

PERIODISMO CÍVICO

construyendo una
Agenda Pública Inclusiva
por los Derechos de las Mujeres

Alianza por la Solidaridad

Elaboración de Contenidos:

Fernando Palomino

Asociación de Comunicadores Sociales CALANDRIA

Depósito Legal:

4-2-2525-15

Diseño y diagramación:

Pilar Montesinos

Impresión:

Preview Gráfica

Telf.: 248 8413

previewgrafica@gmail.com

Julio 2015

Contenido

1. Presentación	3
2. ¿Qué es el Periodismo Cívico?	5
3. Pasos para el desarrollo de una experiencia de Periodismo Cívico	6
▪ Paso 1: La constitución de un Grupo de Iniciativa	7
▪ Paso 2: Alianza con otros actores	7
▪ Paso 3: Conocimiento de la problemática	8
▪ Paso 4: Selección de temas e investigación y criterios de producción periodística de calidad	8
▪ Paso 5: Técnicas y mecanismos de participación, educación y deliberación ciudadana	11
▪ Paso 6: Coordinación y convocatoria a autoridades para presentar la Agenda Ciudadana	21
▪ Paso 7: Seguimiento informativo y de vigilancia de la Agenda Ciudadana	22
▪ Paso 8: Mejoramiento continuo de la Calidad Informativa	22
4. Cobertura Mediática de Noticias sobre Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos de la Mujer	23



1. Presentación

El Periodismo Cívico es una experiencia de periodismo que se viene impulsando en diversos países desde hace varios años y que rompe con el paradigma del periodismo tradicional, ya que tiene un sentido participativo y dialógico, pero además trae consigo un conjunto de estrategias y técnicas novedosas y creativas para mejorar la calidad de las relaciones comunicativas con nuestros públicos. Si bien las primeras experiencias de Periodismo Cívico surgen en Norteamérica, en el caso de Latinoamérica (debido a sus particulares características políticas, sociales, culturales y económicas) el Periodismo Cívico adquiere otro sentido, y se desarrolla como un periodismo crítico, que no solo cuestiona las formas tradicionales de hacer periodismo, sino también como un periodismo más comprometido social y políticamente.

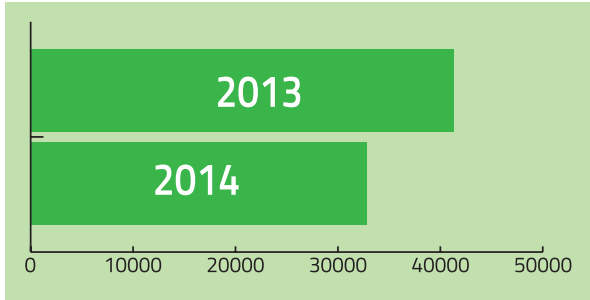
Asimismo, el Periodismo Cívico se constituye en una herramienta valiosa que puede aportar al ejercicio del derecho de las mujeres a una vida libre de violencia y de sus derechos sexuales y derechos reproductivos. En ese sentido, hay que recordar que en Bolivia:

- 7 de cada 10 mujeres sufren algún tipo de violencia en sus hogares. (Cepal; 2009)



- Un **75%** de las mujeres en situación de violencia reincidente no denuncia. (Cepal; 2009)
- Del total de mujeres que declaran haber sufrido violencia en sus hogares, el **53% no emprende ninguna acción** y únicamente un de un 17% realiza la denuncia. (Cepal; 2009)
- Según la Organización Panamericana de la Salud (2013), Bolivia tiene el más alto nivel de violencia física reportado por mujeres de 15 a 49 años en toda Latinoamérica.

- En la gestión 2013, la Fuerza Especial de Lucha Contra la Violencia reportó 41.256 casos de violencia contra las mujeres atendidos y en el 2014 registró 32.775 casos.



- El Observatorio “Manuela” del CIDEM, basándose en el monitoreo de medios de comunicación, ha reportado en el año 2013 un total de 110 casos de Femicidio.
- El año 2000 en Bolivia murieron 623 mujeres por causas relacionadas con la maternidad, lo que significa 235 fallecidas por cada 100.000 nacidos vivos. El 9.2% de estas muertes fueron provocadas por complicaciones del aborto, lo que las convierte en la tercera causa biológica de mortalidad materna, luego de las hemorragias (33%) e infecciones (17%).
- De las 40.000 mujeres que anualmente recurren a la interrupción voluntaria del embarazo, según cálculos del INE y del Ministerio de Salud, aproximadamente la mitad acuden a los servicios públicos de salud después de haber iniciado el procedimiento de forma clandestina y casi siempre insegura.

- En Bolivia, el aborto es un problema de salud pública por su magnitud, ya que la tasa de mortalidad materna es de 310 por 100.000 nacidos vivos y la tasa de aborto es del 9.2%.
- Bolivia es el 2° país de la región con la tasa más alta de embarazo en adolescentes (18%).

Por tal motivo, nos parece importante poner a su disposición el presente material con la finalidad de:

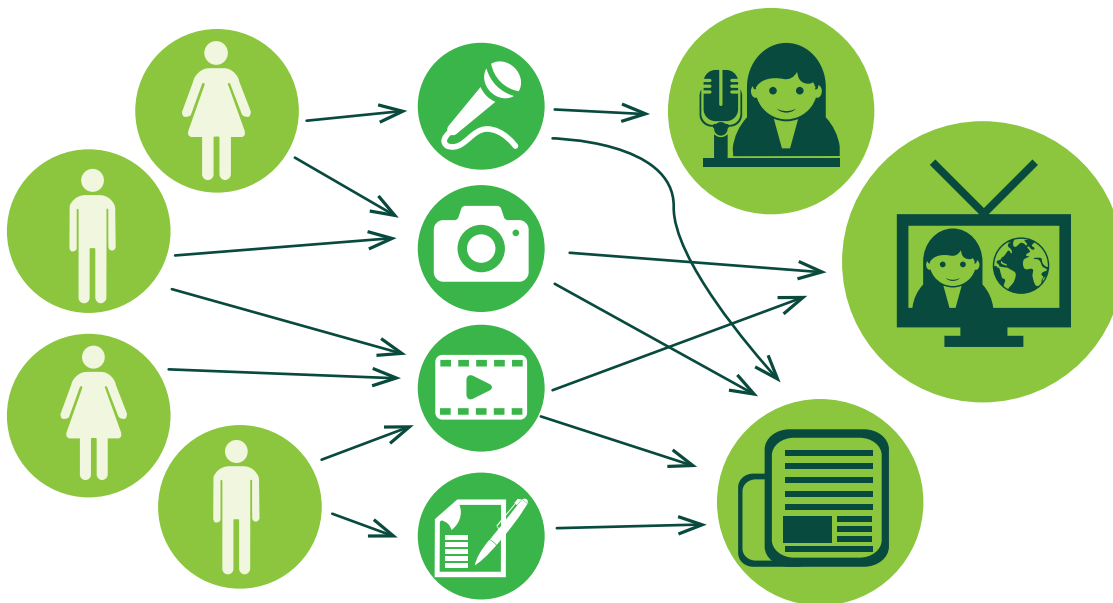
- a. Reforzar los conocimientos ya desarrollados por los y las periodistas y comunicadoras en relación al Periodismo Cívico (sentido, evolución, características).
- b. Ampliar los conocimientos de los y las periodistas y comunicadoras en relación a las técnicas del Periodismo Cívico que pueden utilizar en su trabajo.
- c. Promover la reflexión e incentivar el desarrollo de nuevas estrategias, metodologías y técnicas de Periodismo Cívico entre los y las periodistas y comunicadoras para contribuir al ejercicio del derecho de la mujer a una vida libre de violencia y a sus derechos sexuales y derechos reproductivos.

Esperamos que este material sea de utilidad para todos y todas.

2. ¿Qué es el Periodismo Cívico?

Desde los años 90 del siglo XX se han venido impulsando diversas formas de Periodismo Cívico en todo el mundo. Se le conoce con distintos nombres, aunque coinciden en la necesidad de abrir nuevas vías a la participación social y política de los y las ciudadanas: Periodismo Cívico, Civil, Público, Comunitario, Participativo, de Fuente Abierta y Ciudadano, entre otros. Hoy en día, debido al desarrollo de estas corrientes se le conoce más como Periodismo Cívico que se caracteriza por

abrir espacios, mecanismos y formas de participación ciudadana dentro de los medios de comunicación masivos (ej. enviando informaciones con denuncias, fotos o videos a los programas informativos). En ese sentido, se le debe diferenciar del Periodismo Ciudadano o desde el Ciudadano, ya que este tipo de periodismo lo promueven los mismos ciudadanos y ciudadanas utilizando los recursos de internet (blogs, webs, redes sociales).



3. Pasos para el desarrollo de una experiencia de Periodismo Cívico

Para desarrollar una experiencia de Periodismo Cívico es importante tener en cuenta determinados pasos o etapas. Asimismo, el Periodismo Cívico apela a diversas técnicas para recoger la opinión ciudadana (Ej. encuestas a pie de calle, encuestas telefónicas o a través del correo electrónico y de las redes sociales), pero también para

promover la participación ciudadana y la construcción de una agenda inclusiva (Ej. paneles ciudadanos, reuniones o talleres públicos, agendas ciudadanas, correos electrónicos, encuestas de opinión y foros en línea a través de la web, foro de debate radiales o televisivos, uso de espacios públicos, entre otros).

HAY QUE PRECISAR QUE...

Estas técnicas se aplican como actividades mayores que las articulan y dan sentido, que pueden ser:

- a. **Consultas ciudadanas:** Donde la labor de los medios de comunicación es importante, pero no la única forma de llegar a nuestros públicos. Más bien, la idea es que los periodistas y comunicadores recojan las opiniones, iniciativas y propuestas temáticas de la ciudadanía para ayudar a construir una Agenda del Desarrollo Inclusiva. En esta actividad, la realización de la Encuesta Ciudadana es fundamental, ya que como su nombre indica, estas técnicas sirven para consultar a los y las ciudadanas acerca de los temas que deben ser priorizados en la agenda pública por los medios y las autoridades.
- b. **Caravanas ciudadanas:** Son espacios itinerantes, que se mueven o desplazan a diversos lugares de una misma localidad o a varias localidades distintas. En estos puntos, seleccionados previamente (plazas, parques, alamedas, campos deportivos u otros), se organizan múltiples actividades para que los y las ciudadanas puedan participar. La idea es llegar a distintos públicos a la vez en un período de tiempo determinado. Aquí el aspecto organizativo y logístico es fundamental para garantizar el desplazamiento y traslado de los materiales y equipos, y cumplir con el cronograma de trabajo. Asimismo, la convocatoria previa es importante para garantizar la participación de la ciudadanía. Debemos precisar que las Caravanas Ciudadanas son actividades previas y preparatorias para la actividad central que es la Feria Ciudadana.

- c. Ferias ciudadanas:** Son un espacio donde confluyen diversas actividades lúdicas, participativas e interactivas, tanto de investigación y recojo de opiniones, como de relación y participación con nuestros públicos. Esta es la segunda etapa o continuación de las Caravanas Ciudadanas que se realizan en distintos puntos de la localidad. Generalmente la Feria Ciudadana centraliza las actividades principales en un lugar fijo, que sea accesible y público, como pueden ser las plazas, parques, campos deportivos, alamedas u otros. En este caso, la organización y la convocatoria a la ciudadanía son claves para su desarrollo, ya que todas estas actividades se desarrollan en un solo espacio a la vez, por lo que se debe asegurar que la población esté enterada.

Los pasos básicos para desarrollar una experiencia de Periodismo Cívico son:

Paso 1 **La constitución de un Grupo de Iniciativa**

La constitución de un grupo de periodistas y comunicadores que representan a distintos medios de comunicación (radio, televisión, prensa, internet) es el primer paso en el diseño e implementación de una experiencia de Periodismo Cívico, ya que eso va a garantizar su sostenibilidad e impacto.



Paso 2 Alianza con otros actores



Cualquier experiencia de Periodismo Cívico requiere sumar esfuerzos, sea mediante alianzas con instituciones públicas o privadas.

Esto nos permite:

- compartir conocimientos y experiencias,
- compartir contactos para establecer relaciones en diversas instituciones,
- compartir recursos económicos y tecnológicos,
- tener cobertura y llegada en determinadas zonas de difícil acceso,
- tener acceso a información especializada y/o oficial,
- acceder a determinados recursos y oportunidades (capacitaciones, concursos) que los y las periodistas y comunicadores en forma individual no pueden tener acceso,
- desarrollar sinergias y acciones conjuntas para tener un mayor impacto en la ciudadanía.

Paso 3 Conocimiento de la problemática



En base a los temas de investigación seleccionados, se establece una línea de generación de conocimientos, mediante trabajo de investigación y el desarrollo de capacidades de los y las periodistas y comunicadoras involucrados (charlas, talleres, seminarios u otras actividades educativas e informativas). Los y las periodistas y comunicadoras deben informarse sobre el o los temas que decidieron trabajar.



Paso 4 Selección de temas e investigación y criterios de producción periodística de calidad



En base a los temas de investigación seleccionados y la capacitación desarrollada, se establece una línea de trabajo informativo con todos los periodistas y comunicadores involucrados. La idea es que de forma paralela y simultánea, todos los y las participantes puedan empezar a producir y difundir materiales informativos y de opinión que contribuyan a ir colocando los temas en la agenda pública. Esta labor debe ser continua y sostenida.



Asimismo, un criterio fundamental es que los y las periodistas y comunicadoras garanticen “la calidad de la producción periodística”. Para ello, se deben tener en cuenta varios aspectos y criterios:

1. **La ubicación de la noticia como policial-delincuencial:** generalmente las noticias sobre problemáticas sociales (derechos y salud sexual reproductiva, violencia contra la mujer, violencia familiar) aparecen y son ubicadas por los medios de comunicación como una noticia de carácter “policial-delincuencial”. Este tipo de noticias son parte de una problemática social que tiene que ver con políticas públicas, justicia, derechos humanos y derechos ciudadanos, es desde este enfoque que las noticias sobre estos temas deben ubicarse y describirse.



2. **La noticia descriptiva y sin análisis:** generalmente los medios trabajan las noticias sobre problemáticas sociales (derechos y salud sexual reproductiva, violencia contra la mujer, violencia familiar) de forma superficial y descriptiva. Esto se debe en parte a que el formato informativo de mayor uso es la “Nota Informativa”, que es un formato breve, que no permite un mayor análisis y profundidad en el tratamiento de la noticia. Pero también, porque hay un enfoque periodístico predominantemente “descriptivo”, que no analiza, contextualiza, compara o interpreta la noticia. Entonces, es necesario utilizar otro tipo de formatos periodísticos que nos permitan una mayor profundización y análisis de los temas, pero también una mayor participación ciudadana (ej. formatos participativos, de opinión, dramatizados).
3. **Los agresores como protagonistas de la noticia:** una tendencia generalizada en los medios de comunicación es que los agresores (y no las víctimas) son los protagonistas de la noticia. Ello se debe, por un lado, a que los y las periodistas prefieren enfocar la noticia de forma sensacionalista, y por otro lado, a que los medios no son plurales y casi siempre se enfocan en un punto de vista (en este caso de el agresor). Por ello, es necesario garantizar un tratamiento plural de la noticia y recoger el punto de vista de las personas afectadas o agredidas.

4. Las noticias tienen un carácter negativo:

generalmente los medios abordan las noticias desde los problemas y en forma negativa. Se quedan solo en la denuncia de los hechos y no contribuyen a analizarlos, identificar o proponer soluciones. En cambio las noticias positivas sobre acciones que contribuyan a promover los derechos sexuales y derechos reproductivos de las mujeres o erradicar la violencia contra ellas (de incidencia pública, educativas, informativas, legislativas, de movilización social) tienen escasa cobertura en los medios. Por ello, es importante trabajar noticias que tengan un carácter positivo, proactivo y propositivo.

5. Enfoque reducido sobre las problemáticas sociales:

generalmente los medios simplifican las problemáticas sociales a situaciones coyunturales o hechos descontextualizados. En el caso de la salud sexual y reproductiva de las mujeres, esta aparece asociada con noticias sobre feminicidio, violaciones, agresiones físicas o psicológicas. No aparecen otros temas importantes como la educación sexual y reproductiva de las mujeres, el ejercicio de los derechos sexuales y derechos reproductivos, las políticas públicas sobre temas polémicos asociados como la planificación familiar, el aborto, el VIH Sida, etc. De allí que sea necesario “abrir el abanico de temas asociados”, abordando los temas que no se trabajan en los otros medios.



6. La naturalización y justificación de la violencia:

la forma en que los medios generalmente presentan las noticias (tanto en sus portadas y titulares, como en el desarrollo mismo de las noticias) contribuye a “naturalizar” y en algunos casos a “justificar” la violencia contra las mujeres. Por ejemplo, cuando se informa sobre una agresión sexual contra las mujeres se la trata de justificar por el estado psicológico o por el consumo de sustancias tóxicas por parte del agresor o porque la mujeres se negaron a continuar una relación con su pareja. Por lo mismo, los y las periodistas y comunicadores deben discutir y definir internamente en el medio cuál es su posición al respecto, y cuál va a ser el enfoque y tratamiento de estos temas.

7. La victimización de las mujeres:

si bien algunos de estos temas tienen una mayor cobertura en los medios, el problema no es tanto su cobertura, sino la forma en que lo tratan o abordan (sensacionalista, morbosa) y que contribuye a la “victimización” de las mujeres en la sociedad. Por ejemplo, las mujeres aparecen como sujetos pasivos, vulnerables, que necesitan el apoyo de otros para poder ejercer sus derechos. Por el contrario, no aparecen las mujeres como ciudadanas o

líderes de opinión, empoderadas en sus derechos, con capacidad de resiliencia para superar las situaciones de opresión y violencia (como es el caso de las mujeres exitosas, emprendedoras, las madres que solas han sacado adelante a su familia, las mujeres que han denunciado y superado la violencia familiar, etc.). Por lo tanto, es necesario que se promueva una imagen de la mujer positiva, orientada al liderazgo y al emprendimiento.

- 8. Los medios de comunicación también discriminan:** en diferentes estudios y monitoreos de medios aparece con claridad que los hombres tienen un mayor porcentaje de protagonismo en las noticias que las mujeres. También que otros grupos sociales como los niños, niñas y adolescentes, los jóvenes o los adultos mayores tienen una escasa visibilización como protagonistas de las noticias¹. Asimismo, se puede constatar a simple vista que en la agenda de los medios están ausentes diferentes grupos o sectores de la población: comunidades nativas o indígenas, niños, niñas, adolescentes y mujeres rurales, grupos étnicos culturales, grupos de pacientes (TBC, Cáncer, Diabetes), colectivos de LGTB, grupos de discapacitados, de migrantes, entre otros, lo que contribuye a su exclusión social, por lo que se requiere trabajar una Agenda Pública Inclusiva.

¹ En el caso del Perú, cada uno de estos grupos sociales solo tienen un promedio entre 1 y 3% de protagonismo en las noticias de los principales medios de comunicación.

Paso 5 Técnicas y mecanismos de participación, educación y deliberación ciudadana

Un aspecto importante del Periodismo Cívico es el uso de diversas técnicas y mecanismos participativos que nos permitan recoger “las voces” de los y las ciudadanas, indagando sobre su nivel de conocimiento, percepciones, opiniones, temores y expectativas frente a un determinado tema.

En el caso de la aplicación de las técnicas participativas para la recojida de la información y opinión ciudadana (Encuestas Ciudadanas) es importante que durante ese período se haga paralelamente una labor de cobertura informativa por parte de los medios de comunicación participantes, de manera tal que la población esté enterada de las actividades que se vienen realizando y puedan apoyarlas.



Hay varios tipos de técnicas y mecanismos que se pueden aplicar:



Técnica

La Encuesta Ciudadana

La encuesta ciudadana es una técnica de investigación participativa.

Generalmente, la encuesta forma parte de un proceso o estrategia mayor (ej. una Consulta ciudadana o una campaña).

La técnica de la Encuesta Ciudadana nos permite identificar rápidamente los conocimientos y opiniones de las personas en relación a un hecho o situación y establecer tendencias, y cuantificarlas (cantidades, porcentajes).



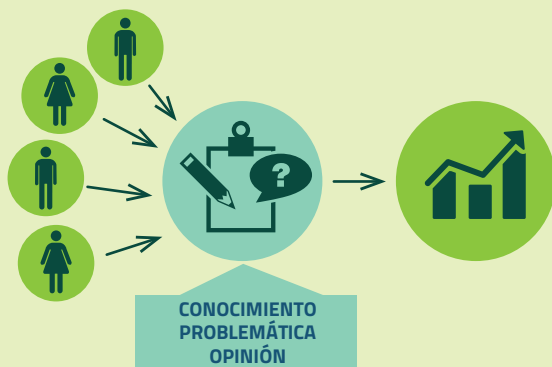
Procedimiento a seguir

1. Definición del tema: se define colectivamente el tema o temas a abordar (en una reunión del Grupo de Iniciativa), a partir de un problema social identificado en la comunidad (Ej. casos de violencia sexual, violencia contra la mujer).

2. Herramienta a utilizar: se diseña un cuestionario breve (5 a 6 preguntas como máximo) y las preguntas deben ser cerradas (sí/no) o de respuestas múltiples (marcar varias opciones).

3. Diseño de la encuesta: se hace en base a los objetivos de investigación (qué queremos conocer), la delimitación de la muestra (número de personas a las que se va a aplicar la encuesta) y la segmentación de públicos. Segmentar a nuestros públicos significa dividirlo o diferenciarlos por grupos. Esto podemos hacer utilizando tres criterios o variables principales:

- Género: de acuerdo al sexo (hombres o mujeres).
- Generacional: de acuerdo a su edad (niños y niñas, jóvenes, adultos o adultos mayores).
- Sociocultural: de acuerdo al ámbito en que viven y se desenvuelven (en zona urbana, urbano - marginal o rural).
- Otras como: clase o sector socioeconómico al que pertenece, su estado civil, nivel de educación, etc.



4. Diseño de las preguntas del cuestionario: deben haber preguntas relacionadas con:

- a) el conocimiento del tema,
- b) la problemática local,
- c) la opinión de la ciudadanía al respecto. Por ejemplo, si el tema fuera la Violencia Sexual contra las Mujeres, se pueden plantear las siguientes preguntas:
 - ¿Cuál de estas situaciones expresa violencia sexual contra las mujeres? (respuestas: a) Que toquen los genitales de una mujer, sin su consentimiento, b) Que toquen o rocen cualquier parte del cuerpo de una mujer, sin su consentimiento, c) Que obliguen a una mujer a tener relaciones sexuales, d) Que expongan a una mujer a pornografía (imágenes o video) sin su consentimiento, e) Que impidan la libertad sexual de una mujer, exponiéndola a la prostitución y/o trata de personas, f) otros, g) No sabe/no responde).
 - ¿Conoces algún caso de violencia sexual, que haya ocurrido en tu barrio en los últimos 6 meses? (respuesta: sí/no)
 - ¿Sabes dónde puedes denunciar casos de violencia sexual? (respuestas: a) Policía, b) Establecimiento de Salud u Hospital, c) Escuela o Colegio, d) Ministerio de Gobierno, d) Ministerio de Salud y Deportes, e) Órgano Judicial, f) otros, g) No sabe/no responde).
 - Mencione 3 causas o razones que generan la violencia sexual contra las Mujeres.

- ¿Qué se debe mejorar en las instituciones que atienden casos de violencia sexual? (respuestas: a) una atención inmediata, b) mayor amabilidad y mejor trato, c) seguimiento adecuado de las víctimas de violencia sexual, d) realizar charlas preventivas, e) sanciones y leyes más drásticas, f) que hagan caso o acepten la denuncia, g) otros, h) No sabe/no opina).

5. Planificación y organización: los y las periodistas diseñan un plan operativo (donde se señalan los lugares o zonas donde se van a ubicar estos grupos para recoger las opiniones ciudadanas, el período de tiempo y las responsabilidades) y se organizan en grupos de 2 o 3 personas para aplicar las encuestas.

6. Período de tiempo y forma de recojo de la información: de preferencia, el recojo de opiniones se hace en paralelo, en las distintas zonas programadas. Si no se puede, igual todo tiene que realizarse en un lapso de tiempo determinado (Ej. a lo largo de una semana).

7. Materiales de identificación: se preparan materiales de identificación para los equipos de periodistas y comunicadores que van a realizar las encuestas, de manera que la ciudadanía reconozca la labor que están realizando (banners, pancartas, banderolas, distintivos personales, entre otros).

8. Procesamiento de resultados e informe: se procesan las encuestas aplicadas y, en base a ello, se elabora un informe con los resultados y conclusiones.

9. Organización de evento público: los resultados se socializan en un evento público donde participan los y las periodistas, así como representantes de sociedad civil y de las instituciones del estado vinculadas con esa temática, para darles a conocer los resultados de la consulta. En el evento se distribuyen copias de la consulta realizada, así como otros materiales (trípticos o dípticos).



Recursos necesarios

- Diseño y copias del cuestionario (para los y las encuestadores).
- Movilidad o recursos para movilidad de los y las periodistas y comunicadores participantes.
- 1 Tríptico o díptico para entregar a las personas que transitan por los distintos puntos de recojo (con información sobre la consulta o la campaña, su importancia, la utilidad de recoger las opiniones de la ciudadanía).
- Banners que pueden ser llevados y colocados en los puntos de recojo (para visibilizar el trabajo de los y las encuestadoras).
- Materiales de identificación de los y las periodistas y comunicadores que realizan las encuestas (distintivos o carnés visibles, gorras o viseras, chalecos, maletines con logo de la consulta o campaña ciudadana).
- Un local para las reuniones de trabajo, planificación y coordinación del grupo de iniciativa (alquilado o prestado)
- Un local y equipos de sonido y multimedia (proyector) para socializar los resultados con autoridades, funcionarios y representantes de la sociedad civil.
- Carpetas, fotocopias de los resultados de la encuesta y trípticos o dípticos, para repartir a los y las participantes en la reunión de socialización.



Técnica o Dinámica

Técnicas y dinámicas participativas en base a preguntas

Hay varias dinámicas similares que se pueden aplicar. Varía la forma pero no el contenido. En este caso presentamos tres variaciones de la misma dinámica: el Dado Preguntón, Tumbalatas y la Ruleta Educativa.

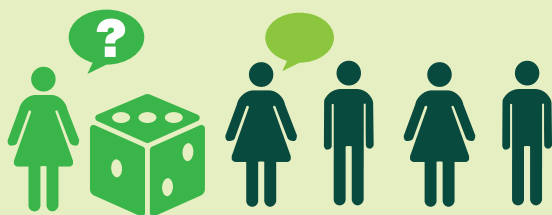
La idea es que esta estrategia sirva para llegar a los varones y mujeres, sean estos adultos, jóvenes y adolescentes, de una manera distinta y novedosa, combinando la educación, el entretenimiento y la participación, así como aplicando técnicas de marketing (directo, BTL).

En ese sentido, se van a utilizar juegos que son conocidos por los participantes y que han sido modificados o adaptados como dinámicas y técnicas participativas, combinando preguntas de conocimiento y reflexión, y mensajes educativos. Este tipo de dinámicas y técnicas pueden ser utilizadas en el marco de las consultas y en ferias ciudadanas o en espacios públicos.



Procedimiento a seguir

El Dado Preguntón



1. Se elabora un dado gigante con una caja de cartón mediana o grande cuadrada, la cual se forra con papel blanco y en sus seis lados se coloca un número o se dibujan puntos (del 1 al 6) tal como en un dado común.
2. Los y las participantes se juntan alrededor formando un círculo, y la persona encargada de la dinámica les explica que cada persona, por turnos, va a tirar el dado y dependiendo del número que salga tendrá que responder una pregunta asociada con la consulta, la feria o campaña ciudadana que se está realizando y ganarse un premio simbólico. Por ejemplo, si la Consulta o Feria Ciudadana tuviera como tema central los Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos de la Mujer o la Salud Sexual y Reproductiva de la Mujer, se podrían hacer las siguientes preguntas de conocimiento y de opinión:

Preguntas de Conocimiento:

- Señala tres métodos anticonceptivos que conozcas. ¿De ellos, cual es el más efectivo?
- ¿Hasta qué edad se debe alimentar con leche materna a los niños y niñas? ¿Por qué es importante la leche materna?
- Señala un derecho sexual de las mujeres. ¿Por qué es importante este derecho?

- ¿Por qué es importante planificar el número de hijos e hijas que se puede tener? Señala 3 ventajas.
- Señala tres métodos anticonceptivos que conozcas. ¿De ellos, cual es el más efectivo?

Preguntas de Opinión:

- La decisión de tener más hijos o hijas ¿es una decisión individual o de pareja? ¿Por qué?
 - ¿Qué deben hacer las autoridades (alcalde o alcaldesa) para erradicar la violencia sexual contra las mujeres?
 - Menciona 3 propuestas para erradicar la violencia sexual contra las mujeres en nuestra comunidad.
3. Se debe premiar a todos y todas las participantes (varones y mujeres). Se premia no solo el conocimiento o la opinión, sino la participación.
 4. Es importante que en los juegos y dinámicas participativas se entreguen premios simbólicos o de bajo costo a los participantes, ya que lo importante es participar, y que estén relacionados o tengan mensajes e ideas claves de la estrategia comunicativa.



Recursos necesarios

- Una caja de cartón cuadrada y grande.
- Papeles blancos grandes.
- Cinta Maskintape.
- Materiales educativos, informativos y de merchandisin.
- Premios para los y las participantes.
- Fichas de registro de participantes.
- Lapiceros.
- Cámara fotográfica o de video.



Procedimiento a seguir

Tumbalatas Educativo

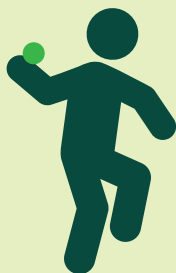
Se pueden utilizar también juegos tan comunes como los “tumbalatas”. Para ello, se debe preparar un stand o una mesa donde se coloquen las latas en forma de hilera con una separación de 5 cm. entre una y otra lata.

Asimismo, se debe contar con pelotas de tela que se pueden hacer en forma casera (de preferencia de colores).

Se debe establecer una distancia mínima desde la cual, los y las participantes puedan tirar sus pelotas hacia la mesa donde se encuentran las latas apiladas en una hilera. Se tiene que colocar atrás una tela o una malla para que las pelotas reboten y no salgan del perímetro o golpeen a alguna persona por accidente.

Cada lata debe tener un sticker o una etiqueta con una pregunta y un mensaje asociado con la campaña o estrategia comunicativa sobre los Derechos o la Salud Sexual Reproductiva de las Mujeres.

Luego, cada persona tiene la oportunidad de lanzar 1 o 2 tiros como máximo para darle a alguna de las latas.



La persona que tumba una lata, debe responder la pregunta planteada. Asimismo, al final de su respuesta, se le refuerza con el mensaje educativo que está escrito. Las preguntas sobre los Derechos o la Salud Sexual Reproductiva de las Mujeres pueden ser como las de la dinámica del Dado Preguntón u otras similares.

Luego se repite el juego con los demás participantes.

Se debe premiar a todos y todas las participantes.



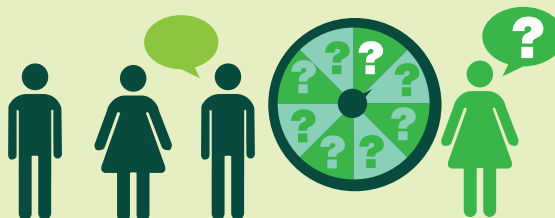
Recursos necesarios

- Un stand o mesa
- 8 a 12 latas forradas o decoradas y con las preguntas en un costado.
- Pelotas de tela (de colores).
- Fichas de registro de participantes.
- Lapiceros.
- Cámara fotográfica o de video.
- Una copia de la guía de preguntas (para el facilitador).



Procedimiento a seguir

La Ruleta Educativa



1. Se trata del conocido juego de la ruleta pero adaptado con preguntas de reflexión sobre Derechos y/o Salud Sexual Reproductiva de la Mujer y al Derecho a una Vida Libre de Violencia. La idea básica de este juego es que la ruleta se divide en espacios de colores numerados y cada número responde a una pregunta. Las preguntas pueden ser similares a las realizadas en los juegos anteriores (El Dado Preguntón y Tumbalatas Educativo). La persona participante debe girar la ruleta y la flecha señalará el número ganador y luego se le hace la pregunta respectiva.
2. Para ello se debe elaborar previamente el disco de la ruleta con un cartón o madera y colocarla sobre un parante de madera. Otra opción es que se haga la ruleta sin el parante y se coloque más bien el disco de la ruleta en una mesa. Son dos opciones distintas.

3. La ruleta debe estar dividida en espacios iguales y cada espacio debe llevar un número, corresponde a una pregunta. La lista de preguntas debe ser diseñada previamente. Las preguntas pueden ser similares a las descritas en el caso de las dinámicas del Cuy Preguntón y el Dado Preguntón.
4. Luego, se invita a los y las participantes en el juego a girar la ruleta y el participante debe responder a la pregunta, de acuerdo al número correspondiente que señala la flecha. Las preguntas sobre los Derechos o la Salud Sexual Reproductiva de las Mujeres pueden ser las mismas que en la dinámica del Dado Preguntón u otras similares.
5. Luego se repite el juego con los demás participantes.
6. Se debe premiar a todos y todas las participantes.



Recursos necesarios

- Ruleta hecha de cartón o madera (promedio 60 cm. de diámetro o más) con un agujero en el centro colocada sobre un parante de madera en cuyo extremo se ha hecho un agujero similar para ajustar el disco giratorio (con un perno) y una flecha orientada hacia el disco. De no tener un parante o soporte, se debe colocar encima de una mesa.
- Fichas de registro de participantes.
- Lapiceros.
- Cámara fotográfica o de video.
- Una copia de la guía de preguntas (para el facilitador).



Técnica o mecanismo

Las Mochilánforas

Este mecanismo es complementario a los Módulos Itinerantes. Para ello, un equipo periodistas y comunicadores promotores de la consulta o feria ciudadana, se desplazan por las calles aledañas o adyacentes al Módulo Itinerante, con unas ánforas a sus espaldas, recogiendo las opiniones y propuestas de las y los ciudadanos mediante cédulas donde escriben sus respuestas a las preguntas planteadas.

Una variación de esta técnica, puede ser la instalación de una Macroánfora. Junto al Módulo Itinerante, se coloca una Ánfora Gigante donde las personas depositan sus cédulas. Esta es una técnica de Publicidad BTL que utiliza elementos sobredimensionados para llamar la atención de las personas en las calles.

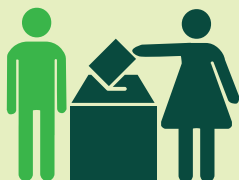


Procedimiento a seguir

1. Hacer una hoja de ruta y un mapa de las calles o avenidas aledañas a donde se va a instalar el Módulo Itinerante.
2. Organizar varios equipos (de 2 personas cada uno) y distribuirlos en las zonas periféricas de acuerdo al mapa.
3. Establecer los criterios de trabajo: a) para el desplazamiento, b) para la seguridad del equipo promotor, c) para el tiempo de trabajo (turnos de 4 horas promedio).
4. Diseñar las preguntas que van a ir en la cédula. Por ejemplo, se puede preguntar:
 - En los últimos años ¿ha mejorado o ha empeorado la violencia sexual contra las mujeres en nuestra comunidad? (opiniones).
 - ¿Qué debe hacer las autoridades (Alcalde/Alcaldesa) para solucionar esta problemática? ¿Qué es lo que hay que mejorar o reforzar? (sugerencias).
 - ¿Qué problemas tienen las mujeres para ejercer libremente sus derechos sexuales, derechos reproductivos y su derecho a una vida libre de violencia?
 - Señale una propuesta para promover los derechos sexuales, derechos reproductivos y el derecho a una vida libre de violencia de las mujeres.
5. Elaborar y/o sacar copias de la cédula que se va a entregar.



6. Acondicionar la mochila como si fuera un ánfora (se puede mandar hacer o acondicionar mochilas con esa forma o también colocarles un letrero y stickers para llamar la atención).
7. Establecer los criterios para abordar a las personas en las calles:
 - a) forma de presentación e invitación a participar al público,
 - b) explicación y entrega de la cédula a llenar,
 - c) depositar la cédula en la mochilánfora,
 - d) entregar material informativo, educativo o de merchandising complementario a los y las participantes,
 - e) solicitarles sus datos para el registro de los participantes,
 - f) realizar un registro fotográfico o audiovisual de la participación ciudadana.
8. En el caso de utilizar la técnica de la Macroánfora, hay que diseñarla, tal como si fuera un ánfora real. La idea es que esta Macroánfora sea de un tamaño desproporcionadamente grande para que llame la atención de las personas que transitan por el lugar. Una recomendación a tener en cuenta, por sus dimensiones, es que se elabore de tal manera que se facilite su traslado e instalación (hacerlo desarmable).



Recursos necesarios

- Mochilas preparadas o acondicionadas.
- Fichas de registro de participantes.
- Lapiceros.
- Cámara fotográfica o de video.
- Varias copias del mapa y la hoja de ruta para los equipos promotores.
- Varias copias de las cédulas con las preguntas a ser respondidas.
- En el caso de utilizar la Macroánfora se debe elaborar previamente (por ejemplo, utilizando dos cajas de cartón grandes) y forrándolas con papel de color.



Técnica o mecanismo

Las Grafichangas

Las Grafichangas son mecanismos de participación ciudadana, a través de los cuales, los y las ciudadanas se expresan libremente sobre una temática o problemática en particular. Es una pichanga gráfica, que provoca la expresión libre, pública y anónima de las y los ciudadanos. Consiste en la ubicación de un extenso mural en blanco en un lugar estratégico del lugar donde se va a intervenir (ejemplo, parque, plaza, loza deportiva) y en el cual se escribe una pregunta o una afirmación provocadora que desate diversos comentarios mediante dibujos y textos.



Procedimiento a seguir

1. Se debe seleccionar y acondicionar un lugar público visible (puede ser una plaza, parque, loza deportiva o terreno) donde se va a realizar la actividad.
2. Se debe coordinar con las autoridades respectivas para solicitar el permiso, en caso de ser necesario.
3. Luego se debe acondicionar el lugar. Para ello se debe disponer de una pared y/o muro, o en todo caso colocar una pizarra o paneles grandes, los cuales deben ser cubiertos con papelotes blancos (como si fuera un gran lienzo).

¿Qué piensas sobre...?



4. Después se conversa con los hombres y mujeres presentes y se les invita a que dibujen o coloquen mensajes con relación al tema y la pregunta planteada (Por ejemplo: ¿La planificación familiar es un asunto de a dos o de una sola persona?)
5. Para ello se les entrega plumones de colores grandes a los participantes, para que se expresen libremente en el papelote.
6. Pueden colocar textos (palabras, frases, lemas), hacer dibujos o combinar ambos.
7. Se debe establecer un registro de las personas que participan en la Grafichanga. La persona encargada debe aplicar una pequeña ficha de registro (nombres y apellidos, sexo, edad, profesión u ocupación, datos de contacto como teléfono y correo electrónico, y se les pregunta si desean o no que se les siga enviando luego otro tipo de materiales informativos, educativos o de merchandising). La idea es que luego, en base a estos datos, se elabore un directorio y una red electrónica de contactos para seguirles haciendo llegar más materiales sobre el tema.
8. Asimismo, se debe hacer un registro fotográfico o audiovisual de la actividad realizada.
9. Luego de usar el espacio público, se deben retirar los materiales y dejarlo tal y como se encontró al inicio.



Recursos necesarios

- Papelotes.
- Cinta Maskintape.
- Plumones grandes de colores.
- Fichas de registro de participantes.
- Lapiceros.
- Cámara fotográfica o de video.



Técnica o mecanismo

Los Foros, Paneles y Debates Ciudadanos

Los Foros, Paneles y Debates Ciudadanos son mecanismos participativos, para promover el intercambio, el debate y la deliberación pública. La idea básica es que estos espacios sirvan no solo para criticar, sino fundamentalmente para dialogar, elaborar consensos y alcanzar propuestas.

Los Foros, Paneles y Debates Ciudadanos combinan la participación de autoridades y especialistas con la de la ciudadanía, los cuales tienen una participación corta y puntual. Pero, el mayor peso en el manejo de los tiempos se asigna para el diálogo directo con la ciudadanía.



Procedimiento a seguir

1. Lo primero es que hay que diferenciar el sentido y la finalidad de cada espacio: los Foros Ciudadanos tienen como finalidad generar un espacio de encuentro y diálogo entre autoridades, ciudadanos y ciudadanas. Es más un espacio de relacionamiento político. El Panel Ciudadano tiene un perfil más técnico, en la medida en que se busca proponer ideas complementarias en torno a un mismo tema (soluciones, alternativas, experiencias). El Debate Ciudadano en cambio busca confrontar puntos de vista distintos sobre un mismo tema, para que la ciudadanía tenga una visión más amplia del asunto.



2. En todos los casos, la idea es que las intervenciones de autoridades, funcionarios, líderes o técnicos sea muy breve y precisa, y que se dé más tiempo al diálogo con los y las ciudadanas. Es decir, que estos no solo puedan expresar preguntas, sino también opiniones (en un tiempo determinado previamente, para no extenderse demasiado), en rondas sucesivas, hasta agotar los planteamientos. En términos de manejo de los tiempos se plantea que para estos casos, el tiempo de los y las invitadas solo represente una tercera parte del tiempo total del evento y las otras dos terceras partes se destinen al diálogo con la ciudadanía.
3. Asimismo, en todos los casos, la idea es trascender a la crítica en sí misma, y buscar consensos en torno a las soluciones y alternativas que se plantean (lo que implica discutir su coherencia con el marco institucional y legal vigente, su viabilidad económica y práctica, los cambios que se deben hacer para que estas funcionen, entre otros aspectos).
4. En todos los casos, la fase preparatoria es tan importante como la realización misma del evento. Desde la selección de los y las invitadas, pasando por los materiales informativos que se van a distribuir (creativos, didácticos, con información confiable), hasta el local donde se va a realizar (seguro, accesible, cómodo, que cuente con equipos y mobiliario adecuado) es importante para crear una atmósfera o clima adecuado para la discusión y el diálogo.
5. Al igual que en otras actividades, se debe llevar un registro de los y las participantes (ficha de registro de participantes) y también un registro fotográfico o audiovisual.



Recursos necesarios

- Local con equipos de sonido y proyección multimedia.
- Cartas con invitaciones.
- Materiales informativos, educativos y de merchandising para ser distribuidos.
- Fichas de registro de participantes.
- Lapiceros.
- Cámara fotográfica o de video.



Técnica o mecanismo

Video plaza o Plaza de Videos

La Video Plaza es una actividad lúdica y participativa, que tiene dos formas de presentación. La primera es desarrollando una conversación con los y las participantes a partir de la presentación de un video dramatizado sobre el tema o la problemática que se ha escogido. La segunda forma es utilizando como insumo las opiniones de los mismos participantes en la Video Plaza, las cuales son registradas y editadas como un video, para luego, en una segunda Video Plaza ser proyectados y difundidos en pantalla grande.



Procedimiento a seguir

1. En la primera forma de realización de la Video Plaza, se produce y/o se selecciona previamente un video.
2. El video debe ser corto (10-15 minutos como máximo), de ficción o dramatizado, sobre el tema que queremos promover.
3. El video se proyecta y luego se realiza una rueda de opiniones e intervenciones de los y las ciudadanas participantes (en base a un par de preguntas provocadoras).



4. En la segunda forma, hay que tener en cuenta que generalmente esta va precedida de otra actividad lúdica, festiva y entretenida (por ejemplo, la presentación de un grupo o comparsa musical, de teatro o mimo), la cual sirve de introducción y pretexto para conversar con las personas que asisten, en torno a la problemática que nos interesa difundir.
5. Estas conversaciones (en base a un par de preguntas provocadoras) deben ser registradas en video, para luego, editarlas como un video corto (10 a 15 minutos como máximo).
6. Posteriormente, en una segunda Video Plaza, se exhibe el video para que todos los y las asistentes lo puedan ver.
7. De manera complementaria, se deben colocar materiales visibles de la Consulta o de la Feria como afiches, banners con gigantografías, banderolas, así como también distribuir materiales informativos, educativos y de merchandising entre las personas asistentes.



Recursos necesarios

- Equipo de video, con televisor pantalla grande o equipo multimedia y ecra para proyectarlo.
- Copia del video a proyectar.
- Fichas de registro de participantes.
- Lapiceros.
- Cámara fotográfica o de video.
- Apoyo de un grupo de música, teatro o mimo.
- Afiches, banners con gigantografías y/o banderolas sobre la Consulta o Feria Ciudadana.
- Materiales informativos, educativos y de merchandising.



Técnica o mecanismo

Consultas en línea, chats, foros virtuales, redes sociales

Actualmente los recursos de Internet se han multiplicado y es en base a ello, que ya no solo se puede utilizar el correo electrónico para difundir la consulta, feria o caravana, sino más bien utilizarlos para interactuar y recoger la opinión de la ciudadanía. Más aún, cuando la tecnología de Internet se viene fusionando aceleradamente en una sola arquitectura con la tecnología de la telefonía móvil o celular, abre nuevas posibilidades de interacción.



Procedimiento a seguir

1. El acceso a internet es relativamente sencillo, en la medida que hay diversos servicios de páginas web o blogs gratuitos. Asimismo, se pueden utilizar las páginas webs o los blogs de los mismos medios de comunicación y periodistas involucrados.
2. Algunas páginas web cuentan con servicios en línea que permiten hacer consultas en línea, chats, encuestas de opinión, foros virtuales. En caso contrario, con el apoyo de un técnico especialista, se pueden habilitar estas opciones.
3. En el caso de las redes sociales, se pueden utilizar tanto las que utilizan los y las periodistas y comunicadores involucrados, como otras cuentas que se puedan crear especialmente para la Consulta o Feria Ciudadana. De ser esto último, debe quedar claro quien se va a responsabilizar de "alimentar" y actualizar con información y materiales estas redes.



4. La idea es que para generar el debate y la opinión se planteen preguntas provocadoras, que generen reacciones encontradas, a favor y en contra.
5. Asimismo, que se pueda contar con materiales gráficos informativos y educativos (afiches, infografías) que den cuenta en forma resumida y didáctica de los temas abordados. Asimismo, pequeños materiales de audio y audiovisuales (spots, cuñas) que puedan ser compartidos.
6. El registro fotográfico y audiovisual es importante para optimizar el uso de los recursos de Internet. De allí que antes de subirlos, se debe verificar la calidad de los materiales (videos y fotos).



Recursos necesarios

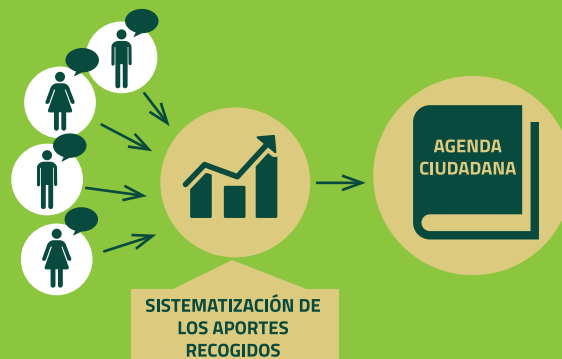
- Inventario de recursos disponibles en Internet (páginas web, blog y redes) de los medios, periodistas y comunicadores involucrados en la experiencia.
- Asesoría técnica para habilitar opciones técnicas.
- Propuesta de contenidos y mensajes a trabajar en los diversos recursos disponibles.
- Materiales gráficos digitalizados para ser compartidos por internet (afiches, infografías, fotografías), materiales de audio y video.

Paso 6



Coordinación y convocatoria a autoridades para presentar la Agenda Ciudadana

Tal como hemos visto, para promover la participación del público se establecen varias estrategias y mecanismos como las consultas, las ferias y las caravanas ciudadanas. Y dentro de cada una de ellas se habilitan diversos mecanismos y técnicas participativas como encuestas, grafichangas, foros, paneles y debates ciudadanos, el uso de los recursos de Internet (consultas en línea, foros, chats, redes sociales). El uso combinado de todas estas opciones, genera un gran volumen de información y opinión proveniente de los y las ciudadanas participantes. La idea entonces, es que todos estos aportes recibidos sean recogidos y sistematizados en una "Agenda Ciudadana". Este documento es entregado en un Foro Público a todas las autoridades y funcionarios, tanto de la localidad, como del gobierno nacional, para que se emprenda su aplicación.





Paso 7 Seguimiento informativo y de vigilancia de la Agenda Ciudadana

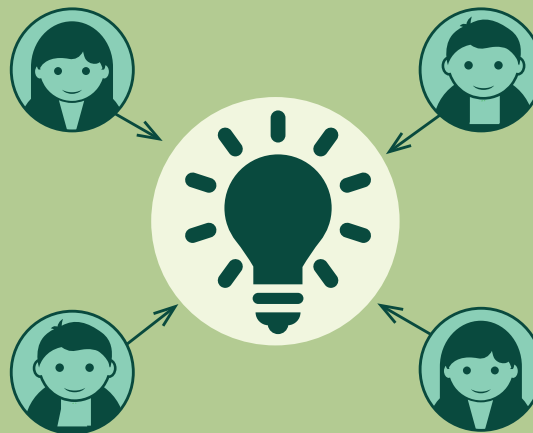


Asimismo, posteriormente se debe realizar una labor de seguimiento informativo y vigilancia por parte de los medios de comunicación involucrados en esta experiencia, de manera que ello permita, por un lado, acompañar la gestión de las autoridades y funcionarios, pero a la vez, mantener informada a la ciudadanía sobre los avances y retrocesos en torno a la problemática planteada.



Paso 8 Mejoramiento continuo de la Calidad Informativa

Finalmente, hay que continuar con el mejoramiento de la calidad informativa. Esto es de alguna manera una actividad de análisis y retroalimentación de la propia experiencia, pero a la vez una oportunidad para que los y las participantes, desarrollen nuevas habilidades y capacidades. Para ello, en el inicio de un segundo ciclo, se debe planificar, entre otras actividades, nuevas jornadas y talleres de capacitación orientados a la búsqueda de la excelencia profesional y ética de los y las periodistas y comunicadores involucrados en la experiencia.



4. Cobertura Mediática de Noticias sobre Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos de la Mujer



Renee Gurley: el hito de la lucha contra el abuso sexual en Bolivia

14/06/2015-08:55
Vida
Destacados

14/06/2015-08:55
28 0 44

El pasado martes, los tres violadores de la mujer fueron sentenciados.

Proyecto Minero Tía María

Información en Detalle Veraz y Precisa. Consulte Aquí!

Hace tres años llegó al país después de la muerte de su pareja en EEUU; pese a sufrir uno de los peores episodios de su vida, afirma que perdonó a sus agresores.

Renee Gurley (segunda de izq. a der.) con sus amigas tras escuchar la sentencia, el martes.

Página Siete / La Paz

La consigna de Renee Gurley se levanta en dos palabras: lucha y tesón. Estas actitudes lograron que la justicia merezca llamarse así en Bolivia luego de que tres jóvenes que abusaron sexualmente de ella fueran condenados a 25 y cuatro años de prisión.

A photograph showing five women standing together outdoors. Renee Gurley is the second woman from the left, wearing a green top. They appear to be in a public setting, possibly after a court hearing.

laRazón Ciudades

Portada Opinión Nacional Economía Ciudades Sociedad Mundo La Revista Sociales Marcas Suplementos Multimedia

Ingresar palabra Buscar

Seguridad ciudadana

CIUDADES > CRIMEN

Niña es violada por su padre por 3 años

La denuncia se conoció la semana pasada. El agresor fue remitido a la cárcel

La Razón (Edición Impresa) / Kattyra Valdés / La Paz
00:13 / 11 de junio de 2015

Una niña fue violada durante tres años por su padre biológico, quien se encuentra detenido preventivamente en la cárcel de San Pedro, informó ayer la Defensoría de la Niñez y la Adolescencia del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP).

“La niña fue víctima de violación por parte del papá desde hace mucho tiempo. La madre se llegó a enterar por ciertas actitudes de la menor, por lo que decidió llevarla al médico y es ahí donde se conoce el caso y la niña relata el hecho”, informó Inés Aramayo, jefa de la Unidad de Atención Integral a la Familia de esa repartición.

El caso fue denunciado la pasada semana por la madre de la víctima. El agresor ya se encuentra detenido en San Pedro y el proceso está en etapa de investigación. La pena para este delito es de 15 a 20 años de prisión. Si

Lo más

Reciente Leído Comentado

- 11:50 Bolivia con concedió refugio a 865 personas; la mayoría de Perú, Colombia y Chile
- 11:39 Jubilados aceptan propuesta de 6,5% de incremento a rentas
- 11:34 El acusado de la masacre en Charleston confiesa que quería emprender una 'guerra racial'

Me gusta 5

Twitter 0

Compartir 0

El Día

Viernes 19 de Junio de 2015

Portada Editorial/Opinión Política Nacional Deportes Santa Cruz Encuentro Portafolio Internacional Al Cierre Reflejo Urbano Especiales +VIDA +AGRO

Portada

Expertos sugieren que la educación sexual llega de forma tardía a los adolescentes y jóvenes

El 3,2% de bolivianos recibe educación sexual

Según sexólogos los prejuicios y la falta de información evitan que la educación sexual llegue a los jóvenes lo que se refleja en las tasas de embarazo.

Domingo, 7 de Junio, 2015

Bolivia es uno de los países más rezagados en educación sexual, por lo menos así lo afirma un estudio de la sociedad internacional de sexología, que establece que en el país sólo el 3,2% de Bolivianos accede a la educación sexual.

El tema entró en debate la semana pasada cuando el Ministro de Educación Roberto Aguilar, se refirió a la educación sexual a adolescentes y en el que recomendó el fortalecimiento de escuelas de padres para fortalecer la educación sexual a jóvenes para prevenir embarazos.

En este mismo contexto la autoridad nacional sugirió también analizar el contenido de las canciones del género musical reguetón por considerar que repercute en el comportamiento y embarazo de adolescentes.



0

Me gusta

Twitter

Compartir 0

Share Comparte en tu muro con tus amigos

facebook



Convenio
Por el ejercicio de los
derechos sexuales y
reproductivos y una
vida libre de violencia



Alianza
por la
Solidaridad

