Si no se cuenta con máquina fotográfica, se pueden «piratear» de otros boletines o de libros, citando siempre su procedencia. Se recomienda probar la fotocopia con distintos contrastes, hasta llegar al más adecuado (consultar con el técnico de la imprenta).
- El uso del dibujo y de la ilustración según la técnica de impresión que se utilice.

*Para la diagramación nos sirvieron harto unas revistas bien viejas de mi mamá. De ahí sacamos fotos que le dieron todo un aire retro al boletín. Quedó como bien pop.*

## LLEGANDO AL FINAL: La impresión

Para imprimir el boletín hay que considerar los recursos disponibles y los objetivos que se persiguen. Al final de este capítulo se reseñan algunas técnicas de impresión que se pueden utilizar.

## TODO SOBRE LA HOJA INFORMATIVA

*Vimos el boletín «Adoquines de esperanza» y nos entusiasmos harto. El problema fue que en mi Centro Cultural no teníamos tanta trayectoria ni tanta plata, pero igual queríamos dar a conocer a la población... Fue entonces cuando alguien dijo: HOJA INFORMATIVA...*

La hoja informativa cumple objetivos bien similares a los del boletín. Es útil para informar, movilizar y denunciar con rapidez y brevedad acerca de un asunto que es de interés de los lectores.

Las dos grandes diferencias con el boletín son que es DE MENOS COSTO y de MAS FACIL LECTURA.

Consiste en una hoja escrita por ambos lados, de mayor extensión que el volante (o panfleto) y factible de colocar en una muralla, a fin de facilitar y motivar su lectura. Puede contener más de un tema, pero no «muchos» porque el espacio es limitado. En su interior pueden hacerse mini-secciones.

Es lo más indicado y apropiado para entregar informaciones puntuales, denuncias o movilizaciones, que requieran una distribución y lectura rápidas.

Este medio de comunicación es de gran utilidad para cualquier grupo de personas que, enfrentadas a la urgencia de difundir una información, necesitan llamar la atención, a fin de que otras personas se sumen a su causa. En el caso de los jóvenes, que buscan cosas que no sean «lateras» ni «rollúas», la hoja puede ser una buena alternativa.

### ¿Cómo hacerla?

Para su elaboración es conveniente repartirse tareas relacionadas con la redacción, con la diagramación y con la distribución.

**¿Qué implica cada una de esas tareas?**

### **Tareas de Redacción**

El texto de una hoja informativa puede usar diferentes formas periodísticas: la noticia, la entrevista, el testimonio, entre otras.

Debe ser redactado pensando en motivar, aclarar conceptos y provocar la identificación del lector con el tema. Tiene que llamar la atención y destacarse. Como es breve su extensión, no es posible desarrollar en el texto reflexiones o argumentaciones más profundas.

Para su redacción es conveniente dividir el texto en tres partes:

- **La entrada**, que corresponde a una presentación del asunto a ser tratado por la hoja informativa, que responde a las preguntas quién, cómo, dónde, cuándo y por qué.
- **El cuerpo**, es decir, el desarrollo de la presentación inicial.
- **El final**, un resumen del asunto central de la información y una convocatoria a integrarse, agregando datos del lugar o lugares en los que se pueda obtener más información sobre la materia.

### **Tarea de Diagramación**

La hoja informativa, al igual que el panfleto, contiene dibujos (si es posible, fotografías) e ilustraciones que deben ser muy LLAMATIVAS. Dependiendo de los recursos que haya, se puede utilizar colores.

La diagramación debe preocuparse de distribuir adecuadamente su texto y de proponer títulos atractivos.

Como parte de la diagramación, corresponde también decidir en qué forma se imprimirá la hoja informativa: imprenta, serigrafía o fotocopia.

### **Tareas de Distribución**

La distribución puede hacerse de dos formas:

Masivamente, en una esquina repartiéndola a todos los transeúntes.

Ubicándola en lugares públicos; para eso es necesario usar un buen pegamento que asegure una mínima permanencia en las murallas escogidas.

Si la hoja informativa está impresa por los dos lados, se pegan dos ejemplares, mostrando las dos caras para que se lea por ambos lados.

Supongamos que en el centro de alumnos donde participa Claudio se ha decidido informar y denunciar la situación que afecta a dos alumnas del plantel que han sido notificadas de expulsión, debido a su notorio embarazo.

¿Cuáles serían los contenidos de esa hoja informativa?

¿Cómo la dividirían?, ¿qué títulos usarían?

## TODO SOBRE EL VOLANTE

Volante, panfleto, palomita. Da lo mismo. Se trata de un pequeño pedazo de papel impreso por los dos lados, que pretende llamar la atención y convencer a quienes lo leen. Su texto es breve y se refiere a un solo tema. Es ágil y sencillo. Su elaboración es de bajo costo.

El volante es un instrumento de comunicación que puede ser útil a cualquier grupo de personas que requiera INVITAR, MOTIVAR o CONVOCAR a otras con un objetivo determinado.

Su distribución permite que llegue a una gran cantidad de personas, ya sea que se tiren al aire en manifestaciones o en lugares concurridos, o bien se entreguen persona a persona.

*El otro día tuvimos una gran discusión en la reunión de coordinación sectorial de organizaciones sociales. A mí se me ocurrió, ingenuamente, plantear que hiciéramos panfletos para invitar a la fiesta de fin de año. Me dijeron que era un puntudo, que ná' que ver. Puchas, me sentí re'mal. Curiosamente, el presidente de la Junta de Vecinos, el caballero más viejo y más respetado de todos, estuvo de acuerdo conmigo. El viejo, ex sindicalista y cuero duro, sabe lo que es convocar a la gente, no se anda con chicas.*

La persona que recibe un panfleto debe sentirse motivado a leerlo antes de botarlo. Para que eso ocurra, nuestro panfleto debe estar muy bien elaborado. A veces, el panfleto puede ser lo que más informa, si va acompañado de pitos y lienzos.

Para ello es importante distribuir las siguientes tareas relacionadas con su elaboración:

## Tareas de redacción

La redacción del texto del volante debe hacerse con lenguaje sencillo y directo en base a oraciones cortas.

Se distribuye el texto del modo siguiente:

- una **consigna o llamado**, con letras de mayor tamaño que sintetice el tema que quiere comunicarse con el panfleto. En muchos casos, existe un slogan y este es el momento de incluirlo. Esta consigna o llamado debe ser atractiva y breve.

Ej.:

«ESTE SABADO ES NUESTRO»

- la **información complementaria** en letras más pequeñas respondiendo al porqué y al para qué de la consigna o llamado. El estilo del texto debe ser coherente con el tema central del panfleto; por ejemplo, alegre, serio, informativo, de denuncia, interrogante.

Ej:

«ESTE SABADO ES NUESTRO»

Participa en la fiesta de fin  
de año en nuestra población.

- un **final** que contiene las propuestas de quienes elaboran el panfleto destinadas a motivar, invitar o convocar al lector.

Ej:

«ESTE SABADO ES NUESTRO»

Participa en la fiesta de fin  
de año en nuestra población.  
Traiga a sus niños, sus parientes,  
sus mascotas, sus sueños y esperanzas

Local y hora.

## Tareas de Diagramación

El papel que utiliza el panfleto es rectangular y el tamaño es de media o cuarta hoja normal.

## **Dibujos, ilustraciones, caricaturas**

Los dibujos son sencillos: se puede usar una historieta o una caricatura. También puede incluirse el logotipo de la organización o el que se utilice habitualmente para identificar el tema que lleva el panfleto.

La ilustración hace el panfleto más atractivo. Puede agregarle un contenido que no está dicho en el texto; puede utilizarse el dibujo, la caricatura, un logotipo o una fotografía.

La caricatura es incisiva, el logotipo afirma visualmente la identidad de la organización que convoca, la fotografía tiene valor documental, aunque encaece la impresión. Se recomienda usar fotografías de buena calidad.

## **Uso del color**

Si el panfleto es multicolor, es más atractivo. Se puede usar papel de color o usar tinta de color si es que se imprime en offset o serigrafía. Es indispensable cotizar los precios de este tipo de impresión para decidir cuál utilizar.

Sin embargo, esta opción, por razones económicas, es poco factible: ¡hay que sacarle partido al blanco y negro!

El texto puede ser escrito a mano y con buena letra, usando scripto y plumón, o bien «reproducirlo» en imprenta, serigrafía o fotocopia. Lo primero es de más bajo costo que lo segundo. Se requiere de una gráfica que sea de fácil lectura.

## **Tareas de distribución**

Es necesario ponerse de acuerdo en la distribución de los volantes dependiendo de la cantidad que se imprima y del objetivo que se persiga.

Si los recursos no alcanzaron más que para imprimir una cantidad moderada de volantes, es más conveniente repartirlos persona a persona.

Si el objetivo es motivar a las personas sobre el tema del panfleto, se pueden repartir tirándolos al aire o dejándolos en lugares concurridos.

## TODO SOBRE LA HISTORIETA

Para realizar una historieta también tenemos que definir muy claramente: tema, público y objetivos.

### Etapas de Trabajo

- 1.- Investigación: para saber precisamente el lenguaje y el estilo que se utilizará. Hay que conocer muy bien al público (sus gustos, hábitos) y el tema. La investigación incluye la revisión de textos, la conversación con personas conocedoras del tema y del público y la observación.
- 2.- Planteamiento de la historieta: significa llegar a 3 ó 4 ideas centrales que se desarrollarán. Hay que recuperar las frases, los modismos, las formas de hablar, los personajes y las situaciones que hayan ido apareciendo en la investigación.

### LA HISTORIETA TIENE UNA ESTRUCTURA NARRATIVA:

**GANCHO:** Crea la expectativa, atrapa al lector.

**PRESENTACION:** Ubica y caracteriza a los personajes.

**CONFLICTO:** Problemas que los personajes enfrentarán progresivamente en la historia.

**DESENLACE:** El problema se resuelve o no. Plantea el mensaje que debe quedar.

- 3.- La creación gráfica: en esta etapa debemos poner atención en: los personajes (deben capturar y convencer al lector), la acción y la descripción de los detalles (ambientes, formas de hablar que permiten al lector identificarse en ella).

La gráfica de la historieta tiene los siguientes elementos:

**Viñeta** : cuadrado que incluye una acción.

**Secuencia:** relación de dos o más viñetas.

**Planos:** se refiere al porcentaje de la acción que se muestra:



**Globos:** llevan los diálogos.

**Indicaciones de ruido:** onomatopeyas.

**Cartel:** texto que va debajo de las viñetas y presenta el relato del narrador.

### LLEGANDO AL FINAL: La impresión

Para imprimir la hoja informativa, el boletín, el volante y la historieta y considerando los recursos disponibles, se indican las siguientes técnicas de impresión:

- \* Hectógrafo (gelatina). Tamaño oficio.
  - \* Mimeógrafo electrónico. En blanco-negro. Dibujos y letra simple. Su costo es moderado.
  - \* Fotocopia. Tamaño máximo: oficio especial. Por el costo, es recomendable para un número reducido de ejemplares. En blanco y negro o a un solo color.
  - \* Offset matriz papel o multilit. Tamaño máximo: doble carta. Para diferentes tamaños. Uso de color. Uso de fotografía quemada o dibujos más complejos. Hasta 500 ejemplares.
    - \* Offset matriz metálica. Uso de varios colores, de tramas, de fotos. Cada color y trama encarece el trabajo. Diferentes tamaños. Tiraje alto. Caro.
    - \* Serigrafía. Uso de varios colores, fotografía o dibujos complejos. Requiere manejo de la técnica para obtener resultados de calidad.
- *Oye, Jeanette, ¿te tincá hacer una historieta de la vida de nuestra organización?*
- *Súper buena idea. Y ponemos al Rony peleándose con la polola y al guatón Espinoza siempre con un sandwich de algo.*
- *Sí, pero no te vayas tan al chanco con los personajes... siempre tan puntuda...*

## Capítulo IV:

# PARA SEGUIR COMUNICANDO

Este capítulo, como verás, es muy breve. Tiene por objetivo recordarte que, una vez que hayas producido el o los instrumentos de comunicación (ya sea un boletín, una hoja informativa, un panfleto, una historieta o cualquier otro), **NO PUEDES CONFIAR EN QUE TODO HA TERMINADO.**

¡EL PROCESO DE LA COMUNICACION  
AUN NO HA FINALIZADO!

Cuando tenemos en nuestras manos el material listo, hay que preocuparse de dos tareas fundamentales.

## **LA DISTRIBUCION**

Como ya hemos dicho, la distribución es un aspecto muy importante. Hay que planificarla, tiene que haber responsable y debemos definirla de acuerdo al público al que queremos llegar y del medio que se trate.

Además, tenemos que buscar una forma de distribución que nos permita **VERIFICAR** que el material llegó a manos del lector.

*Para llegar con nuestro boletín «Adoquines de esperanza» a los cabros de la plaza, inventamos un **súper lanzamiento**. Hicimos una fiesta a todo dar,*

*con buena música y una entrada bien barata. Ahí repartimos el boletín. A la semana siguiente fuimos a la plaza a ver si tenían el boletín y aprovechamos de repartírselo a los que no lo conocían. Eso sirvió para conversar un rato. Con eso ya nos aseguramos que les llegó «El Adoquín». ¿Cómo les cayó?, todavía no sabemos.*

## LA EVALUACION

Este es un aspecto bien importante del trabajo en comunicaciones. Permite que mejoremos los resultados y la forma de trabajo.

Podemos evaluar distintas cosas:

- Si se cumplieron o no los objetivos.
- Cómo fue el proceso de trabajo. En qué etapas hubo más problemas.
- Cómo anduvo el equipo.
- Cómo ha sido la recepción de nuestros mensajes.

Para evaluar hay distintos métodos. Desde los más complejos: encuesta a los lectores, análisis de los contenidos. Hasta los más simples: reunión de evaluación al término del proceso.

Con el tiempo, a esas reuniones de evaluación se puede ir incorporando a los lectores para que den su opinión y sugieran ideas para futuros materiales.

LO QUE ESTA CLARO ES QUE  
EL TRABAJO NO TERMINA  
HASTA QUE SE HAYA HECHO LA EVALUACION.  
UNA VEZ REALIZADA LA EVALUACION,  
HAY QUE VOLVER A PLANIFICAR  
EL PROXIMO NUMERO

- *Claudio, ¿te das cuenta de que es como un proceso en círculo?*
- *Claro, todo lo que termina vuelve a comenzar en el mismo momento.*
- *Ya te pusiste filosófico. Buena, Platón.*

## Capítulo V:

# SUGERENCIAS PARA LA DIFUSION DE LOS DERECHOS JUVENILES

- *Sabes, Jeanette, tengo algunas dudas.*
- *Eso es bueno, mientras haya dudas, habrá cambio.*
- *Mira qué bien, ahora tú te pusiste filósofa. Lo mío es mucho más simple. Se trata de cómo podemos incorporar realmente los derechos juveniles en nuestro trabajo del boletín. ¿Me entiendes?*
- *A ver, déjame pensarlo un ratito...*

Si bien es cierto, los Derechos Humanos son parte esencial de cualquier actividad que busque la promoción de las personas, no siempre esto es explícito. Aunque exista la intención y la voluntad de trabajar por los Derechos Humanos, no siempre se nota.

En el caso de los jóvenes sucede lo mismo. Los derechos juveniles son parte esencial de cualquier organización que busque integrar y dar participación a los jóvenes. Sin embargo, muchas veces este desafío se olvida en el camino y la práctica no es congruente ni respetuosa de esos derechos.

Particularmente, en el quehacer de las comunicaciones podemos caer en el olvido de los derechos por los que estamos trabajando. Hacer un boletín, por ejemplo, es siempre apurado y rápido. Debido a esa urgencia con que muchas veces se suceden los acontecimientos, dejamos de lado los objetivos que buscamos. En otras ocasiones, no nos damos todo el tiempo que necesitamos para recoger todas las opiniones y puntos de vista que están en juego.

*En el último número del boletín «Ná' de charcha» incluimos una noticia que provocó muchísima polémica. Se trataba del caso del alumno que expulsaron*

*del liceo porque no se cortó el pelo. Fue súper bueno incluir esa información. Lo malo fue que no nos dimos el tiempo de entrevistar al cabro que fue afectado y tampoco al director del liceo. Los dos se molestaron porque dijeron que no les habíamos consultado su opinión particular.*

Por lo anterior, es conveniente tener en cuenta «a cada momento» los derechos juveniles por los que estamos trabajando.

A continuación entregamos algunas sugerencias que pueden ayudar para la práctica concreta de los derechos juveniles.

### **- AL MOMENTO DE DEFINIR LOS OBJETIVOS**

En la etapa de diseño inicial de un medio de comunicación es necesario «explicitar» cuáles son los derechos juveniles que se abordarán.

Por ejemplo: Si uno de los objetivos del boletín es integrar y dar un espacio de expresión a los grupos de cabros que se reúnen en la esquina, debemos formular este objetivo a partir del derecho que tienen esos jóvenes a expresar sus ideas. Hay que precisar cuáles son los demás derechos que ellos tienen y que no son respetados. No hay que olvidar que «todos» tenemos los mismos derechos.

### **- EL FUNCIONAMIENTO INTERNO**

Dentro del grupo juvenil, las relaciones entre los integrantes deben ser democráticas. Las actitudes autoritarias en nada contribuyen al trabajo. Al contrario, generan conflictos, demoran y entorpecen las tareas.

Por ejemplo: Si estamos elaborando la pauta del próximo número del boletín, todos tenemos derecho a proponer temas. No es sano que sólo algunos impongan sus ideas y criterios para trabajar. Del mismo modo, si el editor del periódico no está cumpliendo bien con su tarea, debemos decírselo y buscar la manera de cambiar la situación. Para eso, el grupo debe darse espacios y tiempos de discusión.

### **- CUANDO VAYAS A REPORTEAR UN HECHO**

Cuando estés investigando un hecho, procura recoger «todos» los puntos de vista que están en juego. Todo el mundo tiene derecho a expresarlos. Aun

cuando no estés de acuerdo con la posición del entrevistado, debes registrarla para ser fiel a la realidad.

Por ejemplo: Si quieres denunciar la demora que ha tenido la municipalidad para entregar los recursos de los proyectos juveniles, lo mejor es que te dirijas directamente al funcionario encargado para saber qué ocurre. Si no te da la entrevista, lo dices en tu boletín para que quede constancia.

#### **- FRENTE A UNA REUNIÓN O ASAMBLEA**

Debes entregar toda la información de que dispones. Para que la discusión tenga sentido, todos tienen que contar con los antecedentes disponibles para que construyan su opinión. Por lo tanto, debes cuidar que todos tengan derecho a la información completa y veraz.

Por ejemplo: Antes de la asamblea puedes repartir una hoja informativa con todos los datos con que se cuenta. Esto facilitará y agilizará la dinámica de la reunión.

#### **- EN LA MISMA ASAMBLEA**

Durante la asamblea, los dirigentes o las personas que están encargadas de moderar deben dar la oportunidad de expresión a todas las personas. Las opiniones siempre son importantes, por distintas que sean.

Por ejemplo: Si sabes que hay algunas personas que quieren hablar pero no se atreven por timidez u otra razón, debes facilitar la situación y brindarles el espacio para que se manifiesten. Ese también es rol de un comunicador.

#### **- AL MOMENTO DE REDACTAR**

Cuando estés escribiendo tu reportaje, «NOTE AUTOCENSURES». Eso es lo peor que le puede pasar a un comunicador. No tengas miedo. Si lo que escribes tiene origen en lo que has investigado, tienes el mejor de los respaldos.

Por ejemplo: Siguiendo con el caso de la municipalidad que no entrega los recursos a los jóvenes, no debes censurarte frente a ninguna opinión. Si los jóvenes están enojados, muestra su molestia. Si el funcionario municipal no te contestó o te trató mal, dilo tal cual.

## - TODOS LOS DERECHOS SON IMPORTANTES POR IGUAL

Todos los Derechos Humanos son igualmente importantes y, por lo tanto, cualquiera de ellos puede ser el punto de partida de un reportaje.

Por ejemplo: Si el reportaje central de tu boletín es sobre la historia de un grupo cultural, debes tener conciencia que con él también estarás promoviendo los derechos juveniles, en este caso, el derecho a la cultura.

## - AL DISTRIBUIR UN MEDIO DE COMUNICACIÓN JUVENIL

La distribución, que parece una tarea tan sencilla y acotada, puede ser el minuto para hacer posible el derecho a tener acceso a la información y formación de jóvenes que hasta ese momento no la tenían. Debes ser amplio y procurar que todos tengan el derecho a conocer tu diario.

Por ejemplo: Al planificar la distribución debes dejar unos pocos para repartir gratuitamente entre aquellos jóvenes que te interesa que lo conozcan, pero que no tienen dinero para comprarlo. Perderás un poco de plata, pero «ampliarás tu llegada».

## - LA OPINIÓN DE LOS LECTORES

Dentro de tu boletín u otro medio de comunicación debes dejar un espacio para la opinión de los lectores. La manera en que lo hagas puede ser diferente, según más te acomode.

Por ejemplo: Puede haber una sección de «CARTAS», donde cualquiera puede mandar la suya. Puedes dar a conocer a los lectores a través de «ENCUESTAS DE OPINIÓN», donde muestres a mucha gente contestando una misma pregunta. Puedes, también, dar un espacio para «COLABORACIONES» de los lectores que les guste escribir.

- *Oye, Claudio, ¿sigues con tus dudas?*
- *Están mucho mejor, no te preocupes. Ahora, las únicas dudas que tengo se refieren a cómo lo vamos a hacer ya en la práctica. ¿Me entiendes?*
- *Sí, te capto. En todo caso, no te preocupes y recuerda que siempre es bueno mantener una cuota de duda... Tú ya sabes...*

