

EMPODERAMIENTO COMUNITARIO PARA LA

Recuperación y sostenibilidad



MÓDULO 2.4 Los medios de comunicación y las denuncias y controversias de la comunidad



Pre-prueba

Antes de comenzar, queremos saber cuánto conoces de los procesos de comunicación para denunciar una situación en tu comunidad. Por favor contesta las siguientes afirmaciones:

- 1** Cuando la comunidad tiene una controversia con un alcalde, legislador o negocio, lo primero que debe hacer es citar a una conferencia de prensa.
 - a. Sí
 - b. No

- 2** La vista pública es una reunión convocada por una rama o agencia de gobierno:
 - a. Para que los vecinos voten por la mejor solución a su situación.
 - b. Para que los legisladores presenten a la comunidad la solución a su problema.
 - c. Para que los oficiales del gobierno recojan información antes de tomar una decisión.
 - d. Para planificar una demostración.

- 3** Medimos el impacto de un plan de comunicación por:
 - a. la cantidad de historias publicadas sobre la situación que denunciamos.
 - b. si las historias son positivas, negativas o neutrales sobre nuestra posición ante el tema.
 - c. cuántos vecinos nos dicen que nos vieron en el noticiero de televisión.
 - d. a y b

- 4** Un activista es:
 - a. Una persona que llama a los programas de radio a quejarse.
 - b. Un ciudadano que participa en actividades para promover cambios en la sociedad.
 - c. Un líder comunitario que organiza las actividades navideñas.



EMPODERAMIENTO COMUNITARIO PARA LA

Recuperación y sostenibilidad



MÓDULO 2.4

Los medios de comunicación y las denuncias y controversias de la comunidad

Discusión de objetivos

🕒 10 minutos

Al finalizar el día, los participantes deberán

- > Estar familiarizados con los pasos de un plan de manejo de issues y controversias
- > Entender el concepto de activismo ciudadano
- > Entender el proceso de presentación de ponencias en vistas públicas

Vocabulario de este módulo: trasfondo, contexto, issues, controversias, portavoces, investigación, hechos, denunciante, deadline, hoja de datos, líderes de opinión, cabilderos, aliados, ponencias, activismo ciudadano

TEMA 1 Video corto y discusión de una controversia comunitaria

20 minutos

ACTIVIDADES

El facilitador comenzará conversando sobre los dos tipos de controversias comunitarias: las internas y las externas. Luego, la misma dará paso a la discusión grupal. Los participantes comentarán sobre el video, y los que así deseen, compartirán el ejercicio de transición que se les solicitó en el último taller para comenzar la conversación respecto a los distintos temas. Más adelante en el taller se dividirán en grupos para trabajar el plan de comunicación de cada controversia.

OBSERVACIONES

Esta actividad debe servir para romper el hielo y establecer el marco de la conversación.

Los conflictos entre las personas y las comunidades son parte de la experiencia humana. Cuando no se atienden, los mismos pueden convertirse en controversias y hasta en crisis.

En las comunidades, algunas de estas desavenencias son internas. Por ejemplo: malos entendidos entre vecinos, construcciones no autorizadas, colindancias entre casas o ausencia de reglas para el uso de espacios comunes. Estas dificultades pueden resolverse dentro de la propia comunidad, a través del diálogo, el establecimiento de reglamentos y la identificación de recursos y activos propios. En ocasiones, requieren de un mediador para mantener la paz.

En otras ocasiones, las controversias son externas, como por ejemplo:

Negligencia del gobierno en su responsabilidad con la comunidad: inseguridad por falta de vigilancia, carencia de servicios esenciales, emergencias no atendidas

Abuso institucional y corporativo para favorecer intereses de grupos externos (construcciones comerciales que afectan el ambiente, por ejemplo)

Desacuerdos con otros grupos: comunidades, empresas, asociaciones, legisladores y alcaldes, litigios.

En estos casos, la comunidad puede recurrir a los medios de comunicación como un excelente espacio para generar atención acerca de la controversia en cuestión y procurar una solución.



TEMA **2** Preparándose para hacer la denuncia pública

🕒 20 minutos

i Recopilación de información (PRIMERA PARTE)

Antes de comenzar cualquier gestión pública para hacer la denuncia en los medios de comunicación, lo primero que debe hacer la comunidad es un análisis ponderado de la controversia.

- 1** Definir claramente la situación y entender sus ramificaciones y consecuencias.
- 2** Recoger toda la información que pueda arrojar luz sobre las causas del problema para saber cómo atenderlas.
- 3** El análisis debe considerar los siguientes aspectos:
 - **Frecuencia:** evento aislado, periódico o continuo.
 - **Duración:** minutos, días, semanas, años.
 - **Extensión de las consecuencias:** afecta a unos pocos de la comunidad, a todos, o más allá de la comunidad, a corto, mediano o largo plazo.
 - **Severidad/riesgo:** el tipo de daño que causa.
 - **Aspectos legales** que puedan estar incidiendo en la situación, que sean barreras u oportunidades para resolverlo.
 - **Insumo de otros constituyentes** internos y externos que pudiesen verse afectados por la controversia.
 - **Percepción:** interna de la comunidad y externa de públicos de interés y de las personas que tienen la solución.
 - **Impacto de la solución,** si alguno, a otros grupos o constituyentes.

ACTIVIDADES

Presentación y discusión de conceptos.

OBSERVACIONES

Solicita un voluntario que comparta su ejercicio de transición y utilízalo durante esta discusión para que expliques con ejemplos concretos los elementos propuestos.

MÓDULO 2.4 Los medios de comunicación y las denuncias y controversias de la comunidad

Sin estas respuestas, la comunidad no debe precipitarse a compartir la información ni con los medios ni con otros públicos de interés, porque puede agudizar el problema o incluso afectar su posible resolución.

Este proceso de búsqueda de información es muy útil, por ejemplo, para conocer datos sobre comercios que se quieren establecer en nuestra comunidad, organizaciones que se nos acercan por diversas razones, y hasta sobre figuras del gobierno.

Puedes hacer una búsqueda general en internet:

- ▶ Hacer búsqueda por tema, por nombre de la organización o la empresa, o por el nombre de la persona.
- ▶ Fíjate en tu buscador que tienes opciones de búsqueda: general, imágenes, noticias, entre otras. Todas son útiles. Por ejemplo, si buscas Espacios Abiertos en la opción 'general' te saldrán websites que mencionan su nombre, incluyendo el website oficial de Espacios Abiertos. Si buscas por 'imágenes', verás fotos y videos de actividades de la organización. Si buscas por 'noticias' verás historias de distintos medios sobre Espacios Abiertos. Fíjate que la información en el website oficial puede ser distinta a la que encuentras en un reportaje de un periódico. ¿Por qué crees que es importante mirar ambos tipos de información?



OBSERVACIONES

Mostrar en pantalla la búsqueda de espaciosabiertos.org

Mostrar en pantalla el enlace al Departamento de Estado y a la Oficina del Contralor.

También puedes buscar en portales del gobierno para conseguir información sobre empresas y organizaciones:

- ▶ El Departamento de Estado tiene un registro en línea en el que aparecen todas las corporaciones existentes, y su clasificación (por ejemplo, con o sin fines de lucro).
- ▶ La Oficina del Contralor tiene un registro en línea de todas las personas y entidades que tienen contratos con el gobierno de Puerto Rico. ¿Cómo usarías este registro para buscar datos relevantes a tu comunidad?

TEMA **3** Plan de acción para una comunicación efectiva

🕒 90 minutos

i Recopilación de información
(SEGUNDA PARTE)

Una vez definidos todos los elementos discutidos anteriormente, toca recoger información externa que será vital para armar un plan de comunicación efectivo. En esta parte, es importante definir los siguientes componentes:

Audiencias: quiénes tienen el poder de ayudarnos a resolver la controversia. Puede ser una persona, puede ser un grupo. Incluso, puede que necesitemos intermediarios (líderes de opinión, personalidades públicas, legisladores, comerciantes y otros) que puedan ayudarnos a ejercer presión para resolver la situación. Al igual que en cualquier plan de comunicación, definir las audiencias es vital para poder ajustar el mensaje y hacer la selección de medios adecuada para llegar a las mismas.

Identificar los medios de comunicación que pudiesen tener interés en cubrir la controversia. Deben considerar no solo medios nacionales, sino también regionales, pues estos pueden generar apoyo local por parte de líderes de opinión y otros.

ACTIVIDADES

Una vez completada la parte de preparación de portavoces, los participantes podrán trabajar en el desarrollo del plan de comunicación alrededor de la situación que identificaron en el ejercicio de transición.

El facilitador deberá mostrar en pantalla los elementos de un buen mensaje, según explicados en el primer módulo.



MÓDULO 2.4 Los medios de comunicación y las denuncias y controversias de la comunidad

Preparación de portavoces: Toda comunidad debe identificar y preparar a varios portavoces, de acuerdo a los temas que se quieran comunicar.

- ▶ **Por ejemplo, si es una controversia escolar, como mínimo deben preparar representantes de los maestros, los padres y el estudiantado. Si es una controversia ambiental, deben prepararse dos o tres residentes que se conviertan en “expertos en la materia”, con conocimiento de la situación que les afecta, las implicaciones de la acción o inacción y todos los pormenores relacionados a la misma.**
- ▶ **Es importante destacar que la asesoría de un abogado, de un experto ambiental o de un comunicador, por ejemplo, pueden ser muy útiles en el proceso de preparación de las portavoces. Sin embargo, los periodistas prefieren hablar directamente con el público afectado, conocer la historia humana desde la perspectiva de quien se puede beneficiar de la solución.**
- ▶ **Para preparar bien a los portavoces, la comunidad podrá utilizar el modelo de desarrollo de mensajes discutido en el módulo de comunicación anterior. Además, deberá trabajar en el desarrollo de un documento con posibles preguntas y respuestas en anticipación a los cuestionamientos de la prensa.**

Llamar la atención de los medios

Dependiendo de la severidad de la situación que amerite denuncia, la comunidad podrá gestionar desde la publicación de un comunicado, hasta la convocatoria a una conferencia de prensa. El primero lo discutimos durante la primera parte del taller de comunicación (refiérete al módulo 1.3).

¿Cuándo citar a una conferencia de prensa?

En Puerto Rico, los medios son cada vez más limitados, y las convocatorias a conferencias de prensa muy comunes; en cualquier día puede haber una veintena de conferencias de prensa sucediendo a la vez. Por eso, es importante que se recurra a este método cuando por ejemplo:

- > La controversia sea de carácter grave y atente contra la seguridad y la estabilidad de la comunidad (por ejemplo, la situación con el depósito de cenizas en Peñuelas).
- > Haya pasado tiempo sin que la situación se solucione y el peligro de daño sea inminente.
- > Se hayan intentado otros medios de resolución sin éxito.

Una opción a la conferencia de prensa puede ser gestionar una entrevista exclusiva; así la comunidad se asegura de que un medio lo publicará.

Tomen en cuenta que debe ser con un periodista o un medio que cubra el tema en discusión. Aunque cada vez hay menos periodistas especialistas, todavía hay temas que son atendidos por personas específicas. Sylvia Gómez, por ejemplo, cubre los temas ambientales en Telemundo.

Otra manera de generar el interés de los medios es a través de las redes sociales.

ACTIVIDADES

Usar como ejemplo los mensajes que se publican en la cuenta de Tweeter de AEE.

Ver modelo de carta en la próxima página .

Una vez se termine de discutir el contenido del plan, se dividirán los grupos para trabajar en los planes de comunicación para denunciar los problemas de sus comunidades. Se pueden consolidar temas similares dependiendo de la cantidad de participantes.

Al finalizar este período, los grupos podrán presentar su plan de trabajo sugerido.



Desarrollen posts/videos/entrevistas con los miembros de la comunidad



Realicen videos 'live' y transmítanlos en la página de la comunidad



Publiquen mensajes en los muros de los medios de comunicación



Twitter se ha convertido en el foro más atendido por muchos sectores para difundir reclamos y solicitudes. Usualmente las agencias de gobierno atienden rápidamente los reclamos que ven en las redes sociales para evitar que se rieguen.

Igual de importante pueden ser las Cartas de los Lectores – como vimos en el módulo anterior de comunicaciones. En la próxima página, verás un modelo básico de carta que puedes usar para enviar a los periódicos así como a agencias de gobierno para denunciar una situación: fijate que lo más importante es que quede claro cómo la situación que describes afecta negativamente a los vecinos de tu comunidad.

Modelo de carta a los lectores

Carta a los lectores

Bosquejo sugerido

(texto no debe tener más de 150-200 palabras; si lo amerita, se puede incluir foto de apoyo)

Primer párrafo: situación que afecta a la comunidad:

Por los pasados dos años hemos solicitado a la alcaldesa, Hon. María Rivera que complete la reparación de los postes y las carreteras de la Comunidad El Yunque, localizada en el Barrio Amapola en Gurabo.

Segundo párrafo: datos de apoyo, impacto de la controversia:

Sabemos que el pago del seguro fue desembolsado a finales de junio. No proceder con la reclamación es una acción negligente que pone en peligro la seguridad y la vida de más de 100 familias en esta comunidad.

Tercer párrafo: llamado a la acción y consecuencia de no resolver la situación

Hacemos un llamado a la alcaldesa y a su personal a que resuelvan esta situación antes de finalizar el 2019, evitando más accidentes. De lo contrario, tendremos que proceder con una reclamación legal y ella será responsable de cualquier percance que sufran nuestros residentes.

Firma de representante(s) de la comunidad

Puede ser un portavoz o un grupo de residentes

Monitoreo de resultados

Una vez hecha la denuncia pública, es importante medir el alcance y los resultados.

Resultados inmediatos:

- ▶ Cantidad de historias publicadas y medios
- ▶ Extensión de las historias
- ▶ Análisis: si la cobertura es a favor, neutral o en contra del reclamo comunidad

Resultados de impacto:

- ▶ ¿Cuál fue la respuesta de la persona/agencia a quien quería interpelar la comunidad?
- ▶ ¿Se encaminó una solución o se resolvió la situación?
- ▶ ¿Se destaparon otras situaciones o controversias que pueden poner en peligro la resolución de este problema?

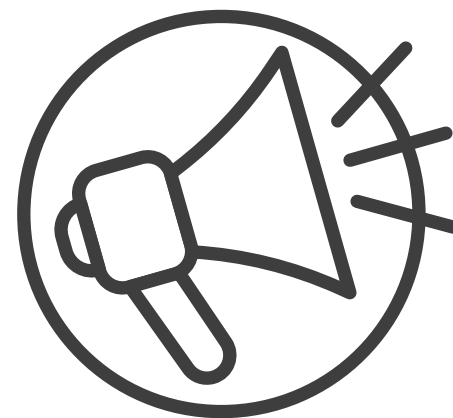
Si bien el uso de los medios de comunicación es importante y útil, recordemos que a veces no es suficiente para resolver las controversias. La comunidad tiene la posibilidad de llevar sus esfuerzos a otros foros. Esto dependerá de la seriedad e impacto de la situación, y de la capacidad de la comunidad para recurrir a otros recursos internos y externos: desde seguimiento a las agencias mediante llamadas, hasta radicar querellas o demandas legales en los tribunales.

TEMA 4 Ciudadano activo/activismo ciudadano

🕒 30 minutos

¿Qué es un activista?

Es una persona que lucha directamente y se involucra como líder o como participante de los movimientos que buscan promover, dirigir, impactar e intervenir en asuntos sociales, económicos, ambientales o políticos para provocar cambios en la sociedad. No actúa en solitario, sino que participa en grupos para garantizar que las sociedades y las instituciones respetan los derechos de los ciudadanos y atienden sus necesidades.



Los activistas no son cabilderos. Sin embargo, pueden realizar labores de cabildeo y abogacía en defensa de los mejores intereses de la comunidad ante entidades gubernamentales y la legislatura. Aunque el cabildeo es percibido como una actividad cuestionable, las comunidades están en todo su derecho de accionar maneras legales para promover sus causas y demandar atención a sus necesidades.

El activismo ciudadano ha crecido exponencialmente en los últimos tiempos debido a múltiples factores: más conciencia sobre el valor de la participación ciudadana en procesos; más acceso a recursos e información porque ahora existen más espacios de comunicación (por ejemplo, las redes sociales); y más situaciones de injusticia y conflictos.

Algunas de las acciones de los activistas comunitarios incluyen:

- > Denunciar abusos y desigualdades a través de los medios
- > Organizar a sus grupos y comunidades para ayudarse entre sí en situaciones de emergencia
- > Identificar recursos internos y externos para mejorar la condición de vida de una comunidad o grupo
- > Participar en protestas y manifestaciones
- > Defender posturas ante organismos gubernamentales en vistas públicas

ACTIVIDADES

Referencia para discusión: Guía de participación de vistas públicas y redacción de ponencias, Espacios Abiertos
<https://ayudalegalpr.org/files/CE6D35A7-B0DD-E05A-5001-17185067F894/attachments/0E686A9E-C9BC-43BB-B8EB-450F02475A3C/guia-participacion-vistas-publicas-redaccion-ponencias.pdf>

MÓDULO 2.4 Los medios de comunicación y las denuncias y controversias de la comunidad**¿Y qué es una vista pública?**

Es una reunión convocada por representantes del gobierno para recoger información sobre un tema del que deben tomar una decisión. Se puede dar en distintos espacios y sobre temas variados, por ejemplo:

- ▶ **Para conocer el impacto en una comunidad de decisiones de planificación o zonificación**
- ▶ **En la legislatura municipal y estatal, cuando los legisladores necesitan datos antes de votar por un proyecto de ley**
- ▶ **En las agencias gubernamentales, como la Junta de Planificación o el Departamento de Recursos Naturales y Ambientales, para conocer el impacto de reglamentos**

La vista pública es la oportunidad para que ciudadanos, organizaciones y grupos expresen su posición respecto al tema, y ofrezcan argumentos para defender o rechazar la decisión bajo análisis. Los ciudadanos tenemos el derecho a conocer sobre los procesos de decisión de las agencias y el gobierno, y a expresar nuestras opiniones o posturas respecto a los temas que nos afectan. Es un deber de los organismos gubernamentales darnos el espacio para expresarnos. Por ejemplo, cerrar las gradas en el Capitolio violenta nuestro derecho a conocer cómo nuestros legisladores discuten y toman decisiones. Cuando esto pasa, es nuestro deber ciudadano denunciar la situación a través de todos los medios posibles, incluyendo los recursos legales.

Prepara a la comunidad para participar de una vista pública

Para expresarte a nombre propio o de un grupo o comunidad respecto a un tema en discusión, debes comunicarte con el funcionario que esté organizando la vista pública y separar tu turno. Además de hablar en la vista sobre tu postura sobre el tema, debes presentar tus argumentos por escrito en un documento llamado ponencia.

A continuación, discutiremos un documento preparado por Espacios Abiertos que detalla los pasos a seguir para el desarrollo de tu ponencia.

TEMA 5 Cierre de ciclo de talleres

🕒 10 minutos

Cierre de la experiencia e invitación a estar activos en la discusión pública

.....

Sesión de preguntas

.....

🕒 20 minutos

Post-prueba

.....

🕒 10 minutos

Entrega de certificados

🕒 15 minutos

ACTIVIDADES

Administración de cuestionarios para comprobar conocimientos



Recursos y referencias:

<https://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/assessment/getting-issues-on-the-public-agenda>

<https://nma.org/wp-content/uploads/2016/08/Crisis-Communications-Template.pdf>

http://www.ca-ilg.org/sites/main/files/file-attachments/resources__getting_the_most_3__11-7.pdf

<http://estado.gov.pr>

<http://ocpr.gov.pr>

Materiales

> Libretas

> Lápices

> Pantalla y conector

> Folleto impreso para participantes

> Acceso a internet

Post-prueba

Finalizado el taller, queremos comprobar el conocimiento adquirido.

Por favor contesta las siguientes afirmaciones:

- 1** **Cuando la comunidad tiene una controversia con un alcalde, legislador o negocio, lo primero que debe hacer es citar a una conferencia de prensa.**
 - a. Sí
 - b. No

- 2** **La vista pública es una reunión convocada por una rama o agencia de gobierno:**
 - a. Para que los vecinos voten por la mejor solución a su situación.
 - b. Para que los legisladores presenten a la comunidad la solución a su problema.
 - c. Para que los oficiales del gobierno recojan información antes de tomar una decisión.
 - d. Para planificar una demostración.

- 3** **Medimos el impacto de un plan de comunicación por:**
 - a. la cantidad de historias publicadas sobre la situación que denunciamos
 - b. si las historias son positivas, negativas o neutrales sobre nuestra posición ante el tema
 - c. cuántos vecinos nos dicen que nos vieron en el noticiario de televisión
 - d. a y b

- 4** **Un activista es:**
 - a. Una persona que llama a los programas de radio a quejarse.
 - b. Un ciudadano que participa en actividades para promover cambios en la sociedad.
 - c. Un líder comunitario que organiza las actividades navideñas.